



วารสารวิชาการ วิจัย และนวัตกรรม มสร.

(มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)

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

ปีที่ 5 ฉบับที่ 1 (มกราคม-มิถุนายน 2568) Vol. 5 No. 1 (January-June 2025)

ISSN 3057-1626 (Online)





วารสารวิชาการ วิจัย และนวัตกรรม มสธ. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)

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

ปีที่ 5 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2568) Vol. 5 No. 1 (January – June 2025)

ISSN 3057-1626 (Online)

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

บทความทุกบทความจะต้องผ่านการพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกจากหลากหลายสถาบันอย่างน้อย 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

เลขที่ 9/9 หมู่ 9 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 จรรยาอุฒิวรรณ (สำนักเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กานต์ บุญศิริ (สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กรกช ชันธบุญ (สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พันธุ์ทิพา อมรฤทธิ์ (สำนักเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช)

อาจารย์ ดร.ปณณทรีย์ สันติสุภาพร (สาขาวิชาศิลปศาสตร์ แขนงวิชาไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช)

อาจารย์ ดร.พิศุทธิภา เมธิกุล (สาขาวิชามนุษยนิเวศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช)

อาจารย์ ดร.พัทธนันท์ บุตรบุญ (สำนักเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช)

กองบรรณาธิการภายนอกมหาวิทยาลัย

รองศาสตราจารย์ ดร.กล้าหาญ ณ น่าน (สาขาการจัดการทั่วไป คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี

ราชมงคลธัญบุรี)

รองศาสตราจารย์ ดร.รัฐบุรุษ คุ้มทรัพย์ (อาจารย์พิเศษและนักวิชาการอิสระ)

รองศาสตราจารย์ ดร.ทิวดี มณีโชติ (คณะศึกษาศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์)

รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว (คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการสื่อสาร
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์)

รองศาสตราจารย์ ดร.สุปราณี ศิริสวัสดิ์ชัย (สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัย
ราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา)

รองศาสตราจารย์ ดร.พยอม รัตนมณี (คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์)

รองศาสตราจารย์ ดร.พญ์สรณ์ สุธิไชยเมธี (คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพิษณุโลก)

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

รองศาสตราจารย์ธีรารักษ์ โพธิ์สุวรรณ (นักวิชาการอิสระ)

รองศาสตราจารย์สุมน อยู่สิน (นักวิชาการอิสระ)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิษฐา หุ่นเกษม (คณะวิทยาการจัดการ สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จักรพันธ์ กิตตินรรัตน์ (สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัย
ราชภัฏพระนคร)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธาสินี ปิยพสุนทรา (คณะศิลปศาสตร์ ภาษาไทยและภาษาวัฒนธรรมตะวันตก
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีรพงษ์ พวงเล็ก (คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อารยา เชียงทอง (คณะพยาบาลศาสตร์และการุณย์ มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัสกร กัลยาณมิตร (คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ในพระบรมราชูปถัมภ์)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรัณย์ธร ศศิชนกรแก้ว (คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรินทร์ เมทะนี (คณะอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาวิชาการดนตรีและศิลปะการแสดง
มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงไกร โพธิ์มณี (คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โสธยา งามสนิท (สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมัชชา นิลปัทม์ (คณะวิทยาการสื่อสาร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี)

อาจารย์ ดร.พิมพ์ชญา พักเปี่ยม (คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี)

กองจัดการ

นางสาววรรณภา นิมอ่อน

ผู้จัดการวารสารฯ

นางสาวสุไรพร เต็มทอง

ผู้ช่วยผู้จัดการวารสารฯ

ออกแบบปกและจัดรูปเล่ม

นางสาววรรณภา นิมอ่อน

นางสาวนันท์นภัส มากระดี

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิผู้ประเมินบทความ
ประจำปี 5 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2568)

ศาสตราจารย์ ดร.กิตติศักดิ์ เจริมสิทธิประเสริฐ	คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
ศาสตราจารย์ ดร.กล้าหาญ ณ น่าน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ศาสตราจารย์เกียรติคุณ พชณี เขยจรรยา	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ศาสตราจารย์ ดร.ภูดินทร์ พรพันธุ์เจษฎา	นักวิชาการอิสระ
รองศาสตราจารย์ ดร.กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
รองศาสตราจารย์ ดร.กำจร หลุยยะพงศ์	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.รัฐบุรุษ คุ่มทรัพย์	นักวิชาการอิสระ
รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยฉัตร ล้อมชวงการ	นักวิชาการอิสระ
รองศาสตราจารย์ ดร.ศุภโชคชัย นันทศรี	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
รองศาสตราจารย์ ดร.สุปราณี ศิริสวัสดิ์ชัย	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
รองศาสตราจารย์ ดร.พรปภัสสร ปริญญาญกุล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
รองศาสตราจารย์ ดร.สมิทธิ บุญชูติมา	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.ชินีเพ็ญ มะลิสวรรณ	มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรินทร์ เมทะนี	มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จักรพันธ์ กิตินรรัตน์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธมนพัชร์ ศรีชะพลูสิทธิ	มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิษฐา หรุ่นเกษม	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณวิมล นาคทัต	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โสธยา งามสนิท	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงพร สรประเสริฐ	มหาวิทยาลัยบูรพา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อารยา เขียวทอง	มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรรพชัย เจียรนานนท์	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดารณี ธีบุญศิริ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิงห์ สิงห์ขจร	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรลักษณ์ เขียวมีส่วน	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุทัย สติมัน	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัชญา สกุนา	มหาวิทยาลัยรังสิต

พระเจริญพงษ์ วิชัย, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ภาสกร เรืองวานิช
พ.ต.ท. ดร.พงษ์ธร ธีบุญศิริ
พ.ต.อ.หญิง ดร.ลดาวัลย์ ชชาติไทย
อาจารย์ ดร.วิเศษ คำบุญรัตน์
อาจารย์ ดร.ศิริเนตร สุขดี
อาจารย์ ดร.ธีรเสกข์ ศิรินานนท์
อาจารย์ ดร.อิทธิพล วรรณสุภากุล
อาจารย์ ดร.กชพร สอดส่อง
อาจารย์ ดร.พิมพ์ชนา พักเปี่ยม

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยรามคำแหง
สำนักงานกิจการยุติธรรม กระทรวงยุติธรรม
กองบัญชาการตำรวจตระเวนชายแดน
สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
มหาวิทยาลัยนวมินทราชิตราช
สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

บทบรรณาธิการ

วารสารวิชาการ วิจัย และนวัตกรรม มสธ. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) ฉบับนี้เป็นปีที่ 5 ฉบับที่ 1 (มกราคม-มิถุนายน 2568) 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 ที่เกี่ยวข้องกับศาสตร์ทางด้านนิเทศศาสตร์ มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องต่อไปทั้งในเชิงวิชาการและวิชาชีพ

อาจารย์ ดร.หัสพร ทองแดง

บรรณาธิการ

สารบัญ

เรื่อง

หน้า

บทความวิจัย: Research Articles

- การสื่อสารของผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์
กับพฤติกรรมออกกำลังกายและดูแลสุขภาพของประชาชนในวัยทำงาน
The Communication of Online Sports and Health Influencers and Exercise and
Healthcare Behaviors of Working-age Population.....1-18
ชโรณา กนกประจักษ์ (Charocha Kanokprajak)
- การเรียนรู้ตามสภาพจริงของนักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต
ในการบูรณาการการเรียนการสอนร่วมกับกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
Experiential Learning of Bachelor of Communication Arts Students
in Integrating Teaching and Learning with the Thai Media Fund.....19-34
ชินีเพ็ญ มะลิสูวรรณ (Chineephen Malisuwan)
- การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำดิจิทัลกับการส่งเสริมความตระหนักรู้
จริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ในโรงเรียนขนาดใหญ่พิเศษแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร
An Exploration of The Relationship Between Digital Leadership and
The Promotion of AI Ethics Awareness in One Extra Large School in Bangkok.....35-50
พิชญุตม์ มีเครือ (Pitchayut Meekrua)
สุชาดา นันทะไชย (Suchada Nanthachai)
พร้อมพิไล บัวสุวรรณ (Prompilai Buasuwan)
- การบริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนตำบลนางหลง
อำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช
The Management according to the Principles of Good Governance at
Nang Long Subdistrict Administrative Organization in Cha-uat District,
Nakhon Si Thammarat Province.....51-73
วรวิทย์ คงนong (Worawit Kongnong)
กิตติพงษ์ เกียรติวัชรชัย (Kittipong Keatwatcharachai)

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง

หน้า

- ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในงานวัดภูเขาทอง: แรงจูงใจและความต้องการ

Factors Influencing Tourists' Decision-Making at the Golden Mount Temple Fair: Motivations and Needs.....74-94

ปวิช เรียงศิริ (Pawich Riangsiri)

บุษบา แผงสาเคน (Boosaba Fangsaken)

รัชกฤต ลาภพิมล (Ratchakrit Lappimol)

ธีระยงค์ เฉลิมพงศ์ (Theerayong Chaloemphong)
- การประเมินผลการจัดกิจกรรมกระบวนการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อแบบบูรณาการกรณีศึกษา โครงการ “ศรีปทุม รู้ Kid รู้ทันสื่อ”

An evaluation of an integrated media literacy activity: A case study of the Sripatum Roo-Kid-Roo-Tan-Sue Project.....95-112

วราพร ดำจับ (Waraphorn Dumjub)
- รูปแบบภาวะผู้นำในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ

Leadership Model in Automotive Parts Industry in Samut Prakan Province.....113-128

ธนภรณ์ อัสวรุ่งเรือง (Tanaporn Asavarungruang)

เอนก ประดิษฐารมณ (Anek Pradittharom)

อรไท ชั่วเจริญ (Orathai Chuacharoen)

วันชัย ปานจันทร์ (Wanchai Panjan)
- วิเคราะห์เปรียบเทียบร่างพระราชบัญญัติภาพยนตร์ฉบับใหม่: ศึกษากรณีพรรคก้าวไกล-ประชาชน และคณะรัฐมนตรี

A Comparative Analysis of the Draft Film Bill: A Case Study of the Move Forward-People's Party and the Cabinet Proposals.....129-165

อุณาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล (Unaloam Chanrungmaneekul)
- ICSD Model จากภายในสู่ชุมชน: การบูรณาการภูมิปัญญาล้านนาและการสื่อสารเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

The ICSD Model-From Inner Self to Community: Integrating Lanna Wisdom and Communication for Sustainable Development.....166-178

ธิติพัฒน์ เอี่ยมนิรันดร์ (Titipat Iamnirun)

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง

หน้า

บทความวิชาการ: Academic Articles

- การเสริมสร้างความตระหนักรู้ในการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ
Promoting Awareness of Exercise for Health among the Elderly.....179-194
สุรชาติ พุทธิมา (Surachart Putthima)
- คาสีโนและความยั่งยืนในมิตินันทนาการ: บทเรียนจากต่างประเทศสู่บริบทประเทศไทย
Casinos and Sustainability in the Recreational Context: Lessons from Foreign
Countries to the Thai Perspective.....195-214
เตชภณ ทองเต็ม (Tachapon Tongterm)
พรหมลิขิต อูรา (Promlikit Ura)
- ดอกเบี้ยและการคิดดอกเบี้ยตามกฎหมายแพ่งและพาณิชย์
Interest and Interest Calculation under Civil and Commercial Law.....215-230
พงศ์จิรา เชิดชู (Pongjira Cherdchoo)
- การประยุกต์ใช้ทฤษฎีการจัดวาระในยุคดิจิทัลกับการสื่อสารทางการเมือง
ในกรณีการหาเสียงเลือกตั้ง
The Application of Agenda-Setting Theory in the Digital Era to Political
Communication in the Context of Electoral Campaigning.....231-241
วิทยาธร ท่อแก้ว (Wittayatorn Tokeaw)
- การรับประกันอิเล็กทรอนิกส์และการคุ้มครองผู้บริโภคในยุคดิจิทัล: การวิเคราะห์
เชิงเปรียบเทียบกฎหมายไทยและสหรัฐอเมริกา
Electronic Warranty and Consumer Protection in the Digital Age:
A Comparative Legal Study between Thailand and the United States.....242-259
วารกรณ์ วนาพิทักษ์ (Varaporn Vanaphituk)



Received: October 13, 2024

Revised: February 8, 2025

Accepted: February 12, 2025

การสื่อสารของผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์
กับพฤติกรรมการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพของประชาชนในวัยทำงาน
The Communication of Online Sports and Health Influencers and Exercise and
Healthcare Behaviors of Working-age Population

ชโรณา กนกประจักษ์ (Charocha Kanokprajak)¹

E-mail: charocha.kano@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การเปิดรับข้อมูลจากผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติของประชาชนในวัยทำงาน 2) การเปิดรับข้อมูลจากผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ ที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพของประชาชนในวัยทำงาน 3) ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ และพฤติกรรมการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพของประชาชนในวัยทำงาน และ 4) ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูล และทัศนคติต่อผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ และพฤติกรรมการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพของประชาชนในวัยทำงาน เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ที่รู้จักและเคยเปิดรับข่าวสารจากผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ จำนวน 400 คน

ผลการวิจัยพบว่า 1) การเปิดรับข้อมูลจากผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ที่แตกต่างกัน มีผลกระทบต่อทัศนคติของประชาชนในวัยทำงาน แตกต่างกัน 2) การเปิดรับข้อมูลจากผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ที่แตกต่างกัน มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพของประชาชนในวัยทำงาน แตกต่างกัน 3) ทัศนคติต่อผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและ

¹ นักวิจัยอิสระและนักวิชาการด้านการสื่อสาร

(Independent Researcher and Communication Scholar)



สุขภาพทางสื่อออนไลน์เป็นทัศนคติในเชิงบวก และมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพของประชาชนวัยทำงาน และ 4) การเปิดรับข้อมูลจากผู้มีอิทธิพลทางความคิดเห็นด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ และทัศนคติต่อผู้มีอิทธิพลทางความคิดเห็นด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพของประชาชนในวัยทำงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สัมพันธ์เพื่อการทำนาย (R^2) เท่ากับ 0.769

คำสำคัญ ผู้มีอิทธิพลทางความคิด สื่อออนไลน์ พฤติกรรมการออกกำลังกาย การดูแลสุขภาพ

Abstract

This research aims to study: 1) the influence of information exposure to online sports and health influencers on the attitudes of the working-age population; 2) the impact of information exposure to online sports and health influencers on exercise and healthcare behaviors of the working-age population; 3) the correlation between attitudes toward online sports and health influencers, and exercise and healthcare behaviors of the working-age population; and 4) the correlation between information exposure and attitudes toward online sports and health influencers, and the exercise and healthcare behaviors of the working-age population. The research is conducted by a survey using questionnaire as a tool for collecting data from a sample of 400 individuals who are familiar with and have ever exposed to information from online sports and health influencers.

The research findings indicate that 1) different levels of information exposure to online sports and health influencers affect the attitudes of the working-age population differently; 2) different levels of information exposure to online sports and health influencers have an impact on the exercise and healthcare behaviors of the working-age population differently; 3) attitudes toward online sports and health influencers are positive and correlate with the exercise and healthcare behaviors of the working-age population; and 4) the information exposure to online sports and health influencers and attitudes toward such influencers have a statistically significant positive correlation with the exercise and healthcare behaviors of the working-age population, with a multiple regression coefficient (R^2) of 0.769 for prediction.

Keywords: Influencer, Online Media, Exercise Behavior, Healthcare



ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากการสำรวจ 1 ใน 10 เทรนด์สุขภาพคนไทยปี พ.ศ. 2565 ที่ทำการสำรวจโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.) พบว่า ปัจจุบันคนไทยมีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนไป คือ มีลักษณะของการบริโภคที่ขาดสมดุล ส่งผลกระทบต่อสุขภาพ ซึ่งสอดคล้องกับผลการสำรวจเกี่ยวกับพฤติกรรมสุขภาพของประชากร ในปี พ.ศ. 2564 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติที่ได้ทำการสำรวจจาก 84,000ครัวเรือนทั่วประเทศ พบพฤติกรรมของคนไทยที่นิยมรับประทานเป็นประจำ มีความถี่ 3-7 วันต่อสัปดาห์ คือ อาหารไขมันสูง 42% อาหารแปรรูป 39% และเครื่องดื่มเติมน้ำตาลบรรจุขวดที่ไม่มีแอลกอฮอล์ 34% สะท้อนให้เห็นว่าคนไทยมีแนวโน้มเสี่ยงต่อการป่วยโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (NCDs) ในระยะยาว (Hfocus, 2022) จากผลการสำรวจดังกล่าว จะเห็นได้ว่า ทั้งองค์กรภาครัฐและเอกชนได้เล็งเห็นความสำคัญของปัญหานี้และได้ทำการสื่อสารเพื่อรณรงค์ให้คนไทยหันมาออกกำลังกายและดูแลสุขภาพอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นทำการสื่อสารให้คนไทยปรับเปลี่ยนพฤติกรรมรับประทานอาหารซึ่งได้เน้นทำการรณรงค์ผ่านสื่อดั้งเดิม (Traditional Media) เป็นหลัก เช่น โฆษณาทางโทรทัศน์ สปอตทางวิทยุ ป้ายประกาศและแผ่นพับต่างๆ ฯลฯ

ปัจจุบันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเป็นไปอย่างรวดเร็ว เทคโนโลยีสื่อดิจิทัลและระบบอินเทอร์เน็ตได้รับการพัฒนาและได้นำมาใช้ประโยชน์ได้ด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตมากขึ้น โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ (Online Media) ได้เข้ามามีบทบาทในการเชื่อมต่อระหว่างบุคคลที่แทบจะเข้ามามีบทบาทในทุกกิจกรรมในชีวิตประจำวัน จากผลการสำรวจของเว็บไซต์ Datareportal ที่ทำการสำรวจในเดือนมกราคม พ.ศ. 2565 พบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยมีจำนวนทั้งสิ้น 54,500,000 คน (Kemp, 2022) ซึ่ง 10 กิจกรรมออนไลน์ที่เป็นที่นิยมของคนไทยนิยม คือ 1) การปรึกษาและรับบริการทางการแพทย์ มากที่สุด 86.16% เนื่องด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยมีการปรึกษาแพทย์ผ่านทางออนไลน์มากขึ้น 2) เพื่อติดต่อสื่อสาร 65.70% 3) ดูรายการโทรทัศน์/คลิป/ดูหนัง/ฟังเพลง 41.51% 4) ดูถ่ายทอดสดเพื่อซื้อสินค้าและบริการ 34.10% 5) ทำธุรกรรมทางการเงิน 31.29% 6) อ่านโพสต์/ข่าวบทความ 29.51% 7) รับ-ส่งอีเมล 26.62% 8) ซื้อสินค้าผ่านออนไลน์ 24.55% 9) ทำงาน/ประชุมออนไลน์ 20.67% และ 10) เล่นเกมออนไลน์ 18.75% ตามลำดับ (เดลินิวส์ออนไลน์, 2565) จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า คนไทยส่วนใหญ่เข้าถึงและใช้ประโยชน์จากสื่อออนไลน์มากขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากการเป็นผู้เปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อออนไลน์แล้ว ในปัจจุบันยังมีกลุ่มคนที่เปลี่ยนบทบาทจากการเป็นผู้รับสารจากสื่อออนไลน์มาเป็นผู้ที่สร้างสรรค์เนื้อหาผ่านทางสื่อออนไลน์ โดยใช้ประโยชน์จากคุณลักษณะของสื่อออนไลน์ที่ทำให้สามารถสร้างสรรค์เนื้อหาและเผยแพร่ไปยังผู้รับสารจำนวนมากได้ง่ายและสะดวก โดยเนื้อหาในการสื่อสารนั้นหลากหลาย มีวัตถุประสงค์แตกต่างกันออกไป (อาอูน ไทย, 2565) ทั้งนี้ ในปัจจุบันนี้มีผู้มีอิทธิพลทางความคิดที่ผลิตเนื้อหาข่าวสารผ่านทางสื่อออนไลน์สามารถจำแนกตามประเภทของเนื้อหาข่าวสารที่เผยแพร่ได้ 8 ประเภท ได้แก่ 1) สาย Gamers และ Live Streamers 2) สายกีฬาและฟิตเนส 3) Bloggers/Vloggers



4) สายท่องเที่ยว 5) สายความงาม 6) สายแฟชั่น 7) สายครอบครัว และ 8) สายกิน รีวิวอาหาร (Step Academy, 2021) ซึ่งจากปัญหาสุขภาพของคนไทยที่เกิดจากพฤติกรรมการบริโภคที่ขาดสมดุลดังที่กล่าวไปแล้วในช่วงต้นนั้น ส่งผลให้คนไทยมีปัญหาสุขภาพ และเกิดเป็นกระแสทำให้คนไทยในยุคปัจจุบันหันมาเล่นกีฬา ออกกำลังกายและหันมาดูแลสุขภาพของตนเองมากยิ่งขึ้น ทำให้ในปัจจุบันมีบุคคลจำนวนหนึ่ง ซึ่งอาจเป็นนักแสดง ผู้ที่มีชื่อเสียง หรือผู้เชี่ยวชาญทางด้านกีฬาและการดูแลสุขภาพที่มีการนำเสนอข้อมูลจริงที่เกิดจากการศึกษา และเรียนรู้จนมีความเชี่ยวชาญในด้านการเล่นกีฬา การออกกำลังกายและดูแลสุขภาพ นำเสนอข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ด้วยวิธีที่สร้างสรรค์และน่าสนใจอย่างสม่ำเสมอ จนเป็นที่รู้จักและมีผู้ติดตามในสื่อออนไลน์เป็นจำนวนมาก ซึ่งผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพนี้ได้ใช้สื่อออนไลน์เป็นช่องทางในการให้ความรู้ด้านกีฬาเพื่อโน้มน้าวใจ และสร้างแรงบันดาลใจให้กับกลุ่มที่เปิดรับข่าวสารทางสื่อออนไลน์ได้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและหันมาสนใจในการเล่นกีฬา ออกกำลังกายและดูแลสุขภาพมากขึ้น

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงการเปิดรับข้อมูลจากผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ ทักษะติดต่อผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ที่มีแนวโน้มต่อพฤติกรรมการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพของประชาชนในวัยทำงาน เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ในการเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์ และทำการสื่อสารเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนเป็นประโยชน์ต่อเจ้าของตราสินค้าและนักการตลาดในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ วางแผนการนำเสนอผลิตภัณฑ์เสื้อผ้ากีฬา อาหารเสริม อาหารควบคุมน้ำหนัก หรือเครื่องดื่มที่ให้พลังงานก่อนออกกำลังกาย ตลอดจนธุรกิจด้านการบริการสถานที่ออกกำลังกายต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับข้อมูลจากผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ที่ส่งผลต่อทัศนคติของประชาชนในวัยทำงาน
2. เพื่อศึกษาการเปิดรับข้อมูลจากผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพของประชาชนในวัยทำงาน
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ และพฤติกรรมการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพของประชาชนในวัยทำงาน
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูล และทัศนคติต่อผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ และพฤติกรรมการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพของประชาชนในวัยทำงาน



สมมติฐานการวิจัย

1. การเปิดรับข้อมูลจากผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติของประชาชนในวัยทำงาน แตกต่างกัน
2. การเปิดรับข้อมูลจากผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพของประชาชนในวัยทำงาน แตกต่างกัน
3. ทัศนคติต่อผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพของประชาชนในวัยทำงาน
4. การเปิดรับข้อมูลจากผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ และทัศนคติที่มีต่อผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพของประชาชนในวัยทำงาน

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) หมายถึง กลุ่มคนที่อยู่ร่วมกันเป็นสังคม มีการทำกิจกรรมร่วมกันบนอินเทอร์เน็ต โดยเริ่มต้นในรูปแบบของเว็บไซต์และได้แผ่ขยายออกไปเรื่อย ๆ ในรูปแบบอื่น ๆ เป็นเครือข่ายของการสื่อสารข้อมูลขนาดใหญ่ผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งประกอบด้วยเครือข่ายคอมพิวเตอร์จำนวนมาก ทำการเชื่อมโยงแหล่งข้อมูลต่าง ๆ จากทั่วโลกไว้ด้วยกัน ทำให้บุคคลสามารถทำกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งค้นหาข้อมูล แสดงความคิดเห็น และสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ๆ ได้ (Digimusketeers, 2023)

จะเห็นได้ว่า สังคมออนไลน์ทำให้เกิดการสื่อสารแบบสองทาง (Two Way Communication) เนื่องจากผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถทำการโต้ตอบกันได้ทั้งสองทางนี้ อีกทั้งยังเป็นแหล่งทำให้บุคคลที่ชื่นชอบในสิ่งเดียวกันมาอยู่รวมกัน ที่สำคัญคือ ไม่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าสังคมออนไลน์ ทำให้บุคคล องค์กร หรือเจ้าของตราสินค้า นิยมนำมาใช้สังคมออนไลน์เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับแฟนคลับ สมาชิก หรือลูกค้า ซึ่งช่องทางต่าง ๆ ของสังคมออนไลน์เหล่านี้ก็เป็นสิ่งที่ทำให้ผู้มีอิทธิพลทางความคิดในสื่อออนไลน์ถือกำเนิดขึ้นมา

2. แนวคิดเกี่ยวกับผู้มีอิทธิพลทางความคิด Hoyer & Macinnis (1997) กล่าวว่า ผู้นำทางความคิด หมายถึง บุคคลผู้ทำหน้าที่เป็นตัวแทนหรือคนกลางทางข้อมูล (Information Broker) ระหว่างสื่อมวลชนกับความคิดเห็นและพฤติกรรมของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งสามารถเรียกได้อีกอย่างหนึ่งว่า ผู้มีอิทธิพลทางความคิด เนื่องจากผู้นำทางความคิดจะเป็นบุคคลผู้มีความรู้หรือความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ซึ่งสามารถให้ความรู้ ความคิดเห็นและข้อมูลที่น่าเชื่อถือได้



ผู้นำทางความคิดจะปรากฏในทุกระดับชั้นทางสังคม โดยอาจจะเป็นใครก็ได้ เพียงแค่ว่าคุณคนนั้น ๆ ได้มีการทดลองทำอะไรบางอย่างอย่างเป็นบุคคลแรก ๆ แล้วมีการนำมาบอกต่อโดยเล่าจากประสบการณ์ที่ตนได้รับมา ประกอบกับความรู้ และความสนใจในสิ่งนั้น ๆ ที่ตนมีอยู่ เมื่อทำการถ่ายทอดออกมาและเกิดการบอกต่อแบบปากต่อปาก (Word of Mouth) แพร่กระจายออกไปในวงกว้าง เมื่อนั้นบุคคลที่ทำการถ่ายทอดก็จะเป็นผู้นำทางความคิด (Boone & Kurtz, 1995) แต่ก็ได้หมายความว่า บุคคลที่ทดลองในสิ่งใหม่เป็นคนแรกจะกลายเป็นผู้นำทางความคิดได้ทุกคน จะต้องมียุทธศาสตร์ประกอบด้วย ซึ่งบุคคลที่มีอิทธิพลต่อผู้อื่นควรมีลักษณะ ดังนี้

- 1) เป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญ โดยบุคคลนั้น ๆ จะต้องมีความรู้และเชี่ยวชาญในสิ่งที่ตนนำเสนอออกมา
- 2) เป็นผู้ที่มีข้อมูลมาก บุคคลนั้นจะต้องมีรายละเอียดมีข้อมูลที่เชื่อถือได้ในสิ่งที่ตนนำเสนอ และแจ้งให้บุคคลอื่นได้รับทราบข้อมูลนั้นด้วย
- 3) เป็นผู้ที่เปิดโอกาส หมายความว่า แม้ในการนำเสนอจะมีความคิดเห็นของตนอยู่ด้วยก็ตาม แต่บุคคลนั้นจะต้องเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้คิดเปรียบเทียบข้อดีข้อเสียเองด้วย
- 4) เป็นบุคคลที่มีความน่าเชื่อถือ จะต้องสามารถจูงใจให้ผู้อื่นเกิดการคล้อยตามได้ แต่จะต้องอยู่บนบรรทัดฐานและมีความซื่อตรง

3. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ เป็นทฤษฎีที่เน้นความสำคัญของผู้รับสารเป็นหลัก โดยผู้รับสารจะอยู่ในฐานะเป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ (Active Receiver) และเลือกรับข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ตนเองเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ดังนั้น ผู้รับสารแต่ละคนย่อมมีการเลือกใช้ประโยชน์จากสื่อที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับแรงจูงใจและความต้องการของผู้รับสารแต่ละคน

Wenner (1985) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับสาร สามารถวิเคราะห์ออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

- 1) การเลือกรับข่าวสารเพื่อเป็นประโยชน์ในการนำข้อมูลมาเพื่ออ้างอิง เช่น การนำข้อมูลมาเพื่อใช้ในการตัดสินใจ เพื่อควบคุมสถานการณ์ หรือเตรียมความพร้อมเพื่อลงมือปฏิบัติ
- 2) การเลือกรับข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการสร้างสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลและสังคม เพื่อใช้ในการเชื่อมโยงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสังคม เช่น นำข้อมูลไปใช้สนทนากับบุคคลอื่น
- 3) การเลือกรับข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการแสดงเอกลักษณ์ของบุคคลโดยอ้างอิงผ่านตัวบุคคลที่ปรากฏ หรือมีความเกี่ยวข้องกับสื่อ
- 4) การเลือกรับข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการนันทนาการ เพื่อให้รู้สึกผ่อนคลาย เพลิดเพลิน หรือเพื่อปกป้องตนเองในการหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่ไม่พึงปรารถนา



สำหรับในปัจจุบันที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ทำให้บุคคลสามารถเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการได้ง่าย อินเทอร์เน็ตถือว่าเป็นช่องทางหนึ่งที่มีความสำคัญในการเป็นสื่อที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับสารได้เป็นอย่างดี และทำให้พฤติกรรมของผู้รับสารเปลี่ยนไปจากเดิม กล่าวคือ จากที่อยู่ในลักษณะที่เป็นผู้ตาม (Passive Receiver) หรือรอรับสารเพียงอย่างเดียว เปลี่ยนเป็นผู้เลือกรับข่าวสารด้วยตนเอง (Active Receiver)

4. แนวคิดเรื่องทัศนคติ Gibson (2000) กล่าวว่า ทัศนคติ คือ ตัวตัดสินพฤติกรรม ซึ่งมีความรู้สึกทั้งเชิงบวกและลบ เป็นสภาวะจิตใจของบุคคลที่จะส่งผลกระทบต่อ การตอบสนองของบุคคลนั้น ๆ ต่อบุคคลอื่น ๆ ต่อสถานการณ์อื่น ๆ หรือต่อบางสิ่งบางอย่างโดยทัศนคติสามารถเรียนรู้ได้โดยประสบการณ์

Schermerhorn (2000) ทัศนคติ คือ แนวความคิดหรือความรู้สึกที่บุคคลใช้ตอบสนองในเชิงบวกหรือเชิงลบต่อบุคคล หรือสิ่งของ และทัศนคติสามารถที่จะรู้หรือถูกตีความได้จากสภาวะแวดล้อม ทั้งจากพฤติกรรมของบุคคล หรือสิ่งที่แต่ละบุคคลได้พูดออกมาอย่างไม่เป็นทางการ

ดังนั้น ทัศนคติ หมายถึง ความคิดหรือความรู้สึกของบุคคลที่ได้เรียนรู้จากประสบการณ์ ซึ่งส่งผลให้คนมีแนวโน้มของการกระทำหรือการแสดงพฤติกรรมได้หลายรูปแบบ ทั้งชื่นชอบ ไม่ชอบ พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ บุคคลจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อบุคคลอื่น สิ่งของ หรือสถานการณ์ต่างๆทั้งในเชิงบวกและเชิงลบขึ้นอยู่กับสภาวะแวดล้อมและทัศนคติที่บุคคลมีอยู่ก่อนแล้ว

Assael (1998) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเกิดทัศนคติว่า ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ (Learning) และการรับรู้ (Perception) โดยบุคคลได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

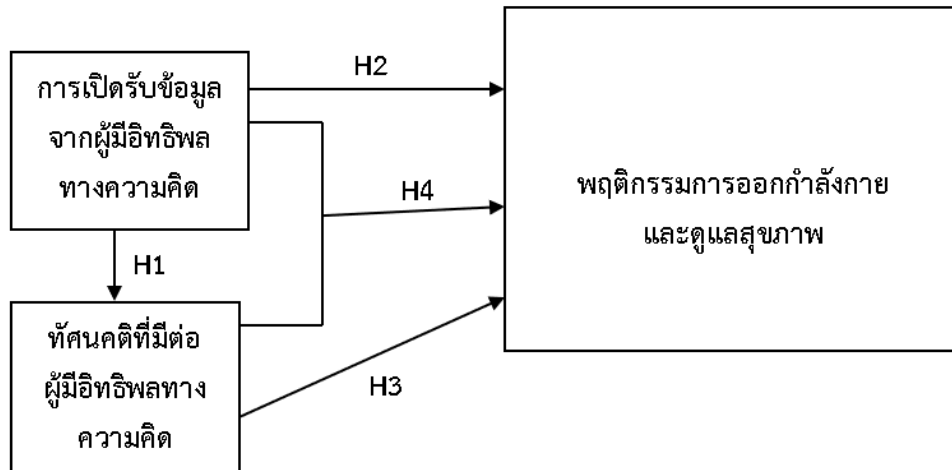
1) ประสบการณ์ส่วนบุคคล (Personal Experience) เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ของบุคคลเป็นประสบการณ์ส่วนตัวทั้งทางตรงและทางอ้อม การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และความต้องการ รวมไปถึงสิ่งจูงใจทางด้านร่างกายและจิตใจ

2) การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นหรือการรวมกลุ่ม (Communication form Others or Group Association) โดยการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นจะทำให้เกิดทัศนคติและการรับข้อมูลข่าวสารจากผู้มีส่วนการรวมกลุ่มจะทำให้ได้รับอิทธิพลจากบุคคลที่อยู่ในกลุ่ม

3) บุคคลที่มีอิทธิพล (Influential Others) จะเป็นบุคคลที่เรามีความเกี่ยวข้องด้วยโดยตรง เช่น เพื่อนฝูงญาติพี่น้องหรืออาจเป็นผู้เชี่ยวชาญ หรือผู้ที่มีความรู้ในเรื่องนั้นๆเช่นผู้นำทางความคิด (Opinion Leader)



กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยแบบสอบถามจะมีส่วนของแบบสอบถามเพื่อคัดเลือกรูปแบบตัวอย่าง (Screening Questionnaire) และแบบสอบถามหลัก (Main Questionnaire)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ทั้งเพศชายและเพศหญิง อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้ข้อมูลจำนวนประชากรจากผลการสำรวจของเว็บไซต์ Datareportal ที่ทำการสำรวจในเดือนมกราคม พ.ศ. 2565 ซึ่งผลการสำรวจพบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยมีจำนวนทั้งสิ้น 54,500,000 คน โดยจะคัดกรองกลุ่มตัวอย่างว่า ต้องเป็นผู้ที่รู้จักและเคยเปิดรับข่าวสารจากผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์

เนื่องจากประชากรในการวิจัยครั้งนี้มีขนาดใหญ่ จำนวนทั้งสิ้น 54,500,000 คน ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดตัวอย่างจากสูตรของ Taro Yamane (1973, อ้างถึงใน ศิริลักษณ์ สุวรรณวงศ์, 2538) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ระดับค่าความคาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกินร้อยละ 5 หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งจากผลการคำนวณตามสูตร จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (n) เท่ากับ 399.99 ตัวอย่าง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้เป็นจำนวน 400 ตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยหลักความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) คือ การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) กล่าวคือ ต้องเป็นผู้ที่รู้จักและเคยเปิดรับข่าวสารจากผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ มีอายุระหว่าง 20-60 ปี โดยก่อนทำ



แบบสอบถามทางผู้วิจัยจะใช้คำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อคัดเลือกรูปแบบตัวอย่างที่มีคุณสมบัติตรงตามที่ต้องการ

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบหาความตรง (Validity) และค่าความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

1. ผู้วิจัยตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ด้วยการนำข้อคำถามต่างๆ ในแบบสอบถามที่ได้พัฒนาขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญทำการพิจารณาความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาในข้อคำถามกับจุดมุ่งหมายของการวิจัย (IOC: Index of item Objective Congruence) รวมทั้งพิจารณาความเหมาะสมของการใช้ภาษาในแต่ละข้อคำถาม โดยผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์จากผู้เชี่ยวชาญด้านนิเทศศาสตร์ จำนวน 3 ท่าน

2. ผู้วิจัยวิเคราะห์ค่าความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาช (Cronbach's Alpha Coefficient) ด้วยการนำแบบสอบถามที่ได้ดำเนินการปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญแล้วไปทดลองใช้กับกลุ่มผู้ที่ผู้รู้จักและเคยเปิดรับข่าวสารจากผู้มีอิทธิพลทางความคิดเห็นด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยแต่มีคุณลักษณะเหมือนกัน โดยจะคัดเลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่าตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป เพราะเป็นข้อคำถามที่มีความน่าเชื่อถือ (Cronbach, 1990) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

2.1 ค่าความเชื่อมั่นของข้อคำถามในแบบสอบถามรวมทั้งฉบับ มีค่าเท่ากับ 0.919

2.2 ค่าความเชื่อมั่นของข้อคำถามเกี่ยวกับทัศนคติของประชาชนในวัยทำงานต่อผู้มีอิทธิพลทางความคิดเห็นด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ ในประเด็นต่างๆ ประกอบด้วย ความชื่นชอบ การยอมรับ ความน่าเชื่อถือ และความพึงพอใจในผู้มีอิทธิพลทางความคิดเห็นด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ มีค่าเท่ากับ 0.899

2.3 ค่าความเชื่อมั่นของข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยในการเกิดพฤติกรรมการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพ และแนวโน้มพฤติกรรมออกกำลังกายและดูแลสุขภาพของประชาชนในวัยทำงานที่มีทัศนคติหรือได้รับอิทธิพลมาจากบุคคล โดยผู้มีอิทธิพลทางความคิดเห็นด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์มีอิทธิพลต่อการเกิดพฤติกรรมการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพของประชาชนในวัยทำงานในระดับสูงหรือต่ำ มีค่าเท่ากับ 0.821

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)



2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่า F-test เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย Chi-Chisquare และสถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อนำมาทดสอบสมมติฐานในงานวิจัยพร้อมกับการวิเคราะห์ระดับความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลจากผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ ทักษะคิด และพฤติกรรมออกกำลังกายและดูแลสุขภาพ รวมถึงการวิจัยเพิ่มเติมด้วยสถิติแบบการหาค่าถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ในการหาค่าความมีอิทธิพลระหว่างตัวแปรทำนายที่มีต่อตัวแปรตาม เพื่อใช้ในการทำนายการเกิดพฤติกรรมออกกำลังกายและดูแลสุขภาพของผู้ที่เปิดรับข้อมูลข่าวสารจากผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ 0.05

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยสามารถสรุปและอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานการวิจัยได้ ดังนี้

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 การเปิดรับข้อมูลจากผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติของประชาชนในวัยทำงาน แตกต่างกัน

จากการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อออนไลน์ ช่วงเวลา ความถี่ และเวลาเฉลี่ยในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพ แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติต่อผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ แตกต่างกัน ดังนั้น จึงเป็นไปตามสมมติฐาน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงการเปรียบเทียบทัศนคติของประชาชนในวัยทำงานต่อผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับข้อมูลจากผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ของประชาชนในวัยทำงาน แตกต่างกัน

สื่อออนไลน์ที่เปิดรับข้อมูลข่าวสาร	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F-value	Sig
เฟซบุ๊กแฟนเพจ (Facebook Fan Page)	193	4.20	0.52	18.451	0.000
ทวิตเตอร์ (Twitter)	25	4.47	0.25		
อินสตาแกรม (Instagram)	21	4.47	0.22		
ยูทูบ (Youtube)	88	3.79	0.55		
บล็อก (Blog)	4	4.55	0.16		
กูเกิลพลัส (Google+)	2	3.25	0.35		
ติ๊กต็อก (TikTok)	23	3.36	0.35		
LINE Official Account	44	4.04	0.49		



ตารางที่ 1 (ต่อ)

ช่วงเวลาในการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F-value	Sig
06.01 - 09.00 น. (ช่วงเช้า)	70	3.43	0.34	30.466	0.000
09.01 - 12.00 น. (ช่วงสาย)	13	3.58	0.62		
12.01 - 15.00 น. (ช่วงบ่าย)	27	4.39	0.52		
15.01 - 18.00 น. (ช่วงเย็น)	48	4.36	0.36		
18.01 - 21.00 น. (ช่วงหัวค่ำ)	182	4.16	0.51		
21.01 - 00.00 น. (ช่วงค่ำ)	54	4.33	0.44		
00.01 - 03.00 น. (ช่วงย่ำรุ่ง)	3	4.36	0.25		
03.01 - 05.00 น. (ช่วงเช้ามืด)	3	4.52	0.15		
ความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F-value	Sig
ทุกวัน	96	4.16	0.54	21.389	0.000
4 - 5 วัน/สัปดาห์	181	4.19	0.50		
2 - 3 วัน/สัปดาห์	101	3.97	0.57		
สัปดาห์ละครั้ง	22	3.29	0.41		
เวลาเฉลี่ยในการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F-value	Sig
น้อยกว่า 15 นาที /ครั้ง	24	3.76	0.65	14.406	0.000
16 - 30 นาที /ครั้ง	196	3.92	0.59		
31 - 45 นาที /ครั้ง	158	4.28	0.45		
46 - 60 นาที /ครั้ง	18	4.39	0.37		
มากกว่าหนึ่งชั่วโมงขึ้นไป /ครั้ง	4	4.48	0.11		

จากตารางที่ 1 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 1 พบว่า การเปิดรับข้อมูลจากผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ของประชาชนในวัยทำงานแตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติต่อผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ แตกต่างกัน เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องทัศนคติของ Assael (1998) ที่ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเกิดทัศนคติว่า บุคคลได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัย คือ ประสบการณ์ส่วนบุคคล (Personal Experience) เกิดขึ้นจากการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ความต้องการ รวมไปถึงสิ่งจูงใจทางด้านร่างกายและจิตใจ



สมมติฐานการวิจัยที่ 2 การเปิดรับข้อมูลจากผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพของประชาชนในวัยทำงานแตกต่างกัน

จากการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อออนไลน์ ช่วงเวลา ความถี่ และเวลาเฉลี่ยในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพ แตกต่างกัน ดังนั้น จึงเป็นไปตามสมมติฐาน ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพ ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับข้อมูลจากผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ของประชาชนในวัยทำงาน แตกต่างกัน

สื่อออนไลน์การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F-value	Sig
เฟซบุ๊กแฟนเพจ (Facebook Fan Page)	193	4.28	0.54	16.390	0.000
ทวิตเตอร์ (Twitter)	25	4.52	0.15		
อินสตาแกรม (Instagram)	21	4.33	0.40		
ยูทูบ (Youtube)	88	3.78	0.62		
บล็อก (Blog)	4	4.21	0.34		
กูเกิลพลัส (Google+)	2	3.00	0.00		
ติ๊กต็อก (TikTok)	23	3.47	0.58		
LINE Official Account	44	4.12	0.47		
ช่วงเวลาในการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F-value	Sig
06.01 - 09.00 น. (ช่วงเช้า)	70	3.43	0.43	29.428	0.000
09.01 - 12.00 น. (ช่วงสาย)	13	3.55	0.62		
12.01 - 15.00 น. (ช่วงบ่าย)	27	4.40	0.48		
15.01 - 18.00 น. (ช่วงเย็น)	48	4.34	0.40		
18.01 - 21.00 น. (ช่วงหัวค่ำ)	182	4.22	0.54		
21.01 - 00.00 น. (ช่วงค่ำ)	54	4.37	0.43		
00.01 - 03.00 น. (ช่วงย่ำรุ่ง)	3	4.67	0.16		
03.01 - 05.00 น. (ช่วงเช้ามืด)	3	4.71	0.14		



ตารางที่ 2 (ต่อ)

ความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F-value	Sig
ทุกวัน	96	4.15	0.55	27.490	0.000
4 - 5 วัน /สัปดาห์	181	4.27	0.50		
2 - 3 วัน /สัปดาห์	101	4.01	0.63		
สัปดาห์ละครั้ง	22	3.19	0.36		
เวลาเฉลี่ยในการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F-value	Sig
น้อยกว่า 15 นาที /ครั้ง	24	3.70	0.68	16.147	0.000
16 - 30 นาที /ครั้ง	196	3.95	0.60		
31 - 45 นาที /ครั้ง	158	4.35	0.47		
46 - 60 นาที /ครั้ง	18	4.39	0.54		
มากกว่าหนึ่งชั่วโมงขึ้นไป /ครั้ง	4	4.43	0.26		

จากตารางที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 2 พบว่า การเปิดรับข้อมูลจากผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพ แตกต่างกัน เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ McComb & Becker (1979) กล่าวว่า เหตุผลที่บุคคลเลือกเปิดรับและใช้ประโยชน์จากสื่อมีความแตกต่างกันออกไป โดยจะขึ้นอยู่กับว่า บุคคลนั้นมีความต้องการหรือแรงจูงใจอย่างไร และจะเลือกใช้สื่ออะไรเพื่อมาตอบสนองความพึงพอใจของตนได้ ดังนั้น การใช้ประโยชน์จากสื่อเกิดขึ้นจากความรู้สึกภายในของบุคคลที่ตอบสนองความต้องการของตนเองส่งผลให้เกิดพฤติกรรมที่ต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 ทศนคติต่อผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพของประชาชนในวัยทำงาน

จากผลการวิจัย พบว่า ทศนคติของประชาชนในวัยทำงานต่อผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพของประชาชนในวัยทำงาน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.871 และมีทิศทางความสัมพันธ์ของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ไปในทิศทางบวก ดังนั้น จึงเป็นไปตามสมมติฐาน ดังตารางที่ 3



ตารางที่ 3 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของประชาชนในวัยทำงานต่อผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ กับพฤติกรรมการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพของประชาชนในวัยทำงาน

ทัศนคติของประชาชนในวัยทำงานต่อผู้มีอิทธิพลทาง ความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์	พฤติกรรมการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพ ของประชาชนในวัยทำงาน	
	r	Sig
	0.871	0.000

จากตารางที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 3 พบว่า ทัศนคติของประชาชนในวัยทำงานต่อผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพของประชาชนในวัยทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องทัศนคติของ Schermerhorn (2000) ที่กล่าวว่า ทัศนคติ คือ ความคิดหรือความรู้สึกของบุคคลที่ได้เรียนรู้จากประสบการณ์ ซึ่งส่งผลให้คนมีแนวโน้มของการกระทำหรือการแสดงพฤติกรรมได้หลายรูปแบบ และยังสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องทัศนคติของ Newstorm & Davis (2002) ที่ได้กล่าวว่า ทัศนคติ คือ ความรู้สึกหรือความเชื่อของบุคคล ซึ่งบุคคลส่วนใหญ่จะใช้ทัศนคติในการตัดสินใจรอบตัว ทั้งสภาพแวดล้อม ความผูกพันในการกระทำ และแนวโน้มของการกระทำจะนำไปสู่พฤติกรรมเช่นใด อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชินดา กิ่งรุ่งเพชร (2561) เรื่อง ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในอินสตาแกรมสำหรับสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่มกับการเปิดรับ ทัศนคติ และพฤติกรรมการตอบสนองของผู้บริโภค ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการตอบสนองของผู้บริโภคที่มีต่อโพสต์ในระดับปานกลาง

สมมติฐานการวิจัยที่ 4 การเปิดรับข้อมูลจากผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ และทัศนคติต่อผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพของประชาชนในวัยทำงาน

จากผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรทำนายที่พบได้ คือ การเปิดรับข้อมูลจากผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ และทัศนคติต่อผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ มีความสัมพันธ์เชิงบวก ($r = 0.877$) กับพฤติกรรมการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพของประชาชนในวัยทำงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สัมพันธ์เพื่อการทำนาย (R^2) เท่ากับ 0.769 ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า การเปิดรับข้อมูลจากผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ และทัศนคติต่อผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ มีอิทธิพลต่อ



พฤติกรรมการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพของประชาชนในวัยทำงาน ได้ร้อยละ 76.9 โดยอีกร้อยละ 23.1 เกิดจากอิทธิพลของปัจจัยอื่น ๆ ดังนั้น จึงเป็นไปตามสมมติฐาน ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลจากผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ และทัศนคติต่อผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ กับพฤติกรรมการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพของประชาชนในวัยทำงาน

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.877	0.769	0.766	0.28791

Predictors (Constant): การเปิดรับข้อมูล, ทัศนคติ

จากตารางที่ 4 สรุปได้ว่า ตัวแปรทำนายการเปิดรับข้อมูลจากผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ และทัศนคติต่อผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพของประชาชนในวัยทำงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนิตา กิ่งรุ่งเพชร (2561) เรื่อง ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในอินสตาแกรมสำหรับสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่มกับการเปิดรับ ทัศนคติ และพฤติกรรมการตอบสนองของผู้บริโภค ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการตอบสนองของผู้บริโภคที่มีต่อโพสต์ในระดับปานกลาง และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัฐญา มหาสมุทร และวรชัย ครุจิต (2559) ที่ได้ศึกษากลยุทธ์การสื่อสารของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในโลกออนไลน์ที่มีผลต่อทัศนคติของกลุ่มผู้ติดตาม โดยสรุปผลการศึกษาเรื่องพฤติกรรมของผู้ติดตามที่ติดตามผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์ และผลกระทบของผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์ที่มีต่อกลุ่มผู้ติดตาม พบว่า ผู้ติดตามเลือกเปิดรับสื่อที่ตนสนใจจากผู้ทรงอิทธิพลที่ตนรู้สึกชื่นชอบและให้ความสนใจ อีกทั้งการมีปฏิสัมพันธ์ร่วม เช่น การพูดคุยแสดงความคิดเห็นในเนื้อหาของผู้ทรงอิทธิพล ก่อให้เกิดความเชื่อใจและไว้วางใจ ซึ่งส่งผลต่อการเกิดการคล้อยตาม นำไปสู่พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการได้

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1.1 การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) โดยใช้แบบสอบถามปลายปิดเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเท่านั้น ซึ่งถ้าในงานวิจัยครั้งต่อไป หากต้องการข้อมูลเชิงลึกจากผู้รู้จักและเคยเปิดรับข่าวสารจากผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ ควรใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การสนทนากลุ่มกับผู้รู้จักและเคยเปิดรับข่าวสาร



จากผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ประกอบด้วย จะทำให้งานวิจัยมีความน่าสนใจ ทำให้ทราบถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพของประชาชนในวัยทำงานที่มีความหลากหลาย และสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการวางแผนสำหรับผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ในการเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์ และทำการสื่อสารเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพให้สามารถเข้าถึงและสามารถเพิ่มจำนวนผู้รับชมให้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น

1.2 การวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ที่รู้จักและเคยเปิดรับข่าวสารจากผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์เท่านั้น ซึ่งในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำการศึกษากับผู้ที่มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ อาจใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกจะทำให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์ขึ้นและเห็นแง่มุมที่หลากหลายจากผู้ส่งสาร นอกเหนือจากผู้รู้จักและเคยเปิดรับข่าวสารจากผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพทางสื่อออนไลน์ที่เป็นผู้รับสารเท่านั้น

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

2.1 จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบการให้ข้อมูลเกี่ยวกับกีฬาและการดูแลสุขภาพในรูปแบบภาพเคลื่อนไหว มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเท่ากับ 4.11 รองลงมา คือ ชื่นชอบการให้ข้อมูลในรูปแบบภาพนิ่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 และชื่นชอบการให้ข้อมูลในรูปแบบตัวอักษร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 โดยผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพ ควรเน้นผลิตเนื้อหาในรูปแบบของภาพเคลื่อนไหวหรือวิดีโอคลิปมากกว่าภาพนิ่งและตัวอักษร เพราะในปัจจุบันผู้เปิดรับข่าวสารนิยมเลือกเปิดรับข่าวสารที่ทันสะดวก และไม่ต้องใช้เวลาในการเปิดรับมากนัก อีกทั้งข้อมูลในรูปแบบภาพเคลื่อนไหวสามารถดึงดูดความสนใจจากผู้รับข่าวสารได้ดีกว่า และสามารถให้รายละเอียดของข้อมูลได้ครบถ้วน แต่ทั้งนี้ก็ไม่ควรละทิ้งการให้ข้อมูลในรูปแบบภาพนิ่งและตัวอักษร ควรทำควบคู่ไปกับการให้ข้อมูลในรูปแบบของภาพเคลื่อนไหวด้วย

2.2 จากผลการวิจัย พบว่า ช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารด้านกีฬาและสุขภาพมากที่สุดคือช่วงเวลา 18.01 - 21.00 น. (ช่วงหัวค่ำ) คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมา คือ ช่วงเวลา 06.01 - 09.00 น. (ช่วงเช้า) คิดเป็นร้อยละ 17.5 และช่วงเวลา 21.01 - 00.00 น. (ช่วงค่ำ) คิดเป็นร้อยละ 13.5 โดยผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพควรเน้นการเผยแพร่เนื้อหาในช่วงเวลาดังกล่าวให้สม่ำเสมอ จะทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้รับสารได้เป็นอย่างดี และอาจนำไปสู่การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสาร และอาจเป็นโอกาสที่จะเพิ่มจำนวนผู้รับชมให้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นด้วย

2.3 จากผลการวิจัย พบว่า เนื้อหาที่กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบ คือ เนื้อหาที่มีการแบ่งปันเคล็ดลับหรือความรู้เกี่ยวกับกีฬาและการดูแลสุขภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ซึ่งผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านกีฬาและสุขภาพควรสอดแทรกเคล็ดลับหรือความรู้ที่เป็นประโยชน์ จะทำให้ดึงดูดความสนใจของผู้รับสารได้มากยิ่งขึ้น ตลอดจนผลการวิจัยยังพบข้อค้นพบที่น่าสนใจด้วยว่า กลุ่มตัวอย่างรู้สึกพึงพอใจที่ผู้มีอิทธิพลทางความคิดเป็น



ผู้ตอบคำถามผู้ติดตามด้วยตนเอง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 โดยผู้มีอิทธิพลทางความคิดควรให้ความสำคัญกับการเข้ามาตอบข้อสงสัย ตอบกลับความคิดเห็นของผู้ติดตามด้วยตนเอง จะทำให้ผู้ติดตามรู้สึกว่ามีค่าใกล้เคียงกับผู้ที่มีอิทธิพลทางความคิด ก่อให้เกิดการมีปฏิสัมพันธ์ร่วม นำไปสู่การเกิดความเชื่อใจและไว้วางใจ ซึ่งส่งผลต่อการเกิดการคล้อยตาม นำไปสู่พฤติกรรมการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพ ตลอดจนนำไปสู่พฤติกรรม การตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการตามเนื้อหาที่นำเสนอในอนาคตได้ต่อไป

บรรณานุกรม

- กิตติยา สุริวรรณ, พิชามน พวงสุวรรณ, และอรุณี จุลิมาศาสตร์. (2559). ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด ผู้บริโภค และตราสินค้า. *วารสารการสื่อสารและการจัดการนิต้า*, 2, 79-96.
- ชนิดา กิ่งรุ่งเพชร. (2561). ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในอินสตาแกรมสำหรับสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่มกับการเปิดรับ ทศนคติและพฤติกรรม การตอบสนองของผู้บริโภค [วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย].
- ณัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง. (2556). ถอดรหัส “อิทธิพล” ของ INFLUENCER ในมิติที่มากกว่าแค่ FAN/FOLLOWER. <https://www.nuttapuch.com/decoding-influence-social-capital/>
- เดลินิวส์ออนไลน์. (2022). เจาะลึกพฤติกรรมคนไทย? ในวันที่ชาตินเตอร์เน็ตไม่ได้!! <https://www.dailynews.co.th/news/1406853/>
- ปนัดดา เชนเชวนิช. (2556). การสื่อสารของผู้มีอิทธิพลด้านความงามทางสื่อออนไลน์ และการเปิดรับข้อมูล ทศนคติ และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของผู้บริโภค [วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย].
- ภัสสร ปราชญากุล. (2554). กลยุทธ์การกำหนดเอกลักษณ์และการสื่อสารตราสินค้าบุคคลของผู้มีอิทธิพลออนไลน์ไทยผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ [วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย].
- รัฐยา มหาสมุทร, วรัชญ์ ครุจิต. (2559). กลยุทธ์การสื่อสารของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในโลกออนไลน์ที่มี ผลต่อทัศนคติของกลุ่มผู้ติดตาม. *วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรม นิต้า*, 2(1), 81-106.
- ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และอัจฉรา ชำนิประศาสน์. (2547). ระเบียบวิธีการวิจัย. พิมพ์ดีการพิมพ์.
- ศิริลักษณ์ สุวรรณวงศ์. (2538). ทฤษฎีและเทคนิคการสุ่มตัวอย่าง. โอเดียนสโตร์.
- อารีรัตน์ สุขอมรัตน์. (2555). ความเป็นผู้นำทางความคิดของบล็อกเกอร์ด้านความงามกับการรับรู้ ทศนคติ และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ด้านความงามของผู้บริโภค [วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย].
- อาอุน ไทย. (2565). *Marketing blog: Content Marketing คืออะไร? ใช้กลยุทธ์ทำคอนเทนต์อย่างไรให้ปัง.* <https://seo-web.aun-thai.co.th/blog/marketing-blog-content-marketing>



- Assael, H. (1998). *Consumer behavior and marketing action*. South-Western College Publishing.
- Boone, L. E., & Kurtz, D. L. (1995). *Contemporary marketing plus*. The Dryden Press.
- Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of psychological testing* (5th ed.). Harper Collins Publishers.
- Digimusketeers. (2023). สื่อออนไลน์ หมายถึงอะไร มีกี่ประเภท มีข้อดี-ข้อเสียอะไรบ้าง.
<https://digimusketeers.co.th/blogs/สื่อออนไลน์-หมายถึงอะไร>
- Gibson, J. R. (2000). *Organizations behavior* (7th ed.). Irwin.
- Hfocus. (2022). สสส.เผยสถานการณ์หลังโควิด กระทบการกินคนไทยขาดสมดุล อาหารไขมันท่วม.
<https://www.hfocus.org/content/2022/05/25135>
- Hoyer, W. D., & MacInnis, D. J. (1997). *Consumer behavior*. Houghton Mifflin.
- Kemp, S. (2021). *Digital 2022: Thailand*. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-thailand>
- McCombs, M. E., & Becker, L. B. (1979). *Using mass communication*. Prentice Hall.
- Newstorm, W. J., & Davis, K. (2002). *Organization behavior*. McGraw Hill.
- Schermerhorn, J. R. (2000). *Management* (7th ed.). John Wiley & Sons.
- Step Academy. (2021). รู้จักกับ Influencer ทั้ง 12 ประเภท เพื่อทำการตลาดให้ตอบโจทย์กับ
กลุ่มเป้าหมาย. <https://stepstraining.co/content/12-typtes-of-influencer>.
- Wenner, L. A. (1985). *The nature of gratifications*. In *Media gratifications research: Current perspective*. Sage.



Received: February 14, 2025

Revised: February 28, 2025

Accepted: March 01, 2025

การเรียนรู้ตามสภาพจริงของนักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต
ในการบูรณาการการเรียนการสอนร่วมกับกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
Experiential Learning of Bachelor of Communication Arts Students
in Integrating Teaching and Learning with the Thai Media Fund

ชินีเพ็ญ มะลิสุวรรณ (Chineephen Malisuwana)¹

E-mail: chineephen.s@yru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยปฏิบัติการในชั้นเรียนเรื่องการเรียนรู้ตามสภาพจริงของนักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตในการบูรณาการการเรียนการสอนร่วมกับกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์กลุ่มนักศึกษาตามความถนัดสำหรับการเรียนรู้ตามสภาพจริงของนักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตในการบูรณาการการเรียนการสอนร่วมกับกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ 2) เรียนรู้ตามสภาพจริงของนักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตในการบูรณาการการเรียนการสอนร่วมกับกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ และ 3) นำเสนอผลลัพธ์ที่ได้จากการเรียนรู้ตามสภาพจริงของนักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตในการบูรณาการการเรียนการสอนร่วมกับกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ทั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเฉพาะเจาะจง คือ นักศึกษาในรายวิชาการสื่อสารเพื่อการพัฒนาชายแดนใต้ จำนวน 25 คน ใช้วิธีการสนทนากลุ่ม และการสังเกต แบ่งตามบทบาทหน้าที่ของนักศึกษาในการเรียนรู้ตามสภาพจริง และผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตสื่อ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านนิเทศศาสตร์ จำนวน 3 คน โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการพรรณนาวิเคราะห์ ตรวจสอบข้อมูลผ่านเทคนิควิธีการตรวจสอบสามเส้า

¹ หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ธุรกิจและนวัตกรรมการสื่อสาร คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

(Bachelor of Communication Arts Program Department of Business Communication and Communication Innovation Faculty of Management Science Yala Rajabhat University)



ผลการวิจัย พบว่า การเรียนรู้ตามสภาพจริงของนักศึกษาผ่านการบูรณาการการทำงานร่วมกันกับหน่วยงานภายนอก ควรเริ่มต้นจากความยืดหยุ่นด้านรายวิชาและการกำหนดระยะเวลาในการปฏิบัติงานจริงของนักศึกษา โดยผู้สอนควรมีเทคนิควิธีการสอนที่หลากหลายในห้องเรียนเพื่อให้ นักศึกษาสามารถนำแนวคิดหลักการ ทฤษฎีมาปฏิบัติใช้ได้จริง ซึ่งก่อนการเรียนรู้ตามสภาพจริง ผู้สอนควรวิเคราะห์ความถนัดของนักศึกษาเพื่อให้ผู้เรียนมีความสุขกับการทำงานและสามารถนำความรู้ที่มี ทักษะที่มี รวมไปถึงความชอบส่วนตัวไปประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติงานจริง ผ่านการบูรณาการกับหน่วยงานภายนอกตามศาสตร์ที่ศึกษามา เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม อาทิ หลักสูตร ผู้สอน นักศึกษา รวมไปถึงสถานประกอบการ หรือหน่วยงานภายนอก

คำสำคัญ การเรียนรู้ตามสภาพจริง หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต การบูรณาการการเรียนการสอน
กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

Abstract

This classroom action research on experiential learning among students in the Bachelor of Communication Arts program, integrating teaching and learning with the Thai Media Fund, aims to: (1) analyze student groups based on their aptitudes for authentic learning in the Communication Arts program through the integration of teaching and learning with the Thai Media Fund; (2) explore the authentic learning experiences of students in this program through such integration; and (3) present the outcomes of authentic learning for Communication Arts students within this integrated approach. The research employed a qualitative methodology, selecting key informants through purposive sampling. The participants included 25 students enrolled in the course “Communication for Development in the Southern Border”, who were engaged through focus group discussions and observations based on their roles in the authentic learning process. Additionally, three media production experts and communication scholars were interviewed in-depth. Data were analyzed using descriptive analysis and triangulation techniques for validation.

The findings reveal that authentic learning experiences for students, facilitated through collaboration with external organizations, should begin with flexibility in course structures and work schedules. Instructors should employ diverse teaching strategies in the classroom to help



students effectively apply concepts, principles, and theories in real-world practice. Prior to engaging in authentic learning, instructors should assess students' aptitudes to ensure they enjoy their work and can integrate their knowledge, skills, and personal interests into practical applications. This integration with external organizations, aligned with their field of study, helps address the needs of all stakeholders, including academic programs, instructors, students, and external organizations or workplaces.

Keywords: Authentic Learning, Communication Arts Program, Integration of Teaching and Learning, Thai Media Fund

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีและสื่อมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การเรียนรู้ตามสภาพจริง (Experiential Learning) ได้รับความสนใจมากขึ้น เนื่องจากเป็นวิธีการเรียนรู้ที่เน้นการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง ซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็นในการเตรียมนักศึกษาให้พร้อมต่อการเผชิญกับสถานการณ์จริงในโลกการทำงานที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา การเรียนรู้ตามสภาพจริงถือเป็นกระบวนการที่ผู้เรียนมีส่วนร่วมโดยตรงในการปฏิบัติหรือทำกิจกรรมจริงที่มีลักษณะใกล้เคียงกับสถานการณ์ในโลกจริง ซึ่งแตกต่างจากการเรียนรู้ในห้องเรียนที่ใช้เพียงการฟังบรรยายหรือการอ่านหนังสือเท่านั้น ตัวอย่างเช่น การทำโครงการที่ต้องแก้ปัญหาจริง การทำงานร่วมกับผู้มีประสบการณ์ หรือการผลิตสื่อที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ (Kolb, 2015) การเรียนรู้ตามสภาพจริงช่วยให้นักศึกษาสามารถพัฒนาทักษะหลายด้าน เช่น การคิดวิเคราะห์ การแก้ปัญหา การทำงานร่วมกับผู้อื่น และการนำทฤษฎีที่ได้เรียนรู้มาประยุกต์ใช้ในสถานการณ์จริง ซึ่งทักษะเหล่านี้เป็นสิ่งสำคัญในโลกที่เต็มไปด้วยการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและการสื่อสาร (Beard & Wilson, 2006) ในขณะเดียวกัน การเรียนรู้ตามสภาพจริงยังส่งผลให้ผู้เรียนสามารถปรับตัวและเรียนรู้จากประสบการณ์โดยตรง ซึ่งมีประสิทธิภาพในการพัฒนาองค์ความรู้และทักษะที่ลึกซึ้งมากขึ้น ทั้งนี้ นักศึกษาจะสามารถต่อยอดความรู้จากการทำงานจริง และมักจะได้รับข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญเพื่อพัฒนาทักษะการทำงานของตนให้ดีขึ้น นอกจากนี้ การเรียนรู้ตามสภาพจริงในปัจจุบันยังเป็นการเตรียมความพร้อมให้กับนักศึกษาในแง่ของการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วในด้านเทคโนโลยีและสื่อ เพราะในการศึกษาเหล่านี้ผู้เรียนต้องใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีที่ทันสมัยที่เกี่ยวข้องกับสายงานหรือสาขาวิชาของตน การเรียนรู้ที่เกิดจากประสบการณ์นี้สามารถปรับใช้ได้จริงในโลกการทำงานที่มีความท้าทายและความไม่แน่นอนสูงขึ้นทุกวัน (ศิริประเสริฐศักดิ์ และคณะ, 2566; สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2564; น้ำฝน แหวนเงิน, 2567)



ความต้องการนักนิเทศศาสตร์ ได้ขยายวงในการทำงานในสังคมที่มากกว่าเดิม ทั้งงานด้านราชการ เอกชน องค์กรสื่อ องค์กรธุรกิจ งานวิชาการ งานส่งเสริมการตลาด งานภาคบันเทิง และอื่น ๆ ที่มีความสำคัญ และเป็นที่ต้องการขององค์กรทุกประเภทเป็นอย่างมาก สอดคล้องกับข้อมูลของ ศาสตราจารย์ ดร.วิเลิศ ภูริวัชร อธิการบดีจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย แลงข้อมูลรายงาน “Future of Jobs 2025” ซึ่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเป็นตัวแทนหนึ่งเดียวในประเทศไทยร่วมกับ World Economic Forum ในการเสนอแนวทาง เพื่อรับมือการเปลี่ยนแปลงของตลาดแรงงานในระหว่างปี 2568 - 2573 โดยพบว่า การผสมผสานเทคโนโลยีใหม่ ๆ ให้เข้ากับการทำงานเชื่อมโยงเทคโนโลยีล้ำสมัยเพื่อสร้างนวัตกรรมที่เพิ่มคุณค่าและความสามารถในการแข่งขันเป็นหนึ่งในกลยุทธ์สำคัญที่เชื่อมโยงกับศาสตร์ด้านนิเทศศาสตร์ (วิเลิศ ภูริวัชร, 2568) ทั้งนี้ หลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับด้านนิเทศศาสตร์ควรเน้นความเข้าใจในการดำเนินการวางระบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ตั้งแต่การออกแบบ ความคิดสร้างสรรค์ การวางแผนกลยุทธ์ และวิธีการใช้สื่อต่าง ๆ เช่น สื่อวิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง สื่อใหม่ รวมไปถึงการใช้ถ้อยคำ ภาษา และการสื่อความหมายที่เหมาะสม ตลอดจนมีความเข้าใจจริงต่อภารกิจในการสื่อสารขององค์กร สื่อสารมวลชน การประชาสัมพันธ์และการโฆษณาเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ โดยปรับได้กับบริบททางสังคมอย่างมีความรับผิดชอบและจริยธรรม (คณะกรรมการปรับปรุงหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต, 2568) ซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคมและจริยธรรมเหล่านี้ สอดคล้องกับพันธกิจของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

ทั้งนี้ หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา มุ่งเน้นการพัฒนาทักษะและความรู้ที่จำเป็นสำหรับการทำงานของนักศึกษา โดยมีการบูรณาการการเรียนการสอนกับกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ เพื่อเสริมสร้างทักษะการสื่อสารที่มีจริยธรรมและสร้างสรรค์ ซึ่งกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อและการสร้างสรรค์สื่อ การบูรณาการนี้ไม่เพียงแต่ช่วยให้นักศึกษามีความรู้และทักษะในการสร้างสื่อที่มีคุณภาพและสร้างสรรค์ แต่ยังเสริมสร้างการรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการผลิตสื่อ และการตระหนักถึงผลกระทบของสื่อที่สามารถส่งผลต่อสังคมและวัฒนธรรม โดยการเรียนรู้จากประสบการณ์จริงจะช่วยให้นักศึกษาพัฒนาความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้เชี่ยวชาญและใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการผลิตสื่อที่เหมาะสมและมีคุณภาพ

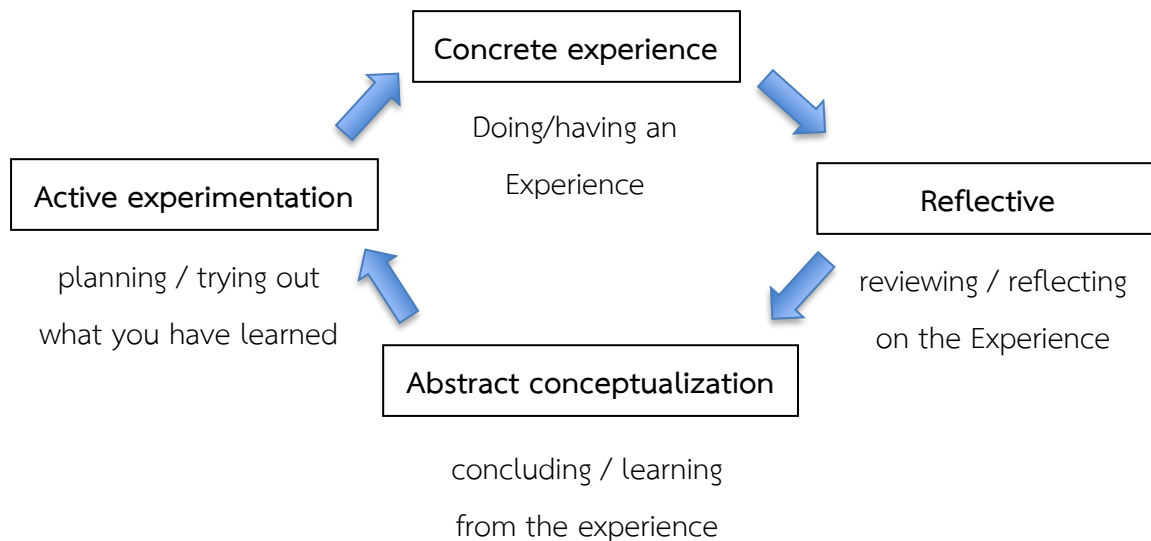
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์กลุ่มนักศึกษาตามความถนัดสำหรับการเรียนรู้ตามสภาพจริงของนักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตในการบูรณาการการเรียนการสอนร่วมกับกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
2. เพื่อเรียนรู้ตามสภาพจริงของนักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตในการบูรณาการการเรียนการสอนร่วมกับกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์



3. เพื่อนำเสนอผลลัพธ์ที่ได้จากการเรียนรู้ตามสภาพจริงของนักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตในการบูรณาการการเรียนการสอนร่วมกับกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ที่มา: Kolb's Experiential Learning Cycle (Kolb, D. A.,1984)

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยปฏิบัติการในชั้นเรียนเรื่องการเรียนรู้ตามสภาพจริงของนักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตในการบูรณาการการเรียนการสอนร่วมกับกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ มีขอบเขตด้านเนื้อหาในการศึกษา ประกอบด้วย 1) วิเคราะห์กลุ่มนักศึกษาตามความถนัดสำหรับการเรียนรู้ตามสภาพจริงของนักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตในการบูรณาการการเรียนการสอนร่วมกับกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ 2) เรียนรู้ตามสภาพจริงของนักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตในการบูรณาการการเรียนการสอนร่วมกับกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ และ 3) นำเสนอผลลัพธ์ที่ได้จากการเรียนรู้ตามสภาพจริงของนักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตในการบูรณาการการเรียนการสอนร่วมกับกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์



2. ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลัก ประกอบด้วย นักศึกษาในรายวิชาการสื่อสารเพื่อการพัฒนาชายแดนใต้ จำนวน 25 คน และผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตสื่อ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านนิเทศศาสตร์ จำนวน 3 คน รวมทั้งสิ้น 28 คน

3. ขอบเขตด้านพื้นที่

จังหวัดยะลา และจังหวัดปัตตานี

นิยามศัพท์

การเรียนรู้ตามสภาพจริง หมายถึง แนวทางการศึกษาโดยการให้นักศึกษาในรายวิชาการสื่อสารเพื่อการพัฒนาชายแดนใต้ ได้มีโอกาสเรียนรู้จากประสบการณ์จริงในสภาพแวดล้อมที่ใกล้เคียงกับการทำงานด้านนิเทศศาสตร์ที่พวกเขาจะเผชิญในชีวิตจริง ซึ่งเน้นการเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติ การนำทฤษฎีไปใช้ในสถานการณ์จริง และการแก้ปัญหาจริงผ่านการบูรณาการการทำงานร่วมกับกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

การบูรณาการการเรียนการสอน หมายถึง การนำเอาเนื้อหาจากรายวิชาการสื่อสารเพื่อการพัฒนาชายแดนใต้กับกิจกรรมการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์มาสร้างการเรียนรู้ที่ให้ผู้เรียนสามารถมองเห็นความเชื่อมโยงระหว่างความรู้ที่เรียนกับการปฏิบัติงานจริง

ผลลัพธ์ที่ได้จากการเรียนรู้ตามสภาพจริง หมายถึง ผลการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นจากการศึกษาและฝึกปฏิบัติในสถานการณ์ที่ใกล้เคียงกับการทำงานด้านนิเทศศาสตร์ผ่านการบูรณาการร่วมกับกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. อาจารย์ผู้สอนในศาสตร์ด้านนิเทศศาสตร์สามารถนำข้อค้นพบจากงานวิจัยไปใช้ในการจัดการเรียนการสอนได้

2. หลักสูตรสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้มาจัดกระบวนการเรียนการสอนในลักษณะการเรียนรู้ตามสภาพจริงร่วมกับการบูรณาการการทำงานกับหน่วยงานภายนอกเพื่อให้ผู้เรียนเกิดทักษะในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้จริง



วิธีการวิจัย

รูปแบบการวิจัย ในการดำเนินการศึกษาวิจัยผู้วิจัยได้เลือกวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยเลือกแบบเจาะจง รวมทั้งสิ้น 28 คน ได้แก่

1. นักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต ซึ่งเป็นนักศึกษาทั้งหมดในรายวิชาการสื่อสารเพื่อการพัฒนาชายแดนใต้ เนื่องจากผลลัพธ์ทางการเรียนรู้มีผลกระทบต่อการผลิตผลงานสร้างสรรค์ คุณธรรม จริยธรรมที่ส่งผลกระทบต่อผู้รับสารในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ จำนวนทั้งสิ้น 25 คน

2. ผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตสื่อ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านนิเทศศาสตร์ โดยพิจารณาจากรางวัลที่ได้รับและประสบการณ์การทำงาน จำนวน 3 คน

เครื่องมือที่ใช้วิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง แบบสนทนากลุ่ม และแบบสังเกต โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่านในการตรวจสอบเครื่องมือ

1. **แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง** ประกอบด้วย 4 ตอน คือ 1) ข้อมูลทั่วไป 2) การวิเคราะห์กลุ่มนักศึกษาตามความถนัดสำหรับการเรียนรู้ตามสภาพจริงของนักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตในการบูรณาการการเรียนการสอนร่วมกับกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ 3) ผลลัพธ์ที่ได้จากการเรียนรู้ตามสภาพจริงของนักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตในการบูรณาการการเรียนการสอนร่วมกับกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ และ 4) ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ในการจัดการเรียนการสอนเพื่อการเรียนรู้ตามสภาพจริง

2. **แบบสนทนากลุ่ม** ประกอบด้วย 3 ตอน คือ 1) ข้อมูลทั่วไป 2) เรียนรู้ตามสภาพจริงของนักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตในการบูรณาการการเรียนการสอนร่วมกับกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ และ 3) ข้อเสนอแนะอื่นๆ ในการจัดการเรียนการสอนเพื่อการเรียนรู้ตามสภาพจริง

3. **แบบสังเกต** ซึ่งมีรายละเอียดการสังเกตพฤติกรรมนักศึกษาที่เกี่ยวข้องกับ 1) การวิเคราะห์กลุ่มนักศึกษาตามความถนัดสำหรับการเรียนรู้ตามสภาพจริงของนักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตในการบูรณาการการเรียนการสอนร่วมกับกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ 2) การเรียนรู้ตามสภาพจริงของนักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตในการบูรณาการการเรียนการสอนร่วมกับกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ และ 3) ผลลัพธ์ที่ได้จากการเรียนรู้ตามสภาพจริงของนักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตในการบูรณาการการเรียนการสอนร่วมกับกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และการสังเกต โดยมีการติดต่อผู้ให้ข้อมูลหลัก เพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูลวิจัยและแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยในเบื้องต้น จัดเตรียมประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่มกับผู้ให้ข้อมูล



หลัก พร้อมทั้งนัดวัน เวลา และสถานที่ในการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่ม โดยขออนุญาตบันทึกเสียงในระหว่างการสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม และจดบันทึกข้อมูล ทั้งนี้ใช้เวลาในการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลประมาณ 3 ชั่วโมงต่อคน และการสังเกตผ่านกระบวนการจัดการเรียนการสอน รวมไปถึงการปฏิบัติจริงของผู้ให้ข้อมูล หลักระหว่างกิจกรรมที่บูรณาการร่วมกันกับกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และการสังเกต ซึ่งให้ความสำคัญกับมุมมองของผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยใช้วิธีการพรรณนาวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ ตามประเด็นเนื้อหาที่ศึกษา แบ่งแยกเป็นกลุ่มตามเนื้อหา ตัวแปร และประเด็นหลักตามที่กำหนด คัดสรรข้อมูลที่ต้องการ และนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาทำการวิเคราะห์ สังเคราะห์ เพื่อนำไปสู่ข้อสรุปพร้อมข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัย

การวิจัยปฏิบัติการในชั้นเรียนเรื่อง “การเรียนรู้ตามสภาพจริงของนักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตในการบูรณาการการเรียนการสอนร่วมกับกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์” มีผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 การวิเคราะห์กลุ่มนักศึกษาตามความถนัดสำหรับการเรียนรู้ตามสภาพจริงของนักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตในการบูรณาการการเรียนการสอนร่วมกับกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

การศึกษาความสามารถและทักษะของนักศึกษาผ่านการวิเคราะห์นักศึกษาจากผลการเรียนรู้ด้านความสามารถในการผลิตเนื้อหา การใช้เทคโนโลยี ทักษะการทำงานกลุ่ม รวมไปถึงการสัมภาษณ์เพื่อทำความเข้าใจความสนใจส่วนบุคคล เช่น การผลิตสื่อดิจิทัล การสื่อสารผ่านสื่อมวลชน การสร้างสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ และการสังเกตการทำงานกลุ่ม ผ่านการดูแลกระบวนการทำงานกลุ่มเพื่อวัดทักษะนักศึกษา เช่น การเป็นผู้นำกลุ่ม การประสานงาน หรือการเสนอความคิดเห็น ทั้งนี้จากการวิเคราะห์กลุ่มนักศึกษาตามความถนัด พบว่า สามารถจัดประเภทนักศึกษาออกเป็น 4 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มนักแสดง 2) กลุ่มผู้กำกับ ติดต่อประสานงาน 3) กลุ่มผลิตเนื้อหา และ 4) กลุ่มถ่ายทำและตัดต่อ

วัตถุประสงค์ที่ 2 การเรียนรู้ตามสภาพจริงของนักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตในการบูรณาการการเรียนการสอนร่วมกับกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

1. กลุ่มนักแสดง

จากการศึกษา พบว่า นักศึกษาจะได้รับหน้าที่ในการแสดงบทบาทตามที่กำหนดในโครงการของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ซึ่งมีเนื้อหาในการนำเสนอเกี่ยวกับกลุ่มเด็กกำพร้าในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ในหลายบทบาท อาทิ เด็กกำพร้าจากสถานการณ์ความไม่สงบ คนในครอบครัวของเด็ก



กำพริ้ว เพื่อนที่กำพริ้ว โดยนักศึกษาจะได้ฝึกทักษะด้านการแสดง การสื่อสารผ่านร่างกาย และการแสดงออกทางอารมณ์ รวมถึงการฝึกการทำงานเป็นทีมในขณะถ่ายทำ ผ่านการบูรณาการในการสร้างสื่อที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์ การแสดงที่มีคุณค่าทางสังคม โดยเน้นการถ่ายทอดข้อความที่เหมาะสมและมีประโยชน์ต่อสังคม



ภาพที่ 2 นักศึกษาในการเรียนรู้ตามสภาพจริงบทบาทนักแสดง

2. กลุ่มผู้กำกับ ติดต่อ ประสานงาน

จากการศึกษา พบว่า นักศึกษาจะรับผิดชอบในการกำกับแสดง การกำกับการถ่ายทำ รวมถึงการติดต่อประสานงานกับฝ่ายต่าง ๆ เช่น การติดต่อกับนักแสดง ผู้ผลิตเนื้อหา หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสื่อ ส่งผลให้เกิดทักษะในการบริหารจัดการการผลิตสื่อ การวางแผนและการตัดสินใจในสถานการณ์ต่าง ๆ รวมถึงการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในการประสานงานทั้งในและนอกสถานที่ถ่ายทำ เกิดการบูรณาการ การนำความรู้ในการกำกับและประสานงานมาประยุกต์ใช้ในการสร้างสื่อที่มีความปลอดภัย สร้างสรรค์ และสอดคล้องกับเป้าหมายของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์



ภาพที่ 3 นักศึกษาในการเรียนรู้ตามสภาพจริงบทบาทผู้กำกับ ติดต่อ ประสานงาน

3. กลุ่มผลิตเนื้อหา

จากการศึกษา พบว่า นักศึกษาจะทำหน้าที่ในการผลิตเนื้อหาสื่อ ประกอบด้วย การเขียนบท การตั้งชื่อตัวละคร การตั้งชื่อเรื่อง การสร้างคอนเทนต์ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ รวมถึง การตรวจสอบความถูกต้องและความเหมาะสมของเนื้อหาเพื่อนำไปผลิต ผ่านการพัฒนาทักษะการเขียน การสร้างสรรค์เนื้อหาที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย การทำงานร่วมกับทีมงานในการสร้างเนื้อหาที่สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการบูรณาการการสร้างเนื้อหาที่มีคุณค่าทางสังคมและตอบโจทย์ความต้องการของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ รวมถึงการส่งเสริมคุณค่าทางการศึกษาและสังคม



ภาพที่ 4 นักศึกษาในการเรียนรู้ตามสภาพจริงบทบาทผู้ผลิตเนื้อหา

4. กลุ่มถ่ายทำและตัดต่อ

จากการศึกษา พบว่า นักศึกษาจะมีหน้าที่ในการถ่ายทำสื่อ การใช้อุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น กล้องถ่ายภาพ แสง สี และเสียง รวมถึงการตัดต่อและแก้ไขวิดีโอให้มีความสมบูรณ์ตามที่ต้องการ เกิดทักษะการเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีการถ่ายทำและการตัดต่อ การปรับแต่งและทำงานกับเครื่องมือทางเทคนิคต่าง ๆ ร่วมกับทีมผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตสื่อในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ เพื่อให้สื่อมีคุณภาพทั้งในด้านภาพและเสียงผ่านการบูรณาการการทำงานด้านการผลิตสื่อที่มีความปลอดภัยและสร้างสรรค์ โดยใช้เทคโนโลยีในการทำงานที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสม



ภาพที่ 5 นักศึกษาในการเรียนรู้ตามสภาพจริงบทบาทผู้ถ่ายทำและตัดต่อ



วัตถุประสงค์ที่ 3 ผลลัพธ์ที่ได้จากการเรียนรู้ตามสภาพจริงของนักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตในการบูรณาการการเรียนการสอนร่วมกับกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

1. ทักษะการประยุกต์ใช้ทฤษฎีสู่การปฏิบัติ

จากการศึกษา พบว่า นักศึกษาสามารถนำองค์ความรู้ที่รับฟังจากการบรรยายและการฝึกปฏิบัติในห้องเรียนมาประยุกต์ใช้จริง เช่น ทฤษฎีการสื่อสาร การผลิตเนื้อหา การเขียนบท การตัดต่อ เป็นต้น ซึ่งผู้สอนวัดจากการเลือกเครื่องมือ เทคนิค และกระบวนการที่เหมาะสมในการประยุกต์ใช้ของนักศึกษา เพื่อให้สามารถนำไปใช้ในทางปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การเลือกใช้แนวคิดการสื่อสารเพื่อสร้างสื่อที่มีคุณค่า และส่งผลกระทบเชิงบวกต่อกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะกลุ่มเด็กกำพร้าในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้

2. ทักษะการทำงานร่วมกับผู้อื่น

จากการศึกษา พบว่า เมื่อมีการเรียนรู้ในสภาพจริง ผู้เรียนจะได้ฝึกการทำงานร่วมกับผู้อื่นในลักษณะของการทำโครงการร่วมกัน ซึ่งช่วยพัฒนาทักษะการสื่อสาร การประสานงาน และการทำงานเป็นทีม เกิดการพัฒนาทักษะการสื่อสารที่ดีเพื่อให้เกิดการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ การสื่อสารต้องเป็นไปอย่างชัดเจน เปิดเผย และมีความเข้าใจในเนื้อหาที่กล่าวถึงรวมถึงการฟังอย่างตั้งใจ (active listening) เพื่อให้เข้าใจข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้อื่น นอกจากนั้นทีมที่มีสมาชิกหลากหลายมักมีมุมมองที่แตกต่างกัน ซึ่งการเคารพความคิดเห็นของผู้อื่นและใช้ความหลากหลายนี้ให้เกิดประโยชน์จะทำให้ทีมสามารถพัฒนาแนวคิดใหม่ๆ และแนวทางที่สร้างสรรค์

3. ทักษะการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า

จากการศึกษา พบว่า ช่วงการถ่ายทำส่งผลให้ต้องเปลี่ยนตัวนักแสดง เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 นักศึกษาจึงต้องหาวิธีการแก้ปัญหาในการหาตัวนักแสดงมาให้ทันตามกำหนดเวลาในการถ่ายทำ รวมไปถึงเมื่อโปรเจกต์ไม่ได้ตามกำหนดเวลา นักศึกษาต้องระบุว่าปัญหามาจากอะไร เช่น ขาดการวางแผนที่ดี หรือทรัพยากรไม่เพียงพอ นอกจากนั้นเมื่อเกิดปัญหาในช่วงการถ่ายทำต้องตัดสินใจว่าจะหยุดและแก้ไขปัญหานั้นที่หรือหาทางเลือกอื่นในการแก้ไขโดยไม่หยุดถ่ายทำ เนื่องจาก การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้ามักต้องใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในขณะนั้น ไม่ว่าจะเป็นบุคคล ความรู้ หรือเครื่องมือที่มี ซึ่งการใช้ทรัพยากรที่มีให้เกิดประโยชน์สูงสุดจะช่วยให้สามารถแก้ปัญหานั้นได้เร็วขึ้น

4. ทักษะการรับฟังและการปรับปรุงตนเอง

จากการศึกษา พบว่า ในการปฏิบัติงานจริงของนักศึกษาส่งผลให้เกิดทักษะการรับฟังข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญในการปรับแก้ไขงาน ก่อน ระหว่าง และหลังการถ่ายทำ เมื่อได้รับข้อเสนอแนะแล้วนักศึกษาก็สามารถนำมาปรับใช้ในการพัฒนาการผลิตสื่อ การปรับปรุงวิธีการทำงาน การยอมรับที่จะพัฒนาความสามารถด้านนิเทศศาสตร์ผ่านการเรียนรู้ใหม่ ๆ ควบคู่ไปกับการฝึกฝนทักษะที่ต้องการปรับปรุงเพื่อให้สามารถผลิตสื่อสร้างสรรค์ที่มีคุณภาพมากขึ้น



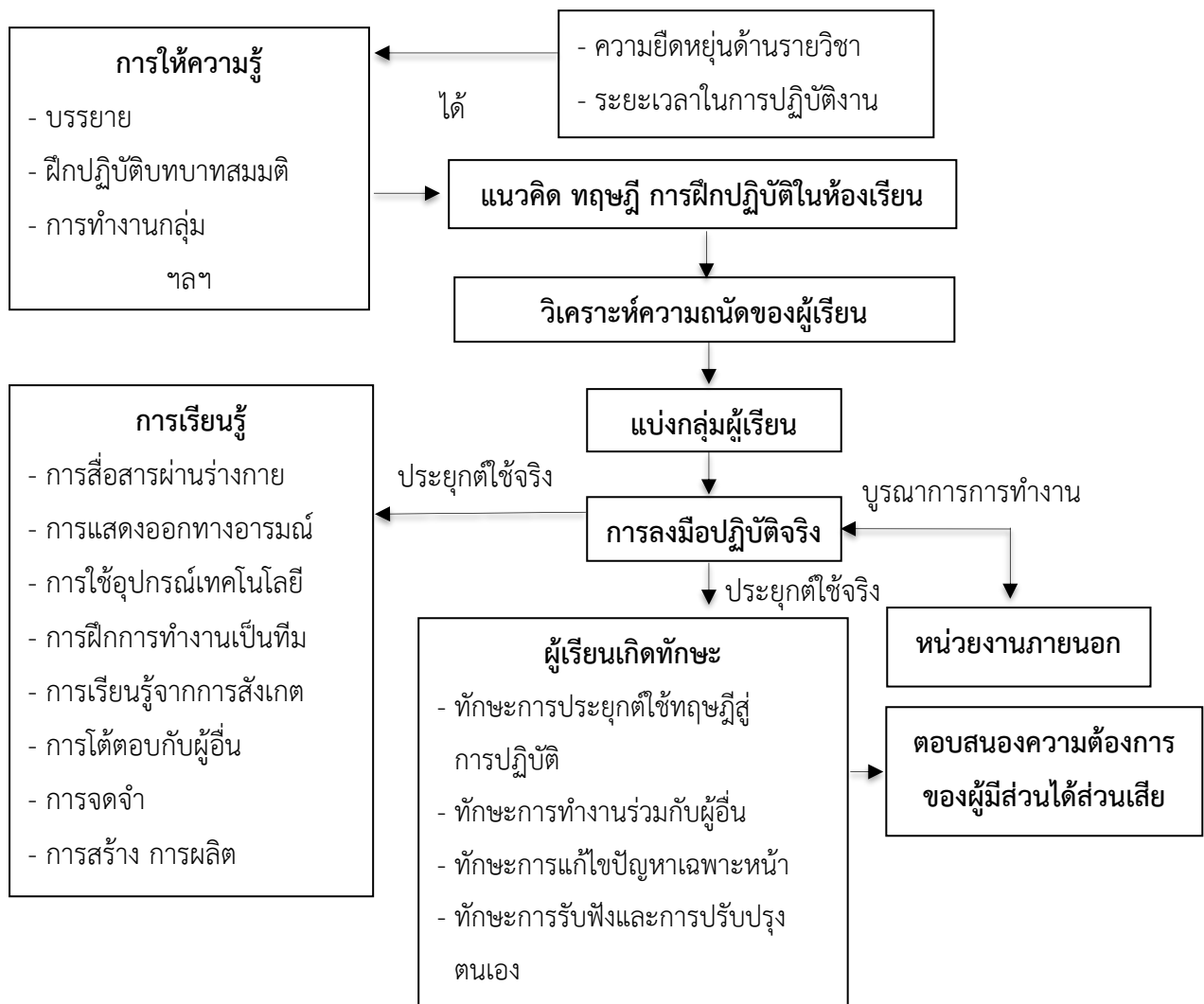
อภิปรายผล

จากการวิจัย พบว่า การวิเคราะห์กลุ่มนักศึกษาตามความถนัด สามารถจัดกลุ่มตามความถนัดออกเป็น 4 กลุ่ม คือ กลุ่มนักแสดง กลุ่มผู้กำกับ ติดต่อ ประสานงาน กลุ่มผลิตเนื้อหา กลุ่มถ่ายทำและตัดต่อ การวิเคราะห์กลุ่มนักศึกษาเป็นกระบวนการสำคัญในการศึกษาพฤติกรรมและความสามารถของนักศึกษา เพื่อให้สามารถออกแบบการเรียนการสอนที่เหมาะสมและตอบสนองต่อความต้องการของนักศึกษาแต่ละกลุ่ม ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่ง Gardner (1983) กล่าวว่า การวิเคราะห์นักศึกษาต้องคำนึงถึงความหลากหลายในการเรียนรู้และทักษะที่นักศึกษาแต่ละคนมี ซึ่งจะช่วยให้ผู้สอนสามารถเลือกวิธีการสอนที่หลากหลายและเหมาะสมกับนักศึกษาแต่ละคน

ซึ่งการเรียนรู้ตามสภาพจริงของนักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตในการบูรณาการเรียนการสอนร่วมกับกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พบว่า นักศึกษามีทักษะด้านการแสดง การสื่อสารผ่านร่างกาย และการแสดงออกทางอารมณ์ การใช้อุปกรณ์เทคโนโลยี รวมถึงการฝึกการทำงานเป็นทีม ในขณะถ่ายทำ โดยการบูรณาการสร้างเนื้อหาที่มีคุณค่าทางสังคมและตอบโจทย์ความต้องการของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ รวมถึงการส่งเสริมคุณค่าทางการศึกษาและสังคม สอดคล้องกับ Bandura (1977) ที่กล่าวถึง ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning Theory) ที่เน้นการเรียนรู้จากการสังเกต และการโต้ตอบกับผู้อื่น โดยเฉพาะในกรณีที่นักศึกษาได้ทำงานร่วมกับผู้เชี่ยวชาญหรือเพื่อนร่วมทีมในการผลิตสื่อ

ทั้งนี้ ผลลัพธ์ที่ได้จากการเรียนรู้ตามสภาพจริง ส่งผลให้นักศึกษาได้รับการพัฒนาทักษะการประยุกต์ใช้ทฤษฎีสู่การปฏิบัติ ทักษะการทำงานร่วมกับผู้อื่น ทักษะการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า ทักษะการรับฟังและการปรับปรุงตนเอง เป็นทักษะที่สามารถนำไปปรับใช้ได้ สถานการณ์จริงของการทำงานในปัจจุบัน ซึ่งจำเป็นสำหรับการประกอบอาชีพ นอกจากนี้ พิชชาญา เจริญกิจวัฒนา และรัตนพงษ์ สอนสุภาพ (2567) ได้กล่าวว่า สายอาชีพนิเทศศาสตร์ในยุค Disruptive Technology เป็นสายงานที่ต้องใช้ไอเดีย ความคิดสร้างสรรค์ และประสบการณ์ของมนุษย์เพื่อออกมาถ่ายทอดให้แก่มนุษย์ด้วยกัน ยากที่จะให้เทคโนโลยีมาทำงานแทนที่ได้ ซึ่งการใช้ทฤษฎีการเรียนรู้ของ Bloom's Taxonomy ในการวางแผนการสอน โดยการสร้างกิจกรรมที่ช่วยพัฒนาทักษะการคิดอย่างลึกซึ้งตั้งแต่การจดจำ (Remember) ไปจนถึงการสร้าง (Create) (Bloom, 1956) ทั้งนี้ กองยกระดับคุณภาพการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษา (2567) พบว่า สถาบันอุดมศึกษาและสถานประกอบการร่วมกันพัฒนากระบวนการดำเนินงานโดยการร่วมออกแบบหลักสูตรและการดำเนินงาน จะส่งผลให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีคือ ได้กำลังคนที่มีความสมรรถนะสูง โดยขึ้นอยู่กับความยืดหยุ่นด้านรายวิชาและระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ดังนั้น องค์ความรู้ใหม่ในการเรียนรู้ตามสภาพจริงของนักศึกษาผ่านการบูรณาการเรียนการทำงานร่วมกันกับหน่วยงานภายนอกสามารถนำเสนอได้ดังนี้



ภาพที่ 6 องค์ความรู้ใหม่ในการเรียนรู้ตามสภาพจริงของนักศึกษา

ผ่านการบูรณาการการทำงานร่วมกันกับหน่วยงานภายนอก

จากภาพที่ 6 จะเห็นได้ว่าการเรียนรู้ตามสภาพจริงของนักศึกษาผ่านการบูรณาการการทำงานร่วมกันกับหน่วยงานภายนอก ควรเริ่มต้นจากความยืดหยุ่นด้านรายวิชาและการกำหนดระยะเวลาในการปฏิบัติงานจริงของนักศึกษา โดยผู้สอนควรมีเทคนิควิธีการสอนที่หลากหลายในห้องเรียนเพื่อให้นักศึกษาสามารถนำแนวคิด หลักการ ทฤษฎีมาปฏิบัติใช้ได้จริง ซึ่งก่อนการเรียนรู้ตามสภาพจริง ผู้สอนควรวิเคราะห์ความถนัดของนักศึกษาเพื่อให้ผู้เรียนมีความสุขกับการทำงานและสามารถนำความรู้ที่มี ทักษะที่มี รวมไปถึงความชอบส่วนตัวไปประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติงานจริง ผ่านการบูรณาการกับหน่วยงานภายนอกตามศาสตร์ที่ศึกษามา



เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม อาทิ หลักสูตร ผู้สอน นักศึกษา รวมไปถึงสถานประกอบการ หรือหน่วยงานภายนอก

ข้อเสนอแนะ

1. คณะที่มีการพัฒนาหลักสูตรด้านนิเทศศาสตร์สามารถใช้เป็นโมเดลในการออกแบบหลักสูตรเพื่อจัดการเรียนการสอนตามสภาพจริงในลักษณะการบูรณาการการทำงานร่วมกับหน่วยงานภายนอก
2. สถาบันการศึกษาควรมีความยืดหยุ่นในเรื่องของรายวิชาและระยะเวลาในการเรียนรู้ตามสภาพจริงของนักศึกษาเพื่อไม่ให้เกิดข้อจำกัดมากเกินไป รวมไปถึงโอกาสที่จะได้หน่วยงานที่หลากหลายในการบูรณาการการทำงานร่วมกัน

บรรณานุกรม

- กองยกระดับคุณภาพการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษา. (2567). *การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยแห่งความสำเร็จของหลักสูตรสหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงานในการสร้างสมรรถนะบัณฑิตไทยให้พร้อมสู่โลกแห่งการทำงาน*. สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.
- คณะกรรมการปรับปรุงหลักสูตรนิเทศศาสตร์บัณฑิต. (2568). *รายงานผลการศึกษาความต้องการจำเป็นและการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการปรับปรุงหลักสูตรนิเทศศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์*. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.
- น้ำฝน แหวนเงิน. (2567). การเรียนการสอนนิเทศศาสตร์ในยุคดิจิทัล: นวัตกรรมและแนวทางใหม่ในการศึกษา. *วารสารปัญญาลิขิต*, 6(2), 28-40.
- พิชชาญา เจียมกิจวัฒนา, และรัตนพงษ์ สอนสุภาพ. (2567). ความก้าวหน้าที่ยั่งยืนสายอาชีพนิเทศศาสตร์ในจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารปรัชญาปริทรรศน์*, 29(2), 79-90.
- วิเลศ ภูริวัชร. (2568). *Future of Jobs 2025*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริระ ประเสริฐศักดิ์, อรุณกมล จันทรส, กาญจนา บุญส่ง, และนิภา เพชรสม. (2566). การวัดและประเมินผลการเรียนรู้ตามสภาพจริงในยุคดิจิทัล. *วารสาร มจร เพชรบุรีปริทรรศน์*, 6(2), 83-99.
- Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Prentice-Hall.
- Beard, C., & Wilson, J. P. (2006). *Experiential learning: A best practice handbook for educators and trainers*. Kogan Page.
- Bloom, B. S. (1956). *Taxonomy of educational objectives: The classification of educational goals*. Longmans, Green.



- Gardner, H. (1983). *Frames of mind: The theory of multiple intelligences*. Basic Books.
- Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. Prentice-Hall.
- Kolb, D. A. (2015). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development* (2nd ed.). Pearson Education.



Received: February 12, 2025

Revised: March 17, 2025

Accepted: March 28, 2025

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำดิจิทัลกับการส่งเสริมความตระหนักรู้
จริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ในโรงเรียนขนาดใหญ่พิเศษแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร
An Exploration of The Relationship Between Digital Leadership and The Promotion of
AI Ethics Awareness in One Extra Large School in Bangkok

พิชญุตม์ มีเครือ (Pitchayut Meekrua)^{1*}

สุชาดา นันทะไชย (Suchada Nanthachai)²

พร้อมพิไล บัวสุวรรณ (Prompilai Buasuwan)³

*ผู้ประสานงานหลัก: pitchayut.me@ku.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาภาวะผู้นำดิจิทัลและการส่งเสริมความตระหนักรู้จริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ของผู้บริหาร (2) เปรียบเทียบภาวะผู้นำดิจิทัลและการส่งเสริมความตระหนักรู้จริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ จำแนกตามเพศและเจเนอเรชัน และ (3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำดิจิทัลกับการส่งเสริมความตระหนักรู้จริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ ประชากรคือ ผู้บริหาร และครูโรงเรียนขนาดใหญ่พิเศษแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร จำนวน 106 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับภาวะผู้นำดิจิทัลและการส่งเสริมความตระหนักรู้จริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

¹นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ภาควิชาการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

(Graduate Student, Department of Education, Faculty of Education, Kasetsart University)

²อาจารย์ประจำภาควิชาการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

(Lecturer, Department of Education, Faculty of Education, Kasetsart University)

³อาจารย์ประจำภาควิชาการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

(Lecturer, Department of Education, Faculty of Education, Kasetsart University)



ผลการวิจัย พบว่า ระดับภาวะผู้นำดิจิทัลอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.54$) และการส่งเสริมความตระหนักรู้จริยธรรมปัญญาประดิษฐ์อยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.57$) ทั้งเพศและเจนเนอเรชันส่วนใหญ่มีมุมมองต่อทั้งสองด้านในระดับมาก ยกเว้นเพศทางเลื้อกและเจนเนอเรชัน Y ที่มีมุมมองในระดับปานกลาง นอกจากนี้ พบว่า ภาวะผู้นำดิจิทัลมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการส่งเสริมความตระหนักรู้จริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ในระดับสูงมากทุกด้าน

คำสำคัญ จริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ ปัญญาประดิษฐ์ ภาวะผู้นำดิจิทัล

Abstract

This study aimed to (1) examine the levels of digital leadership and the promotion of artificial intelligence (AI) ethics awareness among school administrators, (2) compare digital leadership and AI ethics awareness across gender and generation, and (3) investigate the relationship between digital leadership and AI ethics awareness. The population consisted of 106 administrators and teachers from a large secondary school in Bangkok. Data were collected using questionnaires on digital leadership and AI ethics awareness and analyzed using descriptive statistics and Pearson's correlation coefficient.

Findings indicate that digital leadership levels were high ($\mu = 3.54$), and the promotion of AI ethics awareness was also high ($\mu = 3.57$). Most gender and generational groups perceived both aspects at a high level, except for LGBTQ+ individuals and Generation Y, who perceived them at a moderate level. Furthermore, digital leadership showed a positive very high relationship with the promotion of AI ethics awareness in all aspects.

Keywords: AI Ethics, Artificial Intelligence, Digital Leadership

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคปัจจุบัน การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) กลายเป็นเทคโนโลยีที่มีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวัน ทั้งด้านการสื่อสาร การทำธุรกรรม และการแก้ปัญหาที่ซับซ้อน โดย AI ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อเลียนแบบกระบวนการคิดของมนุษย์ (McCarthy, 2007) อย่างไรก็ตาม การใช้งาน AI ที่ขาดจริยธรรมอาจนำไปสู่



การละเมิดสิทธิมนุษยชน ความเป็นธรรม และปัญหาความน่าเชื่อถือในกระบวนการเรียนรู้และการตัดสินใจ (Floridi & Cowls, 2019; Whittlestone et al., 2019)

ในด้านการศึกษา เทคโนโลยี AI ถูกนำมาใช้เพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการเรียนการสอน การประเมินผล และการบริหารสถานศึกษา แต่จำเป็นต้องมีการพิจารณาด้านจริยธรรมควบคู่กัน เช่น การใช้ข้อมูลส่วนบุคคลอย่างรัดกุม และการประเมินผลที่เป็นกลาง (Siau & Wang, 2020) ผู้บริหารสถานศึกษา ที่มีภาวะผู้นำดิจิทัลจะมีบทบาทสำคัญในการสร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่เหมาะสม และส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีอย่างมีความรับผิดชอบ ภาวะผู้นำดิจิทัลยังช่วยผลักดันให้เกิดการพัฒนาทักษะทางเทคโนโลยี ในหมู่บุคลากรและนักเรียน เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล (Northouse, 2018; Hodges, 2017)

นอกจากนี้ บริบทของประเทศไทยกำหนดยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) และ แผนการศึกษาแห่งชาติ (พ.ศ. 2560-2579) ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพด้านดิจิทัลและการบูรณาการ AI ในระบบการศึกษาเพื่อพัฒนาคุณภาพผู้เรียนและบุคลากรให้มีความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี (กระทรวงศึกษาธิการ, 2560)

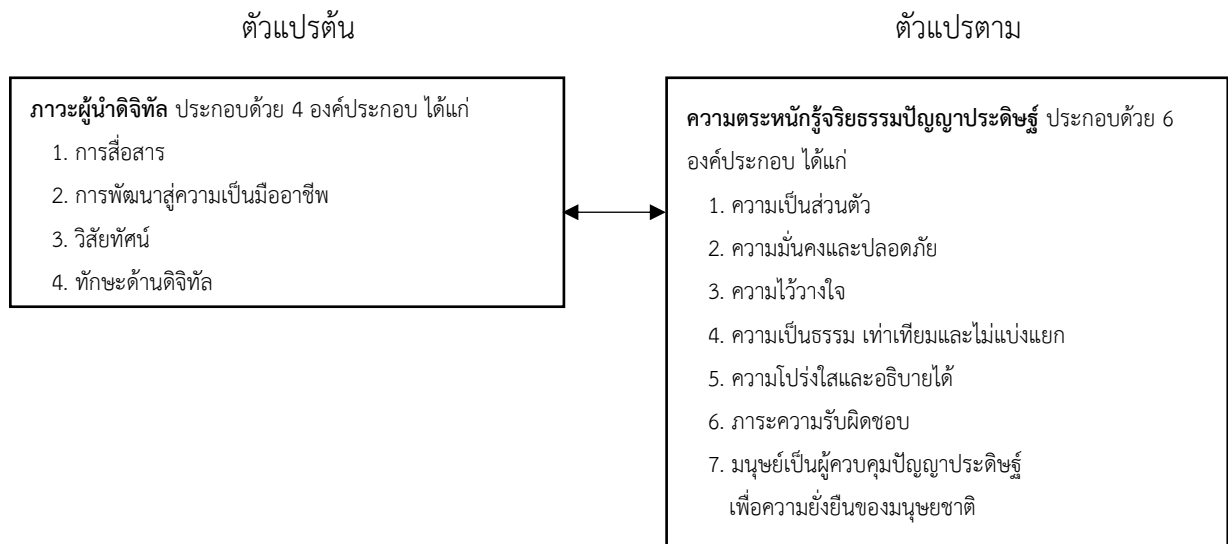
ด้วยเหตุนี้ ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำดิจิทัลและการส่งเสริมความตระหนักรู้จริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ของผู้บริหารในโรงเรียนขนาดใหญ่พิเศษแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาทักษะการใช้ AI และส่งเสริมจริยธรรมปัญญาประดิษฐ์อย่างมีประสิทธิภาพ เชื่อมโยงสู่การพัฒนาคุณภาพการศึกษาและการบริหารสถานศึกษาต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับภาวะผู้นำดิจิทัล และระดับการส่งเสริมความตระหนักรู้จริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ของผู้บริหารในโรงเรียนขนาดใหญ่พิเศษแห่งหนึ่งในจังหวัดกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบภาวะผู้นำดิจิทัล และการส่งเสริมความตระหนักรู้จริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ของผู้บริหารในโรงเรียนขนาดใหญ่พิเศษแห่งหนึ่งในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศและเจเนอเรชัน
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ภาวะผู้นำดิจิทัลกับการส่งเสริมความตระหนักรู้จริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ของผู้บริหารในโรงเรียนขนาดใหญ่พิเศษแห่งหนึ่งในจังหวัดกรุงเทพมหานคร



กรอบแนวคิดการวิจัย



ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตการศึกษาแบ่งเป็น 2 ด้าน ดังนี้

1. **ขอบเขตด้านเนื้อหา** ศึกษาเกี่ยวกับเนื้อหาเกี่ยวกับภาวะผู้นำดิจิทัล โดยการสังเคราะห์องค์ประกอบจากภาวะผู้นำดิจิทัล มี 4 ด้านประกอบด้วย 1) การสื่อสาร (Communication) 2) การพัฒนาสู่ความเป็นมืออาชีพ (Professional Growth or Development) 3) วิสัยทัศน์ (Vision) และ 4) ทักษะด้านดิจิทัล (Digital Skill) และเนื้อหาเกี่ยวกับการส่งเสริมความตระหนักรู้จริยธรรมปัญญาประดิษฐ์

2. **ขอบเขตด้านประชากร** ศึกษาเฉพาะผู้บริหารและครูโรงเรียนขนาดใหญ่พิเศษแห่งหนึ่ง ที่มีพันธกิจเป้าประสงค์และวิสัยทัศน์ที่มีความสอดคล้องเกี่ยวกับการส่งเสริมความตระหนักรู้จริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 106 คน

นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ

ภาวะผู้นำดิจิทัล หมายถึง ทักษะของผู้บริหารในโรงเรียนขนาดใหญ่พิเศษแห่งหนึ่ง ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา มัธยมศึกษากรุงเทพมหานครเขต 1 ที่มีวิสัยทัศน์และทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ในการนำพัฒนาการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี ทั้งยังสามารถสื่อสาร ส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยน เปลี่ยนแปลงในกระบวนการทำงานอย่างเป็นระบบ เพื่อสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงในองค์กร และนำพาองค์กรไปสู่ความเป็นมืออาชีพ ซึ่งมีองค์ประกอบ 4 ด้านดังนี้ 1) การสื่อสาร (Communication)



2) การพัฒนาสู่ความเป็นมืออาชีพ (Professional Growth or Development) 3) วิสัยทัศน์ (Vision) และ 4) ทักษะด้านดิจิทัล (Digital Skill)

หลักการที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ หมายถึง สิ่งที่ต้องคำนึงถึง เมื่อเกี่ยวข้องกับปัญญาประดิษฐ์ โดยคำนึงถึงหลักจริยธรรม มีทั้งสิ้น 7 หลักการ ได้แก่ 1) ความเป็นส่วนตัว (privacy) 2) ความมั่นคงและปลอดภัย (security and safety) 3) ความไว้วางใจ (reliability) 4) ความเป็นธรรมเท่าเทียม และไม่แบ่งแยก (fairness and non-discrimination) 5) ความโปร่งใสและอธิบายได้ (transparency and explainability) 6) ภาระความรับผิดชอบ (accountability) และ 7) มนุษย์เป็นผู้ควบคุมปัญญาประดิษฐ์ เพื่อความยั่งยืนของมนุษยชาติ (human oversight and human agency)

การส่งเสริมความตระหนักรู้จริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ในสถานศึกษา หมายถึง กระบวนการที่ผู้บริหารชี้ให้เห็นความสำคัญกับจริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ และส่งเสริมให้ครู บุคลากร และนักเรียน ในสถานศึกษา เห็นถึงความสำคัญ มีความรู้ ความเข้าใจถึงหลักการที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ที่ต้องคำนึงถึงตามหลักสากล อันจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและองค์กร และตระหนักถึงผลกระทบของการไม่มีจริยธรรมปัญญาประดิษฐ์

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ได้ข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับภาวะผู้นำดิจิทัล ของผู้นำและการส่งเสริมความตระหนักรู้จริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ของโรงเรียนขนาดใหญ่พิเศษแห่งหนึ่ง ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการนำมาใช้พัฒนาการบริหารสถานศึกษา
2. ได้องค์ความรู้เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำดิจิทัล และการส่งเสริมความตระหนักรู้จริยธรรมปัญญาประดิษฐ์
3. ผู้บริหารสามารถใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัล เพื่อการส่งเสริมความตระหนักรู้จริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ในสถานศึกษา

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้บริหารและครูโรงเรียนแห่งหนึ่ง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา กรุงเทพมหานคร เขต 1 จำนวนทั้งสิ้น 106 คน โดยการวิจัยครั้งนี้ศึกษาจากประชากรทั้งหมด



การสร้างและการทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ชนิด 5 ระดับ ซึ่งสอบถามเกี่ยวกับภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหาร และระดับการส่งเสริมความตระหนักรู้จริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ของผู้บริหาร โดยนำเครื่องมือที่เป็นแบบสอบถามที่ผ่านการแก้ไขปรับปรุงเรียบร้อยแล้วเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ จำนวน 3 คน ประกอบด้วย ด้านบริหารการศึกษา 2 คน และด้านการวิจัย 1 คน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) ของแบบสอบถาม แล้วนำมาคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item-Objective Congruence Index: IOC) ระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ พบว่าข้อคำถาม มีค่าอยู่ระหว่าง .67-1.00 จากข้อคำถามทั้งหมด 40 ข้อ นำแบบสอบถามที่แก้ไขปรับปรุงสมบูรณ์แล้วไปทดลองเก็บข้อมูล (try out) กับครูผู้สอนโรงเรียนที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปใช้และตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดยหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามเป็นรายฉบับ โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha coefficient: α) ตามวิธีของ Cronbach (พรณี ลีกิจวัฒน์, 2559) ซึ่งในการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามเป็นรายฉบับ พบว่ามีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .955

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยนำส่งหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล พร้อมกับแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ถึงครูที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง และได้รับแบบสอบถามคืน จำนวน 106 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 เพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป (SPSS) ต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (μ) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient: r)

ผลการวิจัย

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำดิจิทัล กับการส่งเสริมความตระหนักรู้จริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ในโรงเรียนหนึ่ง ในกรุงเทพมหานคร โดยผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากที่สุด (55.70%) รองลงมาคือเพศชาย (36.80%) และเพศทางเลื่อมมีน้อยที่สุด (7.50%) พิจารณาในด้านของเจเนอเรชันผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ใน Generation Y มากที่สุด (74.50%) รองลงมาเป็น Generation X (18.90%) และ Baby Boomers น้อยที่สุด (6.60%) ข้อสังเกตจากการตอบแบบสอบถาม พบว่า การมีตัวแทนจาก Generation Y จำนวนมากในกลุ่มตัวอย่างอาจสะท้อนถึงกลุ่มคนที่เปิดรับและเข้าใจเทคโนโลยีดิจิทัลและ



ปัญญาประดิษฐ์ในระดับสูง ซึ่งเป็นกลุ่มที่สามารถขับเคลื่อนการนำ AI และภาวะผู้นำดิจิทัลมาปรับใช้ในระบบการศึกษาได้ดี

ระดับภาวะผู้นำดิจิทัลและการส่งเสริมความตระหนักรู้จริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ของผู้บริหาร

จากการวิจัย ภาวะผู้นำดิจิทัลและการส่งเสริมความตระหนักรู้จริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ของผู้บริหารพบว่า ผู้บริหารมีระดับภาวะผู้นำดิจิทัลอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.54$) โดยด้านการพัฒนาสู่ความเป็นมืออาชีพอยู่ในระดับสูงที่สุด ($\mu = 3.66$) รองลงมาคือ ด้านวิสัยทัศน์ ($\mu = 3.53$) และด้านการสื่อสาร ($\mu = 3.50$) ตามลำดับ ส่วนการส่งเสริมความตระหนักรู้จริยธรรมปัญญาประดิษฐ์อยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.57$) ซึ่งผู้บริหารส่งเสริมด้านความเป็นส่วนตัวอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.72$) รองลงมาเป็นด้านมนุษยสัมพันธ์เป็นผู้ควบคุมปัญญาประดิษฐ์ เพื่อความยั่งยืนของมนุษยชาติ ($\mu = 3.68$) และด้านความมั่นคงและปลอดภัย ($\mu = 3.57$) ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่า ผู้บริหารไม่เพียงแต่ให้ความสำคัญกับการใช้เทคโนโลยีในงานประจำวัน แต่ยังใส่ใจในด้านจริยธรรมการใช้ AI ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นในการสร้างความมั่นใจในการใช้งานเทคโนโลยีในสถานศึกษา แสดงดัง ตารางที่ 1-2

ตารางที่ 1 ระดับภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา โดยภาพรวมและรายด้าน

(N = 106)			
ภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหาร	μ	SD	ระดับ
ด้านการสื่อสาร	3.50	0.92	สูง
ด้านการพัฒนาสู่ความเป็นมืออาชีพ	3.66	0.86	สูง
ด้านวิสัยทัศน์	3.53	0.93	สูง
ด้านทักษะด้านดิจิทัล	3.48	0.85	ปานกลาง
ภาพรวม	3.54	0.83	สูง



ตารางที่ 2 ระดับการส่งเสริมความตระหนักรู้จริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ของผู้บริหาร โดยภาพรวมและรายด้าน
(N = 106)

การส่งเสริมความตระหนักรู้จริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ ของผู้บริหาร	μ	SD	ระดับ
ด้านความเป็นส่วนตัว	3.72	0.88	สูง
ด้านความมั่นคงและปลอดภัย	3.57	0.95	สูง
ด้านความไว้วางใจ	3.51	0.95	สูง
ด้านความเป็นธรรม เท่าเทียม และไม่แบ่งแยก	3.54	0.99	สูง
ด้านความโปร่งใสและอธิบายได้	3.50	0.98	สูง
ด้านการระมัดระวังรับผิดชอบ	3.48	0.89	ปานกลาง
ด้านมนุษย์เป็นผู้ควบคุมปัญญาประดิษฐ์ เพื่อความยั่งยืนของมนุษยชาติ	3.68	0.99	สูง
ภาพรวม	3.57	0.87	สูง

การเปรียบเทียบภาวะผู้นำดิจิทัลและการส่งเสริมความตระหนักรู้จริยธรรมปัญญาประดิษฐ์

การเปรียบเทียบภาวะผู้นำดิจิทัลและการส่งเสริมความตระหนักรู้จริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ จำแนกตามข้อมูลประชากรศาสตร์ พบว่า เพศ และเจนเนอเรชันส่วนใหญ่ มีมุมมองต่อภาวะผู้นำดิจิทัลและการส่งเสริมความตระหนักรู้จริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ของผู้บริหารอยู่ในระดับสูง ยกเว้นเพศทางเลือกและเจนเนอเรชัน Y ที่อยู่ในระดับปานกลาง แสดงดัง ตารางที่ 3-4

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา จำแนกตามเพศและเจนเนอเรชัน

(N = 106)

ข้อมูลประชากรศาสตร์	การเปรียบเทียบภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา								รวม	
	ด้านการสื่อสาร		ด้านการพัฒนาสู่		ด้านวิสัยทัศน์		ด้านทักษะ			
			ความเป็นมืออาชีพ				ด้านดิจิทัล			
เพศ	μ	σ	μ	σ	μ	σ	μ	σ	μ	σ
ชาย	3.51	0.97	3.72	0.90	3.54	1.05	3.51	0.93	3.57	0.90
หญิง	3.53	0.88	3.65	0.84	3.57	0.83	3.49	0.80	3.56	0.76
เพศทางเลือก	3.25	1.09	3.46	0.96	3.16	1.13	3.25	0.83	3.28	0.98
เจนเนอเรชัน										
Baby Boomer	4.07	0.43	4.00	0.43	4.04	0.73	3.89	0.57	4.00	0.48
Generation X	3.75	0.76	3.87	0.74	3.74	0.86	3.64	0.80	3.75	0.75
Generation Y	3.39	0.96	3.58	0.91	3.43	0.95	3.40	0.87	3.45	0.85



ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบการส่งเสริมความตระหนักรู้จริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ ของผู้บริหารจำแนกตามเพศ และเจเนอเรชัน

(N = 106)

ข้อมูล ประชากรศาสตร์	การเปรียบเทียบการส่งเสริมความตระหนักรู้จริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ ของผู้บริหารสถานศึกษา														รวม	
	ความ เป็นส่วนตัว		ความมั่นคง และปลอดภัย		ความ ไว้วางใจ		ความเป็นธรรม เท่าเทียมและ ไม่แบ่งแยก		ความโปร่งใส และอธิบายได้		ภาระ ความรับผิดชอบ		มนุษย์เป็น ผู้ควบคุม ปัญญาประดิษฐ์			
	μ	σ	μ	σ	μ	σ	μ	σ	μ	σ	μ	σ	μ	σ		
เพศ																
ชาย	3.77	0.85	3.55	0.95	3.46	0.97	3.50	0.95	3.53	0.98	3.55	0.95	3.60	1.08	3.57	0.88
หญิง	3.73	0.89	3.63	0.99	3.59	0.93	3.60	1.02	3.52	0.97	3.48	0.84	3.77	0.95	3.62	0.86
เพศทางเลือก	3.38	0.90	3.29	0.70	3.21	1.02	3.25	1.00	3.25	1.11	3.13	1.04	3.42	0.83	3.27	0.91
เจเนอเรชัน																
Baby Boomer	4.14	0.63	3.90	0.74	4.10	0.74	4.24	0.71	3.76	0.81	4.11	0.79	4.29	0.68	4.08	0.67
Generation X	3.85	0.57	3.77	0.76	3.68	0.64	3.67	0.72	3.65	0.85	3.56	0.60	3.88	0.81	3.72	0.62
Generation Y	3.65	0.95	3.49	1.01	3.42	1.01	3.44	1.05	3.44	1.02	3.40	0.95	3.57	1.03	3.49	0.93

ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำดิจิทัลกับการส่งเสริมความตระหนักรู้จริยธรรมปัญญาประดิษฐ์

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำดิจิทัลกับการส่งเสริมความตระหนักรู้จริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำดิจิทัลกับการส่งเสริมความตระหนักรู้จริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ของผู้บริหารมีความสัมพันธ์ทางบวก อยู่ในระดับสูงมาก ($r = .852$) แสดงดัง ตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำดิจิทัลกับการส่งเสริมความตระหนักรู้จริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ของผู้บริหารสถานศึกษา

(N = 106)

ภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา	การส่งเสริมความตระหนักรู้จริยธรรมปัญญาประดิษฐ์
ด้านการสื่อสาร	.733
ด้านการพัฒนาสู่ความเป็นมืออาชีพ	.809
ด้านวิสัยทัศน์	.812
ด้านทักษะด้านดิจิทัล	.764
ภาวะผู้นำดิจิทัล	.852



อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำดิจิทัลกับการส่งเสริมความตระหนักรู้จริยธรรม ปัญญาประดิษฐ์ในโรงเรียนขนาดใหญ่พิเศษแห่งหนึ่ง ในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้นำเสนอ การอภิปราย ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อ 1 ศึกษาระดับภาวะผู้นำดิจิทัล และระดับการส่งเสริมความตระหนักรู้จริยธรรม ปัญญาประดิษฐ์ ของผู้บริหารในโรงเรียนขนาดใหญ่พิเศษแห่งหนึ่ง ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

จากผลการวิจัย พบว่า ภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารในโรงเรียนขนาดใหญ่พิเศษแห่งหนึ่งใน กรุงเทพมหานครอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านการพัฒนาสู่ความเป็นมืออาชีพและด้านวิสัยทัศน์ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะการมีวิสัยทัศน์ที่มุ่งเน้นการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการเรียนการสอนและการบริหารจัดการ ช่วยสร้าง ทิศทางที่ชัดเจนและเป็นแรงบันดาลใจให้กับครูและบุคลากรในโรงเรียน อีกทั้งผู้บริหารที่มุ่งมั่นในการพัฒนา ตนเองและบุคลากรให้มีทักษะดิจิทัลที่ทันสมัย จะส่งผลให้การดำเนินงานของโรงเรียนมีประสิทธิภาพมากขึ้น การสนับสนุนการฝึกอบรมและการเรียนรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ช่วยเสริมสร้างความเชี่ยวชาญและความ มั่นใจในการใช้เทคโนโลยี ซึ่งเป็นแนวคิดที่มักจะมีอยู่ในผู้บริหารในสถานศึกษา ที่มีจุดเน้นทางด้านนวัตกรรม ซึ่งผลลัพธ์นี้ มีความสอดคล้องกับการศึกษาของ สุนทรภรณ์ อินอ่อน และคณะ (2566) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ภาวะ ผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา โรงเรียนในสังกัดกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า ภาวะผู้นำดิจิทัล ของผู้บริหารสถานศึกษาในกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านการสื่อสารดิจิทัล การเป็นพลเมือง ดิจิทัล และการมีวิสัยทัศน์ดิจิทัล โดยผลการวิจัยยังสอดคล้องกับการศึกษาของ ภูริรัตน์ สุกใส (2565) ที่ได้ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษากับความเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมของ สถานศึกษาระดับมัธยมศึกษาในจังหวัดอุดรดิตถ์ ซึ่งชี้ให้เห็นว่า ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนและความสามารถในการ พัฒนาทีมงานให้เป็นมืออาชีพมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างความก้าวหน้าขององค์กร อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยยังชี้ให้เห็นว่า ด้านทักษะดิจิทัลของผู้บริหารยังคงอยู่ในระดับปานกลาง สามารถอธิบายได้ว่า อาจเป็นผลมาจากปัจจัยหลายประการ แม้ผู้บริหารในโรงเรียนขนาดใหญ่พิเศษในกรุงเทพมหานครจะมี วิสัยทัศน์และมุ่งมั่นพัฒนาสู่ความเป็นมืออาชีพ แต่ความกดดันจากภาระงานในเชิงบริหาร เช่น การจัดการ เอกสาร การติดต่อสื่อสารกับหน่วยงานภายนอก และการดูแลภาพรวมขององค์กร มักส่งผลให้ผู้บริหารขาด เวลาในการเรียนรู้และฝึกฝนทักษะด้านดิจิทัลอย่างลึกซึ้ง

ในส่วนของการส่งเสริมความตระหนักรู้จริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ ผลการวิจัยระบุว่า ด้านความเป็น ส่วนตัวและความยั่งยืนของมนุษยชาติเป็นประเด็นที่ผู้บริหารให้ความสำคัญสูงสุด อาจเป็นเพราะว่า การที่ข้อมูลกลายเป็นทรัพย์สินที่มีค่าในปัจจุบัน ทำให้สถานศึกษาต้องระมัดระวังการจัดการข้อมูลของนักเรียน และบุคลากรผ่านระบบ AI เพื่อป้องกันการรั่วไหลหรือการนำไปใช้อย่างไม่เหมาะสม สถาบันการศึกษา จำเป็นต้องกำหนดมาตรการรักษาความปลอดภัยที่รัดกุม อาทิ การปฏิบัติตาม PDPA และการเสริมสร้าง



ความรู้ด้านการใช้ AI อย่างปลอดภัยให้แก่บุคลากร แม้ AI จะมีศักยภาพในการปฏิวัติวงการการศึกษาและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ แต่ก็สร้างความวิตกกังวลเกี่ยวกับการแทนที่บทบาทครูผู้สอน ผู้บริหารที่คำนึงถึงจริยธรรมจึงมุ่งประยุกต์ใช้ AI เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการสอนและพัฒนาการเรียนรู้รายบุคคล แทนการใช้เทคโนโลยีทดแทนบุคลากรครู โดยสอดคล้องกับ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (2562) ที่ได้กล่าวว่า ผู้บริหารต้องตระหนักถึงความเสี่ยงของการละเมิดข้อมูลในโรงเรียนและใช้มาตรการป้องกัน และให้ความรู้ด้านการใช้ AI อย่างปลอดภัยรวมถึงมุ่งใช้ AI เพื่อเสริมศักยภาพครูและพัฒนานักเรียน มากกว่าที่จะทดแทนบทบาทมนุษย์

วัตถุประสงค์ข้อ 2 เปรียบเทียบภาวะผู้นำดิจิทัล และการส่งเสริมความตระหนักรู้จริยธรรม ปัญญาประดิษฐ์ของผู้บริหารในโรงเรียนขนาดใหญ่พิเศษแห่งหนึ่ง ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ และเจนเนอเรชัน

จากผลการวิจัย เมื่อจำแนกข้อมูลตามเพศ พบว่า เพศชายมีมุมมองต่อภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ เพศหญิง และเพศทางเลือกมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ซึ่งมีมุมมองต่อภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารอยู่ในระดับปานกลาง อาจเป็นเพราะมาจากเพศชายมักมีบทบาทในตำแหน่งผู้นำหรือผู้บริหารสูงกว่า เพศหญิงและเพศทางเลือก ทำให้เพศชายมีโอกาสดำเนินการและเข้าใจกลยุทธ์การบริหารดิจิทัลมากกว่า จึงมีความคาดหวังและมุมมองที่สอดคล้องกับภาวะผู้นำดิจิทัล อีกทั้งเพศชายโดยทั่วไปมีแนวโน้มที่จะสนใจเทคโนโลยีและการเปลี่ยนแปลงในเชิงเทคนิคมากกว่าเพศอื่นในภาพรวม สะท้อนถึงการเปิดกว้างต่อความสามารถของผู้นำในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล จึงทำให้เพศชายมีมุมมองเชิงบวกมากกว่า ขณะที่เพศหญิงและเพศทางเลือกอาจให้ความสำคัญกับประเด็นทางสังคมหรือจริยธรรมมากกว่า ซึ่งอาจไม่ตรงกับคุณลักษณะดิจิทัลของผู้นำที่ศึกษา ซึ่งสะท้อนจากข้อมูลที่ระบุว่า ในประเทศไทย ผู้หญิงมีสัดส่วนเพียง 29% ของผู้จบการศึกษาด้านวิทยาการคอมพิวเตอร์และมีสัดส่วนน้อยในอาชีพที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี (ศุภณัฐ ศรีอุทัยสุข, 2567) ทั้งนี้ ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับ ปรียาพร ธารีแดน และระติกรณ นิยมจันทร์ (2567) ที่ดำเนินการวิจัยเรื่องการบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า การบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามเพศ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเพศหญิงจะมีมุมมองต่อการบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัลของผู้บริหารต่ำกว่าเพศชาย

เมื่อจำแนกข้อมูลตามเจนเนอเรชัน พบว่า เจเนอเรชัน Baby Boomer มุมมองต่อภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ Generation X และ Generation Y มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ซึ่งมีมุมมองต่อภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารอยู่ในระดับปานกลาง อาจเป็นเพราะว่า เจเนอเรชัน Baby Boomer มีมุมมองต่อภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารอยู่ในระดับมาก ซึ่งอาจมาจากประสบการณ์ในการทำงานที่ยาวนาน และการเป็นพยานถึงการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างขององค์กรมาอย่างต่อเนื่องในยุคที่เทคโนโลยีเข้ามา



มีบทบาทสำคัญ ผู้คนในกลุ่มนี้มักมองเห็นคุณค่าและความสำคัญของการปรับตัวด้านดิจิทัลในเชิงยุทธศาสตร์ เพื่อขับเคลื่อนองค์กรไปข้างหน้า นอกจากนี้ เจเนอเรชัน Baby Boomer ยังมีแนวโน้มที่จะเคารพและยอมรับบทบาทของผู้นำที่สามารถนำพาองค์กรเข้าสู่ยุคดิจิทัลได้สำเร็จ ในทางตรงกันข้าม Generation X ซึ่งเป็นเจเนอเรชันที่เติบโตในช่วงการเริ่มต้นของเทคโนโลยีดิจิทัล มีมุมมองในระดับสูงรองลงมา โดยอาจมองภาวะผู้นำดิจิทัลในลักษณะของ “การจัดการทรัพยากรดิจิทัล” มากกว่าการปรับเปลี่ยนเชิงยุทธศาสตร์ ซึ่งสะท้อนถึงความเข้าใจที่สมดุลระหว่างความเป็นดิจิทัลและความเป็นมนุษย์ อย่างไรก็ตาม Generation Y ซึ่งเติบโตในยุคที่เทคโนโลยีดิจิทัลแพร่หลาย อาจมองว่าภาวะผู้นำดิจิทัลเป็นเรื่องปกติที่ควรเกิดขึ้นในทุกองค์กร และไม่ใช่อุณหภูมิพิเศษ ทำให้มุมมองต่อภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับ สุภาวดี ศรีมูลผา และภูมิพิพัฒน์ รักพรหมงคล (2567) ได้ทำการวิจัยเรื่อง แนวทางพัฒนาภาวะผู้นำยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาในเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3 ผลการวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษามีความแตกต่างเมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ วุฒิการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงาน แม้ว่างานวิจัยนี้จะไม่ได้จำแนกตามเจเนอเรชันโดยตรง แต่ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าประสบการณ์ในการทำงานซึ่งสัมพันธ์กับเจเนอเรชันมีผลต่อมุมมองต่อภาวะผู้นำดิจิทัล นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ วิจารณ์ เจริญเชื้อ (2565) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง ภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเลย หนองบัวลำภู ผลการวิจัย พบว่า ภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษามีความแตกต่างเมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ วุฒิการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับข้อสังเกตที่ว่า เจเนอเรชันที่มีประสบการณ์ในการทำงานมากกว่าจะมีมุมมองเชิงบวกต่อภาวะผู้นำดิจิทัลสูงกว่า

วัตถุประสงค์ข้อ 3 ศึกษาความสัมพันธ์ภาวะผู้นำดิจิทัลกับการส่งเสริมความตระหนักรู้จริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ของผู้บริหารในโรงเรียนขนาดใหญ่พิเศษแห่งหนึ่ง ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

จากผลการวิจัย พบว่า ความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างภาวะผู้นำดิจิทัลกับการส่งเสริมความตระหนักรู้ด้านจริยธรรมปัญญาประดิษฐ์อยู่ในระดับสูง อาจเนื่องมาจากภาวะผู้นำดิจิทัลประกอบด้วยคุณสมบัติที่เกี่ยวข้องกับการมองการณ์ไกล วิสัยทัศน์ที่ชัดเจน และความสามารถในการขับเคลื่อนองค์กรในยุคดิจิทัล ผู้บริหารที่มีลักษณะเหล่านี้จะสามารถมองเห็นความท้าทายและโอกาสที่มาพร้อมกับการใช้ AI เช่น การจัดการข้อมูลส่วนบุคคล การพัฒนากระบวนการเรียนรู้ที่เป็นธรรม และการลดผลกระทบเชิงลบต่อมนุษย์ ผู้บริหารที่มีภาวะผู้นำดิจิทัลสูงมักใช้ AI ไม่ใช่เพียงเพื่อประสิทธิภาพ แต่เพื่อสนับสนุนความยั่งยืนทางจริยธรรมของมนุษยชาติ ผู้บริหารสามารถกำหนดนโยบาย แนวทาง และวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการพัฒนาเทคโนโลยีอย่างมีจริยธรรม เช่น การจัดอบรมให้ครูและบุคลากรเข้าใจผลกระทบของ AI ทั้งในแง่บวกและลบ หรือการเลือกใช้เทคโนโลยีที่สอดคล้องกับกฎหมายและมาตรฐานจริยธรรมระดับสากล การที่ความสัมพันธ์ดังกล่าวมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .01 ยืนยันว่า ความเชื่อมโยงนี้ไม่ได้เกิดจากความบังเอิญ แต่สะท้อนถึงความสอดคล้องของทั้ง



สองปัจจัยในการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการใช้เทคโนโลยีอย่างรับผิดชอบในโรงเรียน อีกทั้งยังชี้ให้เห็นว่าผู้บริหารที่มีภาวะผู้นำดิจิทัลสูงสามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างประโยชน์อย่างมีจริยธรรม ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งในบริบทของการศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ กะรัต ทองใสพร และคณะ (2566) เรื่องภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล ผลการศึกษาพบว่า การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในยุคดิจิทัลส่งผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมากต่อพฤติกรรมในการใช้ชีวิตรวมถึงการเรียนรู้โลกแห่งการเรียนรู้ได้พัฒนาไปอย่างรวดเร็วจากการที่มีระบบอินเทอร์เน็ตและการพัฒนาของเทคโนโลยีดิจิทัลผู้บริหารทุกองค์กรจำเป็นต้องตระหนักรู้เท่าทันถึงเทคโนโลยี ซึ่งเป็นตัวกระตุ้นการเปลี่ยนแปลงสำคัญในทุกองค์กร อีกทั้งยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Gümüs et al. (2020) ที่สนับสนุนข้อค้นพบนี้ โดยระบุว่าภาวะผู้นำดิจิทัลที่มีวิสัยทัศน์สามารถส่งเสริมการนำ AI มาใช้ในองค์กรได้อย่างมีความรับผิดชอบและยั่งยืน อย่างไรก็ตาม การศึกษาครั้งนี้ยังมีข้อจำกัดในเชิงบริบท เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างจำกัดอยู่ในโรงเรียนขนาดใหญ่พิเศษในกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ภาวะผู้นำดิจิทัลในด้านทักษะดิจิทัลของผู้บริหารอยู่ในระดับปานกลาง สะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นในการพัฒนาความสามารถด้านเทคโนโลยี เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล ดังนั้นโรงเรียนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดโปรแกรมฝึกอบรมที่เน้นการใช้เครื่องมือดิจิทัล เช่น ระบบการจัดการเรียนการสอนออนไลน์ ซอฟต์แวร์บริหารงานบุคคล และการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) นอกจากนี้ ควรมีการสร้างกลุ่มแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในหมู่ผู้บริหาร เพื่อส่งเสริมการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีให้ครอบคลุมยิ่งขึ้น
2. การส่งเสริมจริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ด้านภาระความรับผิดชอบซึ่งมีระดับการส่งเสริมในระดับปานกลาง ถือเป็นประเด็นสำคัญที่ควรได้รับการพัฒนาเพิ่มเติม ดังนั้นโรงเรียนควรจัดกิจกรรมหรือสัมมนาเชิงปฏิบัติการที่เน้นสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับบทบาทความรับผิดชอบในกระบวนการใช้ปัญญาประดิษฐ์ รวมถึงการพัฒนาแนวปฏิบัติที่ชัดเจน เช่น การใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการจัดเก็บข้อมูลนักเรียนหรือการประเมินผลการเรียน การสร้างแนวปฏิบัตินี้จะช่วยลดความเสี่ยงจากการใช้งานที่ไม่โปร่งใส และสร้างความเชื่อมั่นในเทคโนโลยีให้กับบุคลากรและนักเรียน
3. จากผลการวิจัยพบว่าเพศทางเลือกและเจเนอเรชัน Y มีระดับมุมมองต่อภาวะผู้นำดิจิทัลและการส่งเสริมจริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ในระดับปานกลาง การสร้างเวทีแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและความร่วมมือระหว่างกลุ่มเจเนอเรชันจะช่วยลดช่องว่างทางความคิดและเพิ่มความเข้าใจระหว่างกลุ่มผู้บริหาร



ดังนั้นควรจัดกิจกรรมที่เน้นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ผ่านการทำงานกลุ่ม โครงการพี่เลี้ยง หรือการเสวนา เพื่อกระตุ้นให้เกิดความร่วมมือในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ที่หลากหลาย

4. ด้านวิสัยทัศน์ของผู้บริหารที่มีระดับสูงสุดตามผลการวิจัย เป็นจุดแข็งที่ควรส่งเสริมให้เป็นจุดเด่น ในการพัฒนาสถานศึกษา ดังนั้น ควรมีการจัดอบรมเกี่ยวกับการวางแผนเชิงกลยุทธ์ โดยใช้เครื่องมือการจัดการ เช่น การวิเคราะห์ SWOT หรือการพัฒนาภาพอนาคต (Scenario Planning) รวมถึงการสร้างแผนกลยุทธ์ ในระยะยาวที่สอดคล้องกับนโยบายการศึกษาในระดับประเทศ การส่งเสริมให้ผู้บริหารนำวิสัยทัศน์นี้ไปใช้ในการกำหนดแนวทางการพัฒนาระบบการเรียนการสอน จะช่วยเพิ่มความยั่งยืนในการพัฒนาองค์กร

5. ภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาและการส่งเสริมความตระหนักรู้จริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมาก แสดงให้เห็นว่า ภาวะผู้นำดิจิทัลเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการสร้าง จริยธรรมด้านปัญญาประดิษฐ์ในโรงเรียน ดังนั้น ผู้บริหารควรกำหนด นโยบายส่งเสริมจริยธรรม AI ที่ชัดเจน โดยเน้นให้ผู้บริหาร ครู และนักเรียนมีแนวทางการใช้ AI อย่างรับผิดชอบและโปร่งใส ควรจัดอบรมให้บุคลากร เข้าใจหลักจริยธรรม AI และบูรณาการแนวคิดนี้ในหลักสูตรการเรียนรู้ รวมถึงกำหนดแนวปฏิบัติด้านการ คัดกรองข้อมูลและการใช้ AI ในการเรียนการสอน นอกจากนี้ ควรสร้างความร่วมมือกับองค์กรภายนอกเพื่อให้ โรงเรียนมีแนวทางที่ทันสมัยและสอดคล้องกับมาตรฐานสากล ซึ่งจะช่วยให้เกิดวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งเสริมการใช้ AI อย่างมีจรรยาบรรณและปลอดภัยในระยะยาว

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับผลกระทบของการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัล เช่น ผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากร การพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียน หรือความสำเร็จ ในโครงการด้านเทคโนโลยีในสถานศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและคุณภาพร่วมกันจะช่วยให้ได้ ข้อมูลที่ครอบคลุม และสามารถนำไปพัฒนารอบแนวทางในการส่งเสริมภาวะผู้นำดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพ

2. เพื่อให้ผลการวิจัยมีความครอบคลุม ควรเพิ่มกลุ่มตัวอย่างที่มีความหลากหลาย เช่น โรงเรียนใน เขตชนบทหรือโรงเรียนเอกชน รวมถึงการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างสถานศึกษาที่มีบริบทที่ต่างกัน การขยายกลุ่มตัวอย่างจะช่วยให้สามารถวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อภาวะผู้นำดิจิทัลและการส่งเสริมจริยธรรม ปัญญาประดิษฐ์ได้อย่างลึกซึ้ง

3. เพิ่มการศึกษาเชิงลึกในจริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ เช่น ด้านความโปร่งใสและด้านความเป็นธรรม ควรได้รับการศึกษาเพิ่มเติมในบริบทของโรงเรียน โดยเฉพาะการวิเคราะห์กรณีศึกษาในสถานศึกษาที่มีการใช้ เทคโนโลยีอย่างเข้มข้น การพัฒนารอบแนวทางการประเมินความตระหนักรู้ในจริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ จะช่วยสร้างมาตรฐานที่เหมาะสมต่อการนำไปใช้จริง



4. การวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) ที่รวมวิธีการเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและเชิงลึก เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารและครู การสังเกตการปฏิบัติงานในโรงเรียน หรือการวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะช่วยให้ได้มุมมองที่กว้างและลึกเกี่ยวกับประเด็นวิจัย

บรรณานุกรม

กะรัต ทองใสพร, กิตติมา ศรีขำ, เขมรัตน์ บุญสุข, และมัทนา วังถนอมศักดิ์. (2566). ภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล. *วารสารสถาบันพัฒนาพระวิทยากร*, 6(2), 261-270.

<https://so06.tci-thaijo.org/index.php/tmd/article/view/259879/177365>

กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2562). *การจัดการและการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในภาคการศึกษา: การตระหนักถึงความเสี่ยงและมาตรการป้องกัน*. กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.

กระทรวงศึกษาธิการ. (2560). *แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2579*. สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา.

ปรียาพร ธารีแดน, และระติกรณ์ นิยมจันทร์. (2567). การบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาพระนครศรีอยุธยา. *วารสารศึกษาศาสตร์ วิทยาลัยนครราชสีมา*, 3(1), 65-76. <https://so08.tci-thaijo.org/index.php/edunmcj/article/view/3347/2753>

พรรณี ลีกิจวัฒน์. (2559). *วิธีการวิจัยทางการศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 11). สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม.

ภูริรัตน์ สุกใส. (2565). ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษากับความเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมของสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษาในจังหวัดอุดรธานี. *วารสารวิจัยและพัฒนาการศึกษา มหาวิทยาลัยนครสวรรค์*, 14(2), 1-15.

วิรากร เจริญเชื้อ. (2565). *ภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเลย หนองบัวลำภู* [วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาภูมิราชวิทยาลัย]. <https://mbuisc.ac.th/mbuiscethesis/down/2565/6320440432011.pdf>

ศุภณัฐ ศรีอุทัยสุข. (2567, 19 สิงหาคม). *ทำไมผู้หญิงเรียนสาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์น้อยกว่าผู้ชาย*. คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. <https://www.psy.chula.ac.th/en/feature-articles/cs-gender-stereotype/>

สุนทรภรณ์ อินอ่อน, กรองทิพย์ นาควิเชตร, และวิภาส ทองสุทธิ. (2566). ภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาโรงเรียนในสังกัดกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา*, 17(2), 256-271. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/hsjournalnmc/article/view/265668/179427>



- สุภาวดี ศรีมูลผา, และภูมิพัฒน์ รักพรหมงคล. (2567). แนวทางพัฒนาภาวะผู้นำยุคดิจิทัลของผู้บริหาร
สถานศึกษาในเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3. *วารสารสมาคมพัฒนาวิชาชีพการ
บริหารการศึกษาแห่งประเทศไทย*, 6(1), 170-189. [https://so04.tci-thaijo.org/index.php/
JAPDEAT/article/view/267875/183116](https://so04.tci-thaijo.org/index.php/JAPDEAT/article/view/267875/183116)
- Floridi, L., & Cowls, J. (2019). A unified framework of five principles for AI in society.
Harvard Data Science Review, 1(1).
- Gümüş, A., Aytekin, S., & İslam, A. (2020). The role of digital leadership in the adoption of AI
in organizations. *Journal of Digital Transformation*, 12(4), 233–245.
- McCarthy, J. (2007). *What is artificial intelligence?*. Stanford University.
- Northouse, P. G. (2021). *Leadership: Theory and practice* (9th ed.). Sage.
- Siau, K., & Wang, W. (2020). Building AI ethics into education. *AI & Society*, 35(1), 1-10.
- Sheninger, E. (2019). *Digital leadership: Changing paradigms for changing times*. Corwin Press.



Received: October 31, 2024

Revised: April 30, 2025

Accepted: May 18, 2025

การบริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนตำบลนางหลง
อำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช

The Management according to the Principles of Good Governance at Nang Long Subdistrict
Administrative Organization in Cha-uat District, Nakhon Si Thammarat Province

วรวิทย์ คงนong (Worawit Kongnong)¹

กิตติพงษ์ เกียรติวัชรชัย (Kittipong Keatwatcharachai)²

E-mail: mainumnt13@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สภาพการบริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนตำบลนางหลง (อบต.นางหลง) อำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช และ 2) ปัญหาและข้อเสนอแนะในการบริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาลของ อบต.นางหลง การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้บริหาร ประธานสภา กำนัน ผู้อำนวยการโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล พนักงานส่วนตำบล ผู้นำชุมชน และประชาชน ซึ่งเป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงและมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องและประเด็นต่าง ๆ เป็นอย่างดี จำนวน 15 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และการสนทนากลุ่มเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการสร้างข้อสรุป

ผลการศึกษาพบว่า 1) อบต.นางหลง มีการดำเนินการตามหลักธรรมาภิบาลอยู่ในระดับดี โดยมีการดำเนินการในบางประเด็นที่สอดคล้องกับองค์ประกอบของหลักธรรมาภิบาล 10 ประการ คือ (1) หลักประสิทธิภาพ มีการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ตั้งไว้ (2) หลักประสิทธิภาพ มีการใช้จ่ายงบประมาณอย่างประหยัด (3) หลักการตอบสนอง มีการดำเนินการที่ตอบสนองความต้องการของ

¹ นักศึกษาหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

(Master's Degree in Public Administration students of Management Science, Sukhothai Thammathirat Open University)

² รองศาสตราจารย์ประจำสาขาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

(Associate Professor in the Department of Management Science at Sukhothai Thammathirat Open University)



ประชาชนที่รวดเร็ว (4) หลักการรับผิดชอบ มีการปฏิบัติราชการตามอำนาจหน้าที่และรับผิดชอบต่อ
การดำเนินการ (5) หลักความโปร่งใส มีการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารอย่างตรงไปตรงมา (6) หลักการมีส่วนร่วม
มีการทำงานร่วมกับภาคส่วนต่าง ๆ (7) หลักการกระจายอำนาจ มีการกระจายอำนาจการตัดสินใจให้เจ้าหน้าที่
ผู้ปฏิบัติ (8) หลักนิติธรรม มีการปฏิบัติราชการตามอำนาจหน้าที่ภายใต้บทบัญญัติของกฎหมาย (9) หลักความ
เสมอภาค มีการให้บริการประชาชนทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน และ (10) หลักมุ่งเน้นฉันทามติ มีการสนับสนุน
ให้หาข้อยุติร่วมกันโดยไม่เกิดความขัดแย้ง และ 2) มีปัญหาอุปสรรคในการดำเนินการตามหลักธรรมาภิบาล
ดังกล่าวอยู่บ้าง ซึ่งต้องนำข้อเสนอแนะมาพัฒนาการบริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาลของ อบต.นางหลง
ให้ดีขึ้นต่อไปในอนาคต

คำสำคัญ การบริหารจัดการ หลักธรรมาภิบาล องค์การบริหารส่วนตำบลนางหลง อำเภอยะหา
จังหวัดนครศรีธรรมราช

Abstract

The purposes of this study were: 1) to study the management conditions according to the principles of Good Governance of the Nang Long Subdistrict Administrative Organization in Cha-ua District (Nanglong), Nakhon Si Thammarat Province; and 2) to study the problems and suggestions for the management according to the principles of Good Governance of the Nanglong. The study was qualitative research. The key informants included executives, the Chairman of the Council, the Director of the Subdistrict Health Promoting Hospital, and sub-district employees – a total of 15 people who are directly involved and have a good understanding of various issues. Information was collected using structured interviews and group discussions. Data were analyzed by drawing conclusions.

The results of the study showed that 1) the Nanglong had a good level of implementation of the principles of Good Governance. The implementation of certain issues aligns with the elements of the 10 principles of Good Governance, namely: (1) Effectiveness Principle, where the implementation meets the established objectives and targets; (2) Efficiency Principle: Budget spending is economical; (3) Responsiveness Principle: Actions are taken to quickly respond to the needs of the people; (4) Accountability Principle: Official duties are performed in accordance with authority and responsibility for implementation;



(5) Transparency Principle: Information is disclosed honestly; (6) Principle of Participation: There is collaboration with various sectors; (7) Principle of Decentralization: Decision-making power is decentralized to the officials who implement it; (8) Rule of Law: Official duties are performed in accordance with authority and duties under the provisions of the law; (9) Principle of Equality: All citizens are served equally; and (10) Principle of Consensus: Support is given to finding joint solutions without conflict. 2) There are some obstacles to the implementation of the above principles. The suggestions must be used to develop the management according to the principles of good governance of the Nanglong in the future.

Keywords: Administration, Good Governance, Nang Long Subdistrict Administrative Organization, Cha-uat District, Nakhon Si Thammarat Province

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

วิกฤติเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2540 ทำให้ประเทศไทยและหลายประเทศในทวีปเอเชียต้องขอความช่วยเหลือทางเศรษฐกิจจากธนาคารโลกและกองทุนการเงินระหว่างประเทศ ซึ่งการขอรับความช่วยเหลือเหล่านั้น ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กำหนดให้ต้องมีการปรับปรุงให้เกิดธรรมาภิบาลในการบริหารงานที่เป็น การบริหารงานโดยประชารัฐ ซึ่งมีการส่งเสริมให้มีการเชื่อมโยงเป็นพหุภาคี และประสานการสนับสนุนซึ่งกัน และกันระหว่างองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชน ด้วยการมีส่วนร่วมของประชาชน และความ รับผิดชอบของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนที่มีต่อประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล โปร่งใส เสมอภาค และเป็นธรรม

แนวคิดเรื่องธรรมาภิบาลหรือการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดี Good Governance เป็นแนวทาง สำคัญที่รัฐบาลได้นำมาใช้ในการจัดระเบียบให้สังคมและประชาชนอยู่ร่วมกันอย่างปกติสุข เพื่อช่วยป้องกัน แก้ไขหรือบรรเทาปัญหาหรือวิกฤติต่าง ๆ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การบริหาร และสิ่งแวดล้อม ที่เกิดขึ้นหรือจะเกิดขึ้นในอนาคต ไม่ว่าจะเป็นการบริหารจัดการที่ขาดความโปร่งใส บุคลากรขาดความรู้ ความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติหน้าที่ ตลอดจนการขาดความรู้ความเข้าใจในระบบการปฏิบัติงานของ ภาคราชการและการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่ไม่ทั่วถึง เกิดปัญหาการทุจริตคอร์รัปชัน ทำให้ประเทศไทย มีการบังคับใช้และปรับแก้กฎหมายต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างให้เกิดธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการภาครัฐ โดยหน่วยงานของรัฐและเจ้าหน้าที่ของรัฐ ทั้งส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และส่วนท้องถิ่น จะต้องพัฒนาองค์การ และตนเองเพื่ออำนวยความสะดวกและให้บริการประชาชนอย่างโปร่งใส มีประสิทธิภาพ ไม่มีขั้นตอน



การปฏิบัติราชการเกินความจำเป็น เกิดความคุ้มค่า และมีเป้าหมายสำคัญคือ ประเทศชาติเจริญก้าวหน้า มั่นคง และประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น (สถาพร วิชัยรัมย์, 2563)

การนำหลักธรรมาภิบาลมาใช้ในหน่วยงานก็เพื่อให้ประชาชนผู้ใช้บริการเกิดความเชื่อถือศรัทธาว่า ดำเนินงานมีความโปร่งใส ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริหารงานของรัฐ รวมทั้งพฤติกรรมการทุจริต คอร์รัปชันในหน่วยงานมีปริมาณที่ลดลง ซึ่งในปี พ.ศ. 2542 สำนักนายกรัฐมนตรีได้ออกระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการสร้างระบบบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดี พ.ศ. 2542 โดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2542 และมีผลบังคับใช้กับหน่วยงานของรัฐ ตั้งแต่วันที่ 11 สิงหาคม 2542 นับได้ว่าเป็นก้าวแรกหรือเรียกได้ว่าเป็นการวางรากฐานในการบริหารราชการแนวใหม่ สอดรับกับรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยได้ให้การรับรองหลักการของธรรมาภิบาลหรือหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี ผ่านการกำหนดเป็นนโยบายแห่งรัฐในมาตรา 76 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 และมีการกำหนดแผนการปฏิรูปประเทศมีสาระสำคัญที่เกี่ยวข้องกับธรรมาภิบาลองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งคณะกรรมการปฏิรูปประเทศกำหนดประเด็นเนื้อหาสาระสำคัญเพื่อการปฏิรูป 4 ประเด็น ประกอบด้วย 1) การกระจายอำนาจและการพัฒนานักการเมือง 2) การส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม และธรรมาภิบาลในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 3) การมีส่วนร่วมของประชาชนและชุมชนในการพัฒนาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และ 4) การสร้างความเป็นธรรมในการจัดสรรทรัพยากรในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (สำนักพัฒนาและส่งเสริมธรรมาภิบาล สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ [สำนักงาน ป.ป.ช.], 2564, น. 1-6)

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจึงต้องให้ความสำคัญและขับเคลื่อนธรรมาภิบาลให้เกิดขึ้นในองค์กร ซึ่ง อบต.นางหลง ได้ให้ความสำคัญและนำหลักธรรมาภิบาลมาใช้ในการบริหารจัดการแต่ผลการขับเคลื่อนธรรมาภิบาลในองค์กรยังไม่เป็นรูปธรรมมากนัก ผู้ศึกษาซึ่งเป็นบุคลากรในสังกัด อบต.นางหลง จึงเห็นความสำคัญในการเริ่มต้นที่จะศึกษาสภาพการบริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาลของ อบต.นางหลง ที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน รวมทั้งปัญหาและข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการศึกษาไปเป็นข้อมูลในการปรับปรุงและพัฒนาการขับเคลื่อนธรรมาภิบาลให้เกิดขึ้นในองค์กรอย่างเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาสภาพการบริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาลของ อบต.นางหลง อำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. เพื่อศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะในการบริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาลของ อบต.นางหลง อำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช



การทบทวนวรรณกรรม

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับธรรมาภิบาลกล่าวโดยสรุปได้ว่า หลักธรรมาภิบาลเป็นหลักการบริหารที่ทั่วโลกให้ความสำคัญ โดยธนาคารโลก (World Bank) เป็นผู้นำหลักการดังกล่าวมาใช้เป็นเงื่อนไขในการขอรับความช่วยเหลือทางเศรษฐกิจของประเทศที่ประสบปัญหาด้านเศรษฐกิจ โดยจำแนกองค์ประกอบของธรรมาภิบาลไว้ 6 องค์ประกอบคือ 1) ความรับผิดชอบ 2) เสถียรภาพทางการเมือง 3) ความมีประสิทธิภาพของรัฐบาล 4) การบังคับกฎหมายที่มีคุณภาพ 5) หลักนิติธรรม และ 6) การควบคุมการทุจริตคอร์รัปชัน (สุจิตรา บุญยรัตพันธุ์, 2550 อ้างถึงใน รัชฎาธิปไตย อุปลัมภ์ประชา, 2558) ในขณะที่คณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งเอเชียและแปซิฟิก (United Nations Economic and Social Commission for Asia and the Pacific: UNESCAP) ได้ให้นิยามว่า ธรรมาภิบาล มีองค์ประกอบ 8 ประการ ได้แก่ 1) การมีส่วนร่วม 2) นิติธรรม 3) ความโปร่งใส 4) การตอบสนอง 5) การมุ่งเน้นฉันทามติ 6) ความเสมอภาค/ความเที่ยงธรรม และไม่ละเลยบุคคลกลุ่มหนึ่งกลุ่มใดออกไปจากสังคม 7) ประสิทธิภาพและประสิทธิผล 8) การรับผิดชอบต่อ (สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี, 2558) นอกจากนี้ โครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (United Nations Development Programme: UNDP) ได้นำแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนามนุษย์มารวมไว้ในการกำหนดคุณลักษณะของการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีหรือธรรมาภิบาล รวม 9 ประการ คือ 1) การมีส่วนร่วม 2) นิติธรรม 3) ความโปร่งใส 4) การตอบสนอง 5) การมุ่งเน้นฉันทามติ 6) ความเสมอภาค/ความเที่ยงธรรม 7) ประสิทธิภาพและประสิทธิผล 8) การรับผิดชอบต่อ และ 9) วิสัยทัศน์เชิงยุทธศาสตร์ (UNDP, 1997 อ้างถึงใน ลัดดา ผลวัฒนะ, 2557, น. 21-22)

สำหรับประเทศไทย สำนักนายกรัฐมนตรีได้ออกระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการสร้างระบบบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดี พ.ศ. 2542 ซึ่งกำหนดหลักสำคัญในการบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดีไว้ 6 ประการ ได้แก่ 1) หลักนิติธรรม 2) หลักคุณธรรม 3) หลักความโปร่งใส 4) หลักการมีส่วนร่วม 5) หลักความรับผิดชอบ และ 6) หลักความคุ้มค่า โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (ก.พ.ร.) (สำนักงาน ก.พ.ร., 2552, น. 8-9) ได้จัดทำเกณฑ์เพื่อการจัดระดับการกำกับดูแลองค์การภาครัฐตามหลักธรรมาภิบาลของการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีโดยยึดหลักธรรมาภิบาลมาเป็นองค์ประกอบของเกณฑ์ด้วยการวิเคราะห์หลักธรรมาภิบาล (Good Governance) ร่วมระหว่าง 1) หลักการกำกับดูแลองค์การที่ดี ซึ่งสำนักงาน ก.พ.ร. ส่งเสริม 2) หลักกฎหมายและแนวคิดการกำกับดูแลในประเทศไทย 3) หลักธรรมาภิบาลของต่างประเทศ ได้แก่ World Bank, UNESCAP, UNDP, OECD 4) หลักการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management: NPM) และจัดประชุมผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อพิจารณาจนได้ข้อสรุปว่า หลักธรรมาภิบาลของการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (Good Governance) ที่เหมาะสมจะนำมาปรับใช้ในภาครัฐมี 10 องค์ประกอบ คือ 1) หลักประสิทธิภาพ 2) หลักประสิทธิภาพ 3) หลักการตอบสนอง 4) หลักการรับผิดชอบต่อ 5) หลักความโปร่งใส 6) หลักการมีส่วนร่วม 7) หลักการกระจายอำนาจ 8) หลักนิติธรรม 9) หลักความเสมอ



ภาค และ 10) หลักมุ่งเน้นฉันทามติ ซึ่งจากข้อมูลที่ศึกษาพบว่า หลักนิติธรรมและหลักการรับผิดชอบต่อหรือความรับผิดชอบต่อ เป็นหลักการที่องค์กรข้างต้นให้ความสำคัญเหมือนกัน ในส่วนของ อบต.นางหลง ได้บรรจุหลักธรรมาภิบาลไว้ในยุทธศาสตร์ อบต.นางหลง ยุทธศาสตร์ที่ 5 การพัฒนาด้านการบริหารจัดการองค์กร ซึ่งกำหนดเป้าประสงค์ไว้ 5 ประการ คือ 1) อบต.นางหลง มีระบบการบริหารจัดการที่ดีมีประสิทธิภาพตามหลักการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดี 2) อบต.นางหลง เป็นองค์กรที่มีความพร้อมในการให้บริการประชาชนอย่างมีประสิทธิภาพ 3) อบต.นางหลง เป็นหน่วยงานที่ส่งเสริมการป้องกันการทุจริต 4) บุคลากรของ อบต.นางหลง มีการพัฒนาในด้านทักษะและศักยภาพในการปฏิบัติงาน และ 5) ประชาชน/บุคลากร ของ อบต.นางหลง ได้รับการพัฒนาในเรื่องของประชาธิปไตย การพัฒนาศักยภาพผู้นำชุมชน และประชาชนทั่วไป โดยมีระดับคะแนนการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ (ITA) ย้อนหลัง 5 ปี (พ.ศ. 2562-2566) เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2562-2565 ที่ระดับคะแนน 67.45, 73.73, 91.71 และ 92.72 ตามลำดับ โดยคะแนนปรับลดลงเล็กน้อยในปี 2566 ที่ระดับคะแนน 88.72 ประกอบด้วยคะแนนประเมินรายเครื่องมือ ได้แก่ IIT 81.81 คะแนน EIT ส่วนที่ 1 78.44 คะแนน EIT ส่วนที่ 2 96.04 คะแนน และ OIT 95.00 คะแนน

ศิริประภา พัดลม (2564) ได้ศึกษาเรื่อง การนำหลักธรรมาภิบาลไปใช้ในการบริหารจัดการขององค์การบริหารส่วนตำบลห้วยหิน อำเภอยะบะดี จังหวัดลพบุรี พบว่า การนำหลักธรรมาภิบาลไปใช้ในการบริหารจัดการขององค์การบริหารส่วนตำบลห้วยหิน ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงตามลำดับ ได้แก่ หลักประสิทธิภาพ หลักการมีส่วนร่วม หลักความเสมอภาค หลักความโปร่งใส หลักนิติธรรม หลักการตอบสนอง หลักประสิทธิผล หลักการกระจายอำนาจ หลักมุ่งเน้นฉันทามติ และหลักการรับผิดชอบต่อ ตามลำดับ

อังคณา ปากเกร็ด (2562) ได้ศึกษาเรื่อง การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของเทศบาลตำบลสามง่าม อำเภอดอนตูม จังหวัดนครปฐม พบว่า การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาล มี 6 ด้าน ประกอบด้วย (1) ด้านนิติธรรม คือ การดำเนินงานตามระเบียบและกฎหมาย (2) ด้านคุณธรรม คือ การดำเนินงานโดยยึดหลักความถูกต้อง (3) ด้านความโปร่งใส คือ การเปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานแก่สาธารณชน (4) ด้านการมีส่วนร่วม คือ การเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนแสดงความคิดเห็น (5) ด้านความรับผิดชอบต่อ คือ ให้อำนาจหน้าที่ของตน และ (6) ด้านความคุ้มค่า คือ การใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ส่วนรวม

ณฤเบศร์ อ่าวสกุล (2560) ได้ศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาลของเทศบาลตำบลฉวาง อำเภอดอนตูม จังหวัดนครราชสีมา พบว่า เทศบาลตำบลฉวาง อำเภอดอนตูม จังหวัดนครราชสีมา มีการบริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาลในระดับสูงทั้ง 6 ด้าน คือ หลักนิติธรรม หลักคุณธรรม หลักการมีส่วนร่วม หลักความโปร่งใส หลักความรับผิดชอบต่อ และหลักความคุ้มค่า



เกชา ใจดี (2557) ได้ศึกษาเรื่อง การใช้หลักธรรมาภิบาลในการจัดทำบริการสาธารณะของ องค์การบริหารส่วนตำบลวังใต้ อำเภอสว่างวีรญาติ จังหวัดลำปาง พบว่า ผู้นำชุมชนมีความเห็นว่าการนำ หลักธรรมาภิบาลมาใช้ในระดับค่อนข้างน้อย ส่วนประชาชนมีความเห็นว่า มีการนำหลักธรรมาภิบาลมาใช้ในการ จัดทำบริการสาธารณะเป็นบางครั้ง

วิจิต บุญสนอง (2554) ได้วิจัยเรื่อง แนวทางการเสริมสร้างธรรมาภิบาลในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรณีศึกษา องค์การบริหารส่วนตำบลและเทศบาลในเขตอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี พบว่าแนวทางการเสริมสร้างธรรมาภิบาลในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 1) ด้านหลักนิติธรรม คือ การเสริมสร้าง ประสิทธิภาพของหน่วยงานท้องถิ่นโดยเน้นการอำนวยความสะดวก รวดเร็ว ถูกต้องและเป็นธรรม 2) ด้านหลัก คุณธรรม คือการเสริมสร้างความสามัคคีและลดความขัดแย้งระหว่างเจ้าหน้าที่กับเจ้าหน้าที่และผู้บังคับบัญชา กับผู้ใต้บังคับบัญชา 3) ด้านหลักความโปร่งใส คือ การเสริมสร้างความโปร่งใสด้านการเปิดเผยข้อมูลเพื่อให้ ประชาชนสามารถรับรู้การทำงานของหน่วยงานได้ 4) ด้านการมีส่วนร่วม คือ แนวทางการเสริมสร้าง กระบวนการตัดสินใจโดยใช้เสียงส่วนใหญ่ ในการหาฉันทามติร่วมกันระหว่างประชาชนและองค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่น 5) ด้านความรับผิดชอบ คือ แนวทางการเสริมสร้างให้บุคลากรในองค์กรได้เคารพในความ คิดเห็นที่แตกต่างและกล้ายอมรับผลของการกระทำพร้อมรับการตรวจสอบ 6) ด้านหลักความคุ้มค่า คือ แนวทางการเสริมสร้างให้หน่วยงานมีวิธีการและขั้นตอนในการจัดสรรงบประมาณอย่างเป็นระบบและ เหมาะสมกับการดำเนินงาน 7) ด้านหลักความเสมอภาค คือ แนวทางการส่งเสริมการใช้กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ โดยไม่เลือกปฏิบัติ มีความเสมอภาคเท่าเทียมและเป็นธรรมกับทุกฝ่าย 8) ด้านหลักความสอดคล้อง คือ การส่งเสริมการเรียนรู้ของบุคลากรด้วยวิธีการเรียนรู้วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมของสังคม เพื่อให้ทราบถึงความ ต้องการของชุมชนและสังคมที่แท้จริง 9) ด้านหลักการมีวิสัยทัศน์เชิงยุทธศาสตร์ คือ การส่งเสริมให้มีการนำ วิสัยทัศน์เชิงยุทธศาสตร์เผยแพร่ให้บุคลากรและประชาชนในท้องถิ่นได้ทราบ เพื่อให้รับรู้ถึงแนวคิดวิสัยทัศน์ เชิงยุทธศาสตร์ที่จะปฏิบัติในอนาคตสำหรับองค์กรและท้องถิ่นว่าตรงกับความต้องการที่แท้จริงของบุคลากร และชุมชนเพียงใด และ 10) ด้านหลักการควบคุมการคอร์รัปชัน คือ การส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรมและ ศีลธรรมให้กับท้องถิ่นในการตระหนักภัยของการคอร์รัปชัน

มนตรี สุขคุณานนท์ (2553) ได้ศึกษาเรื่อง การดำเนินการตามหลักธรรมาภิบาลของเทศบาลตำบล หนองซอก อำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี พบว่า มีการนำหลักธรรมาภิบาลมาประยุกต์ใช้ในการทำงานทั้ง 6 หลัก ได้แก่ 1) หลักนิติธรรม มีการบริหารงานด้วยความถูกต้อง เป็นธรรม และตรวจสอบได้ 2) หลัก คุณธรรม มีการปฏิบัติงานด้วยความเป็นธรรมเสมอภาค 3) หลักความโปร่งใส การบริหารการเงินและ งบประมาณยึดหลักการนี้มากที่สุด 4) หลักการมีส่วนร่วม มีการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน ทุกครั้ง 5) หลักความรับผิดชอบ มีการนำมาเป็นแนวปฏิบัติของพนักงานโดยปฏิบัติได้ตามตัวชี้วัดที่กำหนด



และ 6) หลักความคุ้มค่า นำมาใช้ในการบริหารและการปฏิบัติงานโดยเน้นถึงความคุ้มค่าและประโยชน์ที่ประชาชนจะได้รับ

ธีระพงษ์ จันทบูรณ์ (2553) ได้ศึกษาเรื่อง การบริหารงานขององค์การตามหลักธรรมาภิบาลของ องค์การบริหารส่วนตำบลพรุพี อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า มีการบริหารงานตาม หลักธรรมาภิบาล 6 ด้าน คือ 1) ด้านหลักนิติธรรม ได้มีการออกข้อบัญญัติของตำบล 2) ด้านหลักคุณธรรม มีการทำหน้าที่เพื่อประโยชน์ของประชาชน 3) ด้านหลักความโปร่งใส มีการควบคุมและเปิดโอกาสให้ ประชาชนตรวจสอบการบริหารจัดการงานต่าง ๆ ของ อบต. 4) ด้านหลักการมีส่วนร่วม เปิดโอกาสให้ภาค ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมทำงานกับ อบต. 5) ด้านหลักความรับผิดชอบ ได้มีการออกคำสั่งแต่งตั้งคณะทำงาน ปรับปรุงขั้นตอนและระยะเวลาในการปฏิบัติราชการ และ 6) การหลักความคุ้มค่า มีการดำเนินการจัดซื้อจัด จ้างเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อประชาชนอย่างคุ้มค่ามากที่สุด

สำราญ บรรจง (2551) ได้ศึกษาเรื่อง การใช้หลักธรรมาภิบาลในการบริหารงานของเทศบาลเมือง บางศรีเมือง อำเภอมะนังนทบุรี จังหวัดนนทบุรี พบว่า 1) การใช้หลักธรรมาภิบาลในการบริหารงานของ เทศบาลเมืองบางศรีเมืองโดยภาพรวมเป็นไปตามหลักธรรมาภิบาล มี 4 หลัก ได้แก่ หลักนิติธรรม หลัก คุณธรรม หลักการมีส่วนร่วม และหลักความรับผิดชอบต่อส่วนหลักความโปร่งใสและหลักความคุ้มค่าไม่เป็นไป ตามหลักธรรมาภิบาล และ

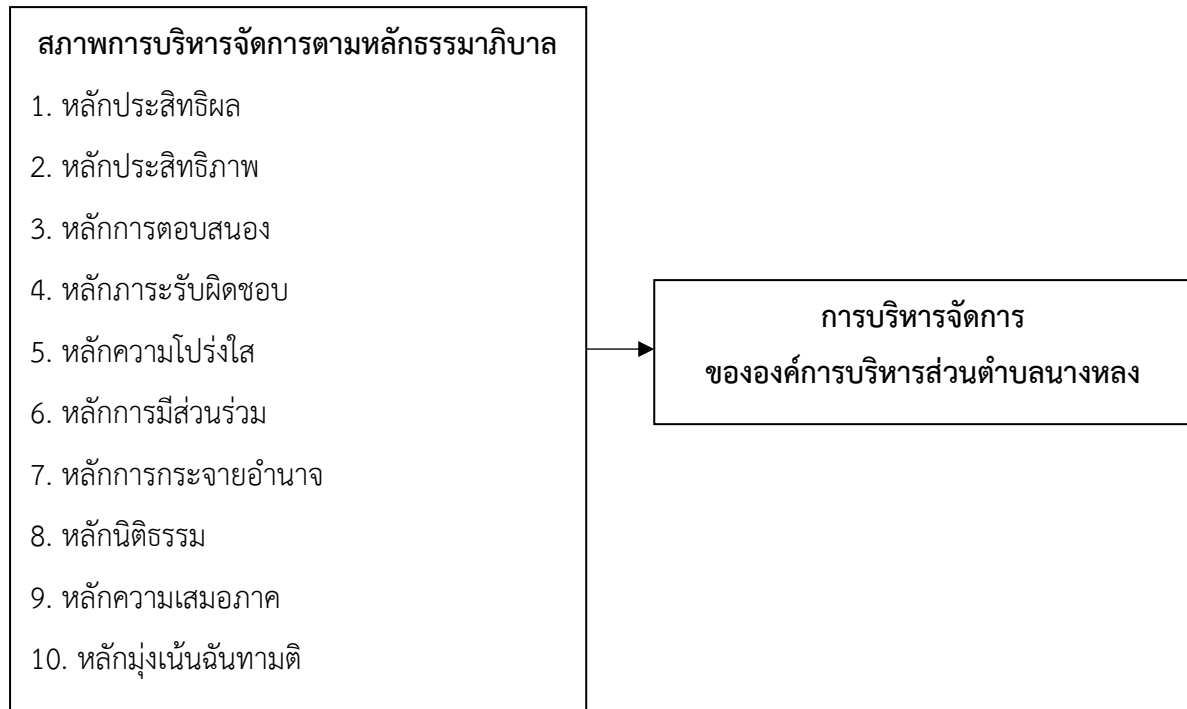
พงษ์ศักดิ์ ศักดิ์พงษ์ (2551) ได้ศึกษาเรื่อง การใช้หลักธรรมาภิบาลในการบริหารงาน ของเทศบาล ตำบลบึงยี่โถ อำเภอรัญบุรี จังหวัดปทุมธานี พบว่า 1) กลุ่มพนักงานข้าราชการและลูกจ้างของเทศบาลมีความ คิดเห็นว่าเทศบาลตำบลบึงยี่โถมีการนำหลักธรรมาภิบาลมาใช้ในการบริหารงานระดับมาก เมื่อพิจารณาใน รายละเอียดพบว่าล้วนมีการบริหารงานตามหลักนิติธรรม หลักคุณธรรม หลักความโปร่งใส หลักการมีส่วนร่วม หลักความรับผิดชอบต่อส่วนหลักความคุ้มค่าในระดับมากทั้งสิ้น 2) กลุ่มกำนันผู้ใหญ่บ้านและประชาชนมีความ คิดเห็นว่าเทศบาลตำบลบึงยี่โถมีการนำหลักธรรมาภิบาลมาใช้ในการบริหารงานระดับปานกลาง เมื่อพิจารณา ในรายละเอียดพบว่ามีการบริหารงานตามหลักนิติธรรม หลักคุณธรรม หลักความโปร่งใส หลักการมีส่วนร่วม หลักความรับผิดชอบต่อส่วนหลักความคุ้มค่าในระดับปานกลางทั้งสิ้น

กรอบแนวคิดในการศึกษา

ผู้ศึกษานำองค์ประกอบของหลักธรรมาภิบาลของสำนักงาน ก.พ.ร. มากำหนดเป็นตัวแปรอิสระ ซึ่งเป็นหลักธรรมาภิบาลของการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (Good Governance) ที่ผ่านการประชุมและ พิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิจนได้ข้อสรุปว่าเหมาะสมที่จะนำมาปรับใช้ในภาครัฐ เพื่อศึกษาสภาพการบริหาร จัดการตามหลักธรรมาภิบาล 10 ด้าน ขององค์การบริหารส่วนตำบลนางหลง ได้แก่ หลักประสิทธิภาพ



หลักประสิทธิภาพ หลักการตอบสนอง หลักการรับผิดชอบ หลักความโปร่งใส หลักการมีส่วนร่วม หลักการกระจายอำนาจ หลักนิติธรรม หลักความเสมอภาค และหลักมุ่งเน้นฉันทามติ



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

ที่มา: สำนักงาน ก.พ.ร. (2552)

วิธีดำเนินการวิจัย

1. **รูปแบบการวิจัย** การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากมุมมองของผู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรงเกี่ยวกับการบริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาลในด้านต่าง ๆ ของ อบต. นางหลง

2. **ผู้ให้ข้อมูลหลัก** เลือกด้วยวิธีเฉพาะเจาะจงจากบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงและมีความรู้ความเข้าใจในหัวข้อและประเด็นต่าง ๆ ที่ศึกษา จำนวนทั้งสิ้น 15 คน ประกอบด้วย

2.1 **ผู้ให้ข้อมูลหลักโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก** จำนวน 7 คน ประกอบด้วย

2.1.1 นายกองค์การบริหารส่วนตำบลนางหลงที่ดำรงตำแหน่งในปัจจุบัน

2.1.2 ประธานสภาองค์การบริหารส่วนตำบลนางหลงที่ดำรงตำแหน่งในปัจจุบัน

2.1.3 กำนันตำบลนางหลงที่ดำรงตำแหน่งในปัจจุบัน

2.1.4 ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลนางหลงที่ดำรงตำแหน่งในปัจจุบัน



2.1.5 ผู้อำนวยการโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบ้านนางหลงที่ดำรงตำแหน่งในปัจจุบัน

2.1.6 ประชาชนที่มีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้านตำบลนางหลงและอาศัยอยู่จริงไม่น้อยกว่า 10 ปี

จำนวน 2 คน

2.2 ผู้ให้ข้อมูลหลักโดยการสนทนากลุ่ม (Focus Group) จำนวน 8 คน ประกอบด้วย

2.2.1 รองนายกองค์การบริหารส่วนตำบลนางหลงที่ดำรงตำแหน่งในปัจจุบัน จำนวน 2 คน

2.2.2 พนักงานส่วนตำบลที่ปฏิบัติหน้าที่ ณ องค์การบริหารส่วนตำบลนางหลงไม่น้อยกว่า

5 ปี จำนวน 2 คน

2.2.3 ผู้นำชุมชนที่เป็นผู้นำตามธรรมชาติ จำนวน 2 คน

2.2.4 ประชาชนที่มีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้านในตำบลนางหลงและอาศัยอยู่จริงไม่น้อยกว่า 10 ปี

จำนวน 2 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้ศึกษาใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured interview) โดยใช้คำถามเดียวกันกับผู้ที่ถูกสัมภาษณ์ทุกคน ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ **ส่วนที่ 1** สถานภาพส่วนตัวของผู้ถูกสัมภาษณ์ **ส่วนที่ 2** การประเมินสภาพการบริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนตำบลนางหลง และ **ส่วนที่ 3** ปัญหาข้อเสนอแนะในการบริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนตำบลนางหลง และการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เป็นการอภิปรายกลุ่มในประเด็นที่กำหนด โดยผู้ศึกษาจะทำหน้าที่ในการกระตุ้นให้คนในกลุ่มพูดคุยกันในเรื่องที่กำหนด

4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล ดังนี้

4.1 เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร ได้แก่ ตำรา เอกสารประกอบการบรรยาย เอกสารทางวิชาการ วารสาร สิ่งพิมพ์ สารานุกรม พจนานุกรม งานวิจัย วิทยานิพนธ์ เอกสารของทางราชการ นโยบาย กฎ ระเบียบ พระราชบัญญัติ ข้อกำหนด ประกาศ เป็นต้น

4.2 เก็บรวบรวมข้อมูลจากภาคสนาม 2 ส่วน คือ 1) แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured interview) โดยติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อนัดหมายและขออนุญาตเข้าไปเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ตามคำถามที่กำหนดไว้ในแบบสัมภาษณ์ตามที่กำหนดไว้เท่านั้น ในการสัมภาษณ์จะใช้การจดบันทึกและทบทวนคำพูดตามที่จดบันทึกกับผู้ให้สัมภาษณ์ทุกข้อคำถาม จากนั้นนำแบบสัมภาษณ์ที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบ และนำมาวิเคราะห์ต่อไป และ 2) การสนทนากลุ่ม (Focus group) ดำเนินการโดยประสาน อบต. นางหลง เพื่อขอใช้สถานที่ในการจัดสนทนากลุ่ม ประสานกลุ่มเป้าหมายเพื่อนัดหมายวัน เวลา และดำเนินการสนทนากลุ่ม โดยจดบันทึกข้อมูลในแต่ละประเด็นสนทนา และทบทวนข้อสรุปของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มตาม



จดบันทึกทุกประเด็นสนทนา จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่มมาตรวจสอบและนำมาวิเคราะห์ต่อไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ตามประเด็นที่กำหนดไว้ในกรอบแนวคิด โดยแยกออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร และส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่ม โดยนำหลักการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) มาใช้ในการตรวจสอบข้อมูล โดยเริ่มต้นจากการจัดการข้อมูลที่ได้ศึกษามาทั้งหมดให้เป็นระบบทั้งข้อมูลจากเอกสาร การสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม เพื่อให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิดในการศึกษา จากนั้นจึงวิเคราะห์ข้อมูลในแต่ละประเด็นเพื่อสรุปผลการศึกษาแยกเป็นประเด็นเรียงลำดับตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาที่ตั้งไว้สองประเด็น แล้วนำผลการศึกษาทั้งสองประเด็นมาเปรียบเทียบกับข้อมูลเอกสารที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แนวคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อจะได้ทราบถึงลักษณะที่มีความคล้ายคลึงกัน หรือแตกต่างกันของข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มกับข้อมูลจากเอกสาร เพื่อใช้ในการอภิปรายผลและนำเสนอข้อมูลเป็นข้อความแบบบรรยาย ซึ่งอาจเสริมด้วยคำพูดของผู้ให้สัมภาษณ์บางตอน เพื่อเน้นความหมายให้เด่นชัด

ผลการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนตำบลนางหลง อำเภอยะหา จังหวัดนครศรีธรรมราช แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร และส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่ม ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร พบว่า หลักธรรมาภิบาลเป็นหลักการบริหารที่ทั่วโลกให้ความสำคัญ โดยธนาคารโลก (World Bank) เป็นผู้นำหลักการดังกล่าวมาใช้เป็นเงื่อนไขในการขอรับความช่วยเหลือทางเศรษฐกิจของประเทศที่ประสบปัญหาด้านเศรษฐกิจ โดยจำแนกองค์ประกอบของธรรมาภิบาลไว้ 6 องค์ประกอบ ในขณะที่คณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งเอเชียและแปซิฟิก (United Nations Economic and Social Commission for Asia and the Pacific: UNESCAP) ได้ให้นิยามว่า ธรรมาภิบาลมีองค์ประกอบ 8 ประการ นอกจากนี้โครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (United Nations Development Programme: UNDP) ได้นำแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนามนุษย์มารวมไว้ในการกำหนดคุณลักษณะของการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีหรือธรรมาภิบาล รวม 9 ประการ สำหรับประเทศไทย สำนักนายกรัฐมนตรีได้ออกระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการสร้างระบบบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดี พ.ศ. 2542 ซึ่งกำหนดหลักสำคัญในการบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดีไว้ 6 ประการ และสำนักงาน ก.พ.ร. จัดประชุมผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อพิจารณาจนได้ข้อสรุปว่า หลักธรรมาภิบาลของการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (Good



Governance) ที่เหมาะสมจะนำมาปรับใช้ในภาครัฐมี 10 องค์ประกอบ ซึ่งจากข้อมูลที่ศึกษาพบว่า หลักนิติธรรมและหลักการรับผิดชอบต่อหรือความรับผิดชอบต่อ เป็นหลักการที่ธนาคารโลก (World Bank) คณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งเอเชียและแปซิฟิก (UNESCAP) โครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (UNDP) สำนักนายกรัฐมนตรี และ สำนักงาน ก.พ.ร. ให้ความสำคัญเหมือนกัน

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่ม สรุปผลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาสภาพการบริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนตำบลนางหลง อำเภอลำดวน จังหวัดนครศรีธรรมราช

(1) **หลักประสิทธิภาพ** พบว่า อบต.นางหลง มีการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยกำหนดทิศทางที่ชัดเจนผ่านการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น

(2) **หลักประสิทธิภาพ** พบว่า อบต.นางหลง มีการจัดทำแผนการใช้จ่ายงบประมาณ และใช้จ่ายงบประมาณอย่างประหยัดโดยคำนึงถึงความคุ้มค่าและประโยชน์สูงสุด มีการกำหนดระยะเวลาในการให้บริการประชาชนและให้บริการด้วยความรวดเร็ว

(3) **หลักการตอบสนอง** พบว่า อบต.นางหลง มีการดำเนินการที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนที่รวดเร็ว โดยกำหนดช่องทางการติดต่อเพื่อรับทราบข้อมูลความต้องการ ปัญหาความเดือดร้อนของประชาชนหลากหลายช่องทาง ได้แก่ ติดต่อที่สำนักงาน ติดต่อผ่านสมาชิกสภาฯ ช่องทางแอปพลิเคชันไลน์ เฟซบุ๊ก เว็บไซต์สำนักงาน และอีเมล

(4) **หลักการรับผิดชอบต่อ** พบว่า อบต.นางหลง ปฏิบัติราชการตามอำนาจหน้าที่ที่กฎหมายกำหนด โดยคำนึงถึงประโยชน์สาธารณะเป็นสำคัญ รับผิดชอบต่อการดำเนินการ มีช่องทางให้ประชาชนเข้ามาตรวจสอบ และมีการแต่งตั้งภาคประชาชนเป็นคณะทำงาน

(5) **หลักความโปร่งใส** พบว่า อบต.นางหลง มีการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชนอย่างตรงไปตรงมาและเข้าถึงได้สะดวกผ่านช่องทางที่หลากหลาย ประชาชนสามารถตรวจสอบกระบวนการทำงานได้ โดยมีคะแนนการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ (ITA) ย้อนหลัง 5 ปี (พ.ศ. 2562-2566) เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2562-2565 ที่ระดับคะแนน 67.45, 73.73, 91.71 และ 92.72 ตามลำดับ โดยคะแนนปรับลดลงเล็กน้อยในปี 2566 ที่ระดับคะแนน 88.72

(6) **หลักการมีส่วนร่วม** พบว่า อบต.นางหลง มีการทำงานร่วมกับภาคประชาชน และภาคส่วนต่าง ๆ ในการร่วมกันคิด ร่วมกันทำ ร่วมกันรับผล และประเมินผล โดยมีการประชุมเพื่อกำหนดแนวทางในการทำงานร่วมกัน

(7) **หลักการกระจายอำนาจ** พบว่า อบต.นางหลง มีการกระจายอำนาจการตัดสินใจให้เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติ การกระจายอำนาจทางการบริหารและการสั่งการแทน โดยจัดทำเป็นลายลักษณ์อักษร



(8) **หลักนิติธรรม** พบว่า อบต.นางหลง ปฏิบัติราชการตามอำนาจหน้าที่ภายใต้บทบัญญัติของกฎหมาย คำนึงถึงสิทธิและเสรีภาพของประชาชน รับฟังความคิดเห็นของทุกกลุ่มทุกฝ่าย

(9) **หลักความเสมอภาค** พบว่า อบต.นางหลง ให้บริการประชาชนทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน ไม่มีการเลือกปฏิบัติ ทุกคนจะได้รับการปฏิบัติแบบเดียวกันโดยไม่แบ่งแยกเพศ เชื้อชาติ ศาสนา การศึกษา ถิ่นกำเนิด สภาพร่างกาย ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม

(10) **หลักมุ่งเน้นฉันทามติ** พบว่า อบต.นางหลง สนับสนุนการทำงานร่วมกัน โดยให้ทุกกลุ่มได้แสดงความคิดเห็นและหาข้อยุติร่วมกัน โดยไม่เกิดความขัดแย้ง

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะในการบริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนตำบลนางหลง อำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช

(1) **หลักประสิทธิผล** พบว่า

- ปัญหา คือ การกำหนดวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนทุกคนนั้นยังทำได้ไม่ดัดนัก เนื่องจากประชาชนมีความต้องการที่หลากหลายแตกต่างกัน งบประมาณจำกัด ทำให้การบริหารงานยังไม่เป็นมาตรฐานเท่าที่ควร

- ข้อเสนอแนะ คือ การจัดลำดับความสำคัญของปัญหาความต้องการ การกำหนดเป้าหมายร่วมกัน และการขอจัดสรรงบประมาณ

(2) **หลักประสิทธิภาพ** พบว่า

- ปัญหา คือ บุคลากรไม่เพียงพอ มีงบประมาณจำกัด

- ข้อเสนอแนะ คือ การนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ พร้อมกับการพัฒนาทักษะของบุคลากรในการใช้เทคโนโลยี ขอจัดสรรงบประมาณและจัดเก็บรายได้เพิ่มขึ้น

(3) **หลักการตอบสนอง** พบว่า

- ปัญหา คือ การสื่อสารระหว่างเจ้าหน้าที่กับประชาชนผู้รับบริการที่เข้าใจไม่ตรงกัน เครือข่ายบริการอินเทอร์เน็ตในพื้นที่ไม่ดีพอ และบุคลากรมีจำนวนจำกัดไม่เพียงพอในการตอบสนองความต้องการของประชาชนได้ทันที

- ข้อเสนอแนะ คือ พัฒนาทักษะการสื่อสารของเจ้าหน้าที่ ให้ความสำคัญกับช่องทางที่ประชาชนสะดวกและได้รับการตอบสนองเร็วที่สุด กำหนดช่องทางการรับแจ้งข้อมูลหลากหลายช่องทาง และมีการวัดผลความพึงพอใจ

(4) **หลักการรับผิดชอบ** พบว่า

- ปัญหา คือ มีการยึดติดกับวิธีปฏิบัติงาน ธรรมเนียมปฏิบัติ หรือวัฒนธรรมองค์กรแบบเดิม และไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน



- ข้อเสนอแนะ คือ สร้างวัฒนธรรมองค์กรที่พร้อมรับการตรวจสอบ ส่งเสริมการปฏิบัติงานที่ถูกต้องและพร้อมรับผิดชอบต่อผลลัพธ์ แต่งตั้งผู้นำตามธรรมชาติร่วมเป็นคณะทำงานที่หลากหลาย กำหนดเป็นนโยบายและสร้างแบบอย่างที่ดี

(5) หลักความโปร่งใส พบว่า

- ปัญหา คือ การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของ อบต.นางหลง ยังไม่ทั่วถึง ประชาชนบางกลุ่มเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้น้อย

- ข้อเสนอแนะ คือ การประชาสัมพันธ์ช่องทางการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารให้ประชาชนรับรู้ โดยให้ความสำคัญกับช่องทางการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่ประชาชนเข้าถึงได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว

(6) หลักการมีส่วนร่วม พบว่า

- ปัญหา คือ กระบวนการทำงานยังไม่เอื้อต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนเท่าที่ควร คนรุ่นใหม่เข้ามามีส่วนร่วมน้อย

- ข้อเสนอแนะ คือ การสร้างวัฒนธรรมการทำงานเป็นทีม การรับฟังความคิดเห็นจากทุกภาคส่วนผ่านช่องทางต่าง ๆ ที่หลากหลาย ส่งเสริมให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมตั้งแต่ต้น

(7) หลักการกระจายอำนาจ พบว่า

- ปัญหา คือ ท้องถิ่นได้รับการกระจายอำนาจเพียงบางส่วนต้องได้รับความเห็นชอบจากส่วนกลางในหลายเรื่อง ยังขาดความพร้อมในการกระจายอำนาจให้เอกชนหรือประชาชนดำเนินการแทน

- ข้อเสนอแนะ คือ ปรับปรุงกฎหมาย กระจายอำนาจให้ประชาชนดำเนินการเองในเรื่องที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน และส่งเสริมความเข้มแข็งของกลุ่มในพื้นที่

(8) หลักนิติธรรม พบว่า

- ปัญหา คือ ประชาชนขาดความเชื่อมั่นในการบังคับใช้กฎหมาย เกิดความขัดแย้งในการบังคับใช้กฎหมายที่เข้มงวด

- ข้อเสนอแนะ คือ การรับฟังความคิดเห็นของประชาชน ให้ประชาชนชนมีส่วนร่วมในการปรับปรุงกฎ ระเบียบตั้งแต่ต้น ส่งเสริมให้บุคลากรปฏิบัติหน้าที่ตามที่กฎหมายกำหนดอย่างเคร่งครัดและลงโทษทางวินัยอย่างจริงจังหากกระทำผิด

(9) หลักความเสมอภาค พบว่า

- ปัญหา คือ การปฏิบัติแบบเดียวกันไม่สามารถสร้างความพึงพอใจและตอบสนองความต้องการของประชาชนผู้รับบริการแต่ละกลุ่มที่มีความแตกต่างกันได้

- ข้อเสนอแนะ คือ การจัดทำข้อมูลเชิงรุกกลุ่มเป้าหมายผู้รับบริการ และอำนวยความสะดวกให้เด็ก สตรี ผู้สูงอายุ และผู้พิการตามสถานะภาพทางร่างกายเฉพาะบุคคล



(10) หลักมุ่งเน้นฉันทามติ พบว่า

- ปัญหา คือ ประชาชนมีความคิดเห็นทางการเมืองที่แตกต่างกัน คิดถึงประโยชน์ของพวกเขา พ้องมากกว่าประโยชน์สาธารณะ
- ข้อเสนอแนะ คือ สนับสนุนให้ทุกกลุ่มได้แสดงความคิดเห็น ส่งเสริมกิจกรรมสร้างความสามัคคี สร้างจิตสำนึกและส่งเสริมให้มีทัศนคติที่ถูกต้องในการหาข้อยุติเพื่อประโยชน์สาธารณะและสร้างสังคมสงบสุขร่วมกัน

อภิปรายผล

จากการศึกษาการบริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาลของ อบต.นางหลง อำเภอยะบะ จังหวัด นครศรีธรรมราช สามารถอภิปรายผลตามองค์ประกอบของหลักธรรมาภิบาล 10 ประการ และวัตถุประสงค์ของการศึกษาที่ตั้งไว้ ดังนี้

1. หลักประสิทธิภาพ

ผลการศึกษา พบว่า อบต.นางหลง มีการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยกำหนดทิศทางที่ชัดเจนผ่านการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น ให้ความสำคัญกับการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ที่สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนผู้รับบริการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย จัดทำโครงการโดยคำนึงถึงการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของคนในพื้นที่ และมีการจัดทำรายงานผลการดำเนินงานประจำปี โดยพบปัญหา คือ การกำหนดวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนทุกคน นั้นยังทำได้ไม่เต็มที่ เนื่องจากประชาชนมีความต้องการที่หลากหลายแตกต่างกัน อีกทั้งมีงบประมาณจำกัดทำให้การบริหารงานยังไม่เป็นมาตรฐานเท่าที่ควร ข้อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหา ได้แก่ การจัดลำดับความสำคัญของปัญหาความต้องการ กำหนดเป้าหมายร่วมกัน และการขอจัดสรรงบประมาณ ซึ่งไม่สอดคล้องกับ ศีรประภา พัดลม (2564) ที่ศึกษาเรื่อง การนำหลักธรรมาภิบาลไปใช้ในการบริหารจัดการขององค์การบริหารส่วนตำบลห้วยหิน อำเภอยะบะ จังหวัดลพบุรี พบว่า มีการจัดทำแผนการดำเนินงานประจำปี สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ เป้าหมายของงาน และมีการติดตามผลการดำเนินงานในทุกปีงบประมาณ ดังนั้น อบต.นางหลง ควรมีการพัฒนาการดำเนินงานทั้งในเรื่องของการกำหนดวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายให้ครอบคลุมความต้องการของประชาชนมากขึ้นรวมถึงการสร้างระบบงานที่เป็นมาตรฐานมากยิ่งขึ้นด้วย สอดคล้องกับ ชีรพงษ์ จันทบูรณ์ (2553) ที่ศึกษาเรื่อง การบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลห้วยหิน อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า มีการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาล โดยสิ่งที่องค์การบริหารส่วนตำบลห้วยหินให้ความสำคัญมากประการหนึ่ง คือ การแก้ไขปัญหาและตอบสนองความต้องการของประชาชน การพัฒนาคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนให้ดีขึ้น



2. หลักประสิทธิภาพ

ผลการศึกษา พบว่า อบต.นางหลง มีการจัดทำแผนการใช้จ่ายงบประมาณ และใช้จ่ายงบประมาณอย่างประหยัดโดยคำนึงถึงความคุ้มค่าและประโยชน์สูงสุด มีการกำหนดระยะเวลาในการให้บริการประชาชน และให้บริการด้วยความรวดเร็ว จัดทำขั้นตอนการรับบริการ โครงการให้บริการเคลื่อนที่ เช่น การฉีดวัคซีน ป้องกันโรคพิษสุนัขบ้า การจัดเก็บภาษี เป็นต้น โดยพบปัญหา คือ บุคลากรไม่เพียงพอและมีงบประมาณจำกัด ข้อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหาคือการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้พร้อมกับการพัฒนาทักษะของบุคลากรในการใช้เทคโนโลยี โดยขอจัดสรรงบประมาณและจัดเก็บรายได้เพิ่มขึ้น สอดคล้องกับมนตรี สุขคนานนท์ (2553) ที่ศึกษาเรื่องการบริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาลของเทศบาลตำบลหนองซาก อำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี พบว่า มีการบริหารจัดการและการปฏิบัติงานในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ส่วนรวม เลื่อนนำเทคโนโลยีมาใช้ได้เหมาะสมกับงาน พัฒนาความสามารถของเจ้าหน้าที่ของรัฐอย่างเป็นระบบ มีการตัดสินใจโดยคำนึงถึงผลที่จะได้รับและผลเสียหรือความคุ้มค่าที่เกิดประโยชน์มากน้อยเพียงใด ประชาชนได้ประโยชน์อย่างเต็มที่หรือไม่ และสอดคล้องกับแผนพัฒนาท้องถิ่น อบต.นางหลง (2564, น. 27-32) ยุทธศาสตร์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นยุทธศาสตร์ที่ 5 การพัฒนาด้านการบริหารจัดการองค์กร เป้าประสงค์ที่ 4 บุคลากรขององค์การบริหารส่วนตำบลนางหลงมีการพัฒนาในด้านทักษะและศักยภาพในการปฏิบัติงาน

3. หลักการตอบสนอง

ผลการศึกษา พบว่า อบต.นางหลง มีการดำเนินการที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนที่รวดเร็ว เช่น การซ่อมแซมท่อประปาชำรุด ถนนชำรุด ซึ่งจะดำเนินการซ่อมแซมภายใน 24 ชั่วโมง หากมีปัญหาขัดข้องไม่สามารถดำเนินการได้ทันทีก็จะแจ้งเหตุผลให้ประชาชนทราบ โดยมีการกำหนดช่องทางการติดต่อเพื่อรับทราบข้อมูลความต้องการ ปัญหาความเดือดร้อนของประชาชนหลากหลายช่องทาง ได้แก่ ติดต่อที่สำนักงาน ติดต่อผ่านสมาชิกสภา ช่องทางแอปพลิเคชันไลน์ เฟซบุ๊ก เว็บไซต์สำนักงาน และอีเมล ไม่สอดคล้องกับศิริประภา พัดลม (2564) ที่ศึกษาเรื่อง การนำหลักธรรมาภิบาลไปใช้ในการบริหารจัดการขององค์การบริหารส่วนตำบลห้วยหิน อำเภอยะบะดี จังหวัดลพบุรี พบว่า มีการกำหนดขั้นตอน ระยะเวลา การปฏิบัติงานภายในระยะเวลาที่กำหนด โดยมีการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนผู้มารับบริการทราบ รวมถึงมีการปรับลดขั้นตอน ระยะเวลา ปฏิบัติงานกำหนดทำให้สร้างความพึงพอใจต่อผู้มารับบริการ สะท้อนให้เห็นว่า อบต.นางหลง ที่มีการตอบสนองความต้องการของประชาชนที่รวดเร็วด้วยการรับแจ้งข้อมูลผ่านช่องทางต่าง ๆ อยู่แล้วนั้นควรมีการดำเนินการปรับลดขั้นตอน ระยะเวลาปฏิบัติงานและประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่าง ๆ ที่มีอยู่ให้ประชาชนทราบ จะทำให้ตอบสนองความต้องการของประชาชนได้ดีมากยิ่งขึ้น โดยในหลักการนี้ อบต.นางหลง พบปัญหาเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างเจ้าหน้าที่กับประชาชนผู้รับบริการที่เข้าใจไม่ตรงกัน และจำนวนบุคลากรไม่เพียงพอในการตอบสนองความต้องการของประชาชนได้ทันที ซึ่งข้อเสนอแนะในการแก้ไข



ปัญหา คือ การพัฒนาทักษะการสื่อสารของเจ้าหน้าที่ และให้ความสำคัญกับช่องทางที่ประชาชนสะดวกและได้รับการตอบสนองเร็วที่สุด ประชาสัมพันธ์ช่องทางการรับแจ้งข้อมูลหลากหลายช่องทาง และมีการวัดผลความพึงพอใจ

4. หลักการรับผิตชอบ

ผลการศึกษา พบว่า อบต.นางหลง ปฏิบัติราชการตามอำนาจหน้าที่ที่กฎหมายกำหนด โดยคำนึงถึงประโยชน์สาธารณะเป็นสำคัญ รับผิตชอบต่อการดำเนินการ มีช่องทางให้ประชาชนเข้ามาตรวจสอบ และมีการแต่งตั้งภาคประชาชนเป็นคณะทำงาน โดยประชาชนสามารถติดตามข้อมูลข่าวสารการดำเนินงานของ อบต. ได้สะดวก และสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในการตรวจสอบการดำเนินงานได้ด้วย เช่น การเข้าร่วมรับฟังการประชุมสภาในการพิจารณาร่างข้อบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปี เป็นต้น สอดคล้องกับกฎบัตร อ่าวสกุล (2560) ที่ศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาลของเทศบาล ตำบลฉวาง อำเภอดง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า มีการบริหารจัดการที่คำนึงถึงสิทธิหน้าที่ความรับผิดชอบต่อหน้าที่ของตนเองและต่อสังคม ใส่ใจกับปัญหาของประชาชน มีการแบ่งหน้าที่ปฏิบัติงานอย่างชัดเจน มีการให้บริการอย่างมีคุณภาพรวดเร็วเป็นธรรมและทั่วถึงโดยคำนึงถึงผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นแก่ส่วนรวมเป็นหลัก โดยในหลักการนี้ อบต.นางหลง พบปัญหาเรื่องการยึดติดกับวิธีปฏิบัติงาน ธรรมเนียมปฏิบัติ หรือวัฒนธรรมองค์กรแบบเดิมที่ไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน ข้อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหา ได้แก่ การสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่พร้อมรับการตรวจสอบ ส่งเสริมการปฏิบัติงานที่ถูกต้อง และพร้อมรับผิตชอบต่อผลลัพธ์ แต่งตั้งผู้นำตามธรรมชาติร่วมเป็นคณะทำงานที่หลากหลาย กำหนดเป็นนโยบายและสร้างแบบอย่างที่ดี สอดคล้องกับอังคณา ปากเกร็ด (2562) ที่ศึกษาเรื่อง การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของเทศบาลตำบลสามง่าม อำเภอดอนตูม จังหวัดนครปฐม พบว่า ปัญหาด้านการดำเนินงานที่ขาดประสิทธิภาพของเทศบาลยังไม่ได้มีการแก้ไข ซึ่งสาเหตุเกิดจากการขาดวินัยของบุคลากร โดยแนวทางในการแก้ไขปัญหา คือ การจัดให้มีหน่วยตรวจสอบและติดตามข้อบกพร่องในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพขึ้น มีการกำหนดขอบเขตเวลาของงานหรือมีบทกำหนดโทษของการปล่อยประละเลยงาน การมาสาย เจ้าหน้าที่ควรมีความรับผิดชอบหน้าที่ของตนตามมาตรฐานตำแหน่ง ไม่ควรปิดงานให้บุคคลอื่น การเป็นแบบอย่างที่ดี การปลูกฝัง การปรับทัศนคติให้เกิดความรู้ความเข้าใจในเป้าหมายขององค์กร และเป้าหมายของเจ้าหน้าที่ที่สอดคล้องกัน ส่งเสริมให้เจ้าหน้าที่มีการเอาใจใส่ต่อปัญหาชุมชน จัดให้มีการบริการสาธารณะอย่างมีคุณธรรมและทั่วถึง

5. หลักความโปร่งใส

ผลการศึกษา พบว่า อบต.นางหลง มีการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชนอย่างตรงไปตรงมาและเข้าถึงได้สะดวกผ่านช่องทางที่หลากหลาย ประชาชนสามารถตรวจสอบกระบวนการทำงานได้ โดยการดำเนินงานมุ่งให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อประชาชน สามารถตรวจสอบกระบวนการทำงานได้



สอดคล้องกับณฤเบศร์ อ่าวสกุล (2560) ที่ศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาลของเทศบาล ตำบลฉวาง อำเภอนางรอง จังหวัดนครราชสีมา พบว่ามีการบริหารจัดการโดยยึดความโปร่งใสสะท้อนได้จากการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์อย่างตรงไปตรงมาด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย ประชาชนเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้สะดวกและมีกระบวนการให้ประชาชนตรวจสอบความถูกต้องชัดเจน มีการแต่งตั้งคณะกรรมการภาคประชาชนเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการตรวจสอบการจ้างตามโครงการทุกครั้ง ซึ่งการบริหารจัดการของเทศบาลนั้นประชาชนสามารถติดตามการปฏิบัติงานของแต่ละแผนกได้อย่างใกล้ชิด โดยในหลักการนี้ อบต.นางหลง พบปัญหาเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่ยังไม่ทั่วถึง ประชาชนบางกลุ่มเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้น้อย การแก้ไขปัญหาจึงควรดำเนินการประชาสัมพันธ์ช่องทางในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารให้ประชาชนรับรู้มากขึ้น โดยให้ความสำคัญกับช่องทางที่ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว สอดคล้องกับอังคณา ปากเกร็ด (2562) ที่ศึกษาเรื่อง การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของเทศบาลตำบลสามง่าม อำเภอดอนตูม จังหวัดนครปฐม พบว่า แนวทางการพัฒนาการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของเทศบาลตำบลสามง่าม คือ การเน้นย้ำให้มีการประชาสัมพันธ์ในสื่อทุกรูปแบบเพื่อขยายช่องทางเข้าถึงในทุกภาคส่วน ดำเนินการต่าง ๆ โดยเท่าเทียมเปิดเผยตรวจสอบได้เสมอ การปรับปรุงการทำงานในทุกช่วงเวลาและนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เพื่อให้ง่ายต่อการเข้าถึงข้อมูล ปรับปรุงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศทุกปี เน้นการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารและลดขั้นตอนการเข้าถึงข้อมูลของประชาชน ควรมีความเสมอภาค เท่าเทียม โปร่งใส เปิดเผยข้อมูลให้ประชาชนทราบถึงการดำเนินงานของเทศบาลในทุกเรื่อง

6. หลักการมีส่วนร่วม

ผลการศึกษา พบว่า อบต.นางหลง มีการทำงานร่วมกับภาคประชาชน และภาคส่วนต่าง ๆ ในการร่วมกันคิด ร่วมกันทำ ร่วมกันรับผล และประเมินผล โดยมีการประชุมเพื่อกำหนดแนวทางในการทำงานร่วมกัน ตลอดจนการนำเสนอข้อมูล ข้อเท็จจริงที่ไม่มีอคติให้ประชาชนทราบและเข้าใจถึงปัญหาในพื้นที่เพื่อร่วมกันคิด ร่วมกันแก้ไขปัญหา สอดคล้องกับธีระพงษ์ จันทบุรณ์ (2553) ที่ศึกษาเรื่อง การบริหารงานขององค์การตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนตำบลพรุพี อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า มีการเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมรับรู้การบริหารงานของ อบต. และเสนอความคิดเห็นต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการจัดทำแผนพัฒนาของ อบต. การเสนอร่างข้อบังคับตำบล การร่วมเป็นกรรมการในการจัดซื้อจัดจ้าง โดยในหลักการนี้ อบต.นางหลง พบปัญหาเกี่ยวกับกระบวนการทำงานที่ยังไม่เอื้อต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนเท่าที่ควร คนรุ่นใหม่เข้ามามีส่วนร่วมน้อย การแก้ไขปัญหาจึงต้องสร้างวัฒนธรรมการทำงานเป็นทีม รับฟังความคิดเห็นจากทุกภาคส่วนผ่านช่องทางต่าง ๆ ที่หลากหลาย ส่งเสริมให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมตั้งแต่ต้น สอดคล้องกับเกชา ใจดี (2557) ที่ศึกษาเรื่อง การใช้หลักธรรมาภิบาลในการจัดทำบริการสาธารณะขององค์การบริหารส่วนตำบลวังใต้ อำเภอสว่างวีระบุรี จังหวัดลำปาง โดยมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการบริหารงานของ อบต.วังใต้ ในการแลกเปลี่ยนและรับฟังปัญหาของชาวบ้านให้มากขึ้น ควรมีการปรับปรุง



การทำงานของเจ้าหน้าที่ให้มีการทำงานที่ตอบสนองการให้บริการประชาชนให้ดีขึ้นกว่าเดิมและสร้างความสามัคคีในหมู่เจ้าหน้าที่

7. หลักการกระจายอำนาจ

ผลการศึกษา พบว่า อบต.นางหลง มีการมอบหมายการปฏิบัติงานตามตำแหน่งหน้าที่โดยให้อำนาจการตัดสินใจในการปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย สามารถตัดสินใจแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ทันที มีการกระจายอำนาจทางการบริหารและการสั่งการแทน โดยมีการจัดทำเป็นลายลักษณ์อักษร ซึ่งทำให้การปฏิบัติราชการเกิดความคล่องตัว และประชาชนได้รับการที่รวดเร็ว สอดคล้องกับศิริประภา พัดลม (2564) ที่ศึกษาเรื่อง การนำหลักธรรมาภิบาลไปใช้ในการบริหารจัดการขององค์การบริหารส่วนตำบลห้วยหิน อำเภอยะบะดี จังหวัดลพบุรี พบว่า มีการถ่ายโอนอำนาจการตัดสินใจให้แก่บุคลากรผู้ปฏิบัติงานฝ่ายต่าง ๆ เพื่อให้การดำเนินงานมีความคล่องตัว และปฏิบัติงานได้อย่างรวดเร็วสร้างความพึงพอใจให้แก่ประชาชนผู้มารับบริการ โดยในหลักการนี้ อบต.นางหลง พบปัญหาเกี่ยวกับท้องถิ่นได้รับการกระจายอำนาจเพียงบางส่วน โดยต้องได้รับความเห็นชอบจากส่วนกลางในหลายเรื่อง ยังขาดความพร้อมในการกระจายอำนาจให้เอกชนหรือประชาชนดำเนินการแทน ซึ่งข้อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหา คือ การปรับปรุงกฎหมายกระจายอำนาจ การสนับสนุนให้ประชาชนดำเนินการเองในเรื่องที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน และส่งเสริมความเข้มแข็งของกลุ่มในพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับ Wit (1967 อ้างถึงใน ทับทิมสยาม สงวนเดชสกุล, 2555, น. 44) กล่าวว่า การปกครองท้องถิ่น หมายถึง การปกครองที่รัฐบาลกลางให้อำนาจหรือกระจายอำนาจไปให้หน่วยงานการปกครองท้องถิ่น เปิดโอกาสให้ประชาชนในท้องถิ่นมีอำนาจในการปกครองร่วมกันทั้งหมดหรือเป็นบางส่วนในการบริหารท้องถิ่นตามหลักการที่ว่า ถ้าอำนาจการปกครองมาจากประชาชนในท้องถิ่นแล้วรัฐบาลท้องถิ่นก็ย่อมเป็นรัฐบาลของประชาชน โดยประชาชนและเพื่อประชาชน ดังนั้น การบริหารการปกครองท้องถิ่นจึงจำเป็นต้องมีองค์กรของตนเองอันเกิดจากการกระจายอำนาจของรัฐบาลกลาง โดยให้องค์กรอันมีได้เป็นส่วนหนึ่งของรัฐบาลกลางมีอำนาจในการตัดสินใจและบริหารงานภายในท้องถิ่นในเขตอำนาจของตน

8. หลักนิติธรรม

ผลการศึกษา พบว่า อบต.นางหลง ปฏิบัติราชการตามอำนาจหน้าที่ภายใต้บทบัญญัติของกฎหมาย โดยคำนึงถึงสิทธิและเสรีภาพของประชาชน มีการจัดทำข้อบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปี การจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น การให้บริการสาธารณะ คำนึงถึงสิทธิขั้นพื้นฐานของประชาชน รักษากฎระเบียบในสังคมให้เกิดความสงบเรียบร้อย ประชาชนมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน โดยพบปัญหา คือ ประชาชนขาดความเชื่อมั่นในการบังคับใช้กฎหมาย เกิดความขัดแย้งในการบังคับใช้กฎหมายที่เข้มงวด ไม่สอดคล้องกับธีระพงษ์ จันทบูรณ์ (2553) ที่ศึกษาเรื่อง การบริหารงานขององค์การตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนตำบลพยุห์ อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า มีการออกระเบียบหรือข้อบังคับตำบลโดยผ่านการเปิดเวทีประชาคมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการออกระเบียบข้อบังคับตำบลก่อนที่จะประกาศใช้ ทั้งนี้เพื่อให้



ระเบียบข้อบังคับมีความเป็นธรรมที่ยอมรับของชุมชนและชุมชนยินยอมพร้อมใจปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับนั้น ๆ ดังนั้น อบต.นางหลง ควรรับฟังความคิดเห็นและให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการปรับปรุงกฎ ระเบียบตั้งแต่ต้น และส่งเสริมให้บุคลากรปฏิบัติหน้าที่ตามที่กฎหมายกำหนดอย่างเคร่งครัดและลงโทษทางวินัยอย่างจริงจังหากกระทำผิด

9. หลักความเสมอภาค

ผลการศึกษา พบว่า อบต.นางหลง ให้บริการประชาชนทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน ไม่มีการเลือกปฏิบัติ ทุกคนจะได้รับการปฏิบัติแบบเดียวกันโดยไม่แบ่งแยกเพศ เชื้อชาติ ศาสนา การศึกษา ถิ่นกำเนิด สภาพร่างกาย ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม คำนึงถึงสิทธิและเสรีภาพของประชาชน โดยบุคลากรทุกคนยึดหลักของการอยู่ร่วมกันแบบครอบครัว ไม่มีการแบ่งแยกทางด้านต่าง ๆ มีสิทธิและความเท่าเทียม ไม่มีการเลือกปฏิบัติ สอดคล้องกับศิริประภา พัทธม (2564) ที่ศึกษาเรื่อง การนำหลักธรรมาภิบาลไปใช้ในการบริหารจัดการขององค์การบริหารส่วนตำบลห้วยหิน อำเภอยะบะดี จังหวัดลพบุรี พบว่า มีการบังคับใช้ระเบียบ ข้อบังคับของบุคลากรผู้ปฏิบัติงานให้ถือปฏิบัติด้วยความเสมอภาค เท่าเทียมและเป็นธรรมกับประชาชนผู้มารับบริการโดยไม่แบ่งแยกเพศ เชื้อชาติ ความพิการ หรือสถานภาพของบุคคล โดยในหลักการนี้ อบต.นางหลง พบปัญหาเกี่ยวกับวิธีปฏิบัติที่เป็นแบบเดียวกันไม่สามารถสร้างความพึงพอใจและตอบสนองความต้องการของประชาชนผู้รับบริการแต่ละกลุ่มที่มีความแตกต่างกันได้ ซึ่งข้อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหาคือการจัดทำข้อมูลเชิงรุกกลุ่มเป้าหมายผู้รับบริการ และอำนวยความสะดวกให้เด็ก สตรี ผู้สูงอายุ ผู้พิการ ตามสภาพทางร่างกายเฉพาะบุคคล สอดคล้องกับมนตรี สุขคุณานนท์ (2553) ที่ศึกษาเรื่อง การดำเนินการตามหลักธรรมาภิบาลของเทศบาลตำบลหนองซาก อำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี พบว่า การบริหารและการปฏิบัติงานเกิดความเป็นธรรมแก่ทุก ๆ คนและเกิดความเสมอภาคไม่ว่าจะเป็นประชาชนหรือบุคลากรในหน่วยงาน เช่น การดูแลประชาชนทุกคนอย่างเสมอภาค ไม่แบ่งชนชั้นวรรณะและไม่เลือกปฏิบัติ

10. หลักมุ่งเน้นฉันทามติ

ผลการศึกษา พบว่า อบต.นางหลง มีการสนับสนุนการทำงานร่วมกันให้ทุกกลุ่มได้แสดงความคิดเห็นและหาข้อยุติร่วมกันโดยไม่เกิดความขัดแย้ง โดยส่งเสริมกิจกรรมที่สร้างความสามัคคี เช่น การแข่งขันกีฬา กิจกรรมผู้สูงอายุและเยาวชน เป็นต้น การดำเนินงานในองค์กรตลอดจนการให้บริการประชาชนมีกฎและข้อตกลงร่วมกัน มุ่งให้ความสำคัญกับประโยชน์ส่วนรวมเป็นหลัก สอดคล้องกับศิริประภา พัทธม (2564) ที่ศึกษาเรื่อง การนำหลักธรรมาภิบาลไปใช้ในการบริหารจัดการขององค์การบริหารส่วนตำบลห้วยหิน อำเภอยะบะดี จังหวัดลพบุรี พบว่า มีกระบวนการหรือวิธีการหาข้อตกลง ในเรื่องต่าง ๆ ภายในกลุ่มที่เกี่ยวข้องให้ถือเสียงข้างมาก และปฏิบัติตามข้อตกลงร่วมกันระหว่างกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง โดยในหลักการนี้ อบต.นางหลง พบปัญหาเกี่ยวกับความคิดเห็นทางการเมืองที่แตกต่างกันของประชาชน การคิดถึงประโยชน์ของพวกพ้องมากกว่าประโยชน์สาธารณะ ซึ่งข้อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหาคือการส่งเสริมสนับสนุนให้เกิด



จิตสำนึกและทัศนคติที่ถูกต้องในการหาข้อยุติเพื่อประโยชน์สาธารณะและสร้างสังคมสงบสุขร่วมกัน ถึงแม้ว่าองค์การบริหารส่วนตำบลนางหลงจะมีการสนับสนุนการทำงานร่วมกันให้ทุกกลุ่มได้แสดงความคิดเห็นและหาข้อยุติร่วมกันโดยไม่เกิดความขัดแย้ง แต่ความคิดเห็นทางการเมืองและการคำนึงถึงประโยชน์ของพวกพ้องของประชาชนหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นเรื่องที่ควบคุมไม่ได้ การขับเคลื่อนหลักมุ่งเน้นฉันทามติจึงต้องมีการส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดจิตสำนึกและทัศนคติที่ถูกต้องควบคู่ไปด้วย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 ส่วนกลางควรปรับปรุงกฎหมายเกี่ยวกับการกระจายอำนาจให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน จัดสรรงบประมาณและบุคลากรให้สอดคล้องกับภารกิจที่ถ่ายโอนให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

1.2 ผู้บริหารควรให้ความสำคัญในการส่งเสริมให้ธรรมาภิบาลเกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมทั้งในหมู่บ้าน/ชุมชน และภายในองค์กร เช่น การสนับสนุนงบประมาณเพื่อจัดทำโครงการ/กิจกรรม ขับเคลื่อนธรรมาภิบาล เป็นต้น

1.3 ผู้บริหารควรส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการสร้างธรรมาภิบาลในพื้นที่โดยแต่งตั้งคณะทำงานที่ประกอบด้วยตัวแทนจากภาคส่วนต่าง ๆ ในพื้นที่ ทั้งภาคประชาชน เอกชน วัด โรงเรียน และหน่วยงานราชการ

1.4 ผู้บริหารควรกำหนดนโยบายและให้มีแผนการขับเคลื่อนธรรมาภิบาลโดยจัดทำเป็นลายลักษณ์อักษรให้สามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม พร้อมกับการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ยึดหลักธรรมาภิบาลในการปฏิบัติงาน

2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

2.1 อบต.นางหลง ควรสร้างการรับรู้ให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายเข้าใจในองค์ประกอบของหลักธรรมาภิบาล และตระหนักถึงความสำคัญในการนำหลักธรรมาภิบาลไปใช้ในการบริหารจัดการ ตลอดจนเข้าใจบทบาทและอำนาจหน้าที่ของตนเองในการขับเคลื่อนธรรมาภิบาลให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม

2.2 อบต.นางหลง ควรมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ และประชาชนในการกำหนดแนวทางขับเคลื่อนธรรมาภิบาลอย่างจริงจัง

2.3 อบต.นางหลง ควรจัดทำแผนปฏิบัติการขับเคลื่อนธรรมาภิบาล โดยกำหนดตัวชี้วัดผู้รับผิดชอบ และมีการติดตามประเมินผลอย่างต่อเนื่อง

2.4 อบต.นางหลง ควรส่งเสริมให้ประชาชน ผู้นำชุมชน เข้ามามีส่วนร่วมอย่างสม่ำเสมอ โดยจัดเวทีประชาคมหรือกิจกรรมอื่น ๆ อย่างต่อเนื่อง



3. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

- 3.1 ควรสอบถามความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่และประชาชนทั่วไปต่อการนำหลักธรรมาภิบาลไปใช้ในการบริหารจัดการของ อบต.นางหลง โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ
- 3.2 ควรศึกษาแนวทางการขับเคลื่อนธรรมาภิบาลจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ประสบความสำเร็จ เพื่อนำผลการศึกษาย้ายผลไปยังองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอื่น
- 3.3 ควรศึกษาเปรียบเทียบการบริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการบริหารจัดการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นตามหลักธรรมาภิบาลอย่างยั่งยืน

บรรณานุกรม

- เกษรา ใจดี. (2557). การใช้หลักธรรมาภิบาลในการจัดทำบริการสาธารณะขององค์การบริหารส่วนตำบลวังใต้ อำเภอวังเหนือ จังหวัดลำปาง [รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ไม่ได้ตีพิมพ์]. https://archive.lib.cmu.ac.th/full/T/2557/mpa40757kc_tpg.pdf
- ณเบศวร์ อ่าวสกุล. (2560). การบริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาลของเทศบาลตำบลฉวาง อำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช [รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์.
- ทับทิมสยาม สงวนเดชสกุล. (2555). หลักธรรมาภิบาลนำประสิทธิภาพการบริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้จริงหรือไม่. วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์, 1(3), 38-47. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jssr/article/view/245165/165840>
- ธีระพงษ์ จันทบูรณ์. (2553). การบริหารงานขององค์การตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนตำบลพรุพี อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี [รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- พงษ์ศักดิ์ ศักดิ์พงษ์. (2551). การใช้หลักธรรมาภิบาลในการบริหารงานของเทศบาลตำบลบึงยี่โถ อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี [รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- มนตรี สุขคุณานนท์. (2553). การดำเนินการตามหลักธรรมาภิบาลของเทศบาลตำบลหนองซาก อำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี [ปัญหาพิเศษปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561 – 2580. (2561, 13 ตุลาคม). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 135 ตอนที่ 82 ก.



- รัชฎาธิปไตย อุปลัมภ์ประชา. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างหลักธรรมาภิบาลกับผลประกอบการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ*, 6(1), 12-25.
<https://ejournals.swu.ac.th/index.php/MBASBJ/article/view/6018/5651>
- ลัดดา ผลวัฒนะ. (2557). ธรรมาภิบาลกับการบริหารมหาวิทยาลัย. *วารสารการบริหารการศึกษามหาวิทยาลัยบูรพา*, 8(2), 16-27. <https://journal.lib.buu.ac.th/index.php/edu/article/view/4708/1914>
- วิจิต บุญสนอง. (2554). *แนวทางการเสริมสร้างธรรมาภิบาลในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรณีศึกษา องค์การบริหารส่วนตำบลและเทศบาลในเขตอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี* [รายงานการวิจัย]. วิทยาลัยราชพฤกษ์.
- ศิริประภา พัฒม. (2564). *การนำหลักธรรมาภิบาลไปใช้ในการบริหารจัดการขององค์การบริหารส่วนตำบล ห้วยหิน อำเภอชัยบาดาล จังหวัดลพบุรี* [รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.
- สถาพร วิชัยรัมย์. (2563). *ธรรมาภิบาลในการบริหารงานภาครัฐ*. <https://pa.bru.ac.th/2021/09/12/goodgovernance/>
- สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ. (2567). *การดำเนินการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ (ITA)*. สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ. <https://itas.nacc.go.th/>
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. (2552). *คู่มือการจัดระดับการกำกับดูแลองค์การภาครัฐตามหลักธรรมาภิบาลของการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี*. พรีเมียร์ โพร.
- สำนักพัฒนาและส่งเสริมธรรมาภิบาล. (2564). *แนวทางการยกระดับธรรมาภิบาลสำหรับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น*. สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ.
- สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี. (2558). *ธรรมาภิบาลสากล*. https://www.soc.go.th/?page_id=5398
- สำราญ บรรจง. (2551). *การใช้หลักธรรมาภิบาลในการบริหารงานของเทศบาลเมืองบางศรีเมือง อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี* [รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- องค์การบริหารส่วนตำบลนางหลง. (2564). *แผนพัฒนาท้องถิ่นองค์การบริหารส่วนตำบลนางหลง*. องค์การบริหารส่วนตำบลนางหลง.
- อังคณา ปากเกร็ด. (2562). *การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของเทศบาลตำบลสามง่าม อำเภอดอนตูม จังหวัดนครปฐม* [รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.



Received: November 17, 2024

Revised: May 6, 2025

Accepted: June 22, 2025

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในงานวัดภูเขาทอง: แรงจูงใจและความต้องการ Factors Influencing Tourists' Decision-Making at the Golden Mount Temple Fair: Motivations and Needs

ปวิช เรียงศิริ (Pawich Riangsiri)¹

บุษบา แผงสาเคน (Boosaba Fangsaken)^{2*}

รัชกฤต ลาภพิมล (Ratchakrit Lappimol)³

ธีระยงค์ เฉลิมพงษ์ (Theerayong Chaloepong)⁴

*Corresponding author

E-mail: boosaba.pang@vru.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาแรงจูงใจในการตัดสินใจเข้าร่วมงานวัดภูเขาทองของนักท่องเที่ยว 2) ศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมงาน และ 3) เสนอแนวทางการพัฒนางานวัดภูเขาทองให้เป็นศูนย์กลางแห่งศรัทธาและความเชื่อที่สามารถเสริมสร้างอำนาจละมุนของไทย โดยใช้วิธีการวิจัยแบบผสมวิธี กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณคือ นักท่องเที่ยว จำนวน 100 คน และการวิจัยเชิงคุณภาพคือ นักท่องเที่ยว จำนวน 8 คนโดยเลือกแบบสุ่ม เครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามออนไลน์จำนวน 20 ข้อ และเครื่องมือการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสนทนากลุ่ม ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้าน

¹ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

(Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Royal Patronage)

² มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

(Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Royal Patronage)

³ สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

(School of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University)

⁴ สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

(School of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University)



แรงจูงใจหลักของนักท่องเที่ยวไทยในการเข้าร่วมงานวัดภูเขาทอง คือ แรงจูงใจภายในจากความต้องการเรียนรู้ และแสวงหาประสบการณ์ใหม่ และแรงจูงใจภายนอก ได้แก่ ความต้องการแบ่งปันประสบการณ์และอิทธิพลจากสื่อโฆษณาบนสังคมออนไลน์ ส่วนปัจจัยด้านความต้องการของนักท่องเที่ยว พบว่า ความต้องการด้านความปลอดภัยมีความสำคัญสูงสุด รองลงมาคือ ความต้องการในการสืบทอดและเรียนรู้ประเพณีและวัฒนธรรมไทย นอกจากนี้ผลการวิเคราะห์แนวทางพัฒนางานวัดภูเขาทองผ่านกรอบแนวคิด 4A 2R แสดงให้เห็นว่า ฝั่งผู้ใช้อำนาจ (4A) ควร 1) นำเสนอวัฒนธรรมไทยสู่สากลเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี 2) สร้างเครือข่ายผู้จัดงานให้เข้มแข็ง 3) ส่งเสริมประเพณีห่มผ้าแดงและงานศิลปหัตถกรรมไทยให้เป็นจุดเด่น 4) จัดแสดงศิลปวัฒนธรรม ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก และใช้เทคโนโลยีสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ซึ่งจะส่งผลต่อฝั่งผู้รับอำนาจ (2R) ได้แก่ 1) นักท่องเที่ยวได้ประสบการณ์ที่ดีและช่วยเผยแพร่วัฒนธรรมไทยอย่างกว้างขวาง และ 2) เกิดอัตลักษณ์ที่เข้มแข็งของงานวัดภูเขาทองและสนับสนุนอำนาจละมุนของไทย

คำสำคัญ งานวัด การท่องเที่ยว แรงจูงใจ ความต้องการ อำนาจละมุน

Abstract

This research aimed to 1) examine the motivations of tourists in deciding to attend the Golden Mount Temple Fair, 2) investigate the needs of tourists attending the event, and 3) propose guidelines for developing the Golden Mount Temple Fair as a center of faith and belief that can enhance Thailand's soft power. A mixed-methods research approach was employed. The quantitative sample consisted of 100 tourists, while the qualitative sample included 8 tourists selected through accidental sampling. The quantitative data was collected using an online questionnaire consisting of 20 questions, and the qualitative data was obtained through focus group discussions. The research findings revealed that the factors relating to the primary motivation of Thai tourists in attending the Golden Mount Temple Fair were internal motivation driven by the desire to learn and seek new experiences, while external motivations included the desire to share experiences and the influence of online advertising. Regarding the factors related to tourists' needs, safety was the highest priority, followed by the desire to preserve and learn about Thai traditions and culture. Additionally, the analysis of development approaches for Wat Phu Khao Thong using the 4A 2R framework indicates that



power users should implement four key principles (4A): 1) promoting Thai culture internationally to enhance the country's image, 2) strengthening networks among event organizers, 3) highlighting the golden chedi red cloth wrapping tradition and Thai handicrafts, and 4) organizing cultural art exhibitions, improving facilities, and integrating technology to create engaging tourism experiences. These initiatives will influence power recipients through two principles (2R): 1) tourists with positive experiences will help disseminate Thai culture more widely, and 2) the temple festival will cultivate a strong identity and contribute to the promotion of Thailand's soft power.

Keywords: Temple fair, Travel, Motivation, Need, Soft Power

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยในช่วงปี 2566-2567 แสดงให้เห็นถึงการฟื้นตัวอย่างเข้มแข็งและต่อเนื่องภายหลังจากการคลี่คลายของสถานการณ์โควิด-19 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการฟื้นตัวนี้ได้แก่ ความต้องการเดินทางระหว่างประเทศที่เพิ่มสูงขึ้น และมาตรการสนับสนุนของภาครัฐ เช่น มาตรการยกเว้นวีซ่า (Visa-Free) รวมถึงการกลับมาให้บริการของสายการบินและเที่ยวบินต่าง ๆ (บัณฑิตย์, 2567) อย่างไรก็ตาม จากดัชนีการพัฒนาด้านการเดินทางและการท่องเที่ยว (Travel and Tourism Development Index: TTDI) ประเทศไทยในปี 2566-2567 อยู่ในอันดับที่ 47 จากทั้งหมด 119 ประเทศ ลดลงจากอันดับที่ 35 ในปี 2564 ซึ่งสะท้อนถึงความท้าทายที่ประเทศไทยต้องเร่งพัฒนาในด้านความยั่งยืนและคุณภาพของการท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถเติบโตได้ในระยะยาว (กองยุทธศาสตร์และประสานการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน, 2567)

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเฉพาะงานประเพณีท้องถิ่นอย่าง “งานวัด” ถือเป็นจุดแข็งของประเทศไทยที่มีศักยภาพสูงต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะ “งานวัดภูเขาทอง” ณ วัดสระเกศราชวรมหาวิหาร ซึ่งเป็นประเพณีสำคัญที่จัดขึ้นในช่วงเทศกาลลอยกระทง เพื่อเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มานมัสการพระบรมสารีริกธาตุและพระบรมบรรพต (ภูเขาทอง) งานนี้มีจุดเด่นอยู่ที่ “ประเพณีห่มผ้าแดง” ที่สืบทอดมาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 มากว่า 130 ปี ภูเขาทองเป็นสัญลักษณ์ทางศาสนาและวัฒนธรรมที่สำคัญของกรุงเทพมหานคร และยังเป็น “สะดือเมือง” อันทรงคุณค่าทางจิตวิญญาณและประวัติศาสตร์ (แสงอรุณอนุเคราะห์ และเจตนาฏ สุวรรณดี (2564) การจัดงานวัดภูเขาทองไม่เพียงแต่สร้างความมีชีวิตชีวาให้กับพื้นที่เมืองเก่า แต่ยังแสดงให้เห็นถึงการสืบสานประเพณีและความศรัทธาที่เชื่อมโยงคนไทยทุกยุคสมัยเข้าด้วยกัน



“งานวัดภูเขาทอง” มืองค์ประกอบที่เอื้อต่อการพัฒนาเป็นอำนาจละมุน (Soft Power) ของไทยในมิติของวัฒนธรรมและเทศกาลร่วมกับอาหาร (Food) ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (Film) ผ้าไทยและการออกแบบแฟชั่น (Fashion) และมวยไทย (Fighting) (สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2565) การส่งเสริมอำนาจละมุนกำลังเป็นยุทธศาสตร์สำคัญของประเทศ ตามแนวคิดของ Nye (2005) ที่ชี้ว่า อำนาจละมุนคือ การสร้างการยอมรับและอิทธิพลโดยไม่ต้องใช้กำลัง แต่ผ่านการชื่นชมในวัฒนธรรมและคุณค่าของชาติ (ศูนย์ศึกษาการต่างประเทศ, 2565) การที่งานวัดภูเขาทองดำรงความต่อเนื่องของการจัดงาน มีรากทางวัฒนธรรมที่ชัดเจนและมีคุณค่าทางจิตวิญญาณสูง ยิ่งตอกย้ำศักยภาพของงานดังกล่าวในการเป็นอำนาจละมุนอย่างแท้จริง ทั้งนี้ การพัฒนางานวัดภูเขาทองให้เป็นอำนาจละมุนอย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องเข้าใจแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้ง ทั้งแรงจูงใจภายในที่เกี่ยวข้องกับความศรัทธา และแรงจูงใจภายนอกจากกระแสสังคมและการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดประเภทของแรงจูงใจตามทฤษฎีของ Uysal และ Hagan (1993) และทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow (1943)

การศึกษาวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งเน้นทำความเข้าใจปัจจัยเหล่านี้เพื่อนำไปสู่การพัฒนาและยกระดับงานวัดภูเขาทองให้เป็นศูนย์กลางแห่งศรัทธาและความเชื่อที่เป็นอำนาจละมุนของไทย อันจะส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การอนุรักษ์ประเพณี และการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้แก่ประเทศไทยในระยะยาว

คำถามการวิจัย

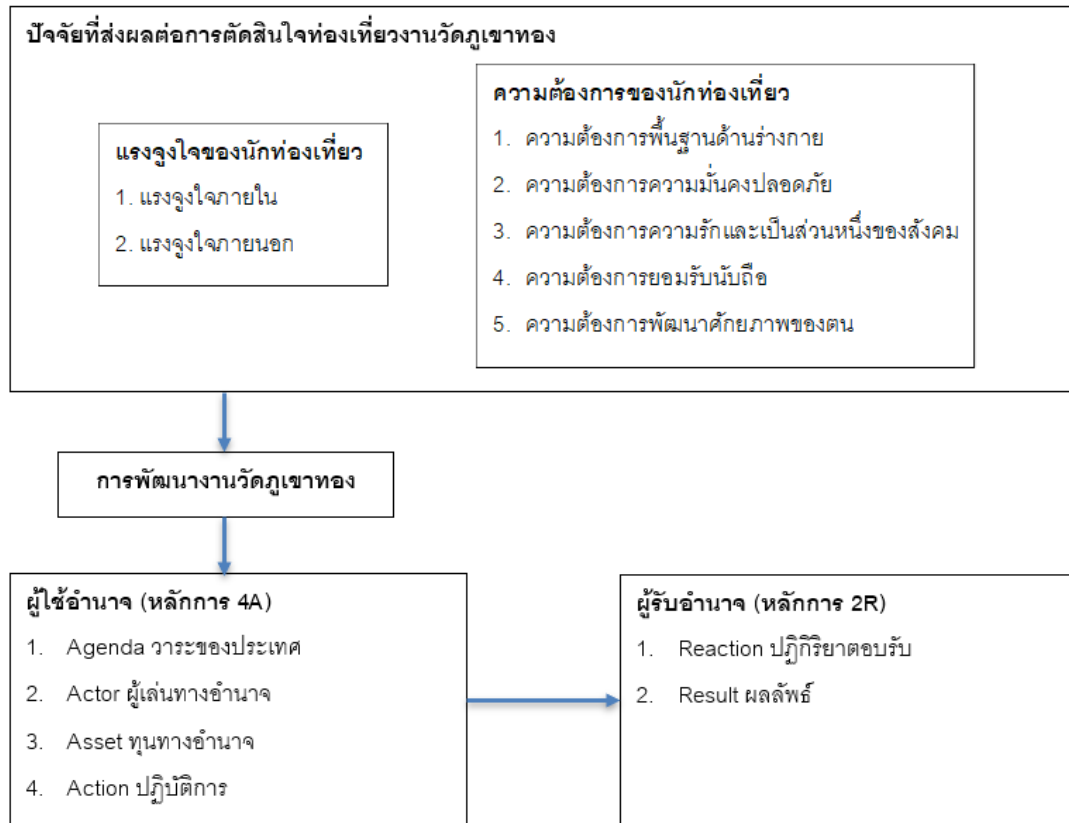
1. มีแรงจูงใจใดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเข้าร่วมงานวัดภูเขาทองบ้าง
2. นักท่องเที่ยวมีความต้องการอะไรในการเข้าร่วมงานวัดภูเขาทองบ้าง
3. มีแนวทางใดที่สามารถยกระดับงานวัดภูเขาทองให้เป็นศูนย์กลางแห่งศรัทธาและความเชื่อที่เป็นอำนาจละมุนของไทยได้บ้าง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเข้าร่วมงานภูเขาทอง
2. เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมงานภูเขาทอง
3. เพื่อเสนอแนวทางการยกระดับงานวัดภูเขาทองให้เป็นศูนย์กลางแห่งศรัทธาและความเชื่อที่เป็นอำนาจละมุนของไทย



กรอบแนวคิดการวิจัย



ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตการศึกษาแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้

1. **ขอบเขตด้านเนื้อหา** งานวิจัยนี้ศึกษาองค์ประกอบด้าน 1) แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว ได้แก่ (1) แรงจูงใจภายใน (Intrinsic motivation) ที่เกิดขึ้นจากตัวของนักท่องเที่ยว (2) แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic motivation) ที่เป็นแรงผลักดันซึ่งกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเข้าร่วมงานวัดภูเขาทอง และ 2) ความต้องการของนักท่องเที่ยว ได้แก่ (1) ความต้องการพื้นฐานทางด้านร่างกาย (2) ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (3) ความต้องการความรักและการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม (4) ความต้องการการยอมรับนับถือ และ (5) ความต้องการพัฒนาศักยภาพของตน

2. **ขอบเขตด้านประชากร** การวิจัยนี้เก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาร่วมงานวัดภูเขาทอง ณ วัดสระเกศราชวรมหาวิหาร กรุงเทพมหานคร ประจำปี พ.ศ. 2567



3. **ขอบเขตด้านเวลา** การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการในช่วงการจัดงานวัดภูเขาทองประจำปี พ.ศ. 2567 ในวันที่ 9 พฤศจิกายน พ.ศ. 2567 โดยเก็บข้อมูลในช่วงเวลา 13.00-20.00 น. เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายจากนักท่องเที่ยวในช่วงเวลาต่าง ๆ

4. **ขอบเขตด้านพื้นที่** การวิจัยนี้ศึกษาเฉพาะพื้นที่การจัดงานวัดภูเขาทอง ภายในวัดสระเกศราชวรมหาวิหาร เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร ครอบคลุมพื้นที่การจัดงานทั้งหมด ได้แก่ บริเวณลานวัด บริเวณภูเขาทอง และพื้นที่จัดกิจกรรมต่างๆ ภายในงาน ซึ่งเป็นพื้นที่หลักในการจัดงานประจำปี

นิยามศัพท์

1. **งานวัดภูเขาทอง (Wat Phukhao Thong Temple Fair)** หมายถึง งานนมัสการพระบรมสารีริกธาตุ พระบรมบรรพต (ภูเขาทอง) ที่จัดขึ้นทุกปี ณ วัดสระเกศราชวรมหาวิหาร กรุงเทพมหานคร มีจุดเด่นคือ “ประเพณีห่มผ้าแดง” ซึ่งมีมาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 และสืบสานกันมากกว่า 130 ปี เพื่อส่งเสริมศรัทธาทางพุทธศาสนาและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยี่ยมชม

2. **แรงจูงใจ (Motivation)** หมายถึง แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวตามการจำแนกประเภทของ Uysal & Hagan (1993) ประกอบด้วย 1) แรงจูงใจภายใน (Intrinsic motivation) เป็นแรงผลักดันที่เกิดจากภายในตัวของนักท่องเที่ยว ซึ่งอาจเกิดจากความศรัทธา ความเชื่อ ทศนคติ ความสนใจในประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ความต้องการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ และความพึงพอใจส่วนบุคคล สิ่งเหล่านี้มักเป็นความรู้สึกที่ฝังรากลึกและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมงาน โดยเฉพาะความเชื่อและศรัทธาที่ได้รับการปลูกฝังมาตั้งแต่วัยเด็กผ่านการหล่อหลอมทางสังคมและวัฒนธรรม และ 2) แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic motivation) เป็นแรงผลักดันจากปัจจัยภายนอกที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเข้าร่วมงานวัดภูเขาทอง เช่น การได้รับคำบอกเล่าถึงความศักดิ์สิทธิ์ การประชาสัมพันธ์งาน กระแสความนิยมในสังคม ความมีชื่อเสียงของงาน การจัดกิจกรรมพิเศษ หรือการได้รับคำชักชวนจากคนใกล้ชิด แรงจูงใจเหล่านี้อาจมีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมงานในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง และอาจเปลี่ยนแปลงได้ตามสถานการณ์หรือกระแสสังคม

3. **ความต้องการ (Need)** หมายถึง ความต้องการของนักท่องเที่ยวในงานวัดภูเขาทองตามแนวคิดทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow (1943) ประกอบด้วย 1) ความต้องการพื้นฐานทางด้านร่างกาย (Physiological needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของนักท่องเที่ยวที่มางานวัดภูเขาทอง เช่น สิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงสถานที่ ที่จอดรถ ห้องน้ำที่สะอาด จุดพักผ่อน ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ทางเดินที่สะดวกสบาย และการจัดการสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมกับสภาพอากาศ 2) ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety needs) เกี่ยวข้องกับความรู้สึกปลอดภัยขณะร่วมงาน เช่น ระบบรักษาความปลอดภัย การจัดการจราจร ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ความปลอดภัยในการเดินขึ้นภูเขาทอง มาตรการ



ป้องกันอุบัติเหตุ รวมถึงความมั่นใจในความศักดิ์สิทธิ์และพลังแห่งความเชื่อที่จะปกป้องคุ้มครอง 3) ความต้องการความรักและการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม (Belonging and love needs) แสดงออกผ่านการมาร่วมงานกับครอบครัว เพื่อน หรือคนรัก การได้เป็นส่วนหนึ่งของประเพณีและวัฒนธรรม การร่วมทำบุญและสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์กับผู้อื่น การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ความศรัทธา และการสร้างความสัมพันธ์ผ่านกิจกรรมทางศาสนาและวัฒนธรรม 4) ความต้องการการยอมรับนับถือ (Esteem needs) สะท้อนผ่านการได้รับการยอมรับในฐานะผู้มีจิตศรัทธา การได้ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการทำนุบำรุงพระพุทธศาสนา การได้รับการยกย่องจากการทำบุญหรือร่วมกิจกรรมสำคัญ การแสดงออกถึงความมีฐานะผ่านการทำบุญในระดับต่างๆ และการได้รับการยอมรับว่าเป็นผู้มีส่วนร่วมในการสืบสานประเพณีอันดีงาม และ 5) ความต้องการพัฒนาศักยภาพของตน (Self-actualization) เป็นระดับสูงสุดที่นักท่องเที่ยวแสวงหาการพัฒนาจิตใจและปัญญา การบรรลุเป้าหมายทางจิตวิญญาณ การได้ใกล้ชิดกับหลักธรรมคำสอน การเข้าถึงความสงบทางจิตใจ และการพัฒนาตนเองผ่านกิจกรรมทางศาสนาและวัฒนธรรม รวมถึงการได้เป็นส่วนหนึ่งในการสืบทอดและเผยแผ่พระพุทธศาสนาให้ยั่งยืน

4. อำนาจละมุน (Soft power) หมายถึง ความสามารถของงานวัดภูเขาทองในการใช้เสน่ห์ของวัฒนธรรม ประเพณี และคุณค่าทางจิตวิญญาณในงานวัดภูเขาทอง มาสร้างแรงจูงใจและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยไม่ต้องใช้การบังคับหรือแลกเปลี่ยน

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. การเข้าใจแรงจูงใจและความต้องการของนักท่องเที่ยว ผลการวิจัยช่วยให้เราเข้าใจแรงจูงใจและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมงานวัดภูเขาทอง ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนากิจกรรมต่าง ๆ ในงาน เพื่อให้ตรงกับความต้องการและตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น

2. การยกระดับงานวัดภูเขาทองเป็นศูนย์กลางแห่งศรัทธาและอำนาจละมุนของไทย การเสนอแนวทางในการยกระดับงานวัดภูเขาทองให้กลายเป็นศูนย์กลางแห่งศรัทธาและความเชื่อ จะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ทางวัฒนธรรมของไทย และเสริมสร้างอำนาจละมุนของประเทศในระดับสากล โดยเฉพาะในด้านการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์ประเพณี

3. การสนับสนุนการพัฒนาแผนการส่งเสริมการท่องเที่ยวและกิจกรรมทางวัฒนธรรม ข้อมูลจากการวิจัยสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาแผนการตลาดและกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจและยกระดับการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมในประเทศไทย



วิธีการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้เป็นการวิจัยเชิงผสมวิธี (Mixed-methods) ซึ่งประกอบด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งในรูปแบบเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยเริ่มต้นจากการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากกลุ่มตัวอย่างผ่านแบบสอบถามออนไลน์ (Google form) เพื่อสะท้อนมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับ “งานวัดภูเขาทอง” นอกจากนี้ ยังมีการรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสนทนากลุ่มกับนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 3 กลุ่ม เพื่อเข้าใจถึงมุมมองและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการส่งเสริมงานนี้ให้กลายเป็นเครื่องมือในการเสริมสร้างอำนาจละมุนด้านเทศกาลและประเพณีไทย (Festival) ของประเทศไทย

ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง และผู้ให้ข้อมูลหลัก

การศึกษานี้มุ่งเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าร่วมงานวัดภูเขาทอง ณ วัดสระเกศราชวรมหาวิหาร กรุงเทพมหานคร ประจำปี พ.ศ. 2567 โดยไม่จำกัดเพศ อายุ และภูมิฐานะของผู้เข้าร่วม ในส่วนของการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามออนไลน์กับกลุ่มตัวอย่างซึ่งได้มาจากการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental sampling) เนื่องจากบริบทของงานประเพณีที่มีผู้เข้าร่วมหมุนเวียนตลอดระยะเวลาการจัดงาน ทำให้ไม่สามารถกำหนดกรอบประชากรที่แน่ชัดได้ อีกทั้งยังช่วยให้การเก็บข้อมูลเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพภายใต้ข้อจำกัดด้านระยะเวลาและทรัพยากรของการวิจัย มีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ 100 คนโดยพิจารณาจากความเพียงพอสำหรับการวิเคราะห์ทางสถิติเบื้องต้น และความสอดคล้องกับข้อจำกัดด้านงบประมาณและกรอบเวลาในการดำเนินการวิจัย ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้มีการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว จำนวน 3 กลุ่ม รวมทั้งสิ้น 8 คน โดยใช้วิธีการเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบบังเอิญเช่นเดียวกัน เพื่อเสริมความลึกซึ้งของข้อมูลและให้ได้ข้อค้นพบที่ครอบคลุมประเด็นการศึกษารอบด้าน

เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณคือ แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเข้าร่วมงานวัดภูเขาทอง โดยเป็นแบบสอบถามออนไลน์ ประกอบด้วยข้อคำถาม จำนวน 20 ข้อ แบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลส่วนบุคคล จำนวน 4 ข้อ 2) แรงจูงใจในการท่องเที่ยว จำนวน 8 ข้อ และ 3) ความต้องการท่องเที่ยว จำนวน 8 ข้อ และทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ซึ่งพบว่า ข้อคำถามมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence: IOC) ระหว่าง 0.67-1.00 และทดสอบความเชื่อมั่นด้วยวิธี Cronbach's Alpha กับกลุ่มตัวอย่างทดลอง 30 คน พบว่า มีค่าความเชื่อมั่นโดยรวม 0.87 (แรงจูงใจในการท่องเที่ยว = 0.85, ความต้องการท่องเที่ยว = 0.88) ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ยอมรับที่ 0.7 แสดงว่าแบบสอบถามสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลได้อย่างเหมาะสม

ส่วนเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพคือ แบบสนทนากลุ่มกับนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 3 กลุ่ม รวมทั้งสิ้น 8 คน การสนทนากลุ่มนี้เน้นสำรวจมุมมองและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการส่งเสริมงานวัดภูเขา



ทองให้เป็นเครื่องมือในการเสริมสร้างอำนาจละมุนของประเทศไทย โดยมีประเด็นคำถามสำคัญ 3 ประเด็นหลัก ได้แก่ 1) ปัจจัยที่ส่งผลให้งานวัดภูเขาทองเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว 2) แนวทางการปรับปรุงงานให้สอดคล้องกับยุคสมัย และ 3) การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและสื่อใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดงาน

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ร้อยละ (Percentage) ความถี่ (Frequency) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ประกอบกับข้อมูลจากการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อสรุปและนำเสนอข้อมูลแรงจูงใจและความต้องการในการท่องเที่ยวงานวัดภูเขาทอง

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ในการวิจัยนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์ทั้งหมด จำนวน 100 คน มีรายละเอียดดังที่แสดงในตารางที่ 1 ซึ่งแบ่งลักษณะประชากรออกเป็นเพศ อายุ อาชีพ และภูมิลำเนาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลลักษณะประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะประชากร	กลุ่ม	จำนวน (คน)
เพศ	ชาย	27
	หญิง	65
	เพศอื่น ๆ	8
อายุ	ต่ำกว่า 18 ปี	10
	18-25 ปี	8
	26-35 ปี	13
	36-45 ปี	51
	46-60 ปี	8
	มากกว่า 60 ปี	10



ตารางที่ 1 (ต่อ)

ลักษณะประชากร	กลุ่ม	จำนวน (คน)
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	12
	ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท	43
	เจ้าของกิจการ	19
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	8
	เกษียณอายุราชการ	1
	อาชีพอื่น ๆ	17
ภูมิภาค	กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	83
	ภาคเหนือ	2
	ภาคตะวันตก	4
	ภาคอีสาน	10
	ภาคกลาง	1

2. แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเข้าร่วมงานภูเขาทอง

ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจในการเข้าร่วมงานภูเขาทองของนักท่องเที่ยว แบ่งออกเป็นแรงจูงใจภายในและภายนอก โดยผลการวิเคราะห์แสดงค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และการกระจายตัวของค่าตอบดังนี้

2.1 แรงจูงใจภายใน

ตารางด้านล่างแสดงค่าความถี่และร้อยละของแรงจูงใจภายในของผู้เข้าร่วมงานภูเขาทอง โดยพบว่า ผู้เข้าร่วมมีแรงจูงใจหลักจากการเรียนรู้และประสบการณ์ใหม่ ($\bar{x} = 3.65$, S.D. = 1.07) ตามด้วยการแสวงหาความสุขและการผ่อนคลาย ($\bar{x} = 3.35$, S.D. = 1.11)

ตารางที่ 2 แสดงข้อมูลแรงจูงใจในการเข้าร่วมงานภูเขาทองของนักท่องเที่ยว (แรงจูงใจภายใน)

ประเด็นการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	S.D.	แปลผล
ความสนใจประเพณีหรือวัฒนธรรม	3.12	62.4	1.10	ปานกลาง
การแสวงหาความสุขและการผ่อนคลาย	3.35	67.0	1.11	มาก
การเรียนรู้และประสบการณ์ใหม่	3.65	73.0	1.07	มาก
การทำบุญ	3.28	65.6	1.46	ปานกลาง



2.2 แรงจูงใจภายนอก

จากตารางด้านล่าง แสดงให้เห็นว่า การแบ่งปันประสบการณ์และอิทธิพลของการโฆษณา มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมงานสูงสุด ($\bar{X} = 3.51$, S.D. = 1.16) ในขณะที่การหวังพรหรือรางวัลมีอิทธิพลน้อยที่สุด ($\bar{X} = 2.65$, S.D. = 1.33)

ตารางที่ 3 แสดงข้อมูลแรงจูงใจในการเข้าร่วมงานภูเขาทองของนักท่องเที่ยว (แรงจูงใจภายนอก)

ประเด็นการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	S.D.	แปลผล
ความรู้สึกร่วมสมัย	3.21	64.2	1.15	ปานกลาง
การแบ่งปันประสบการณ์	3.51	70.2	1.16	มาก
อิทธิพลการโฆษณา	3.51	70.2	1.07	มาก
การหวังพรหรือรางวัล	2.65	53.0	1.33	ปานกลาง

3. ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมงานภูเขาทอง

ผลการวิเคราะห์ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมงานภูเขาทอง พบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการด้านความปลอดภัยสูงสุด โดยเฉพาะระบบรักษาความปลอดภัยและกล้องวงจรปิด ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = 0.63) รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสุขภาพและจุดปฐมพยาบาล ($\bar{X} = 4.35$, S.D. = 0.71)

ตารางที่ 4 แสดงข้อมูลความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมงานภูเขาทอง

ประเด็นการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	S.D.	แปลผล
บริการพื้นฐาน (ห้องน้ำ ม้านั่ง โต๊ะ เก้าอี้)	4.15	83.00	0.85	มาก
ร้านอาหาร เครื่องดื่ม และบริการอื่นๆ	3.95	79.00	0.92	มาก
ระบบรักษาความปลอดภัย ระบบกล้องวงจรปิด	4.45	89.00	0.63	มากที่สุด
สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสุขภาพและจุดปฐมพยาบาล	4.35	87.00	0.71	มากที่สุด
ความต้องการพลั้งใจจากการสัการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์	3.82	76.4	0.91	มาก
การช่วยสืบทอดวัฒนธรรมหรือประเพณี	4.12	82.4	0.83	มาก
ความภาคภูมิใจในการสนับสนุนวัฒนธรรม	3.45	69.0	1.12	ปานกลาง

จากการวิเคราะห์ผลการสำรวจข้อมูลเชิงปริมาณในส่วน of แรงจูงใจและความต้องการของนักท่องเที่ยว พบว่า แรงจูงใจที่มีอิทธิพลมากที่สุดมาจากการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นและประสบการณ์ใหม่ ๆ ขณะเข้าร่วมงาน



ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผลการศึกษาจากการสนทนากลุ่มเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งเสริมให้งานวัดภูเขาทองดึงดูดนักท่องเที่ยวและแนวทางการพัฒนางานให้มีประสิทธิภาพ จากกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม จำนวน 8 คน พบข้อมูลที่น่าสนใจใน 3 ประเด็นหลัก ดังนี้

1. ปัจจัยที่ทำให้งานวัดภูเขาทองดึงดูดนักท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก พบว่า ปัจจัยดึงดูดหลัก สอดคล้องกับทฤษฎีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของ Dann (1977) ที่แบ่งเป็นปัจจัยผลัก (Push factors) และปัจจัยดึง (Pull factors) โดยมีรายละเอียดดังนี้

กลุ่มที่ 1 (นักเรียน จำนวน 3 คน) ที่อาศัยอยู่ใกล้วัดภูเขาทองให้ความเห็นว่าบรรยากาศที่มีเอกลักษณ์เฉพาะเป็นปัจจัยดึงดูดสำคัญ ซึ่งสะท้อนปัจจัยดึง (Pull factors) ด้านกิจกรรมนันทนาการและอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ ผสมผสานกับมิติทางวัฒนธรรมและความเชื่อ โดยระบุว่า

“พวกหนูชอบมางานวัดภูเขาทองทุกปี เพราะมีกิจกรรมสนุกๆ เยอะ โดยเฉพาะการปาลูกโป่ง ได้กินอาหารอร่อยๆ ที่หารับประทานที่อื่นไม่ได้ และได้ไหว้พระทำบุญด้วย” (เพศหญิง อายุ 16 ปี)

กลุ่มที่ 2 (เพื่อนบ้าน จำนวน 2 คน) จากจังหวัดนนทบุรี ให้ความเห็นที่สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม (Cultural identity) โดยระบุว่า

“ที่งานวัดภูเขาทองมีความแตกต่างจากงานวัดอื่นๆ คือบรรยากาศแบบไทยแท้ สีน้าพื้นเมืองที่หลากหลาย ทำให้เราได้สัมผัสวัฒนธรรมไทยดั้งเดิมที่หาได้ยากในปัจจุบัน” (เพศหญิง อายุ 45 ปี)

กลุ่มที่ 3 (ครอบครัว จำนวน 3 คน) จากกรุงเทพฯ เน้นย้ำถึงแรงจูงใจด้านคุณค่าทางจิตใจและความผูกพันตามทฤษฎีการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural tourism) โดยระบุว่า

“ครอบครัวเรามาทำบุญที่วัดภูเขาทองเป็นประจำทุกปี มันเป็นเหมือนการสืบทอดประเพณีครอบครัว การได้ขึ้นเจดีย์เพื่อชมวิวและทำบุญ รู้สึกเหมือนได้เริ่มต้นปีใหม่ด้วยสิ่งดีๆ” (เพศชาย อายุ 52 ปี)

2. การปรับปรุงงานวัดภูเขาทองให้ตอบโจทย์ยุคสมัยและเสริมพลัง Soft Power

ผลการวิเคราะห์เชื่อมโยงกับแนวคิดอำนาจละมุนของ Nye (2004) ที่เน้นการสร้างอิทธิพลผ่านวัฒนธรรม ค่านิยม และนโยบายที่น่าดึงดูด โดยผู้ให้สัมภาษณ์มีข้อเสนอแนะที่สอดคล้องกับแนวคิดนี้



กลุ่มที่ 1 (นักเรียน) เสนอแนวทางการส่งเสริมอำนาจละมุนผ่านประสบการณ์ร่วมสมัยที่น่าประทับใจ โดยระบุว่า

“ถ้าจัดการแสดงแสงไฟที่สวยงาม หรือจัดถ่ายรูปที่เป็นเอกลักษณ์ จะช่วยให้คนแชร์รูปในโซเชียล ทำให้คนรู้จักงานมากขึ้น แต่ปัญหาคือปีนี้ร้านอาหารราคาแพงเยอะเกินไป คนทั่วไปเข้าถึงยาก” (เพศหญิง อายุ 17 ปี)

ทั้งยังมีการสะท้อนประเด็นความเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยระบุว่า

“ครอบครัวหนูเคยมาขายของทุกปี แต่ปีนี้จ้งพื้นที่ไม่ทัน คนขายส่วนใหญ่เป็นคนนอกพื้นที่ ทำให้เสน่ห์ความเป็นชุมชนหายไป” (เพศหญิง อายุ 15 ปี)

กลุ่มที่ 2 (เพื่อนบ้าน) เน้นการเพิ่มประสบการณ์ทางวัฒนธรรมที่มีส่วนร่วม โดยระบุว่า

“การจัดให้มีการแสดงรำวงมาตรฐานและให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม จะช่วยสร้างประสบการณ์วัฒนธรรมไทยที่จับต้องได้ โดยเฉพาะสำหรับชาวต่างชาติ” (เพศหญิง อายุ 42 ปี)

กลุ่มที่ 3 (ครอบครัว) เสนอการต่อยอดประเพณีเดิมให้เป็นที่จดจำ โดยระบุว่า

“ประเพณีการเขียนชื่อบนผ้าแดงควรได้รับการส่งเสริมให้เป็นไฮไลท์ของงาน เพราะเป็นเอกลักษณ์ที่ไม่เหมือนใคร สามารถดึงดูดทั้งคนไทยและต่างชาติได้” (เพศหญิง อายุ 48 ปี)

3. การใช้เทคโนโลยีและรูปแบบการสื่อสารใหม่ๆ ในการจัดงานวัดภูเขาทอง

การวิเคราะห์พบว่าข้อเสนอแนะด้านเทคโนโลยีสอดคล้องกับแนวคิด Digital Tourism และ Smart Tourism ที่เน้นการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว (Buhalis & Amaranggana, 2015) ดังนี้

กลุ่มที่ 1 (นักเรียน) เสนอการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ โดยระบุว่า

“ควรมีแอปพลิเคชันที่บอกแผนเที่ยว ตำแหน่งร้านค้า และกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้คนหาสิ่งที่ต้องการได้ง่าย รวมถึงระบบจองคิวออนไลน์สำหรับกิจกรรมที่มีคนเข้าร่วมเยอะ” (เพศหญิง อายุ 16 ปี)



กลุ่มที่ 2 (เพื่อนบ้าน) แนะนำกลยุทธ์การสื่อสารแบบบูรณาการ โดยระบุว่า

“การทำ Official Line และ Facebook ของงานวัดที่อัปเดตข้อมูลตลอด จะช่วยให้คนเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย และควรมีการถ่ายทอดสดพิธีกรรมสำคัญสำหรับผู้ที่ไม่สามารถมาร่วมได้” (เพศชาย อายุ 47 ปี)

กลุ่มที่ 3 (ครอบครัว) เน้นประสิทธิภาพของ Content Marketing บนแพลตฟอร์มที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย โดยระบุว่า

“TikTok เป็นช่องทางที่ทรงพลังมากในการเข้าถึงคนรุ่นใหม่ ถ้ามีการสร้าง Challenge หรือทำคอนเทนต์สั้นๆ ที่น่าสนใจเกี่ยวกับงานวัด จะช่วยดึงดูดกลุ่มคนรุ่นใหม่ให้มาเที่ยวงานได้มากขึ้น” (เพศหญิง อายุ 38 ปี)

4. ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมงาน

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพพร้อมกับข้อมูลเชิงปริมาณพบความสัมพันธ์ที่น่าสนใจระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมงาน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของ Plog (1974) ที่แบ่งนักท่องเที่ยวตามลักษณะจิตวิทยาและแรงจูงใจ ดังนี้

กลุ่มเยาวชน (อายุ 15-25 ปี) มีแรงจูงใจหลักเป็นกิจกรรมความบันเทิงและโอกาสในการเข้าสังคม โดยระบุว่า

“พวกเราชอบมาเที่ยวงานวัดเพราะได้มาเจอเพื่อน ถ่ายรูปสวยๆ ลงโซเชียล และสนุกกับกิจกรรมต่างๆ” (เพศหญิง อายุ 17 ปี)

กลุ่มวัยทำงาน (อายุ 26-45 ปี) ให้ความสำคัญกับการพักผ่อนและประสบการณ์ทางวัฒนธรรมที่แปลกใหม่ โดยระบุว่า

“การได้มาเที่ยวงานวัดเป็นการพักผ่อนจากงานประจำ และได้สัมผัสบรรยากาศแบบไทยๆ ที่หาไม่ได้ในชีวิตประจำวัน” (เพศหญิง อายุ 38 ปี)

กลุ่มผู้สูงอายุ (อายุ 46 ปีขึ้นไป) มุ่งเน้นคุณค่าทางจิตใจและการสืบทอดประเพณี โดยระบุว่า

“การมาทำบุญที่วัดภูเขาทองเป็นการสืบทอดประเพณีที่ทำมาตั้งแต่รุ่นพ่อแม่ และเป็นโอกาสในการปลูกฝังค่านิยมทางวัฒนธรรมให้กับลูกหลาน” (เพศชาย อายุ 52 ปี)



ผลการวิจัยเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าการพัฒนางานวัดภูเขาทองให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีประสิทธิภาพและสามารถเสริมสร้างอำนาจละมุนของประเทศไทยได้นั้น จำเป็นต้องคำนึงถึงความต้องการที่หลากหลายของกลุ่มนักท่องเที่ยว รักษาคุณค่าดั้งเดิมไว้ขณะเดียวกันก็ปรับตัวให้ทันสมัย และใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือสนับสนุนการจัดงานอย่างมีประสิทธิภาพ

อภิปรายผล

ผลการวิจัย พบว่า แรงจูงใจหลักของนักท่องเที่ยวไทยในการเข้าร่วมงานวัดภูเขาทองประกอบด้วย แรงจูงใจภายในที่เกิดจากความต้องการเรียนรู้และแสวงหาประสบการณ์ใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.65) ซึ่งสะท้อนถึงความสนใจในการเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมและประเพณีไทยที่มีการนำเสนอในงานวัดภูเขาทอง นอกจากนี้ แรงจูงใจภายนอกที่มีผลต่อการเข้าร่วมงาน ได้แก่ ความต้องการแบ่งปันประสบการณ์และอิทธิพลจากสื่อโฆษณาบนสังคมออนไลน์ (ค่าเฉลี่ย 3.51) ซึ่งบ่งชี้ถึงอิทธิพลของการประชาสัมพันธ์ในสื่อออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพในการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว

ในด้านความต้องการของนักท่องเที่ยว พบว่าความต้องการด้านความปลอดภัยมีความสำคัญสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 4.45) ซึ่งสะท้อนถึงความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อมาตรการความปลอดภัยที่ควรมีอย่างเพียงพอในการจัดงานวัด ซึ่งคล้องกับทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's hierarchy of needs) ที่ระบุว่าความต้องการด้านความปลอดภัย (Safety needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานที่มีความสำคัญต่อมนุษย์ในลำดับต้น ๆ และต้องได้รับการตอบสนองก่อนความต้องการในระดับที่สูงขึ้น (McLeod, 2020) ความสำคัญของความต้องการด้านความปลอดภัยที่พบในการศึกษานี้มีนัยสำคัญต่อการพัฒนางานวัดเป็นอย่างมาก เนื่องจากหากนักท่องเที่ยวรู้สึกไม่ปลอดภัย จะส่งผลให้ไม่สามารถเปิดรับหรือมีส่วนร่วมต่อกิจกรรมทางวัฒนธรรมอื่นๆ ได้อย่างเต็มที่ ตามที่ Pearce (2005) ได้เสนอไว้ในแบบจำลองขั้นบันไดการเดินทางของนักท่องเที่ยว (Travel career ladder) ว่าความต้องการด้านความปลอดภัยเป็นพื้นฐานที่ต้องได้รับการตอบสนองก่อนที่นักท่องเที่ยวจะสามารถเปิดรับประสบการณ์ในระดับที่สูงขึ้น เช่น การเรียนรู้วัฒนธรรมและการพัฒนาตนเอง นอกจากนี้ ความต้องการในการสืบทอดและเรียนรู้ประเพณีและวัฒนธรรมไทย (ค่าเฉลี่ย 4.12) แสดงถึงความสนใจในคุณค่าทางวัฒนธรรมดั้งเดิมของคนไทย ซึ่งสะท้อนถึงมิติด้านคุณค่าทางวัฒนธรรมของงานวัดที่มีผลต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง “การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” (Cultural tourism) ของ du Cros & McKercher (2014) ที่ชี้ให้เห็นว่านักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีแนวโน้มแสวงหาประสบการณ์ที่มีความหมายและเชื่อมโยงกับรากเหง้าทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะในยุคโลกาภิวัตน์ที่มีการผสมผสานทางวัฒนธรรม



จากผลการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ สามารถนำมาผนวกเข้ากับเพื่อเสนอแนวทางการพัฒนางานวัดภูเขาทองให้เป็นอำนาจละมุนได้ดังต่อไปนี้

1. การยกระดับประสบการณ์ทางวัฒนธรรม

1.1 จัดพื้นที่แสดงศิลปะและวัฒนธรรมไทย เช่น การแสดงดนตรีไทย การรำวง และการแสดงพื้นบ้าน เพื่อให้ผู้เข้าชมได้รับประสบการณ์ตรงจากวัฒนธรรมไทย

1.2 สร้างจุดถ่ายภาพที่สวยงามถึงเอกลักษณ์ไทย โดยเฉพาะในจุดที่เกี่ยวข้องกับประเพณีห่มผ้าแดงของวัดภูเขาทอง เพื่อสร้างแรงดึงดูด

1.3 จัดกิจกรรมสาธิตงานหัตถกรรมไทย เช่น การทำเครื่องปั้นดินเผาและงานฝีมือ เพื่อเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วม

2. การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก

2.1 ติดตั้งระบบรักษาความปลอดภัยและกล้องวงจรปิดที่ครอบคลุมพื้นที่จัดงาน เพื่อเพิ่มความปลอดภัยให้แก่ผู้เข้าชม

2.2 จัดเตรียมพื้นที่พักผ่อนและจุดปฐมพยาบาลที่เพียงพอ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

2.3 ปรับปรุงป้ายบอกทางและข้อมูลเกี่ยวกับงานวัดให้สามารถเข้าถึงได้หลายภาษา เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ

3. การใช้เทคโนโลยีและสื่อสมัยใหม่

3.1 พัฒนาแอปพลิเคชันนำเที่ยวแบบ AR เพื่อให้ผู้เข้าชมสามารถเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมได้อย่างสะดวก

3.2 สร้างแคมเปญส่งเสริมงานวัดบนสื่อสังคมออนไลน์ เช่น TikTok และ Facebook เพื่อเพิ่มการรับรู้ในวงกว้าง

3.3 จัดทำระบบ QR Code ในจุดสำคัญของงานวัด เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลเพิ่มเติม

4. การรักษาเอกลักษณ์และความดั้งเดิม

4.1 ควบคุมราคาสินค้าและอาหารให้เหมาะสม ไม่เน้นการนำเสนอร้านค้าที่มีราคาสูง

4.2 ส่งเสริมร้านค้าท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์จากชุมชนรอบวัด เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในพื้นที่

4.3 รักษาบรรยากาศความเป็นงานวัดไทยดั้งเดิม เพื่อให้มีเสน่ห์ที่น่าดึงดูดใจ

5. การส่งเสริมการมีส่วนร่วม

5.1 จัดกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม เช่น การเขียนชื่อบนผ้าแดงเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของประเพณี



5.2 สร้างกิจกรรมที่เชื่อมโยงคนท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมความรู้สึกลึกซึ้งและมีส่วนร่วม

5.3 จัดเวทีแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจในวัฒนธรรม

แนวทางในการพัฒนาในข้างต้นสามารถมาเชื่อมโยงกับ แนวคิด 4A 2R ที่มองอำนาจละมุนว่าเป็น กระบวนการทางอำนาจ ที่ควรได้รับการจัดการอย่างมียุทธวิธี (สถาบันเอเชียศึกษา, ม.ม.ป.) แนวคิดนี้ สอดคล้องกับทฤษฎีอำนาจละมุนของ Nye (2004) ที่ระบุว่าอำนาจละมุนเป็นความสามารถในการดึงดูดและ โน้มน้าวผ่านวัฒนธรรม ค่านิยม และนโยบายที่มีความชอบธรรม ซึ่งในการพัฒนางานวัดภูเขาทองให้เป็น อำนาจละมุนนั้น กระบวนการพัฒนาสามารถเกิดขึ้นได้จากทั้งสองฝั่ง ฝั่งผู้ใช้อำนาจและฝั่งผู้รับอำนาจ

โดยในฝั่งผู้ใช้อำนาจ การประยุกต์ใช้หลักการ 4A สามารถวิเคราะห์และเสนอแนวทางได้ดังนี้

1. Agenda (วาระ) วาระของการพัฒนางานวัดภูเขาทองคือ การนำเสนอวัฒนธรรมไทยสู่สากล เพื่อ ส่งเสริมการท่องเที่ยวและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศไทย โดยต้องมีการแยกวาระหลักและวาระย่อย เพื่อตอบโจทย์ทั้งนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ การกำหนดวาระที่ชัดเจนสอดคล้องกับแนวคิดของ Anholt (2007) เรื่อง “Nation branding” ที่เสนอว่าการสร้างแบรนด์ประเทศผ่านวัฒนธรรมต้องมีการกำหนดจุดยืน ที่ชัดเจนและสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของประเทศ

2. Actor (ผู้เล่นทางอำนาจ) ผู้เล่นหลักในกรณีนี้คือ วัดภูเขาทอง คณะกรรมการจัดงาน หน่วยงาน ภาครัฐ อาทิ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และภาคธุรกิจท้องถิ่นที่สนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ รวมถึง นักท่องเที่ยวเองที่มีส่วนร่วมสร้างบรรยากาศและความประทับใจ การมีผู้เล่นหลากหลายที่มีปฏิสัมพันธ์กัน สอดคล้องกับแนวคิด “Stakeholder theory” ของ Freeman (2010) ที่เน้นความสำคัญของการบริหารจัดการความสัมพันธ์ระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดร่วมกัน

3. Asset (ทุนทางอำนาจ) ทุนของงานวัดภูเขาทองคือ มรดกวัฒนธรรมไทย อาทิ ประเพณีห่มผ้าแดง สถาปัตยกรรมโบราณ และหัตถกรรมไทย ซึ่งมีเอกลักษณ์และเป็นที่น่าสนใจ รวมทั้งศิลปะไทย เช่น การรำไทย การแสดงพื้นบ้าน ซึ่งสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ ทรัพยากรทางวัฒนธรรมเหล่านี้สอดคล้องกับแนวคิด “ทุนทางวัฒนธรรม” (Cultural capital) ของ Bourdieu (1986) ที่มองว่าวัฒนธรรมเป็นทรัพยากรที่สามารถสร้างมูลค่าและอำนาจทางสังคมได้

4. Action (ปฏิบัติการ) การดำเนินกิจกรรม เช่น การจัดแสดงศิลปะและวัฒนธรรม การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก และการใช้เทคโนโลยี AR เพื่อสร้างประสบการณ์ที่น่าสนใจ รวมถึงการรักษาความดั้งเดิม และควบคุมราคาสินค้า เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดึงดูดและยั่งยืน การเลือกปฏิบัติการที่เหมาะสมสอดคล้องกับ



แนวคิด “การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม” (Cultural resource management) ของ du Cros & McKercher (2014) ที่เน้นการสร้างสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยว

ในฝั่งของ **ผู้รับอำนาจ** การประยุกต์ใช้หลักการ 2R ช่วยวิเคราะห์ผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นได้ดังนี้

1. Reaction (ปฏิกิริยาตอบรับ) นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์เชิงวัฒนธรรมและมีส่วนร่วมในกิจกรรมของงานวัด ซึ่งคาดว่าจะส่งผลให้เกิดการเผยแพร่วัฒนธรรมไทยอย่างกว้างขวาง ทั้งการแสดงออกในสื่อสังคมออนไลน์ และการบอกต่อในกลุ่มนักท่องเที่ยว รวมถึงการสร้างความรู้สึกลึกซึ้งระหว่างชุมชนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว ปฏิกริยาตอบรับจากนักท่องเที่ยวสอดคล้องกับแนวคิด “ผู้บริโภคร่วมสร้าง” (Value co-creation) ของ Prahalad & Ramaswamy (2004) ที่มองว่าผู้บริโภคในปัจจุบันไม่ได้เป็นเพียงผู้รับแต่มีส่วนร่วมในการสร้างคุณค่าและประสบการณ์

2. Result (ผลตอบรับอำนาจ) การตอบรับในระยะยาวอาจทำให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจในพื้นที่การสร้างอัตลักษณ์ที่เข้มแข็งของงานวัดภูเขาทอง และเป็นการสนับสนุนอำนาจละมุนของไทยในการนำเสนอวัฒนธรรมท้องถิ่นสู่ระดับสากล ผลลัพธ์ระยะยาวนี้สอดคล้องกับแนวคิด “การพัฒนาอย่างยั่งยืน” (Sustainable development) ของ World Tourism Organization (2018) ที่เน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สร้างสมดุลระหว่างมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

จากการวิเคราะห์โดยใช้แนวคิด 4A 2R ร่วมกับทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง จะเห็นได้ว่ารูปแบบการพัฒนา งานวัดภูเขาทองให้เป็น Soft Power นั้นมีจุดเด่นอยู่ที่การเชื่อมโยงกับชุมชนท้องถิ่นและการสร้างประสบการณ์การมีส่วนร่วม ซึ่งเป็นองค์ความรู้ใหม่ที่มีคุณค่าต่อวงการวิชาการด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของไทย การใช้หลักการ 4A 2R จึงสามารถเป็นแนวทางที่มีประสิทธิภาพในการพัฒนางานวัดภูเขาทองให้เป็น Soft Power ที่มีศักยภาพในการดึงดูดใจนักท่องเที่ยวและสร้างผลลัพธ์ที่ดีในระดับสากลได้ในอนาคต โดยการพัฒนาดังกล่าวควรคำนึงถึงความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก เนื่องจากเป็นความต้องการพื้นฐานที่สำคัญที่สุดตามผลการวิจัย

ข้อเสนอแนะ

งานวิจัยฉบับนี้มุ่งสำรวจแรงจูงใจและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาร่วมงานวัดภูเขาทอง ซึ่งจำเป็นต้องมีการใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวนมากเพื่อให้ผลการวิจัยมีความน่าเชื่อถือ อย่างไรก็ตาม การวิจัยนี้ยังขาดการวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ อย่างละเอียดและลึกซึ้ง ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการปรับปรุงเพื่อเสริมความสมบูรณ์ในหลายมิติ ดังนี้



1. การขยายขอบเขตกลุ่มตัวอย่าง

เพื่อเพิ่มความสมบูรณ์ของข้อมูลและมุมมองในการวิจัย ควรขยายกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้าร่วมงานวัดภูเขาทองเพิ่มเติม ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจถึงทัศนคติและความคาดหวังของผู้เข้าร่วมจากหลากหลายวัฒนธรรม และสะท้อนให้เห็นมุมมองของกลุ่มเป้าหมายระดับนานาชาติที่มีต่อวัฒนธรรมไทย รวมถึงช่วยประเมินศักยภาพของงานวัดในฐานะอำนาจละมุนที่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก

2. การวิเคราะห์ประสบการณ์เชิงลึกของนักท่องเที่ยว

ควรมุ่งเน้นการวิเคราะห์ประสบการณ์และความประทับใจของนักท่องเที่ยวในเชิงลึกเพื่อให้เข้าใจมุมมองและความหมายที่นักท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับงานวัดในเชิงศรัทธาและวัฒนธรรม การศึกษาเชิงลึกนี้จะช่วยให้ได้ข้อมูลที่สื่อถึงประสบการณ์ทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวอย่างแท้จริง และสามารถนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาประสบการณ์ที่ตรงกับความต้องการของผู้เข้าร่วมงาน

3. การประเมินผลต่อเนื่องหลังการจัดงาน

เพื่อให้เห็นภาพรวมและผลกระทบในระยะยาว ควรมีการติดตามและประเมินผลหลังการจัดงานอย่างต่อเนื่อง เช่น การสำรวจความพึงพอใจและการรับรู้ของผู้เข้าร่วมงานทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ รวมถึงการศึกษาผลกระทบของงานวัดภูเขาทองต่อภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะอำนาจละมุนและการส่งเสริมวัฒนธรรมไทยให้เป็นที่รู้จักในระดับสากล ข้อมูลที่ได้รับจากการประเมินผลจะช่วยชี้แนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการจัดงานในอนาคตให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

4. การนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์เชิงนโยบายและชุมชน

ผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างหลากหลาย โดย คณะผู้จัดงาน สามารถนำข้อค้นพบไปใช้ในการพัฒนาเนื้อหาและกิจกรรมให้ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ตรงจุดมากยิ่งขึ้น ทั้งในด้านความปลอดภัย การจัดการพื้นที่ และการสื่อสารวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ ขณะเดียวกันหน่วยงานภาครัฐ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สามารถใช้ข้อมูลจากงานวิจัยเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายพัฒนาเทศกาลวัฒนธรรมเชิงกลยุทธ์ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทยผ่านอำนาจละมุนนอกจากนี้ ชุมชนท้องถิ่น ยังสามารถต่อยอดความรู้จากงานวิจัยนี้เพื่อพัฒนาอัตลักษณ์ของตนให้เข้มแข็ง พร้อมทั้งมีบทบาทมากขึ้นในการเป็นเจ้าบ้านวัฒนธรรมที่มีส่วนร่วมอย่างแท้จริง ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและความภาคภูมิใจในท้องถิ่นอย่างยั่งยืน



บรรณานุกรม

- กองยุทธศาสตร์และประสานการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2567). *ดัชนีการพัฒนาด้านการเดินทางและการท่องเที่ยว ปี 2567*. สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?Filename=economic_develop&nid=15745
- ฐณยศ โล่ห์พัฒนานนท์. (ม.ม.ป.). *4A 2R กับการอธิบาย Soft Power ในฐานะกระบวนการทางอำนาจ*. สถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. <http://www.ias.chula.ac.th/article/4a-2r-กับการอธิบาย-soft-power-ในฐานะกร/>
- บัณฑิตย พิณอุดม. (2567, 12 พฤศจิกายน). Future of tourism: รับมือการเปลี่ยนผ่านสู่การเติบโตอย่างมีคุณค่าและยั่งยืน. *แจ่งสี่เบี้ย. กรุงเทพธุรกิจ*. <https://www.bot.or.th/th/research-and-publications/articles-and-publications/articles/article-2024nov12.html>
- ศูนย์ศึกษาการต่างประเทศ. (2565). “ยุทธศาสตร์ Soft Power” ของไทย และความสนใจในการสร้าง Moral Authority ด้านการต่างประเทศ. *วิเทศปริทัศน์*. <https://isc.mfa.go.th/en/content/ยุทธศาสตร์-soft-power-ของไทย?cate=5f204a5928600c531517cb75>
- สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (2565). การประชุมรัฐสภาเรื่อง “ผลกระทบจากโควิด-19”. *สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร*. <https://library.parliament.go.th/th/radioscript/rr2565-may7>
- แสงอรุณ อนุเคราะห์, และเจตนา นานา สุวรรณดี. (2564, 4 มิถุนายน). *วัดสระเกศราชวรมหาวิหาร (วัดภูเขาทอง)*. หอสมุดรัฐสภา. <https://library.parliament.go.th/th/digest/digest-2564-jun4>
- Anholt, S. (2007). The theory of competitive identity. In *Competitive identity: The new brand management for nations, cities and regions* (pp. 25-42). Palgrave Macmillan UK.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241-258). Greenwood.
- Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2015). Smart tourism destinations enhancing tourism experience through personalisation of services. In I. Tussyadiah & A. Inversini (Eds.), *Information and communication technologies in tourism 2015* (pp. 377-389). Springer International Publishing.
- Dann, G. M. S. (1977). Anomie, ego-enhancement and tourism. *Annals of Tourism Research*, 4(4), 184-194. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(77\)90037-8](https://doi.org/10.1016/0160-7383(77)90037-8)



- du Cros, H., & McKercher, B. (2014). *Cultural tourism* (2nd ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203790601>
- Freeman, R. E. (2010). *Strategic management: A stakeholder approach*. Cambridge University Press.
- Maslow, A. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370.
- Nye, J. S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. Public affairs.
- Nye, J. (2005). *Soft power and higher education*. Harvard University.
- Pearce, P. L. (2005). *Tourist behaviour: Themes and conceptual schemes*. Channel View Publications.
- Plog, S. C. (1974). Why destination areas rise and fall in popularity. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 14(4), 55-58. <https://doi.org/10.1177/001088047401400409>
- Prahalad, C. K., & Ramaswamy, V. (2004). *The future of competition: Co-creating unique value with customers*. Harvard Business School Press.
- Uysal, M., & Hagan, L. A. R. (1993). Motivation of pleasure travel and tourism. *Encyclopedia of hospitality and tourism*, 21(1), 798-810.
- World Tourism Organization. (2018). *Tourism and culture synergies*. UNWTO. <https://doi.org/10.18111/9789284418978>



Received: April 12, 2025

Revised: June 16, 2025

Accepted: June 24, 2025

การประเมินผลการจัดกิจกรรมกระบวนการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อแบบบูรณาการ
กรณีศึกษา โครงการ “ศรีปทุม รู้Kid รู้ทันสื่อ”

An evaluation of an integrated media literacy activity: A case study of the Sripatum
Roo-Kid-Roo-Tan-Sue Project

วราพร คำจับ (Waraphorn Dumjub)¹

Email: waraphorn.da14@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบกึ่งทดลอง โดยใช้รูปแบบ One Group Pretest Posttest Design มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อของผู้เข้าร่วมโครงการก่อนและหลังการเข้าร่วมกิจกรรมบูรณาการในโครงการ “ศรีปทุม รู้ Kid รู้ทันสื่อ” และ (2) ประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการต่อกระบวนการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อแบบบูรณาการ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้เข้าร่วมโครงการ “ศรีปทุม รู้ Kid รู้ทันสื่อ” จำนวน 36 คน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ (1) แผนการจัดกิจกรรมบูรณาการ จำนวน 6 โมดูล (2) แบบทดสอบความรู้ความเข้าใจการรู้เท่าทันสื่อ จำนวน 20 ข้อ ซึ่งพัฒนาจากหลักสูตรของสำนักงาน กสทช. และ (3) แบบสอบถามความพึงพอใจต่อกระบวนการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อ และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติทดสอบค่าที แบบไม่อิสระต่อกัน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้เข้าร่วมโครงการมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อหลังการเข้าร่วมกิจกรรมเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดในทุกหัวข้อต่อกระบวนการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อแบบบูรณาการในโครงการ โดยมีค่าความพึงพอใจรวมต่อโครงการมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.56 ด้านกิจกรรมมีค่าเฉลี่ยรวมมีค่าเท่ากับ 4.65 ด้านความสิ่งอำนวยความสะดวกมี

¹ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

(School of Communication Arts, Sripatum University Chonburi Campus)



ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.54 ด้านคุณภาพการจัดกิจกรรมมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.33 และด้านกิจกรรมตามลักษณะกิจกรรมบูรณาการมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.64

คำสำคัญ ประเมินผล บูรณาการ การรู้เท่าทันสื่อ

Abstract

This research employed a quasi-experimental design using a one-group pretest-posttest design. The objectives were to (1) to compare participants' media literacy knowledge and understanding before and after participating in the integrated activities of the "Sripatum Roo Kid Roo Than Suea" project, and (2) to assess participants' satisfaction with the integrated media literacy promotion process. The sample consisted of 36 participants from the "Sripatum Roo Kid Roo Than Sue" project, selected through purposive sampling. The research instruments included: (1) an integrated activity plan comprising six modules, (2) a 20-item media literacy knowledge test developed from the curriculum of the NBTC (National Broadcasting and Telecommunications Commission), and (3) a satisfaction questionnaire regarding the integrated media literacy promotion process. Descriptive statistics such as frequency, percentage, mean, and standard deviation were used, along with the paired samples t-test for hypothesis testing.

The results showed that participants' media literacy knowledge significantly increased after the intervention ($p < .05$). Furthermore, participants expressed the highest level of satisfaction across all aspects of the integrated media literacy promotion process provided in the "Sripatum Roo Kid Roo Thun Suea" project. with mean satisfaction scores of 4.56 for overall project evaluation, 4.65 for activities, 4.54 for facilities, 4.33 for activity quality, and 4.64 for integrated activity characteristics.

Keywords: Evaluation, Integrated, Media Literacy



ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

โซเชียลมีเดียมีบทบาทสำคัญต่อการใช้ชีวิตของมนุษย์อย่างมากในโลกปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นการอัปเดตข่าวสาร ติดตามกระแสหรือเทรนด์ต่าง ๆ และโซเชียลมีเดียมีความสะดวกสบายในการใช้งาน เข้าถึงได้ง่าย จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้คนนิยมใช้โซเชียลมีเดียไม่ว่าจะเป็นเด็กและผู้ใหญ่ แต่ด้วยความรวดเร็วสะดวกสบายนั้น ก็สร้างผลกระทบในแง่ลบที่เกิดขึ้นคือ การถูกนำไปใช้งานหรือเป็นเครื่องมือของเหล่าบรรดามิจฉาชีพในการหลอกลวงและสร้างความเสียหายให้กับประชาชนทั่วไป

จากข้อมูลปี 2567 ถือเป็นอีกหนึ่งปีที่มีผู้เสียหายถูกหลอกจากมิจฉาชีพเป็นจำนวนมาก โดยสถิติของศูนย์ปฏิบัติการแก้ไขปัญหาอาชญากรรมออนไลน์ (AOC) พบว่า ปี 2567 มีผู้เสียหายติดต่อสายด่วน 1441 ทั้งหมด 1,176,512 สาย โดยข้อมูลจากตำรวจสอบสวนกลางพบว่า กลุ่มที่คาดว่าจะเป่าหมายของมิจฉาชีพในปี 2568 นั้น เชื่อว่าจะยังคงมีหลากหลายช่วงวัยและหลายอาชีพ โดยจากสถิติปี 2567 ที่ผ่านมามีพบว่า ช่วงอายุที่ถูกหลอกมากที่สุดแบ่งเป็น 4 ช่วงอายุ คือ ช่วงอายุ 20 - 49 ปี ช่วงอายุ 50 - 64 ปี ช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี และอายุ 65 ปีขึ้นไป ตามลำดับ (ฉันทพล ทูมมา, 2567)

ดังนั้น กระแสการพัฒนาในโลกยุคใหม่จึงเกิดแนวคิดและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการสร้างเกราะป้องกันให้กับประชาชนทั่วไปในการเปิดรับสื่อ ซึ่งถูกนิยามเรียกว่า “การรู้เท่าทันสื่อ” (Media Literacy) ซึ่งองค์ประกอบของการรู้เท่าทันสื่อมี 5 องค์ประกอบได้แก่ 1) การเปิดรับสื่อ แยกความคิดและอารมณ์ออกจากกันเพื่อหาข้อเท็จจริง 2) การวิเคราะห์สื่อแยกแยะองค์ประกอบในการนำเสนอเพื่อหาวัตถุประสงค์ 3) การเข้าใจสื่อคือ การตีความ ทำความเข้าใจสิ่งที่สื่อนำเสนอ ซึ่งส่วนนี้จะขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลเพราะประสบการณ์ การรับรู้ต่างกัน การตีความจึงอาจไม่เหมือนกัน 4) การประเมินค่าประเมินสิ่งที่สื่อเสนอว่ามีคุณภาพและคุณค่าเพียงใด 5) การใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ เลือกรับสื่อเป็น ส่งสารต่อได้ มีปฏิกิริยาตอบกลับสื่อได้และนำสิ่งที่ได้เป็นประโยชน์ไปวิเคราะห์ (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.), 2560)

สำหรับประเทศไทย มีหน่วยงานภาครัฐไม่กี่หน่วยงานที่มีบทบาทหน้าที่ตามกฎหมายให้ดูแลรับผิดชอบเกี่ยวกับการเสริมสร้างรณรงค์ให้ประชาชนมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อคือ สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) ซึ่งในปี พ.ศ. 2566-2567 สำนักงาน กสทช. ได้มีการจัดโครงการ รู้ Kid รู้ทันสื่อ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาและหน่วยงานภาคประชาชนในการเสริมสร้างทักษะในการรู้เท่าทันสื่อให้กับประชาชน และส่งเสริมให้มีการผลิตและใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์ โดยจัดทำหลักสูตรการเรียนรู้เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อแบบสำเร็จรูปพร้อมสื่อการสอน พร้อมจัดสรรงบประมาณสนับสนุนให้หน่วยงานหรือสถาบันศึกษานำหลักสูตรดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ให้เกิดรูปธรรม

มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี เป็นหน่วยงานหนึ่งที่ได้เข้าโครงการของสำนักงาน กสทช. โดยดำเนินงานภายใต้ความร่วมมือกับเทศบาลตำบลคลองตำหรุ และชุมชนโดยรอบซึ่งการจัดกิจกรรมครั้งนี้เป็น



การบูรณาการโดยใช้สื่อสร้างสรรค์มาประกอบการอบรมให้แก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรม นอกจากนั้นยังบูรณาการความรู้การรู้เท่าทันสื่อเข้ากับการจัดประกวดคลิปวิดีโอสร้างสรรค์ ผลการดำเนินงานพบความสำเร็จของการดำเนินงานที่น่าสนใจ ตั้งแต่กระบวนการออกแบบการดำเนินงาน การดำเนินงานแบบมีส่วนร่วม การร่วมกันติดตามประเมินผล ด้วยจากการจัดกิจกรรมในรูปแบบที่เป็นบูรณาการ จึงเป็นที่มาของการศึกษาเรื่องการประเมินผลการจัดกิจกรรมกระบวนการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อแบบบูรณาการกรณีศึกษา โครงการ “ศรีปทุม รู้Kid รู้ทันสื่อ” เพื่อเป็นต้นแบบที่ดีของการส่งเสริมทักษะการรู้เท่าทันสื่อต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ความรู้ความเข้าใจการรู้เท่าทันสื่อของผู้ร่วมโครงการระหว่างก่อนและหลังการจัดกิจกรรมบูรณาการของโครงการ “ศรีปทุม รู้Kid รู้ทันสื่อ”
2. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ “ศรีปทุม รู้Kid รู้ทันสื่อ” ต่อการจัดกระบวนการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อแบบบูรณาการ

สมมติฐานของการวิจัย

ผู้เข้าร่วมโครงการ “ศรีปทุม รู้Kid รู้ทันสื่อ” หลังการเข้าร่วมโครงการมีความรู้ความเข้าใจการรู้เท่าทันสื่อสูงกว่าก่อนการเข้าร่วมโครงการ

การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาเรื่อง การประเมินผลการจัดกิจกรรมกระบวนการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อแบบบูรณาการกรณีศึกษา โครงการ “ศรีปทุม รู้Kid รู้ทันสื่อ” มีการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องหลัก ประกอบด้วย (1) แนวคิดเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ (2) แนวคิดการออกแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

แนวคิดเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ

ความหมายของการรู้เท่าทันสื่อ

พรทิพย์ เย็นจะบก (2552) กล่าวว่า การรู้เท่าทันสื่อคือ ความสามารถในการวิเคราะห์ วิวิจารณ์ และประเมินค่าสื่อ ความสามารถในการเข้าถึงสื่อ นำเสนอสื่อในแบบฉบับของตนเอง และผลิตสื่อเพื่อสื่อสารได้หลายรูปแบบ นอกจากนี้ การรู้เท่าทันสื่อยังหมายรวมถึงกิจกรรมทางการศึกษาเพื่อพัฒนาทักษะการวิเคราะห์ วิวิจารณ์ และสร้างโอกาสในการเข้าถึงสื่อ

การรู้เท่าทันสื่อ เป็นความรู้ ความสามารถของบุคคลที่จะใช้ในการตั้งคำถาม ตีความ ประเมิน และตอบสนองอย่างมีสติ รู้เท่าทัน โดยไม่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของสื่อ (พนม คลี่ฉายา, กมลรัตน์ กิจรุ่งไพศาล และณัทย แสนมงคล, 2565)



จากความหมายของการรู้เท่าทันสื่อที่มีผู้ให้ความหมายไว้ข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า การรู้เท่าทันสื่อ หมายถึง การที่บุคคลมีความสามารถในการอ่านสื่ออย่างเข้าใจ สามารถวิเคราะห์ประเมินค่า ตีความนัยยะแฝง ในสื่อ โดยไม่ถูกหลอก หรือถูกครอบงำ

โดยในโครงการ รู้ Kid รู้ทันสื่อของสำนักงาน กสทช. นั้น มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี ได้นำ หลักสูตรการพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อของประชาชน เพื่อการใช้ประโยชน์อย่างสร้างสรรค์ ซึ่งประกอบด้วย โมดูลการสอน จำนวน 6 โมดูล ได้แก่ โมดูลที่ 1 ความรู้เบื้องต้น (Media Literacy) โมดูลที่ 2 นิเวศสื่อ (Media Ecology) โมดูลที่ 3 การรู้จักสื่อ โมดูลที่ 4 กฎหมายและจริยธรรมสื่อที่ควรรู้ โมดูลที่ 5 ความท้าทาย: โอกาสและปัญหาในสื่อปัจจุบัน และโมดูลที่ 6 การมีส่วนร่วม (สังกมา สารวัตร และคณะ, 2566)

แนวคิดการออกแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

ความสำคัญของการสื่อสารเพื่อพัฒนาแบบมีส่วนร่วม

การสื่อสารมีบทบาทสำคัญในกระบวนการมีส่วนร่วมของสมาชิกในสังคมอย่างชัดเจน และที่สำคัญ บุคคลในวงการด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนาได้ ชี้ให้เห็นว่า แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารในการพัฒนาสังคมได้ ปรับเปลี่ยนรูปแบบของการสื่อสารจากเดิม ซึ่งได้แก่ การสื่อสารภายใต้กระบวนการหลักแห่ง ความทันสมัยนิยม ซึ่งเน้นการสื่อสารจากบนลงล่างหรือการสื่อสารจากผู้มีอำนาจในชุมชนไปยังประชาชน ไปสู่การสื่อสารแบบ ใหม่ภายใต้กระบวนการทัศน์ แบบทางเลือก ซึ่งให้ความสำคัญกับกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ซึ่งให้ ความสำคัญกับการสนทนาโต้ตอบกันในลักษณะของการปรึกษาหารือกัน เพื่อเปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้หัน หน้าเข้าหากัน พุดจา เจริญจากกัน เพื่อทำความเข้าใจกับข้อมูลข่าวสารเบื้องต้น หลักการและแนวทางที่ หลากหลายสำหรับการตัดสินใจร่วมกันเกี่ยวกับชุมชนของตน (ชัยพร เอ่งฉ้วน, 2566)

กระบวนการการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน การสื่อสารแบบการมีส่วนร่วม (Participatory Communication) เป็นแนวคิดที่ผสมผสานระหว่างแนวคิดการมีส่วนร่วมและแนวคิด การสื่อสาร ดังนั้น ในการที่จะทำความเข้าใจการสื่อสารแบบการมีส่วนร่วมได้นั้นจำเป็นต้องทำความเข้าใจ ทั้งแนวคิดการมีส่วนร่วมและแนวคิดการสื่อสาร ในที่นี้จะยึดความหมายของคำว่า การมีส่วนร่วมตามคำนิยาม ของสหประชาชาติ (1983) ที่กล่าวว่า การมีส่วนร่วม (Participation) คือ กิจกรรมที่ประชาชนเข้ามามีส่วน ร่วมในทุกขั้นตอนของการดำเนินโครงการ โดยเริ่มตั้งแต่ขั้นวางแผน ซึ่งประชาชนจะต้องระบุปัญหาและความ ต้องการ ขั้นปฏิบัติการขั้นประเมินผล ตลอดจนขั้นบำรุงรักษา (ชัยพร เอ่งฉ้วน, 2566)

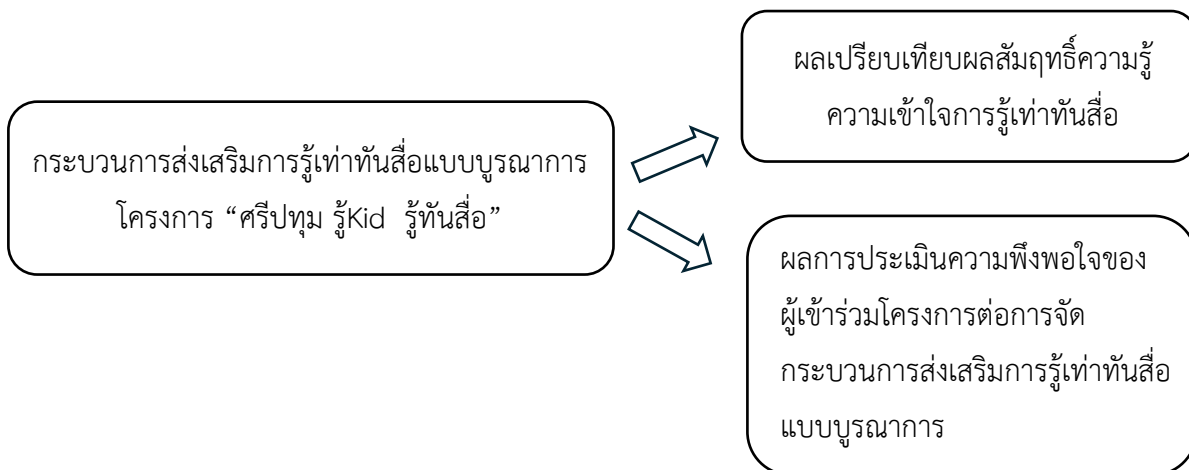
การสื่อสารเพื่อการพัฒนาสามารถแบ่งออกเป็น 3 ยุค ได้แก่ (1) การสื่อสารเพื่อการพัฒนาตาม กระบวนทัศน์ความทันสมัย (Modernization Paradigm) (2) การสื่อสารเพื่อการพัฒนาตามกระบวนทัศน์ การพัฒนาแบบพึ่งพา (Dependency Paradigm) และ (3) การสื่อสารเพื่อการพัฒนาตามกระบวนทัศน์ แบบทางเลือก (Alternative Paradigm) ทั้งนี้ ปัจจุบันถือเป็นยุคของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาแบบทางเลือก



ซึ่งมีรูปแบบหรือองค์ประกอบที่สำคัญคือ การสื่อสารเพื่อการพัฒนาจะให้ความสำคัญกับลักษณะความเป็นท้องถิ่น (Localistic) มากกว่าลักษณะความเป็นสากล (Universalistic) นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับความแตกต่างของปัจเจกและบริบทพื้นที่ กลไกเครื่องมือที่สำคัญของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาคือ การมีส่วนร่วมและเครือข่าย (กำจร หลุยยะพงศ์, 2557)

จากการดำเนินโครงการ “ศรียุทธ รู้Kid รู้ทันสื่อ” เป็นกระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนา เนื่องจากกระบวนการทำงานได้มีการวางแผนร่วมกันระหว่างผู้ออกแบบหลักสูตรและบุคลากรในเทศบาลตำบลคลองตำหรุที่เป็นประชาชนในพื้นที่ได้มีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การร่วมคิด วางแผน และการดำเนินงานในทุกขั้นตอน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยกึ่งทดลอง (Quasi – Experimental Design) โดยใช้รูปแบบ One Group Pretest Posttest Design ที่มีแบบกลุ่มทดลองกลุ่มเดียวมีการวัดก่อนการจัดกิจกรรม และหลังการจัดกิจกรรม มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้เข้าร่วมอบรมโครงการ “ศรียุทธ รู้Kid รู้ทันสื่อ” ซึ่งเป็นผู้นำท้องถิ่น บุคลากรในเทศบาลตำบลคลองตำหรุ ประชาชนในชุมชน และนักเรียนนักศึกษา จำนวนทั้งสิ้น 36 คน ซึ่งได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)



2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

โครงการ รู้ Kid รู้ทันสื่อ ของสำนักงาน กสทช. นั้น มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรีได้จัดกิจกรรมในโครงการ “ศรีปทุม รู้Kid รู้ทันสื่อ” ได้นำหลักสูตรการพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อของประชาชนเพื่อการใช้ประโยชน์อย่างสร้างสรรค์ ซึ่งประกอบด้วย โมดูลการสอนทั้งหมด จำนวน 6 โมดูล (สังมา สารวัตร และคณะ, 2566) ได้แก่ โมดูลที่ 1 ความรู้เบื้องต้น (Media Literacy) โมดูลที่ 2 นิเวศสื่อ (Media Ecology) โมดูลที่ 3 การรู้จักสื่อ โมดูลที่ 4 กฎหมายและจริยธรรมสื่อที่ควรรู้ โมดูลที่ 5 ความท้าทาย: โอกาสและปัญหาในสื่อปัจจุบัน โมดูลที่ 6 การมีส่วนร่วม

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 แผนการจัดกิจกรรมแบบบูรณาการ จัดประสบการณ์การเรียนรู้ร่วมกันในโครงการ “ศรีปทุม รู้Kid รู้ทันสื่อ” จำนวน 6 โมดูล ซึ่งเป็นไปตามข้อกำหนดของ กสทช.

3.2 แบบทดสอบความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทักษะการรู้เท่าทันสื่อ จำนวน 20 ข้อ ซึ่งเป็นแบบทดสอบจากสำนักงาน กสทช.

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลมีขั้นตอนการเก็บข้อมูล 3 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ขั้นเตรียมการก่อนจัดกิจกรรม เป็นขั้นตอนที่ได้ดำเนินการเตรียมความพร้อมในการจัดกิจกรรม เป็นการประชุมวางแผนรูปแบบกิจกรรมร่วมกับคณะทำงาน โดยเน้นกระบวนการบูรณาการเนื้อหาตามโมดูล 1-6 ในรูปแบบของกิจกรรมเกม กิจกรรมถามตอบ กิจกรรมปัญหาเป็นฐาน ประกอบการบรรยาย เลือกใช้สื่อเชิงสร้างสรรค์เพื่อเกิดกระบวนการเรียนรู้





ขั้นตอนที่ 2 ขั้นตอนการจัดกิจกรรมอบรมให้ความรู้เท่าทันสื่อในโครงการ “ศรีปทุม รู้Kid รู้ทันสื่อ” ในวันที่ 23-24 มกราคม 2567 จำนวน 10 ชั่วโมงตามเนื้อหา 6 โมดูลคือ โมดูลที่ 1 ความรู้เบื้องต้น (Media Literacy) ใช้เวลา 1 ชั่วโมง 30 นาที โมดูลที่ 2 นิเวศสื่อ (Media Ecology) ใช้เวลา 1 ชั่วโมง โมดูลที่ 3 การรู้จักสื่อ ใช้เวลา 1 ชั่วโมง 30 นาที โมดูลที่ 4 กฎหมายและจริยธรรมสื่อที่ควรรู้ ใช้เวลา 2 ชั่วโมง โมดูลที่ 5 ความท้าทาย: โอกาสและปัญหาในสื่อปัจจุบัน ใช้เวลา 2 ชั่วโมง และโมดูลที่ 6 การมีส่วนร่วม ใช้เวลา 2 ชั่วโมง



ขั้นตอนที่ 3 ขั้นประเมินผลและสรุปผล เป็นขั้นตอนเมื่อสิ้นสุดการดำเนินการโครงการ ทำการประเมินผลความรู้ความเข้าใจการรู้เท่าทันสื่อด้วยแบบทดสอบ จำนวน 20 ข้อ และแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ “ศรีปทุม รู้Kid รู้ทันสื่อ” ต่อการจัดกระบวนการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อแบบบูรณาการ



แบบวัดทักษะ/ความรู้การรู้เท่าทันสื่อของปร...
<https://docs.google.com/forms/d/e/>

แบบวัดทักษะ/ความรู้การรู้เท่าทันสื่อของประชาชน เพื่อการใช้ประโยชน์อย่างสร้างสรรค์โครงการรู้Kid ทันสื่อ ระดับประชาชน

ส่วนที่ 1 จาก 3

แบบประเมินความพึงพอใจ ผู้เข้าร่วมโครงการ “ศรีปทุม รู้Kid รู้ทันสื่อ”

วันที่ 23-24 มกราคม 2567 หลังประสบการณ์ด้านสื่อและการรู้เท่าทันสื่อ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

คำอธิบาย (ระบุในวงเล็บ)

เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

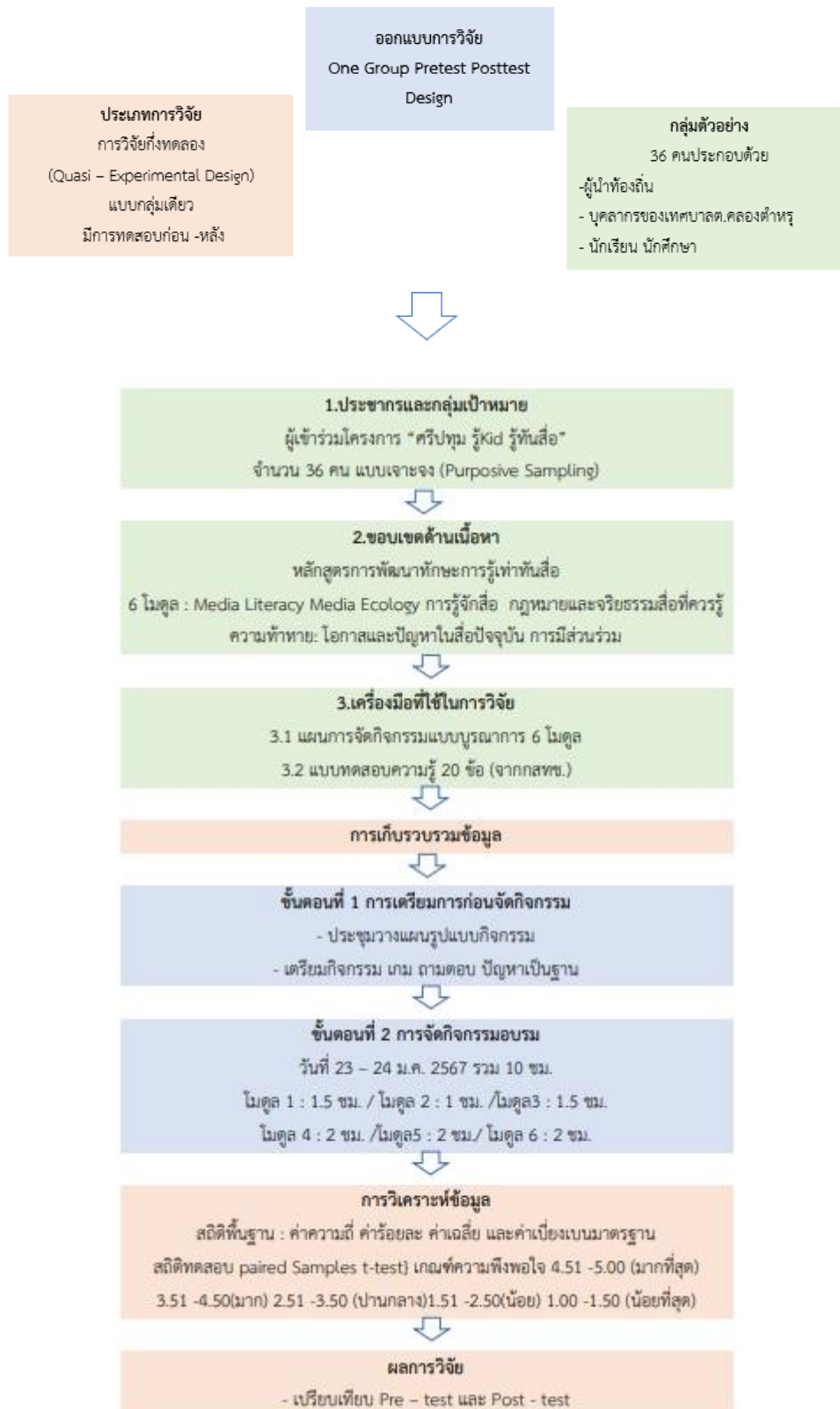


5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ใช้เกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2553)

ค่าเฉลี่ย 4.51 - 5.00	คะแนน	หมายถึง	ระดับการพึงพอใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.51 - 4.50	คะแนน	หมายถึง	ระดับการพึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ย 2.51 - 3.50	คะแนน	หมายถึง	ระดับการพึงพอใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.51 - 2.50	คะแนน	หมายถึง	ระดับการพึงพอใจน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.50	คะแนน	หมายถึง	ระดับการพึงพอใจน้อยที่สุด

และสถิติทดสอบ t-test แบบไม่อิสระต่อกัน (paired Samples t-test)

ซึ่งสามารถสรุปเป็นFlow Chart ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ได้ดังนี้





ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้เข้าร่วมโครงการ “ศรีปทุม รู้Kid รู้ทันสื่อ”

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	12	33.33
หญิง	24	66.67
รวม	36	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 และเพศชายจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
15 – 25 ปี	9	25.00
26 – 35 ปี	7	19.44
36 – 45 ปี	13	36.11
46 – 55 ปี	4	11.11
56 – 65 ปี	3	8.33
รวม	36	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมส่วนใหญ่มีช่วงอายุ อยู่ระหว่าง 36-45 ปีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 รองลงมา ช่วงอายุ 15-25 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และช่วงอายุ 26-35 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 19.44

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มัธยมศึกษา	14	38.89
ปริญญาตรี	20	55.56
สูงกว่าปริญญาตรี	2	5.56
รวม	36	100.00



จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้เข้ากิจกรรมส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 55.56 รองลงมามัธยมศึกษา จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 38.89 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 5.56

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานะการเข้าร่วมกิจกรรม

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผู้นำท้องถิ่น	13	36.11
บุคลากรเทศบาลต.คลองตำหรุ	13	36.11
นักเรียน / นักศึกษา	10	27.78
รวม	36	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้เข้ากิจกรรม เป็นผู้นำท้องถิ่นและบุคลากรเทศบาลตำบลคลองตำหรุ มีจำนวนที่เท่ากันคือ 13 คน คิดเป็นร้อยละ 36.11 และ เป็นนักเรียน นักศึกษา จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 27.78

2. เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ความรู้ความเข้าใจการรู้เท่าทันสื่อของผู้ร่วมโครงการ ระหว่างก่อนและหลังการจัดกิจกรรมบูรณาการของโครงการ “ศรียุทธ รู้Kid รู้ทันสื่อ”

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และร้อยละของคะแนนความรู้และความเข้าใจการรู้เท่าทันสื่อ ก่อนและหลังการจัดกิจกรรมศรียุทธ รู้ Kid รู้ทันสื่อ

คะแนนทดสอบ	ค่าสถิติ						
	จำนวนคน	คะแนนเต็ม	($\bar{X}$)	Σd	Σd^2	t	Sig
ก่อนอบรม	36	20	15.72	119.22	598.38	7.815	.000
หลังอบรม	36	20	18.94				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

จากตาราง 5 พบว่า ผลสัมฤทธิ์ของคะแนนแบบทดสอบก่อนและหลังอบรม จำนวน 20 ข้อ ค่า t จากตาราง (เมื่อ $df = 35$, $\alpha = .05$) เท่ากับ 2.03 ค่า t ที่คำนวณได้เท่ากับ 7.815 มีค่ามากกว่าค่า t จากตาราง แสดงว่า ผู้เข้าอบรมโครงการ “ศรียุทธ รู้Kid รู้ทันสื่อ” มีความรู้ความเข้าใจการรู้เท่าทันสื่อสูงกว่าก่อนเข้าร่วมโครงการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05



3. ผลประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ “สรีปทุม รู้Kid รู้ทันสื่อ” ต่อการจัดกระบวนการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อแบบบูรณาการ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละความพึงพอใจด้านการจัดกิจกรรม (ภาพรวม)

ประเด็นคำถาม	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความ พึงพอใจ
เนื้อหาการอบรมมีความเหมาะสมกับผู้เข้าร่วมอบรม	4.64	0.49	มากที่สุด
ด้านลำดับขั้นตอนในการจัดกิจกรรม	4.67	0.48	มากที่สุด
ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการจัดกิจกรรม	4.58	0.55	มากที่สุด
ด้านความเหมาะสมของกิจกรรม	4.69	0.47	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.65	0.29	มากที่สุด

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้เข้าร่วมกิจกรรมพึงพอใจด้านการจัดกิจกรรมในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.65 โดยพิจารณารายด้านที่มีค่าความพึงพอใจสูงสุดคือ ด้านความเหมาะสมของกิจกรรม มีค่าเฉลี่ย 4.69 รองลงมา ลำดับขั้นตอนในการจัดกิจกรรม มีค่าเฉลี่ย 4.67 และเนื้อหาการอบรมมีความเหมาะสมกับผู้เข้าร่วมอบรม มีค่าเฉลี่ย 4.64 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ประเด็นคำถาม	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความ พึงพอใจ
ด้านสถานที่จัดกิจกรรม	4.56	0.56	มากที่สุด
ด้านการใช้สื่อสร้างสรรค์ได้เหมาะสมกับเนื้อหา	4.53	0.51	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.54	0.48	มากที่สุด

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความพึงพอใจต่อด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.54 โดยมีความพึงพอใจด้านสถานที่จัดกิจกรรม มีค่าเฉลี่ย 4.56 และด้านการใช้สื่อสร้างสรรค์ได้เหมาะสมกับเนื้อหา มีค่าเฉลี่ย 4.53 ตามลำดับ



ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละด้านคุณภาพการจัดกิจกรรม

ประเด็นคำถาม	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความ พึงพอใจ
ด้านความรู้เกี่ยวกับรู้เท่าทันสื่อก่อนเข้าร่วมอบรม	3.53	0.51	ปานกลาง
ด้านความรู้เกี่ยวกับรู้เท่าทันสื่อหลังเข้าร่วมอบรม	4.44	0.50	มากที่สุด
ด้านประโยชน์ที่ได้จากการเข้าร่วมอบรม	4.69	0.47	มากที่สุด
สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน	4.67	0.48	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.33	0.29	มาก

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความพึงพอใจด้านคุณภาพของการจัดกิจกรรมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.33 โดยด้านประโยชน์ที่ได้จากการเข้าร่วมอบรมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด มีค่าเฉลี่ย 4.69 รองลงมา สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน มีค่าเฉลี่ย 4.67 และด้านความรู้เกี่ยวกับรู้เท่าทันสื่อหลังเข้าร่วมอบรม มีค่าเฉลี่ย 4.44 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละความพึงพอใจของกิจกรรมตามลักษณะกิจกรรมบูรณาการ

ประเด็นคำถาม	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความ พึงพอใจ
กิจกรรมใช้สื่ออย่างรู้ตัว	4.64	0.49	มากที่สุด
กิจกรรมความเข้าใจทักษะในการจัดการความเป็นส่วนตัว	4.61	0.49	มากที่สุด
กิจกรรม พรบ.คอมพิวเตอร์	4.75	0.44	มากที่สุด
กิจกรรมกฎหมายและจริยธรรมสื่อที่ควรรู้/การมีส่วนร่วมในสื่อ	4.64	0.49	มากที่สุด
กิจกรรมแชร์ก่อนใคร	4.56	0.61	มากที่สุด
กิจกรรมข่าวจริง ข่าวปลอมคืออะไรหาคำตอบได้จากไหน	4.67	0.48	มากที่สุด
กิจกรรมการมีส่วนร่วมในการสร้างสื่อปลอดภัย	4.61	0.49	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.64	0.35	มากที่สุด

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความพึงพอใจเฉลี่ยรวมในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.64 เมื่อพิจารณาตามลักษณะกิจกรรมพบว่ากิจกรรมที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับ ได้แก่ กิจกรรม พรบ.คอมพิวเตอร์ มีค่าเฉลี่ย 4.75 รองลงมา กิจกรรมข่าวจริง ข่าวปลอมคืออะไรหาคำตอบได้จากไหน มีค่าเฉลี่ย



4.67 และกิจกรรมใช้สื่ออย่างรู้ตัว และกิจกรรมกฎหมายและจริยธรรมสื่อที่ควรรู้/การมีส่วนร่วมในสื่อ
มีค่าเฉลี่ย 4.64 ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องการประเมินผลการจัดกิจกรรมกระบวนการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อแบบบูรณาการ
กรณีศึกษา โครงการ “ศรีปทุม รู้Kid รู้ทันสื่อ” มีดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ความรู้ความเข้าใจการรู้เท่าทันสื่อของผู้ร่วม
โครงการระหว่างก่อนและหลังการจัดกิจกรรมบูรณาการของโครงการ “ศรีปทุม รู้Kid รู้ทันสื่อ”
ผลการเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อก่อนและหลังการอบรม โดยใช้การจัดกิจกรรมบูรณาการผู้เข้าร่วม
โครงการ กลุ่มตัวอย่างที่ได้อบรมผ่านกิจกรรมมีคะแนนหลังสอบเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
ซึ่งเป็นไปตามที่สมมติฐานตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับ กรรทีมา อ่วมเลิศ (2565) ซึ่งศึกษาเรื่อง ผลของการจัด
กิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานที่มีต่อทักษะการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 กลุ่ม
โรงเรียนเอกชนจังหวัดนนทบุรี สังกัดคณะกรรมการการศึกษาเอกชน ซึ่งผลการศึกษา พบว่า ผล
การเปรียบเทียบทักษะการรู้เท่าทันสื่อก่อนและหลังเรียน โดยใช้การจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน
ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 นักเรียนกลุ่มตัวอย่างที่ได้เรียนผ่านกิจกรรมมีคะแนนหลังสอบเพิ่มขึ้นอย่าง
มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับ ปรีศนา เชี่ยวสุทธิ และคณะ (2563) ที่ศึกษาเรื่อง
การศึกษาผลการใช้ชุดกิจกรรมการรู้เท่าทันสื่อในด้านทักษะการสร้างสรรค์ สำหรับนักเรียนระดับชั้น
มัธยมศึกษาตอนต้น

จากการศึกษาพบว่า ค่าเฉลี่ยของทักษะการรู้เท่าทันสื่อในด้านทักษะการสร้างสรรค์หลังเรียนมีคะแนน
สูงกว่าก่อนเรียน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับ อุบล
ผลจันทร์ และชาลินี มานะ (2566) ศึกษาเรื่อง รายงานผลการจัดกิจกรรมกระบวนการกลุ่มเพื่อพัฒนาทักษะ
กระบวนการทางวิทยาศาสตร์สำหรับเด็กปฐมวัย ชั้นอนุบาลปีที่ 2 ซึ่งจากการศึกษาพบว่า เด็กชั้นอนุบาลปีที่
2/1 ที่ได้รับการจัดกิจกรรมกระบวนการกลุ่ม มีคะแนนผลการพัฒนาทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์
หลังการทดลองสูงกว่าก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ทั้งอาจมีสาเหตุเนื่องมาจากการจัด
ประสบการณ์การเรียนรู้ โดยใช้กิจกรรมกระบวนการกลุ่ม มีวิธีการจัดประสบการณ์ที่สอดคล้องและสนอง
ความต้องการของเด็ก กล่าวคือ เด็กได้เรียนรู้และทำกิจกรรมร่วมกัน การเปิดโอกาสให้เด็กลงมือปฏิบัติ
กิจกรรมด้วยตนเองหรือได้พูดคุยแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ซึ่งกันและกันระหว่างเพื่อนในชั้นเรียนหรือการที่
ครูผู้สอนจัดกิจกรรมที่让孩子ใช้กระบวนการทางวิทยาศาสตร์ เช่น การสังเกต การจำแนก การสื่อความหมาย
จนกระทั่งเด็กค้นพบองค์ความรู้ด้วยตนเอง เป็นอีกวิธีการหนึ่งที่จะช่วยส่งเสริมให้เด็กเกิดการเรียนรู้ที่ยั่งยืนซึ่ง



จากการจัดกิจกรรม “ศรีปทุม รู้ Kid รู้ทันสื่อ” จะเป็นการจัดกิจกรรมที่เน้นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ของผู้เข้าร่วมอบรมถึงปัญหาต่าง ๆ เน้นให้ผู้อบรมได้เรียนรู้จากประสบการณ์จริง ฝึกคิดฝึกปฏิบัติ ฝึกแก้ไขปัญหาจากสถานการณ์จริงที่ใช้ในการอบรม เช่น การให้ผู้ให้เข้าอบรมได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ปัญหาต่าง ๆ ที่พบจากการใช้สื่อออนไลน์ และให้ผู้เข้าร่วมอบรมช่วยกันวิเคราะห์ถึงสถานการณ์ที่เกิดขึ้นนั้นจะมีแนวทางหรือวิธีการแก้ปัญหาอย่างไร ซึ่งสอดคล้องกับ ธีรภัทร์ นิตยกุลเศรษฐ์ และทัศนีย์ นาคคุณทรง (2563) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐาน เรื่อง ประเด็นสำคัญทางประวัติศาสตร์ไทย กลุ่มสาระสังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรมชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จากการศึกษาพบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนที่เรียนโดยใช้การจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐาน เรื่อง ประเด็นสำคัญทางประวัติศาสตร์ไทย ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ “ศรีปทุม รู้ Kid รู้ทันสื่อ” ต่อการจัดกระบวนการส่งเสริมการเรียนรู้เท่าทันสื่อแบบบูรณาการ

ซึ่งจากผลการศึกษา พบว่า ผู้เข้าร่วมโครงการมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดในทุกหัวข้อต่อกระบวนการส่งเสริมการเรียนรู้เท่าทันสื่อแบบบูรณาการในโครงการสอดคล้องกับกรรทีมา อ่วมเลิศ (2565) ที่ศึกษาเรื่องผลของการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานที่มีต่อทักษะการเรียนรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 กลุ่มโรงเรียนเอกชนจังหวัดนนทบุรี สังกัดคณะกรรมการการศึกษาเอกชน พบว่า ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจเกี่ยวกับการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน เพื่อพัฒนาทักษะการเรียนรู้เท่าทันสื่อ นักเรียนมีความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานเพื่อพัฒนาทักษะการเรียนรู้เท่าทันสื่อโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความพึงพอใจมากที่สุด 3 ข้อแรกคือ นักเรียนมีความรู้ ความเข้าใจเรื่องทักษะการเรียนรู้เท่าทันสื่อมากขึ้น มีค่าเฉลี่ยในอันดับ 1-3 เป็น 4.97, 4.97 และ 4.87 ตามลำดับ และยังสอดคล้องกับ ปรีศนา เชี่ยวสุทธิ และคณะ (2563) จากการศึกษาเรื่องการศึกษาผลการใช้ชุดกิจกรรมการเรียนรู้เท่าทันสื่อในด้านทักษะการสร้างสรรค์ สำหรับนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น

จากการศึกษาพบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจในการเรียนในชุดกิจกรรมการเรียนรู้เท่าทันสื่อในด้านทักษะการสร้างสรรค์ ระดับความพึงพอใจในชุดกิจกรรมอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.01, S.D. = 0.15) เมื่อพิจารณารายด้านคือ ด้านเนื้อหา ด้านการจัดกิจกรรม และด้านการวัดและประเมินผล พบว่า โดยรวมมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากและในด้านเนื้อหา นักเรียนมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ คำสั่งปฏิบัติในชุดกิจกรรมการเรียนรู้เท่าทันสื่อเข้าใจง่าย ชัดเจน (Mean = 4.32, S.D. = 0.62) นอกจากนี้ จากผลการวิจัยยังสะท้อนถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อการพัฒนาที่ทำให้คนในชุมชนเห็นคุณค่าของกิจกรรมและโครงการที่จัดขึ้น โดยความร่วมมือของคนในชุมชน ทำให้คนที่เข้าร่วมโครงการพึงพอใจกับโครงการ “ศรีปทุม รู้ Kid รู้ทันสื่อ”



อยู่ในระดับมากที่สุดในทุกหัวข้อ ซึ่งสอดคล้องกับ พิชิต ธิอิน (2567) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยความสำเร็จของกระบวนการส่งเสริมการเรียนรู้เท่าทันสื่อแบบบูรณาการกรณีศึกษา: โครงการรู้ Kid รู้ทันสื่อ ของเครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม ที่พบว่า มีการใช้กระบวนการมีส่วนร่วมในการผลิตสื่อประกอบการสอนตามหลักสูตร รู้ Kid รู้ทันสื่อ (สื่อส่วนกลาง) ของสำนักงาน กสทช. ให้มีความเหมาะสมกับบริบทพื้นที่และวัฒนธรรมมุสลิม จนเกิดสื่อชุมชนเฉพาะพื้นที่ในการรณรงค์ให้ความรู้เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ ที่สำคัญสื่อดังกล่าวที่ผลิตโดยชุมชนและใช้รณรงค์ให้กับคนในชุมชน มีคุณค่าอย่างยิ่ง โดยสร้างความหวงแหนและความรู้สึกการเป็นเจ้าของ ทำให้มีการเข้าถึงและการเปิดรับสื่อง่ายขึ้น ประโยชน์เช่นนี้เป็นคุณลักษณะเด่นของสื่อชุมชนที่แท้จริงและได้เกิดขึ้นกับการจัดกิจกรรมครั้งนี้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการทำวิจัยครั้งนี้

1. มีการบูรณาการศาสตร์ความรู้กับการจัดกิจกรรมการบูรณาการการทำงานร่วมกับหน่วยงานภายนอก
2. มีเอกสารคู่มือประกอบการสอนในแต่ละโมดูล จึงทำให้สามารถออกแบบกิจกรรมที่สอดคล้องกับเนื้อหาแต่ละโมดูลได้สะดวกขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. การจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาทักษะการเรียนรู้เท่าทันสื่อครั้งนี้จัดให้เฉพาะกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมโครงการเท่านั้น ควรมีการเพิ่มกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่อื่นในครั้งต่อไป
2. ควรมีการเก็บข้อมูลเชิงลึกมากขึ้นจากการสัมภาษณ์ผู้เข้าร่วมโครงการเพื่อให้ได้ข้อมูลเพื่อมาปรับปรุงการจัดโครงการในครั้งต่อไป

บรรณานุกรม

- กรรติมา อ่วมเลิศ. (2022). ผลของการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานที่มีต่อทักษะการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 กลุ่มโรงเรียนเอกชนจังหวัดนนทบุรีสังกัดคณะกรรมการการศึกษาเอกชน [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ]. SWU Institutional Repository. <http://ir-ithesis.swu.ac.th/dspace/bitstream/123456789/2315/1/gs631130060>
- กัจจกร หลุยยะพงศ์. (2557). ก้าวที่ผ่านมาและก้าวต่อไปของการสื่อสารชุมชน: ตอนที่ 1 ความหมายของชุมชน พื้นที่แบบเดิมและแบบใหม่และการศึกษาชุมชนในฐานะพื้นที่การพัฒนาชนบท. วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรม นิต้า. 1(1), 1-18.



ชัยพร เอ็งฉ้วน. (2566). การสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลกสตูล.
วารสารพิกุล. 21(2), 29-48.

ณัฐพล ทุมมา. (2567, 19 ธันวาคม). *สู่กลวง-วิธีป้องกันภัยคุกคาม “มิฉฉีฟ”* ปี 2568. Thai PBS.
<https://www.thaipbs.or.th/now/content/2044>

ธีรภัทร์ นิตยกุลเศรษฐ์, และทัศนีย์ นาคคุณทรง. (2563). การพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐานเรื่อง
ประเด็นสำคัญทางประวัติศาสตร์ไทย กลุ่มสาระสังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรมชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6.
วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ. 14(2), 1-11.

บุญชม ศรีสะอาด. (2553). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 8). สุวีริยาสาส์น.

ปริศนา เขียวสุทธิ, ขวัญหญิง ศรีประเสริฐภาพ, และแจ่มจันทร์ ศรีอรุณรัมย์. (2563). การศึกษาผลการใช้
ชุดกิจกรรมการเรียนรู้เท่าทันสื่อในด้านทักษะการสร้างสรรค์สำหรับนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น.
วารสารการวัดผลการศึกษา. 37(1), 159-170.

พนม คล้ายยา, กมลรัตน์ กิจรุ่งไพศาล, และณทัย แสนมงคล. (2565). *คู่มือการสอนและให้ความรู้เกี่ยวกับ
ความรอบรู้เรื่องสื่อในห้องเรียน ระดับอุดมศึกษา*. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พิชิต ธิอัน. (2567). ปัจจัยความสำเร็จของกระบวนการส่งเสริมการเรียนรู้เท่าทันสื่อแบบบูรณาการ
กรณีศึกษา: โครงการรู้ Kid รู้ทันสื่อของเครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม. *รายงานสืบ
เนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติด้านการสื่อสาร ครั้งที่ 8 ประจำปี 2567*. (น. 1067-1081).
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พรทิพย์ เย็นจะบก. (2552). *ถอดรหัส ลับความคิดเพื่อการรู้เท่าทันสื่อ: คู่มือการเรียนรู้เท่าทันสื่อ*. ออฟเซ็ท
ครีเอชั่น.

สังกมา สารวัตร, สุปราณี วัฒนสิน, ศรีดา ตันทะอติพาณิช, มุจรินทร์ อธิพิงษ์, ธีรจิต แสนพล, และราตรี
จุลศิริ. (2566). *คู่มือหลักสูตรการพัฒนาทักษะการเรียนรู้เท่าทันสื่อของประชาชนเพื่อการใช้ประโยชน์
อย่างสร้างสรรค์ (ระดับประชาชน)*. สำนักบริหารเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจาย
เสียงและโทรทัศน์ สำนักงาน กสทช.

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2560, 15 พฤศจิกายน). *5 องค์ประกอบของการรู้เท่าทัน
สื่อ*. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. <https://www.thaihealth.or.th/?p=229945>.

อุบล ผลจันทร์, และชาลินี มานะยิ่ง. (2566). รายงานผลการจัดกิจกรรมกระบวนการกลุ่ม เพื่อพัฒนาทักษะ
กระบวนการทางวิทยาศาสตร์ สำหรับเด็กปฐมวัย ชั้นอนุบาลปีที่ 2. *วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์*.
8(3), 1169-1180.



Received: April 8, 2025

Revised: June 21, 2025

Accepted: June 27, 2025

รูปแบบภาวะผู้นำในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ Leadership Model in Automotive Parts Industry in Samut Prakan Province

ธนภรณ์ อัสวรุ่งเรือง (Tanaporn Asavarungruang)¹

เอนก ประดิษฐารมณ (Anek Pradittharom)²

อรไท ชั่วเจริญ (Orathai Chuacharoen)³

วันชัย ปานจันทร์ (Wanchai Panjan)⁴

Email: somasava15@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาองค์ประกอบภาวะผู้นำในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ 2) สร้างรูปแบบภาวะผู้นำ และ 3) ประเมินรูปแบบภาวะผู้นำ ดำเนินการวิจัยเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาองค์ประกอบภาวะผู้นำโดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างพนักงานในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ 600 คน ขั้นตอนที่ 2 สร้างรูปแบบภาวะผู้นำจากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบ และขั้นตอนที่ 3 ประเมินรูปแบบภาวะผู้นำโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 7 ท่าน ผลการวิจัยพบว่า 1) องค์ประกอบภาวะผู้นำในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ ด้านประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ด้านคุณธรรมและจริยธรรม ด้านการปฏิบัติงานเป็นทีม ด้านวิสัยทัศน์ ด้านการพัฒนาตนเอง และด้านการให้คำปรึกษาและคำแนะนำ 2) รูปแบบภาวะผู้นำ ที่พัฒนาขึ้นมีชื่อว่า “V-SPECT Leadership Model” ซึ่งแสดงความสัมพันธ์ของ

¹ นักศึกษาหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การพัฒนทรัพยากรมนุษย์) มหาวิทยาลัยรามคำแหง
(Master of Arts Program in Human Resources Development, Ramkhamhaeng University)

² คณะพัฒนทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
(Faculty of Human Resources Development, Ramkhamhaeng University)

³ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
(Faculty of Science, Ramkhamhaeng University)

⁴ คณะพัฒนทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
(Faculty of Human Resources Development, Ramkhamhaeng University)



องค์ประกอบทั้ง 6 ด้านที่ส่งผลซึ่งกันและกัน และ 3) ผลการประเมินรูปแบบภาวะผู้นำ โดยผู้ทรงคุณวุฒิพบว่า มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด มีความเป็นไปได้ในการนำไปปฏิบัติในระดับมาก และมีความเป็นประโยชน์ในระดับมากที่สุด รูปแบบภาวะผู้นำที่พัฒนาขึ้นสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาผู้นำในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ให้มีประสิทธิภาพ สามารถขับเคลื่อนองค์กรท่ามกลางความท้าทายในยุคปัจจุบัน และนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ ภาวะผู้นำ รูปแบบภาวะผู้นำ อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ จังหวัดสมุทรปราการ

Abstract

This research aimed to 1) study leadership components in the automotive parts industry in Samut Prakan province, 2) develop a leadership model, and 3) evaluate the developed leadership model. The research was conducted in three phases: Phase 1 involved studying leadership components through exploratory factor analysis from a sample of 600 employees in the automotive parts industry; Phase 2 involved developing a leadership model based on the factor analysis results; and Phase 3 involved evaluating the leadership model by seven experts. The research findings revealed that: 1) Leadership components in the automotive parts industry in Samut Prakan province consisted of six main components: performance efficiency, ethics and morality, teamwork collaboration, visionary thinking, self-development, and counseling and mentoring; 2) The developed leadership model, named “PETCVS Leadership Model”, demonstrated the interrelationships among all six components; and 3) The evaluation of the leadership model by experts showed the highest level of appropriateness, high level of feasibility, and the highest level of utility. The developed leadership model can be used as a guideline for developing effective leaders in the automotive parts industry, enabling them to drive their organizations amid current challenges and lead to sustainable development.

Keywords: Leadership, Leadership Model, Automotive Parts Industry, Samut Prakan Province



ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

โลกธุรกิจในปัจจุบันเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง ทั้งด้านเทคโนโลยี เศรษฐกิจ สังคม และสภาพแวดล้อมการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น (ชัยเสฏฐ์ พรหมศรี, 2561) องค์กรธุรกิจจำเป็นต้องปรับตัวและพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อความอยู่รอดและเติบโตอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ ซึ่งเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทยโดยเฉพาะในเขตจังหวัดสมุทรปราการซึ่งเป็นศูนย์กลางการผลิตที่สำคัญ ไม่เพียงแต่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและการจ้างงานเท่านั้น แต่ยังมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมของประเทศ (เกตุสุตา วรรณสินธ์, 2562) อุตสาหกรรมนี้กำลังเผชิญกับความท้าทายสำคัญหลายประการ ทั้งการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี การแข่งขันในตลาดโลก นโยบายการค้าระหว่างประเทศ และความต้องการของผู้บริโภคที่มีความซับซ้อนมากขึ้น ความท้าทายเหล่านี้เรียกร้องให้ต้องมีผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ มีความสามารถในการบริหารการเปลี่ยนแปลง และสามารถขับเคลื่อนองค์กรให้ก้าวทันต่อความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น (จตุพร สังขวรรณ, 2557) ปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่จะช่วยให้องค์กรสามารถฝ่าฟันความท้าทายและก้าวสู่ความสำเร็จได้คือ “ภาวะผู้นำ” (Leadership) ที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับบริบทของอุตสาหกรรม (ทิมมิกา เครือเนตร, 2558)

ภาวะผู้นำไม่ได้หมายถึงเพียงตำแหน่งหรืออำนาจในการบริหาร แต่หมายรวมถึงความสามารถในการจูงใจ ชี้นำ และกระตุ้นให้บุคลากรในองค์กรร่วมกันทำงานเพื่อบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ (วันชัย ปานจันทร์, 2563) การเป็น “ผู้บริหาร” และการเป็น “ผู้นำ” มีความแตกต่างกัน โดยที่ “ผู้บริหารทุกคนไม่ได้เป็นผู้นำ” และ “ผู้นำบางคนอาจไม่ได้มีตำแหน่งบริหาร” ในเชิงอุดมคติองค์กรต้องการผู้บริหารที่มีความเป็นผู้นำ (ชัยเสฏฐ์ พรหมศรี, 2561) ผู้นำที่มีประสิทธิภาพจะสามารถสร้างแรงบันดาลใจ กำหนดทิศทาง และนำพาองค์กรให้ประสบความสำเร็จท่ามกลางความท้าทายต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสภาวะที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การมีรูปแบบภาวะผู้นำที่เหมาะสมจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อประสิทธิภาพและความสำเร็จขององค์กร

ในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์นั้น รูปแบบภาวะผู้นำที่เหมาะสมต้องสอดคล้องกับบริบทเฉพาะของอุตสาหกรรม ซึ่งมีลักษณะงานที่ต้องการความเชี่ยวชาญทางเทคนิค การทำงานเป็นทีม ความรวดเร็วในการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาด และการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีความหลากหลาย (เกตุสุตา วรรณสินธ์, 2562) การบริหารจัดการในยุคปัจจุบันต้องมีการบริหารจัดการทั้งทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งทรัพยากรมนุษย์เป็นทรัพยากรสำคัญที่จะช่วยสร้างสรรค์ให้องค์กรเจริญก้าวหน้า (ทิมมิกา เครือเนตร, 2558) ผู้นำจำเป็นต้องมีความรู้ความสามารถทั้งในด้านเทคนิคและการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ สามารถสร้างสัมพันธภาพที่ดีกับบุคลากร พัฒนาศักยภาพของทีมงาน และส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อการเรียนรู้และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง



การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับรูปแบบภาวะผู้นำในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากจะช่วยให้เข้าใจถึงคุณลักษณะและพฤติกรรมของผู้นำที่มีประสิทธิภาพในบริบทเฉพาะของอุตสาหกรรมนี้ ซึ่งจะเป็ประโยชน์ต่อการพัฒนาผู้นำและการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร (วันชัย ปานจันทร์, 2563) รูปแบบภาวะผู้นำที่มีประสิทธิภาพในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ควรประกอบด้วย การเป็นผู้นำด้านการสร้างแรงบันดาลใจ การคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล การกระตุ้นทางปัญญา การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ รวมถึงการรับฟังความคิดเห็นของบุคลากร (เกตุสุตา วรณสินธ์, 2562) บทความนี้จึงมุ่งศึกษารูปแบบภาวะผู้นำในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาผู้นำที่มีประสิทธิภาพ สามารถนำพาองค์กรไปสู่ความเป็นเลิศและการพัฒนาอย่างยั่งยืนท่ามกลางความท้าทายในยุคปัจจุบัน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบภาวะผู้นำในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ
2. เพื่อสร้างรูปแบบภาวะผู้นำในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ
3. เพื่อประเมินรูปแบบภาวะผู้นำในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ

การทบทวนวรรณกรรม

ความหมายของภาวะผู้นำ

ภาวะผู้นำ หมายถึง กระบวนการที่บุคคลใช้อิทธิพลและอำนาจในการโน้มน้าวใจให้ผู้อื่นทำงานเพื่อบรรลุเป้าหมายร่วมกัน โดยผู้นำจำเป็นต้องมีความสามารถในการสร้างวิสัยทัศน์ สื่อสาร และขับเคลื่อนองค์กรท่ามกลางความเปลี่ยนแปลง นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายที่สอดคล้องกันว่า ผู้นำต้องมีความรับผิดชอบในการสร้างค่านิยมร่วม มีความสามารถในการกระตุ้นให้ผู้ตามเกิดความเชื่อมั่นศรัทธา และพร้อมอุทิศตนเพื่อองค์กร

แนวคิดทักษะและคุณลักษณะของผู้นำ

ทักษะของผู้นำที่มีประสิทธิภาพประกอบด้วยทักษะด้านงาน (technical skills) ซึ่งเป็นความรู้ความชำนาญในงาน ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ (human relations skills) ที่ช่วยให้สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ และทักษะด้านความคิดรวบยอด (conceptual skills) ที่ช่วยให้เข้าใจภาพรวมขององค์กร นอกจากนี้ ยังต้องมีทักษะการสื่อสาร การเจรจาต่อรอง การแก้ปัญหาความขัดแย้ง การปรับตัว การคิดอย่างมีวิจารณญาณ การตัดสินใจ การแก้ปัญหา การสร้างความสัมพันธ์ การจัดการเวลา ความน่าเชื่อถือ ความคิดสร้างสรรค์ และการคิดเชิงกลยุทธ์



แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบภาวะผู้นำ

แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบภาวะผู้นำมีหลายแบบ โดยทฤษฎีพฤติกรรมของภาวะผู้นำได้แบ่งรูปแบบเป็น 2 แบบหลัก คือ ผู้นำแบบมุ่งงาน (Job-centered) ที่เน้นการบรรลุเป้าหมายและผลการปฏิบัติงาน และผู้นำแบบมุ่งคน (Employee-centered) ที่เน้นการพัฒนาความเหนียวแน่นของกลุ่มงานและความพึงพอใจของพนักงาน นอกจากนี้ ยังมีการแบ่งระบบการบริหาร 4 แบบ ได้แก่ ระบบเผด็จการ ระบบเผด็จการอย่างมีเมตตา ระบบปรึกษาหารือ และระบบการมีส่วนร่วม ซึ่งระบบการมีส่วนร่วมถือเป็นรูปแบบที่มีประสิทธิภาพสูงสุด

แนวคิดภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational leadership) เป็นกระบวนการที่ผู้นำมีอิทธิพลต่อผู้ร่วมงานให้ทำงานได้สูงกว่าความคาดหวัง โดยพัฒนาศักยภาพของผู้ตามให้เพิ่มขึ้น สร้างแรงบันดาลใจ และความผูกพันต่อองค์กร ปัจจัยสำคัญที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงประกอบด้วยความสามารถในการเป็นผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ การเข้าใจบทบาทและความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่างๆ การเปิดกว้างยอมรับการเปลี่ยนแปลง การมีความคิดริเริ่มสูง และการมีใจให้บริการ

แนวคิดการพัฒนาารูปแบบภาวะผู้นำ

การพัฒนาารูปแบบภาวะผู้นำ เกิดจากประสบการณ์หลากหลายที่ผู้นำได้เรียนรู้ โดยสิ่งที่จะต้องพัฒนาประกอบด้วย ความสามารถในการจัดการตนเอง (Self-management Capabilities) ที่ทำให้ผู้นำรู้จักตนเอง สามารถบริหารความขัดแย้ง (Conflict Management) และมีค่านิยมที่ดี ความสามารถทางสังคม (Social Capability) ที่ช่วยในการสร้างและรักษาความสัมพันธ์ สร้างทีมงาน สื่อสาร และพัฒนาผู้อื่น และความสามารถในการสนับสนุนการทำงาน (Facilitation Skills) ที่รวมถึงทักษะการจัดการ การคิดเชิงกลยุทธ์ การคิดสร้างสรรค์ และการบริหารความเปลี่ยนแปลง

อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในจังหวัดสมุทรปราการ

จังหวัดสมุทรปราการมีบทบาทสำคัญในฐานะศูนย์กลางการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ของประเทศไทย โดยเป็นหนึ่งในจังหวัดที่มีโรงงานอุตสาหกรรมมากที่สุดแห่งหนึ่งในประเทศ และเป็นศูนย์กลางการคมนาคมทั้งทางน้ำและทางอากาศ (Thaipublica, 2021) การตั้งถิ่นฐานของโรงงานอุตสาหกรรมจำนวนมากในจังหวัดนี้ไม่เพียงแต่สร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ แต่ยังเป็นแหล่งจ้างงานที่สำคัญสำหรับประชากรในพื้นที่และจังหวัดใกล้เคียง โดยจังหวัดสมุทรปราการอยู่ในเขต 1 ตามการแบ่งเขตการส่งเสริมการลงทุนของคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ร่วมกับกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งส่งเสริมให้เกิดการลงทุนในอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง รวมถึงการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์และเครื่องจักร (BOI Advisor, n.d.) นอกจากนี้ การรวมตัวของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในสมุทรปราการยังส่งเสริมการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมผ่านการถ่ายทอดเทคโนโลยีจากบริษัทแม่ข่ายต่างชาติ การลงทุนในการวิจัยและพัฒนา และการสร้างระบบ



นิเวศอุตสาหกรรมที่เอื้อต่อการเรียนรู้และพัฒนาบุคลากรที่มีทักษะสูงผ่านสถาบันพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนอะไหล่ยานยนต์ (AHRDA) ที่ตั้งอยู่ในจังหวัด (Flutech, 2024; สมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย, 2025)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “รูปแบบภาวะผู้นำในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ” มีการดำเนินการวิจัย 3 ขั้นตอนหลัก ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาองค์ประกอบภาวะผู้นำในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์

ผู้วิจัยศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อสังเคราะห์องค์ประกอบเบื้องต้นของภาวะผู้นำ จำนวน 16 ด้าน และสร้างแบบสอบถามจำนวน 64 ข้อ โดยมีรายละเอียดการดำเนินงาน ดังนี้

1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร พนักงานที่ทำงานในโรงงานอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 5,463 คน จากโรงงานอุตสาหกรรม 74 แห่ง

กลุ่มตัวอย่าง ใช้การสุ่มแบบหลายขั้นตอน (multi-stage sampling) โดยสุ่มเลือกโรงงาน 10 แห่ง และกำหนดกลุ่มตัวอย่างโรงงานละ 60 คน รวมเป็น 600 คน แล้วใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling) ในการเก็บข้อมูล

2) เครื่องมือวิจัย

การวิจัยนี้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม แบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคลและองค์ประกอบรูปแบบภาวะผู้นำ จำนวน 64 ข้อ เป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

3) การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ได้แก่

ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน หาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ซึ่งทุกข้อคำถามมีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50-1.00

ความเชื่อมั่น (Reliability) ทดลองใช้ (try-out) กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน และคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.983

4) การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ได้แก่ การแจกแจงค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (EFA) โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (PCA) และหมุนแกนแบบวาริแมกซ์ (Varimax) โดยกำหนดค่าไอเกน (Eigenvalues) ไม่ต่ำกว่า 1

ขั้นตอนที่ 2 การสร้างรูปแบบภาวะผู้นำในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ ผู้วิจัยนำผลการวิเคราะห์องค์ประกอบจากขั้นตอนที่ 1 มาพัฒนาเป็นรูปแบบภาวะผู้นำที่เหมาะสมกับบริบทของ



อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ โดยเริ่มจากการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาองค์ประกอบ ควบคู่ไปกับการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องอย่างละเอียด เพื่อให้ได้ฐานข้อมูลทางวิชาการที่ครบถ้วนสมบูรณ์ จากนั้นจึงกำหนดกรอบแนวคิดสำหรับรูปแบบภาวะผู้นำ ซึ่งประกอบด้วย 6 องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ ด้านประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ด้านคุณธรรมและจริยธรรม ด้านการปฏิบัติงานเป็นทีม ด้านวิสัยทัศน์ ด้านการพัฒนาตนเอง และด้านการให้คำปรึกษาและคำแนะนำ ทั้งนี้ องค์ประกอบทั้ง 6 ด้านได้รับการพิจารณาอย่างรอบคอบให้สอดคล้องกับความต้องการและบริบทเฉพาะของอุตสาหกรรม ก่อนที่จะนำมาประมวลและจัดทำเป็นร่างรูปแบบภาวะผู้นำที่เหมาะสมกับกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในพื้นที่ศึกษา

ขั้นตอนที่ 3 การประเมินรูปแบบภาวะผู้นำในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ ผู้วิจัยนำร่างรูปแบบภาวะผู้นำที่พัฒนาขึ้นไปประเมินคุณภาพในมิติความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ผ่านกระบวนการสนทนากลุ่ม (Focus Group) โดยเชิญผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 7 ท่าน ซึ่งประกอบด้วยผู้มีความรู้และประสบการณ์ด้านภาวะผู้นำในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์และนักวิชาการผู้เชี่ยวชาญในการประเมินรูปแบบภาวะผู้นำ การประเมินใช้แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ครอบคลุมประเด็นการประเมิน 3 ด้านหลัก เมื่อได้ข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยวิเคราะห์ผลด้วยค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พร้อมแปลความหมายตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ก่อนนำข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิมาปรับปรุงร่างรูปแบบภาวะผู้นำให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

การดำเนินการวิจัยอย่างเป็นระบบทั้ง 3 ขั้นตอนดังกล่าว นำไปสู่การพัฒนาารูปแบบภาวะผู้นำในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในเขตจังหวัดสมุทรปราการที่มีคุณภาพ มีความเหมาะสมกับบริบทพื้นที่ศึกษา และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาภาวะผู้นำในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “รูปแบบภาวะผู้นำในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ” มีผลการวิจัยที่สำคัญตามวัตถุประสงค์การวิจัย 3 ประการ ดังนี้

1. ผลการศึกษาค้นคว้าองค์ประกอบภาวะผู้นำในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์

เริ่มจากการศึกษาและสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อระบุคุณลักษณะภาวะผู้นำที่สำคัญซึ่งนำไปสู่การพัฒนาแบบสอบถาม 64 ข้อ ครอบคลุม 16 ด้านที่สำคัญที่สุด หลังจากตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือตามเกณฑ์มาตรฐานแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นพนักงานจากสถานประกอบการในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ 10 แห่ง รวมทั้งสิ้น 600 คน จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อระบุองค์ประกอบที่สำคัญของภาวะผู้นำในบริบทของอุตสาหกรรมนี้



กลุ่มตัวอย่างพนักงานในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ จำนวน 600 คน มีสัดส่วนเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (54.20% ต่อ 45.80%) ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี (33.80%) และ 41-50 ปี (30.80%) จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (36.67%) และมัธยมศึกษา (35.33%) ดำรงตำแหน่งเป็นพนักงานทั่วไป (73.33%) และมีประสบการณ์การทำงานมากกว่า 10 ปี (40.30%) ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงกลุ่มตัวอย่างที่มีความหลากหลายทั้งด้านอายุ การศึกษา ตำแหน่งงาน และประสบการณ์การทำงาน

ตารางที่ 1 แสดงผลการทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นของข้อมูลแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบที่สำคัญของรูปแบบภาวะผู้นำในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ จังหวัดสมุทรปราการ

แบบสอบถาม	จำนวนข้อ คำถาม (ตัวแปร)	KMO	Bartlett's Test of Sphericity		
			Approx. Chi-Square	df	Sig.
องค์ประกอบที่สำคัญของรูปแบบภาวะผู้นำในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ เขตจังหวัดสมุทรปราการ	64	.983	32453.490**	2016	.000

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) จากข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 600 คน พบว่าข้อมูลมีความเหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบ โดยค่า KMO เท่ากับ 0.983 และผลการทดสอบ Bartlett's Test of Sphericity มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.001$) ผลการวิเคราะห์พบว่าองค์ประกอบภาวะผู้นำในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบหลัก ได้แก่

ด้านวิสัยทัศน์ (Visionary Thinking) ประกอบด้วยตัวแปรย่อย 6 ตัวแปร ได้แก่ 1) สามารถกำหนดเป้าหมายที่จะเกิดขึ้นในอนาคต 2) มีเป้าหมายที่ชัดเจน แน่นนอนและมีความเป็นไปได้ 3) คาดการณ์ถึงโอกาสหรือปัญหาในอนาคตและพร้อมรับโอกาส 4) สะท้อนคิดเพื่อพัฒนาให้เกิดผลสัมฤทธิ์ขึ้นในองค์กร 5) มีความตระหนักรู้และวิเคราะห์ถึงผลกระทบต่อองค์กร 6) ให้ความสำคัญ คิดถึงประโยชน์องค์กรเป็นหลัก อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 11.69

ด้านการพัฒนาตนเอง (Self-Development) ประกอบด้วยตัวแปรย่อย 3 ตัวแปร ได้แก่ 1) มีความรู้ความสามารถรอบด้าน 2) มีประสบการณ์ ทักษะการทำงานที่ดี 3) เรียนรู้ต่อการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 8.94

ด้านประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน (Performance Efficiency) ประกอบด้วยตัวแปรย่อย 19 ตัวแปร ได้แก่ 1) ควรมีการวางแผนงานโดยการจดบันทึกไว้เพื่อเตือนตัวเองในสิ่งที่ต้องทำไว้ล่วงหน้า



2) รู้จักตั้งคำถามเพื่อให้ได้คำตอบที่ต้องการ 3) ควรกระฉับกระเฉงตื่นตัวอยู่เสมอ 4) รู้จักสังเกตในสิ่งต่าง ๆ เพื่อประโยชน์ต่อองค์กร 5) สามารถนำความรู้ ประสบการณ์มาปรับใช้ได้อย่างดี 6) รักษาคำพูด 7) สามารถนำพียงค์กรให้รอดพ้นวิกฤตได้ 8) ทำงานให้เสร็จก่อนกำหนดเสมอ 9) พุ่มเทเวลาเต็มที่กับการทำงาน 10) ฉลาด ไหวพริบดี 11) รู้เท่าทันเล่ห์เหลี่ยมคน 12) ยอมรับในสิ่งที่พูด การกระทำไม่ว่าจะเกิดผลดี ผลเสีย 13) สามารถประยุกต์นำหลักวิชาการมาใช้ในการทำงาน 14) มีการพัฒนาตนเองในด้านเทคโนโลยี 15) ไม่ควรยึดติดกับความเชื่อ ประสบการณ์เดิม 16) แก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี 17) มีทักษะในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ 18) สามารถเป็นแบบอย่างในการทำงานที่ดีให้กับบุคลากร และ 19) คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 18.74

ด้านคุณธรรมและจริยธรรม (Ethics and Morality) ประกอบด้วยตัวแปรย่อย 18 ตัวแปร ได้แก่ 1) มีความซื่อสัตย์ สุจริตและมีจรรยาบรรณ 2) รักษาคำพูดในการทำงาน 3) มีการแสดงออกที่ดีทางกาย วาจา 4) มีคุณธรรม จริยธรรม 5) มีทัศนคติที่มองโลกตามความเป็นจริง 6) มีความอดทนในการทำงานที่ยากลำบาก 7) รักษาคำพูดในการทำงาน 8) พิจารณาเรื่องต่างๆ ด้วยคุณธรรม 9) พิจารณาตัดสินใจโดยไม่ทำให้ใครเดือดร้อน 10) เข้าใจที่มา มีเหตุผล 11) เปิดรับความรู้แบบไม่จำกัด 12) พิจารณาเรื่องต่าง ๆ ด้วยเหตุผล 13) สามารถนำพียงค์กรให้รอดพ้นวิกฤตได้ 14) สามารถนำความรู้มาปรับใช้อย่างเหมาะสม 15) สามารถวางแผนการทำงานได้อย่างเหมาะสม 16) เพิ่มพูนทักษะเพื่อปรับใช้ในการทำงาน 17) ใช้เทคโนโลยีในการทำงานได้อย่างดี 18) เรียนรู้อยู่เสมอ อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 15.82

ด้านการให้คำปรึกษาและคำแนะนำ (Counseling and Mentoring) ประกอบด้วยตัวแปรย่อย 5 ตัวแปร ได้แก่ 1) สามารถให้คำปรึกษา คำแนะนำด้วยสัมพันธภาพที่ดี 2) แนะนำบุคลากรเพื่อหาทางออกของปัญหาไปสู่การแก้ไขได้ 3) ให้ความรู้ คำปรึกษา คำแนะนำที่ชัดเจนเข้าใจ 4) ให้ความรู้ คำแนะนำและกล้าตัดสินใจ 5) ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบขององค์กรอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 7.52

ด้านการปฏิบัติงานเป็นทีม (Teamwork Collaboration) ประกอบด้วยตัวแปรย่อย 11 ตัวแปร ได้แก่ 1) มีการสื่อสารที่ชัดเจน โปร่งใสปราศจากอคติ 2) สร้างกำลังใจเพื่อให้บุคลากรร่วมมือในการทำงาน 3) ยอมรับการเปลี่ยนแปลง 4) ผู้นำควรส่งเสริมบุคลากรที่มีความสามารถ 5) ชื่นชม ชมเชยบุคลากรเมื่อทำงานเป็นที่น่าพอใจ 6) ส่งเสริมให้บุคลากรมีความก้าวหน้า 7) สามารถปรับรูปแบบการทำงานให้เหมาะสม คล่องตัว 8) ยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น 9) มีการสื่อสารที่ดี 10) นำเอาความสามารถของบุคลากรที่หลากหลายมารวมกันเพื่อองค์กร 11) คิดถึงประโยชน์ส่วนรวมเป็นสำคัญ อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 12.35

ทั้ง 6 องค์ประกอบสามารถอธิบายความแปรปรวนสะสมได้ร้อยละ 75.06 ซึ่งสะท้อนว่าองค์ประกอบทั้งหมดสามารถอธิบายภาวะผู้นำในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ได้ในระดับที่น่าพอใจ



2. ผลการสร้างรูปแบบภาวะผู้นำในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์

จากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบ ผู้วิจัยได้นำมาพัฒนาเป็นรูปแบบภาวะผู้นำในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ ที่มีชื่อว่า “V-SPECT Leadership Model” ซึ่งเป็นรูปแบบที่แสดงความสัมพันธ์ขององค์ประกอบทั้ง 6 ด้าน ได้แก่

V - Visionary Thinking: การมีวิสัยทัศน์

S - Self-Development: การพัฒนาตนเอง

P - Performance Efficiency: การมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

E - Ethics and Morality: การมีคุณธรรมและจริยธรรม

C - Counseling and Mentoring: การให้คำปรึกษาและคำแนะนำ

T - Teamwork Collaboration: การปฏิบัติงานเป็นทีม

รูปแบบนี้แสดงให้เห็นว่าองค์ประกอบทั้ง 6 ด้านมีความสัมพันธ์และส่งผลซึ่งกันและกัน โดยมีการกำหนดพฤติกรรมที่แสดงถึงภาวะผู้นำในแต่ละองค์ประกอบอย่างชัดเจน รวมถึงแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำในแต่ละด้าน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการบริหารงานในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์

3. ผลการประเมินรูปแบบภาวะผู้นำในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์

ผลการประเมินรูปแบบภาวะผู้นำที่พัฒนาขึ้นโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 7 ท่าน ผ่านการสนทนากลุ่ม (Focus Group) พบว่า

ด้านความเหมาะสม รูปแบบภาวะผู้นำมีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.68 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.42) โดยองค์ประกอบที่มีค่าเฉลี่ยความเหมาะสมสูงสุดคือ ด้านคุณธรรมและจริยธรรม (ค่าเฉลี่ย = 4.86 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.38) และด้านประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน (ค่าเฉลี่ย = 4.71 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.49)

ด้านความเป็นไปได้ รูปแบบภาวะผู้นำมีความเป็นไปได้ในการนำไปปฏิบัติในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.42, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.57) โดยองค์ประกอบที่มีค่าเฉลี่ยความเป็นไปได้สูงสุดคือ ด้านการปฏิบัติงานเป็นทีม (ค่าเฉลี่ย = 4.57 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.53) และด้านการให้คำปรึกษาและคำแนะนำ (ค่าเฉลี่ย = 4.50 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.55)

ด้านความเป็นประโยชน์ รูปแบบภาวะผู้นำมีความเป็นประโยชน์ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.39) โดยองค์ประกอบที่มีค่าเฉลี่ยความเป็นประโยชน์สูงสุดคือ ด้านวิสัยทัศน์ (ค่าเฉลี่ย = 4.86 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.38) และด้านการพัฒนาตนเอง (ค่าเฉลี่ย = 4.79 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.43)

ผู้ทรงคุณวุฒิได้ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการปรับปรุงรูปแบบภาวะผู้นำ ได้แก่ การเพิ่มรายละเอียดแนวทางการนำรูปแบบไปใช้ในสถานการณ์ที่หลากหลาย การเชื่อมโยงกับบริบทของ



การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีในอุตสาหกรรมยานยนต์ และการพัฒนาเครื่องมือวัดประเมินภาวะผู้นำตามรูปแบบที่พัฒนาขึ้น ซึ่งผู้วิจัยได้นำข้อเสนอแนะทั้งหมดมาปรับปรุงรูปแบบภาวะผู้นำให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น โดยสรุปเป็น V-SPECT Leadership Model มีรายละเอียดดังนี้

V - Visionary Thinking: การมีวิสัยทัศน์ มี 5 องค์ประกอบย่อยคือ 1) กำหนดทิศทางและเป้าหมายที่ชัดเจนเพื่อให้ทุกคนในองค์กรเข้าใจตรงกัน และมุ่งมั่นสู่ความสำเร็จที่ตั้งไว้ 2) สามารถคาดการณ์ถึงโอกาสและอุปสรรคในอนาคต 3) มีความตระหนักรู้และสามารถวิเคราะห์ถึงผลกระทบต่อองค์กรทั้งทางตรงและทางอ้อม 4) มีเป้าหมายที่ชัดเจน เพื่อไปสู่การปฏิบัติงาน 5) คาดการณ์ถึงโอกาสในอนาคตเพื่อนำมาปรับกลยุทธ์องค์กร

S - Self-Development: การพัฒนาตนเอง มี 3 องค์ประกอบย่อยคือ 1) มีความมุ่งมั่นในการเรียนรู้ตลอดเวลา 2) พัฒนาตนเองเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น 3) มีการพัฒนาด้าน upskill และ reskill ตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง

P - Performance Efficiency: การมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน มี 5 องค์ประกอบย่อยคือ 1) กำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนในขั้นตอนของงาน เพื่อให้ทราบถึงทิศทางอันจะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่ต้องการ 2) มีความรับผิดชอบหน้าที่ตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์การปฏิบัติงาน (KPI) 3) มีไหวพริบ พัฒนาตนเองให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์เพื่อนำพาองค์กรให้รอดพ้นวิกฤต 4) ติดตาม ประเมินผล การปฏิบัติงาน 5) การปรับปรุงแก้ไขการปฏิบัติงานเพื่อมุ่งสู่ความสำเร็จ

E - Ethics and Morality: การมีคุณธรรมและจริยธรรม มี 5 องค์ประกอบย่อยคือ 1) ซื่อสัตย์สุจริต มีคุณธรรมและจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน 2) การตัดสินใจไม่ก่อให้เกิดความเดือดร้อนทั้งต่อองค์กรและบุคลากร 3) มีเหตุผลในการพิจารณาตัดสินใจ 4) มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่และผลของการตัดสินใจ 5) เปิดใจรับฟังความคิดเห็นที่แตกต่าง

C - Counseling and Mentoring: การให้คำปรึกษาและคำแนะนำ มี 3 องค์ประกอบย่อยคือ 1) ให้ความรู้แก่เพื่อนร่วมงานเพื่อให้เกิดสถานภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี 2) ให้คำปรึกษาคำแนะนำที่เป็นประโยชน์ 3) ให้คำปรึกษา คำแนะนำ ด้วยสัมพันธภาพที่ดี

T - Teamwork Collaboration: การปฏิบัติงานเป็นทีม มี 5 องค์ประกอบย่อยคือ 1) มีการสื่อสารที่ดี ชัดเจนโปร่งใส ปราศจากอคติกับทีม 2) คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมของทีมงานเป็นหลัก 3) สามารถบูรณาการในการทำงานร่วมกันของทีมบุคลากรเพื่อไปในทิศทางเดียวกันโดยมุ่งเน้นเป้าหมายองค์กรเป็นสำคัญ 4) ส่งเสริม สนับสนุน ทีมบุคลากรให้ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ 5) ปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง

จากผลการวิจัยทั้ง 3 ประเด็นข้างต้น สรุปได้ว่า รูปแบบภาวะผู้นำในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในเขตจังหวัดสมุทรปราการที่พัฒนาขึ้น มีองค์ประกอบที่ครอบคลุมคุณลักษณะสำคัญของผู้นำที่มี



ประสิทธิภาพ มีความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ในระดับมากที่สุด สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาภาวะผู้นำในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

อภิปรายผล

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้รูปแบบภาวะผู้นำในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ จังหวัดสมุทรปราการ โดยในการอภิปรายผล ผู้วิจัยได้อภิปรายผลเพื่อให้สอดคล้องตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบที่สำคัญของรูปแบบภาวะผู้นำในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) นั้น ผลที่ได้นำมาสร้างรูปแบบภาวะผู้นำในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ จังหวัดสมุทรปราการ ประกอบด้วย 1) ด้านประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน 2) ด้านคุณธรรม จริยธรรม 3) ด้านการปฏิบัติงานเป็นทีม 4) ด้านวิสัยทัศน์ 5) ด้านการพัฒนาตนเอง และ 6) ด้านการให้ความรู้ คำปรึกษา คำแนะนำ โดยผู้วิจัยจะอภิปรายผลเป็นรายด้าน ดังนี้

1) ด้านประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน เป็นการทำงานที่มีทิศทางชัดเจน มีความรับผิดชอบต่อผลลัพธ์ และสามารถปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้บรรลุเป้าหมายได้อย่างมีคุณภาพ โดยเริ่มจากการกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนเพื่อที่จะทำให้ทราบทิศทางและวัตถุประสงค์ที่แน่นอน ส่งผลให้การทำงานมีกรอบที่ชัดเจน นอกจากนี้การมีความรับผิดชอบต่อนหน้าที่จะช่วยให้งานเดินหน้าไปได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ การใช้ตัวชี้วัด KPI ก็เป็นเครื่องมือที่ช่วยประเมินความสำเร็จและวัดผลการทำงานได้อย่างมีมาตรฐาน การทำงานให้มีประสิทธิภาพยังต้องอาศัยไหวพริบและการพัฒนาตนเอง เพื่อให้สามารถรับมือกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง ในยุคที่โลกมีความผันผวนและเต็มไปด้วยความท้าทาย ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานจึงมีความสำคัญ มีนักวิชาการที่มีแนวคิดนี้ได้แก่ จีระ หงส์ดารมภ์ (2563), สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์ (2564), Hamel (2019) และ Kotter (2021) ได้ให้ความเห็นสอดคล้องกันว่า การกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญในการทำงานที่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากเป้าหมายทำให้บุคลากรในองค์กรทราบทิศทางที่ต้องมุ่งไปและสามารถวัดผลความสำเร็จได้ จึงเป็นด้านที่มีความสำคัญด้านหนึ่งในรูปแบบภาวะผู้นำ

2) ด้านคุณธรรม จริยธรรม ในการทำงานต้องมีความซื่อสัตย์ สุจริต โปร่งใส และยึดหลักความถูกต้อง เป็นพื้นฐานในการสร้างความน่าเชื่อถือทั้งในองค์กรและบุคลากร การตัดสินใจอย่างมีเหตุผลที่ดีเหมาะสมเพื่อลดปัญหา ลดความขัดแย้ง ย่อมทำให้การทำงานราบรื่น การมีความรับผิดชอบ ย่อมรับในผลการตัดสินใจ จะทำให้เกิดความศรัทธา น่าเชื่อถือ และการเปิดใจรับฟังความเห็นที่แตกต่าง จะทำให้การทำงานมีบรรยากาศที่ดีและสร้างความร่วมมือในการทำงานของบุคลากรในองค์กร ซึ่งได้สอดคล้องกับแนวคิดของ ัญญูมาศ แดงสีดา (2565), นภัสสร บันทา (2561), ยงยุทธ พิรพงศ์พิพัฒน์ (2563) และ Gilligan (2019) ที่กล่าวว่า คุณธรรม จริยธรรม ในการทำงานต้องยึดหลักความซื่อสัตย์ สุจริต การตัดสินใจ



โดยใช้เหตุผลที่ถูกต้อง การเปิดใจรับฟังความเห็นที่แตกต่าง และการมีความรับผิดชอบหน้าที่ รวมถึงการยอมรับในผลการตัดสินใจซึ่งทั้งหมดเป็นปัจจัยสำคัญในรูปแบบภาวะผู้นำในองค์กรขึ้นส่วนอุตสาหกรรมในปัจจุบัน

3) ด้านการปฏิบัติงานเป็นทีม เป็นการนำมาซึ่งความร่วมมือในการทำงานของบุคลากรจึงต้องมีการสื่อสารที่ดี ชัดเจนเพื่อลดความเข้าใจผิด และสร้างบรรยากาศที่ดีในทีม ความโปร่งใสเป็นสิ่งสำคัญในอันที่จะทำให้เกิดความไว้วางใจต่อบุคลากรในองค์กร เพื่อให้เกิดความร่วมมือกันในการแก้ไขปัญหา บุคลากรต้องเข้าใจบทบาทหน้าที่ของตนเองและผู้ร่วมงาน โดยร่วมมือกันเพื่อไปสู่เป้าหมายเดียวกัน ความยืดหยุ่นและการปรับตัวก็เป็นสิ่งสำคัญในการทำงานยุคปัจจุบัน เนื่องจากสภาพแวดล้อมและเทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งด้านการปฏิบัติงานเป็นทีมได้สอดคล้องกับความคิดเห็นของ เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2565), ดวงใจ ปินตามูล (2560), บัณฑิตา สิทธิพิงศากุล (2564), ภูวนาถ เบ็ญจวรรณ (2563), Lencioni (2020) และ Kotter (2021) ที่กล่าวว่า การทำงานเป็นทีมที่มีประสิทธิภาพต้องประกอบด้วย การสื่อสารที่ชัดเจน การคำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวม การสนับสนุนทีมงาน และการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง ซึ่งที่กล่าวมาทั้งหมดนี้จะช่วยให้องค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายได้อย่างยั่งยืนและมีความสำเร็จร่วมกัน

4) ด้านวิสัยทัศน์ ผู้วิจัยได้ทำการสังเคราะห์จากทฤษฎีที่ นักวิชาการได้ให้ความเห็นว่าเป็นความสามารถของผู้นำในการมองไปยังอนาคต เพื่อกำหนดทิศทางที่ชัดเจนและสร้างแรงบันดาลใจให้บุคลากรร่วมมือกันเพื่อบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ รวมถึงการวิเคราะห์ผลกระทบต่องค์กร ซึ่งด้านวิสัยทัศน์ได้สอดคล้องกับความคิดเห็นของ เกศสุตา วรรณสินธุ์ (2562), เอนก ประดิษฐารมณ (2563), จิราภรณ์ ปกรณ์ (2564), Reinsalu (2022), Gallo (2010) และ Pandey (2022) นักวิชาการมองว่า การมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้องค์กรสามารถเผชิญกับความท้าทายในอนาคต และนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

5) ด้านการพัฒนาตนเอง ผู้นำที่ดีต้องมีความกระตือรือร้นในการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อรับมือกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น การเสริมสร้างทักษะใหม่ (upskill) และพัฒนาทักษะเดิมให้เหมาะสมกับบริบทใหม่ (reskill) เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ผู้นำมีความพร้อมรับมือกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง ซึ่งด้านการพัฒนาตนเองได้สอดคล้องกับความคิดเห็นของ จิระ หงส์ลดาธม (2563), สุชีวีร์ สุวรรณสวัสดิ์ (2565), Sinek (2019) และ Gallo (2010) ซึ่งความเห็นจากนักวิชาการต่างมองว่าการพัฒนาตนเองของผู้นำ ผ่านการเรียนรู้ตลอดชีวิต การเสริมสร้างทักษะใหม่ (upskill) และการปรับปรุงทักษะเดิม (reskill) เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความพร้อมและความสามารถในการรับมือกับความเปลี่ยนแปลงในโลกยุคปัจจุบัน

6) ด้านการให้คำปรึกษา คำแนะนำ ผู้นำในมิติการให้คำปรึกษา หมายถึงความสามารถของผู้นำในการถ่ายทอดความรู้ ประสบการณ์ และคำแนะนำที่เป็นประโยชน์ให้ผู้ร่วมงาน เพื่อส่งเสริมการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ สร้างความสัมพันธ์ที่ดี และพัฒนาบุคลากรให้เติบโต ผู้นำควรให้คำปรึกษาอย่างสร้างสรรค์และ



เป็นประโยชน์ เพื่อให้เกิดความร่วมมือ ซึ่งด้านการให้คำปรึกษา คำแนะนำ ได้สอดคล้องกับความเห็นของ เกศสุตา วรรณสินธุ์ (2562), ธีรญาภาส โลจนานนท์ (2557), Maxwell (2019) และ Goleman (2020) การให้คำปรึกษา คำแนะนำที่สร้างสรรค์และเข้าใจทีมงานจะช่วยสร้างความไว้วางใจและนำไปสู่การพัฒนา อย่างยั่งยืนทั้งในระดับบุคลากรและองค์กร

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปประยุกต์ใช้

ผลการวิจัยเรื่อง รูปแบบภาวะผู้นำในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ จังหวัดสมุทรปราการ มีข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้ 4 ประการสำคัญ ได้แก่

1.1 การพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมและการปรับตัวต่อเทคโนโลยี เพื่อยกระดับกระบวนการผลิตและขีดความสามารถในการแข่งขัน

1.2 การเสริมสร้างทักษะการให้คำปรึกษาแบบ Coaching Leadership เพื่อพัฒนาทักษะบุคลากร ให้ปรับตัวรับการเปลี่ยนแปลง

1.3 การสร้างความเชื่อมั่นและให้โอกาสบุคลากรมีส่วนร่วมในการวางแผนและเสนอแนะ การปฏิบัติงาน

1.4 การมีวิสัยทัศน์ที่มองการณ์ไกลในการวางแผนกลยุทธ์ระยะยาว โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยีสีเขียวและการบริหารทรัพยากรบุคคลอย่างยั่งยืน

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรขยายขอบเขตการวิจัยไปยังอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.2 ศึกษาเชิงลึกถึงปัจจัยภายในและภายนอกองค์กรที่ส่งผลต่อภาวะผู้นำ

2.3 ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสานที่รวมทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและสามารถนำไปพัฒนารูปแบบภาวะผู้นำที่เหมาะสมกับอุตสาหกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บรรณานุกรม

กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2560). การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows (พิมพ์ครั้งที่ 12). โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2565). การทำงานเป็นทีมในยุคดิจิทัล. ซีเอ็ดดูเคชั่น.

เกศสุตา วรรณสินธุ์. (2562). รูปแบบภาวะผู้นำที่มีประสิทธิภาพในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ของประเทศไทย. วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2(1), 59-72.

จตุพร สังขวรรณ. (2557). ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์. ซีเอ็ดดูเคชั่น.



- จิราภรณ์ ปกรณ์. (2564). *ภาวะผู้นำและวิสัยทัศน์เชิงกลยุทธ์สำหรับองค์กรในศตวรรษที่ 21*. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จีระ หงส์ลดารมภ์. (2563). *การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในยุคดิจิทัล*. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชัยเสฏฐ์ พรหมศรี. (2561). *ภาวะผู้นำร่วมสมัย (Contemporary Leadership)*. ปัญญาชน.
- ดวงใจ ปินตามูล. (2560). การสร้างทีมงานให้มีประสิทธิภาพในยุคการเปลี่ยนแปลง. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา*, 5(2), 25-38.
- ทิมมิกา เครือเนตร. (2558). ภาวะผู้นำ: กุญแจสู่องค์การแห่งการเรียนรู้. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร*, 6(1), 217-240.
- ธัญญามาศ แดงสีดา. (2565). *จริยธรรมทางธุรกิจในยุคดิจิทัล*. วิญญูชน.
- ธัญญามาศ โลจนานนท์. (2557). การพัฒนาทักษะการให้คำปรึกษาสำหรับผู้นำองค์กร. *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ*, 3(1), 87-102.
- นภัสสร ปันทา. (2561). *จริยธรรมในการบริหารงานภาครัฐและเอกชน*. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บัณฑิตา สิทธิพงศ์กุล. (2564). การพัฒนาทีมงานภายใต้ความท้าทายในยุคดิจิทัล. *วารสารการจัดการสมัยใหม่*, 19(1), 55-67.
- ประสาธต์ เนื่องเฉลิม. (2564). *วิธีวิทยาการวิจัยทางการศึกษา (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ภูวนาถ เบ็ญจวรรณ. (2563). การบริหารทีมงานให้มีประสิทธิภาพในยุคดิจิทัล. *วารสารการจัดการธุรกิจมหาวิทยาลัยบูรพา*, 9(2), 121-135.
- ยงยุทธ พิรพงศ์พิพัฒน์. (2563). *จริยธรรมกับความสำเร็จขององค์กรธุรกิจ*. โอเดียนสโตร์.
- วันชัย ปานจันทร์. (2563). *การจัดการทรัพยากรมนุษย์: จากแนวคิด ทฤษฎี สู่ภาคปฏิบัติ*. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมโรงงานอุตสาหกรรม. (2567, 28 มิถุนายน). *สถิติการจดทะเบียนโรงงานอุตสาหกรรมขึ้นส่วนยานยนต์ จังหวัดสมุทรปราการ*. ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมโรงงานอุตสาหกรรม. <https://www.diw.go.th/hawk/content.php?mode=data>
- สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์. (2564). *กลยุทธ์การบริหารองค์กรสมัยใหม่*. อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- สมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย. (2025). *หน้าแรก*. สมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย. <https://www.thaiautoparts.or.th/>
- สุชัชวีร์ สุวรรณสวัสดิ์. (2565). *การพัฒนาตนเองในยุคเปลี่ยนผ่านทางเทคโนโลยี*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- Bass, B. M., & Riggio, R. E. (2006). *Transformational leadership* (2nd ed.). Lawrence Erlbaum Associates.



- BOI Advisor. (n.d.). เขตส่งเสริมการลงทุน (BOI Zone). <http://boiadvisor.blogspot.com/p/3-1-6-2-12-3-58-2-36-22-36-22-3.html>
- Comrey, A. L., & Lee, H. B. (1992). *A first course in factor analysis* (2nd ed.). Lawrence Erlbaum Associates.
- Flutech. (2024, September 25). *The Automotive Industry - อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนอะไหล่ยานยนต์*. <https://flutech.co.th/the-automotive-industry/>
- Fiedler, F. E. (1967). *A theory of leadership effectiveness*. McGraw-Hill.
- Gallo, C. (2010). *The innovation secrets of Steve Jobs: Insanely different principles for breakthrough success*. McGraw-Hill Education.
- Gilligan, C. (2019). *In a different voice: Psychological theory and women's development* (Reissue ed.). Harvard University Press.
- Goleman, D. (2020). *Leadership: The power of emotional intelligence*. More Than Sound.
- Hamel, G. (2019). *The future of management*. Harvard Business Review Press.
- Hersey, P., & Blanchard, K. H. (1969). Life cycle theory of leadership. *Training and Development Journal*, 23(5), 26-34.
- Kotter, J. P. (2021). *Leading change* (2nd ed.). Harvard Business Review Press.
- Kotter, J. P. (2021). *Power and influence: Beyond formal authority*. Free Press.
- Lencioni, P. (2020). *The five dysfunctions of a team: A leadership fable* (20th anniversary ed.). Jossey-Bass.
- Maxwell, J. C. (2019). *The 21 irrefutable laws of leadership: Follow them and people will follow you*. HarperCollins Leadership.
- Pandey, N. (2022). Vision-based leadership in automotive industry: A comparative study. *International Journal of Organizational Leadership*, 11(2), 167-185.
- Reinsalu, K. (2022). Strategic leadership and innovation in digital transformation. *Journal of Business Leadership*, 15(2), 78-96.
- Schein, E. H. (2010). *Organizational culture and leadership* (4th ed.). Jossey-Bass.
- Sinek, S. (2019). *Start with why: How great leaders inspire everyone to take action*. Portfolio.
- Thaipublica. (2021, July 9). สมุทรปราการ โรงงานอุตสาหกรรมเยอะขนาดไหน!!!
<https://thaipublica.org/2021/07/concentration-of-industrial-factories-in-samutprakarn/>



Received: May 26, 2025

Revised: June 26, 2025

Accepted: June 28, 2025

วิเคราะห์เปรียบเทียบร่างพระราชบัญญัติภาพยนตร์ฉบับใหม่:

ศึกษากรณีพรรคก้าวไกล-ประชาชน และคณะรัฐมนตรี

A Comparative Analysis of the Draft Film Bill: A Case Study of the Move Forward–People’s Party and the Cabinet Proposals

อุณาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล (Unaloam Chanrungmaneeikul)¹

E-mail: unaloam@yahoo.com

บทคัดย่อ

การพิจารณาร่างกฎหมายภาพยนตร์ฉบับใหม่โดยสภาผู้แทนราษฎรที่คาดว่าจะมีขึ้นใน พ.ศ.2568-2569 จะเป็นจุดเปลี่ยนครั้งสำคัญของสังคมไทย บทความนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบร่างพระราชบัญญัติภาพยนตร์ฉบับใหม่ของพรรคก้าวไกล-ประชาชน และร่างฯ ของคณะรัฐมนตรี (พรรคเพื่อไทย) เพื่อประโยชน์ในการพิจารณาปรับปรุงกฎหมาย งานวิจัยนี้ใช้แนวทางการวิเคราะห์นโยบาย และวิธีวิเคราะห์กฎหมายเปรียบเทียบ โดยเชื่อมโยงกับบริบทความท้าทายและแนวโน้มอุตสาหกรรมภาพยนตร์โลก ปัญหาและข้อเรียกร้องที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศไทย และนโยบายการหาเสียงของทั้งสองพรรค ทั้งนี้ พบข้อวิเคราะห์เชิงนโยบาย 4 ประการได้แก่ 1) ทั้งสองร่างฯ มีจุดเน้นแตกต่างกัน โดยร่างฯ ของคณะรัฐมนตรีมีทัศนะต่อภาพยนตร์ในฐานะสินค้าสร้างรายได้ มุ่งเน้นส่งเสริมการแข่งขันระดับโลก ในขณะที่ร่างฯ ของพรรคประชาชนมีทัศนะต่อภาพยนตร์ในฐานะสื่อที่ประชาชนต้องเข้าถึงได้กว้างมากขึ้น ส่งเสริมบทบาทแรงงานสร้างสรรค์ 2) จุดเปลี่ยนสำคัญคือการกำกับดูแลภาพยนตร์ ในร่างฯ ของคณะรัฐมนตรีขยายไปถึงการควบคุมการฉายผ่านช่องทางเทคโนโลยีสารสนเทศ และใช้ระบบรับรองตนเอง ส่วนร่างฯ พรรคประชาชนยกเลิกการกำหนดประเภทภาพยนตร์ “ห้ามฉาย” 3) ไม่มีนโยบายแก้ไขปัญหาลึกของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย คือ ระบบตลาดกึ่งผูกขาด หรือ ลักษณะตลาดผู้ขายน้อยรายของระบบการจัดจำหน่ายและฉายภาพยนตร์ และ 4) ขาดตัวบทกฎหมายที่ชัดเจนในการหนุนเสริมสิทธิผู้ชม

ทั้งนี้ 4 ข้อเสนอแนะสำคัญคือ 1) การพิจารณาร่างกฎหมายควรคำนึงถึงประโยชน์ของคนทุกกลุ่ม ทั้งผู้ผลิต ผู้ประกอบการรายย่อย และประชาชนคนดู 2) ต้องศึกษาวิจัยและมีนโยบายเร่งด่วนเพื่อรับมือกับภาวะการถดถอยของปัญญาประดิษฐ์ 3) ศึกษาโมเดลทางรอดของธุรกิจพื้นที่ฉายหนังอันหลากหลายในลักษณะ

¹ รองศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

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



Film and culture space และ 4) กรณีร่างฯ คณะรัฐมนตรี ควรศึกษาอย่างรอบคอบในกรณีข้อกฎหมายที่เข้าไปกำกับควบคุมการฉายภาพยนตร์ในช่องทางสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ ต้องหาจุดสมดุลยืดหยุ่นในการกำกับดูแลมากกว่าที่จะเข้าแทรกแซงเสรีภาพการสร้างสรรค์ศิลปะภาพยนตร์

คำสำคัญ ร่างพระราชบัญญัติภาพยนตร์ การวิเคราะห์กฎหมายเปรียบเทียบ การวิเคราะห์เชิงนโยบาย
พรรคก้าวไกล พรรคประชาชน พรรคเพื่อไทย

Abstract

The forthcoming deliberation of Thailand's new Film Bill, expected in 2025-2026, marks a significant turning point in national cultural policy. This study offers a comparative analysis of two competing drafts: one proposed by the Move Forward–People's Party and the other by the Cabinet (Pheu Thai Party). Utilizing policy analysis and comparative legal analysis methods, the research examines each draft in the context of global film industry trends, domestic challenges, and the general election campaign of the year 2023. Findings highlight four key distinctions: 1) divergent policy orientations—economic competitiveness in the Cabinet draft versus public accessibility and creative labor support in the People's Party draft; 2) differing regulatory scopes, with the Cabinet emphasizing digital media control and the People's Party eliminating the “prohibited for screening” category; 3) the absence of measures addressing the industry's quasi-monopolistic distribution and exhibition system; and 4) a lack of explicit audience rights protections in both drafts.

The study proposes four key recommendations: 1) the drafting of film legislation should consider the interests of all stakeholders, including filmmakers, small-scale entrepreneurs, and the general public; 2) urgent research and policy development are needed to address the rapid emergence and impact of artificial intelligence; 3) alternative survival models for film screening venues should be explored, particularly those operating as film and culture spaces; and 4) with regard to the Cabinet's draft legislation, any legal provisions regulating film exhibition via digital and information technology platforms must be carefully assessed. A flexible and balanced regulatory approach should be adopted—one that avoids infringing upon the freedom of cinematic artistic expression.

Keywords: Draft Film Bill, Comparative Legal Analysis, Policy Analysis, Move Forward Party, The People's Party and Pheu Thai Party



บทนำ

พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ.2551 เป็นกฎหมายที่ใช้เพื่อส่งเสริม ควบคุม และกำกับดูแลสื่อภาพยนตร์ในประเทศไทยมาราว 17 ปี (นับถึง พ.ศ.2568) โดยสาระสำคัญของพระราชบัญญัตินี้คือการกำหนดให้มีการจัดเรตอายุผู้ชมภาพยนตร์ โดยมีคณะกรรมการตรวจพิจารณาภาพยนตร์ที่ถูกแต่งตั้งขึ้นภายใต้กฎหมายดังกล่าวเป็นผู้ตัดสินกำหนดประเภทภาพยนตร์ อย่างไรก็ตาม จากการทบทวนงานวิจัยในอดีตพบว่า เป็นกฎหมายที่มีปัญหาในการบังคับใช้ เป็นที่ถกเถียงกันอย่างหนักของสังคม รวมทั้งความคลุมเครือของตัวบทกฎหมายจนนำไปสู่ข้อเสนอให้ปรับปรุงแก้ไข ดังที่ปรากฏในงานศึกษาของ โดม สุขวงศ์ (2550) สุรัชย์ นาควงษ์วาลย์ (2553) ภาสวรรณ กรกษมาศ (2554) คณวัฒน์ เจริญหิรัญ (2558) อธิพิล วรานุศฤภากุล (2557) และ รักสานต์ วรรณวิฑูมวงศ์ (2565)

ที่สำคัญเมื่อพิจารณาปัญหาในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ก็พบว่า ต้องเผชิญหน้ากับปัญหาที่ซับซ้อนมากขึ้น จากการศึกษาของ อุณาโลม จันทรรุ่งมณีกุล (2561 และ 2563) และสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ องค์การมหาชน (2564) พบปัญหาในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย สรุปประเด็นสำคัญดังนี้ 1) การจำกัดเสรีภาพในการนำเสนอเนื้อหา รัฐให้ความสำคัญด้านการควบคุมมากกว่าการสนับสนุน 2) ระบบตลาดผู้ขายน้อยรายของระบบการจัดจำหน่ายและฉายภาพยนตร์ ส่งผลต่อการผูกขาดในการเผยแพร่และจำหน่ายภาพยนตร์ในระบบนิเวศ ตั้งแต่การผลิต การเผยแพร่ และการฉาย/จำหน่าย ผู้ผลิตรายใหม่หาโอกาสแสดงผลงานค่อนข้างยาก 3) ความอยู่รอดของผู้สร้างภาพยนตร์อิสระและผู้ประกอบโรงภาพยนตร์ขนาดเล็ก 4) บทและเนื้อหาภาพยนตร์ไม่หลากหลาย 5) ขาดแหล่งเงินทุนสนับสนุนการผลิตภาพยนตร์ทั้งกระแสหลักและกระแสทางเลือก 6) การขาดการพัฒนาบุคลากร ทั้งผู้ผลิตและผู้ชมภาพยนตร์ 7) ขาดฐานข้อมูลและการเชื่อมโยงเครือข่ายภาพยนตร์ทั้งหมดเข้าด้วยกัน ทั้งฝั่งของผู้ผลิต รัฐ สถาบันการศึกษา และชมรมสมาคม ทำให้พลังในการผลักดันเพื่อสร้างความเปลี่ยนแปลงไม่มากพอ 8) มาตรการทางกฎหมายไม่ทันสมัย เช่น มาตรการลดหย่อนภาษี และ 9) การขาดหน่วยงานที่ช่วยผลักดันในด้านนโยบาย (Policy) (รายละเอียดโปรดศึกษาในส่วนที่ 4. ปัญหาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย)

การเรียกร้องให้แก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ได้เกิดขึ้นเป็นระยะ จนกระทั่ง พ.ศ. 2566 ซึ่งเป็นในช่วงหาเสียงเลือกตั้งทั่วไป พรรคการเมืองสองพรรคหลัก ได้แก่ พรรคก้าวไกล (ปัจจุบันคือ พรรคประชาชน) และพรรคเพื่อไทย นำเสนอนโยบายการแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ทั้งสองพรรคได้ยื่นร่างกฎหมายฉบับใหม่เข้าสู่สภา โดยคาดการณ์ว่าสภาผู้แทนราษฎรจะพิจารณาร่างพระราชบัญญัติภาพยนตร์ฉบับใหม่ใน พ.ศ. 2568-2569 ซึ่งถือเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญสำหรับอุตสาหกรรมภาพยนตร์และสังคมไทย

ด้วยจุดเปลี่ยนสำคัญของสังคมไทยครั้งนี้ จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า มีงานวิจัยที่ศึกษาด้วยแนวทางการวิเคราะห์กฎหมายเปรียบเทียบ (Comparative legal analysis) เพียงเรื่องเดียวคือ งานของ วิชญ์พาส พิมพ์อักษร (2567) ที่ศึกษาเปรียบเทียบพระราชบัญญัติภาพยนตร์ฯ พ.ศ. 2551 ของไทยและ



กฎหมายเยอรมัน แต่ยังขาดงานศึกษาวิเคราะห์เปรียบเทียบร่างพระราชบัญญัติภาพยนตร์ฉบับใหม่ โดยเชื่อมโยงกับบริบทที่เกี่ยวข้องทั้งระดับโลกและสังคมไทย

โดยที่ผ่านมามีพบว่า งานวิจัยที่เกี่ยวข้องจะมีแนวทางการศึกษาเพียงสองแนว คือ แนวทางที่หนึ่ง ศึกษาปัญหาการวิจัยเกี่ยวกับการกำกับดูแลสื่อภาพยนตร์ การเซ็นเซอร์ภาพยนตร์ที่เชื่อมโยงกับอำนาจของส่วนต่าง ๆ ในสังคมไทย รวมทั้งมิติทางสังคมวัฒนธรรม ได้แก่ งานของ โทมัส สุวงศ์ (2550) Thitisawat (2015) ชานนท์ ลักษณะทิพากร (2652) และ Rattanawong (2017) และแนวทางที่สอง ศึกษาเกี่ยวกับปัญหาด้านการตรวจพิจารณาและกำกับดูแลภาพยนตร์ รวมทั้งกฎกระทรวงที่เกี่ยวข้องในพระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551 ได้แก่ งานของ สุรัช นาควงษ์วาลย์ (2553) สุเนตร สาทา (2554) ภาสวรรณ กรกษมาศ (2554) อธิธิพล วรานุศุภกุล (2557) คณวัฒน์ เจริญศิริ (2558) Kachentaraphan (2018) และ รักสานต์ วรรณวิพัฒน์ (2565)

บทความวิจัยนี้มีเป้าหมายสำคัญคือ ใช้แนวทางการวิเคราะห์เชิงนโยบาย (Policy analysis approach) เพื่อศึกษาความสอดคล้องของร่างพระราชบัญญัติทั้งสองฉบับกับภาวะการณ์ของโลกและสังคมไทย โดยเชื่อมโยงให้เห็นปัญหาของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยกับแนวโน้มและความท้าทายของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ระดับโลก เพื่อนำมาสู่การวิเคราะห์เปรียบเทียบ ชี้ให้เห็นจุดแข็ง ช่องว่าง ปัญหาและแนวโน้มสำคัญเพื่อให้การปรับเปลี่ยนในระดับโครงสร้างและนโยบายของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ อันเป็นประโยชน์ต่อการพิจารณาร่างกฎหมายภาพยนตร์ฉบับใหม่ในสภาผู้แทนราษฎรและวุฒิสภาให้มีความรอบคอบและตอบสนองต่อสังคมไทยทุกกลุ่ม

บทความนี้มีโครงสร้างนำเสนอ ดังนี้ 1. นโยบายการหาเสียง และลำดับเหตุการณ์ที่มาของร่างพระราชบัญญัติภาพยนตร์ของพรรคก้าวไกล-ประชาชน และร่างพระราชบัญญัติของคณะรัฐมนตรี 2. วัตถุประสงค์การวิจัย 3. ความท้าทายและแนวโน้มอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในระดับโลก 4. ปัญหาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย 5. แนวคิดเศรษฐศาสตร์การเมืองเชิงวิพากษ์ว่าด้วยภาพยนตร์ และแนวคิดสื่อและประโยชน์สาธารณะ 6. กรอบการวิเคราะห์ร่างพระราชบัญญัติภาพยนตร์ฉบับใหม่ 7. วิธีดำเนินการวิจัย 8. ผลการศึกษาเปรียบเทียบร่างพระราชบัญญัติ ระหว่างร่างฯ ของพรรคประชาชน และร่างฯ ของคณะรัฐมนตรี 9. บทวิเคราะห์เชิงนโยบายและสรุป และ 10. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและการศึกษาในอนาคต

1. นโยบายการหาเสียง และลำดับเหตุการณ์ที่มาของร่างพระราชบัญญัติภาพยนตร์ของพรรคก้าวไกล-ประชาชน และร่างพระราชบัญญัติของคณะรัฐมนตรี

เมื่อต้นปี พ.ศ.2566 ก่อนการเลือกตั้งทั่วไป พรรคก้าวไกลและพรรคเพื่อไทยได้หาเสียงด้วยนโยบายการแก้ไขปัญหาวินิจฉัยอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ทั้งสองพรรคมีจุดเน้นที่คล้ายกันในส่วนและแตกต่างกันในส่วน การหาเสียงใน พ.ศ. 2566 พรรคก้าวไกลได้ออกนโยบายแก้ไขพระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551 ในประเด็นสำคัญ ได้แก่ นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เริ่มต้นจากพื้นฐาน คือ “เปลี่ยนภารกิจของ



กระทรวงวัฒนธรรมใหม่ เปิดพื้นที่เสรีภาพ ปรับโครงสร้างอำนาจ เพิ่มงบประมาณส่งเสริมงานสร้างสรรค์ ทยอยผูกขาด เต็มตลาดให้ผู้ประกอบการอยู่ได้ สนับสนุนการสร้างโอกาสให้กับภาพยนตร์หน้าใหม่ โดย การให้ทุนถ่ายทำหลายระดับ หารายได้จากภาษีที่เก็บจากโรงภาพยนตร์หรือแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งเนื้อหา (เช่น 1% ของค่าตัว) และการสมทบในจำนวนที่เท่ากัน (1:1) โดยรัฐ” (พรรคก้าวไกล, 2566)

ในขณะที่พรรคเพื่อไทย เสนอนโยบาย “ตั้งกองทุนภาพยนตร์สนับสนุนผู้ผลิตหนังที่ครอบคลุมทั้งหนังอิสระและกระแสหลัก สิ้นเชื้อดอกเบี้ยต่ำได้ง่ายขึ้น โดยให้สามารถใช้สัญญาจ้างสร้างหนังเป็นหลักประกัน และเปิดช่องทางระดมทุนทางอื่นให้คนสร้างหนังสามารถระดมทุนในช่องทางที่หลากหลายได้ ไม่มีคำว่า “ห้ามฉาย” อีกต่อไป ยกเลิกมาตรการเซนเซอร์หนังอย่างเด็ดขาด ปลดปล่อยและคุ้มครองเสรีภาพทำหนังอย่างเต็มที่ ผ่านการแก้กฎหมาย ทิ้งได้ภายใน 100 วัน สนับสนุนให้ตั้งสหภาพคนทำงาน เพื่อสร้างความเป็นธรรมในการจ้างงานให้กับคนกอง เช่น ค่าตอบแทน ชั่วโมงทำงาน และสวัสดิการ หนังไทย-ท้องถิ่น ต้องมีรอบฉาย ไม่ถูกกีดกัน โดยรัฐจะเข้าสนับสนุนด้วยการเข้าโรงภาพยนตร์ของเอกชนเพื่อฉายหนังไทย-ท้องถิ่น รัฐจะสนับสนุนหนังอิสระ เพื่อให้หนังอิสระเป็นพื้นที่ทดลองเทคนิคการเล่าเรื่องแนวใหม่ บ่มเพาะฝีมือ สร้างความหลากหลาย และเป็น R&D ให้หนังกระแสหลัก รัฐจะช่วยขยายตลาดหนังไทย และสนับสนุนหนังไทยไปเทศกาลภาพยนตร์ระดับโลก ลงทุนสร้าง Virtual Studio และ Virtual Production Stage” (พรรคเพื่อไทย, 2566)

ต่อมาพรรคก้าวไกลได้เสนอร่างพระราชบัญญัติฉบับใหม่เข้าสู่รัฐสภาเมื่อวันที่ 29 กุมภาพันธ์ 2567 โดยมีสาระสำคัญโดยสังเขป (ประชาไท, 2567) เช่น

- ปรับโครงสร้างของคณะกรรมการภาพยนตร์แห่งชาติ จากเดิมข้าราชการมีสัดส่วนมากที่สุด เปลี่ยนเป็นให้ทำงานในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ร่วมเป็นคณะกรรมการ และเพิ่มสัดส่วนผู้ทรงคุณวุฒิ
- ลดอำนาจของคณะกรรมการฯ ในการสั่ง “ห้ามฉาย” ภาพยนตร์
- ปรับรูปแบบการจัดระดับความเหมาะสมของภาพยนตร์ จากเดิมที่กำหนดผู้ชมอายุ 20 ปีขึ้นไป ปรับเป็นเรตสูงสุดคือ อายุ 18 ปีขึ้นไป
- ลดบทบาทการควบคุมจากรัฐสำหรับกองถ่ายภาพยนตร์ต่างประเทศที่เข้ามาถ่ายทำในประเทศไทย จากเดิมต้องขอตรวจบทและตรวจรายละเอียดอย่างเข้มงวด เปลี่ยนเป็นเพียงแค่การยื่นจดแจ้งแทน
- โรงภาพยนตร์ จากเดิมกำหนดให้โรงภาพยนตร์ทุกประเภทต้องขอใบอนุญาตในการทำกิจการ เปลี่ยนให้โรงภาพยนตร์ขนาดเล็ก หรือโรงภาพยนตร์ชุมชนขนาดไม่เกิน 50 ที่นั่ง สามารถขอจดแจ้งเท่านั้น ไม่ต้องขออนุญาต

ต่อมามีกระแสข่าวว่า กระทรวงวัฒนธรรมกำลังร่างพระราชบัญญัติภาพยนตร์และเกม พ.ศ..... ซึ่งได้รับเสียงวิพากษ์วิจารณ์ว่าสื่อภาพยนตร์ควรแยกออกจากเกม จนเมื่อวันที่ 30 กรกฎาคม 2567 นางสาวสุดาวรรณ หวังศุภกิจโกศล รัฐมนตรีว่าการกระทรวงวัฒนธรรม พรรคเพื่อไทย ระบุว่า “ร่างกฎหมายฉบับใหม่ จะปรับปรุงหลักเกณฑ์ในการจัดระดับความเหมาะสมของภาพยนตร์ และกำกับดูแลการประกอบกิจการ



ภาพยนตร์ผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้แน่ใจว่าภาพยนตร์ที่เผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต หรือแพลตฟอร์มอื่น ได้รับการตรวจสอบและรับรองความเหมาะสม โดยเฉพาะเนื้อหาที่อาจกระทบต่อความมั่นคงหรือเกียรติภูมิของประเทศ จะมีมาตรการทางกฎหมายโดยเฉพาะ ซึ่งไม่เคยมีมาก่อนใน พ.ร.บ.ภาพยนตร์ฉบับปี 2551 ” ... นั่นคือ มาตรา 53 ที่เอาผิดตามพระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์ และมาตรา 54 ที่สั่งระงับห้ามฉายภาพยนตร์ได้ (The Active, 2024)

หลังจากพรรคก้าวไกลถูกยุบพรรค ในเดือนสิงหาคม 2567 และพรรคประชาชนได้ดำเนินงานต่อในเดือนธันวาคม 2567 เกิดเหตุการณ์โรงภาพยนตร์ขนาดเล็ก Documentary Club ต้องหยุดบริการฉายภาพยนตร์เนื่องจากมีปัญหาในการขออนุญาตเป็นโรงมหรสพ ซึ่งไม่เข้าหลักเกณฑ์การอนุญาตตัวอาคารและโรงมหรสพ ตามพระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551 และกฎกระทรวงในปัจจุบัน (The Standard Team, 2024) ประชาชนเกิดความตื่นตัวอย่างมากในการทวงถามการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายภาพยนตร์

ส.ส.พรรคประชาชนทวงถามรัฐบาลเนื่องจากยื่นร่างกฎหมายไปเป็นเวลากว่า 1 ปีแล้ว จนเมื่อวันที่ 27 มีนาคม 2568 คณะรัฐมนตรีได้อนุมัติในหลักการร่างพระราชบัญญัติภาพยนตร์ฉบับใหม่ โดยได้แจ้งทางเพจ THACCA ว่า “กรม.ไฟเขียว ร่างพระราชบัญญัติภาพยนตร์ฉบับใหม่! ปลดล็อกอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย สู่ยุคใหม่” โดยร่าง พ.ร.บ. ภาพยนตร์ฉบับใหม่ มีไฮไลต์สำคัญหลายประเด็น เช่น

1. ยกเลิกคณะกรรมการภาพยนตร์และวีดิทัศน์แห่งชาติ
2. ตั้ง “คณะกรรมการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์แห่งชาติ” เพื่อทำหน้าที่ส่งเสริมมากกว่าควบคุม
3. ตั้ง “สภาอุตสาหกรรมภาพยนตร์แห่งประเทศไทย” เพื่อบริหารจัดการให้เอกชน
4. ปลดล็อกโรงภาพยนตร์ เปลี่ยนการขออนุญาตเป็นการ “จดทะเบียน”
5. อนุญาตให้เอกชนสามารถจัดเรตภาพยนตร์ได้เอง พร้อมนำมาตรฐานการจัดเรตจากต่างประเทศมาใช้

จากนั้น สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกาได้ตรวจพิจารณาแล้วเสร็จในเดือนพฤษภาคม 2568 โดยขณะที่เขียนบทความนี้ เว็บไซต์ของสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกาได้เปิดให้มีการรับฟังความคิดเห็นซึ่งเป็นไปได้ว่าอาจจะมีการปรับรายละเอียดในร่างฯ อีกเล็กน้อย โดยบทความนี้จะใช้ร่างฯ ที่สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกาได้ตรวจพิจารณาแล้วในเดือนพฤษภาคม 2568 เป็นแหล่งข้อมูลสำคัญ (ซึ่งถูกปรับเปลี่ยนจากร่างฯ ที่ผ่านความเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรีไปพอสมควร เช่น ไม่มีมาตราว่าด้วยการจัดตั้งสภาอุตสาหกรรมภาพยนตร์แห่งประเทศไทย เป็นต้น) โดยในบทความนี้จะเรียกว่า “ร่างฯ คณะรัฐมนตรี” ซึ่งมีสาระสำคัญโดยสังเขป (สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา, 2568) เช่น

- ยกเลิกคณะกรรมการภาพยนตร์และวีดิทัศน์แห่งชาติ และตั้ง “คณะกรรมการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์แห่งชาติ” เพื่อทำหน้าที่ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์



- เปลี่ยนการขออนุญาตประกอบกิจการฉายภาพยนตร์เป็นการ “จดทะเบียน”
- ขยายการกำกับดูแลการฉายภาพยนตร์ไปถึงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีฐานข้อมูลในราชอาณาจักร
- ใช้ระบบการรับรองตนเองในการจัดระดับความเหมาะสมของภาพยนตร์
- สามารถนำมาตรฐานการจัดเรตจากต่างประเทศมาปรับใช้

ทั้งนี้รายละเอียดตามมาตรา 53 และ 54 เดิม ดังกล่าวถูกปรับเปลี่ยน แต่สาระสำคัญ ได้แก่ ขยายการควบคุมภาพยนตร์ผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และพนักงานเจ้าหน้าที่ยังมีอำนาจระงับการฉายภาพยนตร์ ยังคงมีอยู่ในร่างฯ คณะรัฐมนตรี ตามผลการศึกษาที่จะนำเสนอต่อไป

ในตารางที่ 1 จะเปรียบเทียบให้เห็นประเด็นสำคัญระหว่าง 1) พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ.2551 (ฉบับปัจจุบัน) 2) ประเด็นที่เสนอแก้ไขในร่างฯ ภาพยนตร์ของพรรคก้าวไกล (โดยสังเขป) และ 3) ประเด็นที่เสนอแก้ไขในร่างฯ ภาพยนตร์ของคณะรัฐมนตรี โดยขอบเขตของบทความวิจัยนี้จะนำเสนอเฉพาะประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและฉายภาพยนตร์ไทยเท่านั้น จะไม่เกี่ยวข้องกับการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในราชอาณาจักร และประเด็นอื่นๆ

ทั้งนี้จะพบว่า ในตารางที่ 1 ได้นำเสนอเนื้อหาคร่าวๆ ภาพยนตร์ฉบับใหม่โดยสังเขปเพื่อแนะนำภาพรวมทั้งหมด ก่อนนำไปสู่การวิเคราะห์เปรียบเทียบเจาะลึกในแต่ละประเด็นในกรอบการวิเคราะห์ตามระเบียบวิธีวิจัยแบบการวิเคราะห์กฎหมายเปรียบเทียบ และในท้ายสุดจะวิเคราะห์เทียบเคียงกับนโยบายการหาเสียงอีกชั้นหนึ่ง โดยจะนำเสนอรายละเอียดในส่วนที่ 9. การวิเคราะห์เชิงนโยบายและสรุปต่อไป

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบระหว่างพระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551 (ฉบับปัจจุบัน) ประเด็นที่เสนอแก้ไขในร่างฯ ภาพยนตร์ของพรรคก้าวไกล (โดยสังเขป) และประเด็นที่เสนอแก้ไขในร่างฯ ภาพยนตร์ของพรรคเพื่อไทย (โดยสังเขป)

พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551 (ฉบับปัจจุบัน)	ประเด็นที่เสนอแก้ไขในร่างฯ ภาพยนตร์ฉบับใหม่ของพรรคก้าวไกล (โดยสังเขป)	ประเด็นที่เสนอแก้ไขในร่างฯ ภาพยนตร์ฉบับใหม่ของคณะรัฐมนตรี (โดยสังเขป)
โครงสร้างของคณะกรรมการภาพยนตร์แห่งชาติ มีนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน และข้าราชการมีสัดส่วนมากที่สุด	ปรับให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงวัฒนธรรมเป็นประธาน และให้ทำงานในอุตสาหกรรม ภาพยนตร์ร่วมเป็นคณะกรรมการ และเพิ่มสัดส่วนผู้ทรงคุณวุฒิทางวิชาการและภาคประชาชน	ยกเลิกคณะกรรมการภาพยนตร์และวีดิทัศน์แห่งชาติ และตั้ง “คณะกรรมการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์แห่งชาติ” เพื่อทำหน้าที่ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ - ปรับให้รองนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน - ข้าราชการมีสัดส่วนมากที่สุด (ดูจำนวนสัดส่วนท้ายสุดของตาราง)



พระราชบัญญัติภาพยนตร์และ วีดิทัศน์ พ.ศ. 2551 (ฉบับปัจจุบัน)	ประเด็นที่เสนอแก้ไขในร่างฯ ภาพยนตร์ฉบับใหม่ของพรรคก้าวไกล (โดยสังเขป)	ประเด็นที่เสนอแก้ไขในร่างฯ ภาพยนตร์ฉบับใหม่ของคณะรัฐมนตรี (โดยสังเขป)
- คณะกรรมการตรวจพิจารณาภาพยนตร์ 7 คนทำหน้าที่ตรวจพิจารณาและจัดระดับความเหมาะสมของภาพยนตร์ - กำหนดอายุผู้ชม โดยระบุประเภทภาพยนตร์ 6 ประเภท และมีประเภท “ห้ามฉายเผยแพร่ในราชอาณาจักร”	- ผู้ผลิตภาพยนตร์สามารถยื่น “ข้อเสนอ” ประเภทภาพยนตร์ของตนต่อคณะกรรมการพิจารณาภาพยนตร์ได้ - ยกเลิกประเภทภาพยนตร์ “ห้ามฉายเผยแพร่ในราชอาณาจักร”	- ไม่มีคณะกรรมการตรวจพิจารณาภาพยนตร์ - ให้เอกชนเป็นผู้รับรองตนเอง สามารถจัดระดับความเหมาะสมของภาพยนตร์ได้เอง และสามารถนำมาตรฐานการจัดเรทจากต่างประเทศมาปรับใช้ - มีโทษปรับหากผู้รับรองตนเองใช้ข้อมูลเป็นเท็จในการจัดระดับความเหมาะสม - พนักงานเจ้าหน้าที่มีอำนาจระงับการฉายภาพยนตร์ได้
กำหนดอายุผู้ชมสูงสุด 20 ปีขึ้นไปสำหรับภาพยนตร์ประเภทที่มีความเหมาะสมประเภทสูงสุด	ปรับเกณฑ์อายุผู้ชมเป็นอายุ 18 ปี	ไม่ระบุรายละเอียดการจัดระดับความเหมาะสมของภาพยนตร์ในร่างกฎหมายการกำหนดรายละเอียดให้เป็นไปตามประกาศของรัฐมนตรี
ไม่มีการกำกับดูแลเนื้อหาภาพยนตร์ในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ	ไม่มีการกำกับดูแลเนื้อหาภาพยนตร์ในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ	ขยายการกำกับดูแลเนื้อหาภาพยนตร์ไปถึงการฉายผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีฐานข้อมูลในราชอาณาจักร หากผู้ผลิตภาพยนตร์ไม่จัดระดับความเหมาะสมตามประกาศของรัฐมนตรี มีโทษปรับ (หมายเหตุ-การตีความอาจเป็นที่ถกเถียงกันในอนาคตว่า “เทคโนโลยีสารสนเทศ” หมายถึงแพลตฟอร์มประเภทใด)
โรงภาพยนตร์ จากเดิมกำหนดให้โรงภาพยนตร์ทุกประเภทต้องขอใบอนุญาตในการประกอบกิจการ	- ระบุนิยามโรงภาพยนตร์ขนาดเล็ก - เปลี่ยนให้โรงภาพยนตร์ขนาดเล็ก หรือโรงภาพยนตร์ชุมชนขนาดไม่เกิน 50 ที่นั่ง สามารถขอจัดแจ้งเท่านั้น ไม่ต้องขออนุญาต	เปลี่ยนการขออนุญาตประกอบกิจการฉายภาพยนตร์เป็นการ “จัดแจ้ง” สำหรับโรงภาพยนตร์ทุกประเภท
ไม่มีบทบาทของแรงงานผู้ปฏิบัติในคณะกรรมการระดับชาติ	- ระบุนิยาม “แรงงานสร้างสรรค์” - ส่งเสริมบทบาทแรงงานสร้างสรรค์ กำหนดให้เป็นกรรมการในคณะกรรมการภาพยนตร์แห่งชาติ	- ไม่ระบุถึงบทบาทแรงงานผู้ปฏิบัติ



2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาบริบทที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์กรอบนโยบายภาพยนตร์ ได้แก่ นโยบายการหาเสียง ความท้าทายและแนวโน้มอุตสาหกรรมภาพยนตร์ระดับโลก และ ปัญหาของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

2.2 เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบร่างพระราชบัญญัติภาพยนตร์ฉบับใหม่ของพรรคก้าวไกล-ประชาชน และร่างพระราชบัญญัติภาพยนตร์ฉบับใหม่ของคณะรัฐมนตรี

2.3 เสนอแนวทางการพิจารณาปรับปรุงพระราชบัญญัติภาพยนตร์และแนวทางกำหนดนโยบายในอนาคต

3. ความท้าทายและแนวโน้มอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในระดับโลก

การเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในระดับโลกในช่วงทศวรรษ 2020 มีความท้าทาย และแนวโน้มดังนี้

3.1 การขยายตัวของผู้ชมที่นิยมรับชมภาพยนตร์จากระบบแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งมีมากขึ้นจนส่งผลกระทบต่อถึงระบบการจัดการธุรกิจภาพยนตร์และการผลิตเนื้อหาภาพยนตร์ การเปลี่ยนแปลงระบบการจัดจำหน่าย จากการนำภาพยนตร์เข้าโรงฉาย ไปสู่การจัดจำหน่ายภาพยนตร์แบบสตรีมมิ่งเท่านั้น หรือแบบผสมผสานทั้งสตรีมมิ่งและฉายในโรงภาพยนตร์แบบดั้งเดิม (direct-to-streaming or hybrid distribution) ธุรกิจการจัดจำหน่ายและฉายภาพยนตร์ในทุกประเทศมีทางเลือกมากขึ้น ไม่ถูกผูกขาดโดยธุรกิจผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์ขนาดใหญ่เท่านั้น (Creative media education, 2024)

การเปลี่ยนแปลงระบบการฉายและจัดจำหน่ายภาพยนตร์ไปเป็นแพลตฟอร์มสตรีมมิ่ง เช่น Netflix, Disney, Prime, Youtube, TikTok และอื่น ๆ ส่งผลให้ผู้ชมมีโอกาสรับชมภาพยนตร์ที่มีความหลากหลายแตกต่างไปจากเดิมอย่างขนานใหญ่ ส่งผลให้ผู้ผลิตภาพยนตร์รายย่อย หรือ ผู้สร้างอิสระหลายรายมีโอกาสนำภาพยนตร์ไปสู่สายตาของสาธารณชนได้มากกว่าในอดีต โดยไม่ต้องพึ่งพาการฉายในโรงภาพยนตร์ ซึ่งอยู่ในการควบคุมของทุนขนาดใหญ่ (Creative media education, 2024)

อย่างไรก็ตาม กระบวนการจัดจำหน่ายและฉายในแพลตฟอร์มระดับโลกดังกล่าว ก็อยู่ในเงื่อนไขและกฎเกณฑ์ของเจ้าของแพลตฟอร์มนั้น ๆ ซึ่งผู้ผลิตภาพยนตร์จำเป็นต้องมีทักษะและงบประมาณในการจัดการบริหารเช่นกัน ความท้าทายคือ ผู้ผลิตอิสระที่มีทุนขนาดเล็ก หรือผู้จัดจำหน่ายรายย่อยก็ยังประสบปัญหาในการขายสิทธิภาพยนตร์เพื่อเข้าระบบการฉายดังกล่าว

การเปลี่ยนแปลงระบบจัดจำหน่ายและฉายภาพยนตร์ในทศวรรษนี้ สร้างความท้าทายให้กับผู้ผลิตเนื้อหาภาพยนตร์ เนื่องจากกระบวนการฉายออนไลน์สตรีมมิ่งเปิดให้ผู้ชมหลากหลายทั่วโลกเข้ารับชมเป็นตลาดผู้ชมที่ใหญ่มากกว่าเดิมหลายเท่า ในหลายประเทศรวมทั้งไทย ผู้ชมเคยมีตลาดคนดูเฉพาะในประเทศไทย แต่ในปัจจุบันตลาดคนดูมีความแตกต่างกันทั้งความคิด ความเชื่อ วัฒนธรรม อุดมการณ์การเมือง ค่านิยม ศาสนา รสนิยมการใช้ชีวิตและศิลปะ และระดับของความรู้



ความท้าทายนี้ในแง่บวก ผู้สร้างภาพยนตร์สามารถนำเสนอเนื้อหาได้กว้างหลากหลายมากขึ้น แต่ปัญหาความท้าทายคือ ภาวะการแข่งขันระหว่างผู้ผลิตภาพยนตร์ทั่วโลกมีสูงมาก เพราะมีผู้ผลิตหน้าใหม่ที่นำเสนอเนื้อหาแปลกใหม่ที่น่าสนใจตลอดเวลา และมีทักษะการเล่าเรื่องที่ไม่เหมือนเดิมแข่งขันกันดึงดูดผู้ชม การแข่งขันที่เข้มข้นนี้ ทำให้ผู้ผลิตในประเทศที่ไม่ได้ถูกหล่อหลอมให้เติบโตในสภาวะของความคิดสร้างสรรค์อย่างหลากหลายเปิดกว้างจะเสียเปรียบในการแข่งขัน ยิ่งในประเทศที่มีกฎหมายจำกัดความคิดสร้างสรรค์เพื่อควบคุมการเผยแพร่เนื้อหาบางประเภท ผู้ผลิตจะเผชิญแรงกดดันทั้งจากระดับโลกและการกำกับดูแลด้านเสรีภาพภายในประเทศ (Vitrina, 2024) เป็นความท้าทายที่ไปสู่แนวโน้มของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศนั้นจะอ่อนแอลง

นอกจากนี้ ผู้ผลิตภาพยนตร์รายย่อย ผู้ประกอบการรายย่อย เช่น ผู้จัดจำหน่ายภาพยนตร์อาจจะไม่สามารถแข่งขันในตลาดสตรีมมิ่งได้อย่างแท้จริง เพราะคุณภาพการถ่ายทำภาพยนตร์ การจัดจำหน่าย และการฉายล้วนแล้วแต่ต้องแข่งขันกับบริษัทที่มีทุนขนาดใหญ่ทั่วโลก แนวโน้มที่จะเกิดตามมาคือการร่วมลงทุนข้ามชาติเพื่อสร้างภาพยนตร์ระดับสากลมากขึ้นในหลายประเทศ (Vitrina, 2024)

3.2 ความท้าทายด้านเทคโนโลยี โดยเฉพาะอย่างยิ่งเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence-AI) ความเป็นจริงเสริม (Augmented reality-AR) และความเป็นจริงเสมือน (Virtual Reality-VR) ที่เข้ามามีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิต และหลังการผลิตภาพยนตร์อย่างขนานใหญ่ จนอาจกล่าวได้ว่า วงการภาพยนตร์จะเผชิญกับความท้าทายครั้งใหญ่ โดยเฉพาะการเกิดขึ้นของ AI-Generated Content (AIGC) ที่ถือเป็นการปฏิรูปอุตสาหกรรมภาพยนตร์ครั้งใหญ่ (WFCN -The audio visual industry, 2024)

การทำทาด้านเทคโนโลยีในทศวรรษนี้ นำไปสู่ปัญหา ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงตั้งแต่เริ่มกระบวนการผลิตภาพยนตร์ (production) เช่น การวิจัยหาข้อมูล การเขียนบท การทำสตอรี่บอร์ด การคิดภาพวางเฟรม การสร้างภาพและเสียง ไปจนถึงกระบวนการหลังการผลิต (post-production) เช่น การตัดต่อภาพลงเสียง การเกรตติ้ง และเทคนิคพิเศษอื่น ๆ (WFCN -The audio visual industry, 2024; ArchaeoAgency, 2025)

3.3 แนวโน้มสำคัญที่จะก่อตัวเป็นปัญหาสำคัญในทศวรรษนี้ ได้แก่ ปัญหาเกี่ยวกับลิขสิทธิ์ ปัญหาทางจริยธรรม ความมีอคติและสถานะเหมารวม เนื่องจากการรวบรวมตามฐานข้อมูลเท่าที่พบของระบบอัลกอริทึม การลดทอนความคิดสร้างสรรค์อันแท้จริงของมนุษย์ และปัญหาการประท้วงของแรงงานอุตสาหกรรมภาพยนตร์ที่ถูกเทคโนโลยีเข้ามาแทนที่การทำงานของมนุษย์ (Farinacci, 2024; WFCN -The audio visual industry, 2024; Yumeng & Xiao, 2025)

นอกจากนี้ ยังมีความท้าทายอื่น ๆ เช่น ความท้าทายด้านการนำเสนอเนื้อหาอันหลากหลาย ยังเป็นปัญหาในหลายประเทศ แม้จะมีการผ่อนคลายในการตรวจพิจารณาภาพยนตร์ แต่ในหลายประเทศก็ยังมีกฎหมายควบคุมเนื้อหาอย่างเข้มงวดแตกต่างกันไปตามระบบการเมือง ศาสนาและวัฒนธรรมของตน



ถึงที่สุด แนวโน้มและทิศทางสำคัญได้สะท้อนอยู่ในการปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ในหลายประเทศ เช่น เยอรมัน ไต้หวัน และเวียดนาม ที่เพิ่มสาระสำคัญเกี่ยวกับการลงทุนข้ามชาติ การเผยแพร่ระดับภาพยนตร์ระดับสากล และเตรียมรับมือกับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Rester, 2025; Piemwichai & Bao Tran, 2023; Ministry of Culture, 2015)

4. ปัญหาของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

บริบทของสังคมไทยได้รับผลกระทบจากบริบทสังคมโลก อย่างไรก็ตาม มีความแตกต่างเฉพาะตัวทั้งระบบการเมือง เศรษฐกิจ ความเชื่อ อุดมการณ์หลัก วัฒนธรรม กฎหมาย และค่านิยมของสังคม นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีระบบธุรกิจการผลิตภาพยนตร์ การจัดจำหน่ายและการฉายที่มีลักษณะเฉพาะและมีปัญหาที่มีลักษณะเฉพาะหลายประการดังนี้

4.1 เกิดผลกระทบกับผู้ชมและผู้ผลิตภาพยนตร์ เนื่องจากระบบจัดจำหน่ายและการฉายภาพยนตร์ภายใต้ระบบตลาดแบบผู้ขายน้อยราย (Oligopoly) และระบบธุรกิจควบรวมแนวดิ่ง (Vertical integration)

ตลาดภาพยนตร์ไทยภายในประเทศเผชิญกับปัญหาซ้ำซากมาตลอดคือ ภาคการผลิตได้รับส่วนแบ่งไม่เป็นธรรม สัดส่วนการแบ่งรายได้ระหว่างเจ้าของภาพยนตร์และโรงภาพยนตร์ไม่สามารถสร้างรายได้ให้ผู้ผลิตได้อย่างเหมาะสม อันเนื่องมาจากอำนาจทางการตลาดภาพยนตร์ในประเทศถูกครอบงำด้วยโครงสร้างด้านการจัดจำหน่ายและการฉายภาพยนตร์ที่มีลักษณะผู้ขายน้อยราย (มีผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์สองบริษัทขนาดใหญ่ที่มีส่วนแบ่งการตลาดราวร้อยละ 90) และเป็นระบบธุรกิจควบรวมแนวดิ่ง (อูโนโลม จันทรุ่งมณีกุล, 2561 และ 2563)

ระบบตลาดผู้ขายน้อยรายคือ ระบบธุรกิจการฉายภาพยนตร์ที่มีผู้ประกอบการโรงฉายภาพยนตร์เพียงสองแห่ง เป็นทุนขนาดใหญ่ที่มีอำนาจต่อรองทางธุรกิจสูงมาก นอกจากนี้ ยังมีลักษณะการควบรวมแนวดิ่งคือ ในหนึ่งบริษัทได้ควบรวมภาคการผลิต การจัดจำหน่าย การฉาย และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ไว้

ด้วยเหตุนี้ จึงส่งผลกระทบต่อผู้สร้างภาพยนตร์ที่ไม่มีรายได้มากพอในการลงทุนผลิตภาพยนตร์ที่มีคุณภาพ ต้องสร้างภาพยนตร์ตามอำนาจของผู้ฉาย ผู้ผลิตและผู้ชมมีอำนาจต่อรองน้อย ยิ่งผู้สร้างภาพยนตร์อิสระและผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์ขนาดเล็กยิ่งได้รับผลกระทบอย่างมาก ยิ่งไปกว่านั้นผู้ที่ได้รับผลกระทบมากที่สุดคือ ผู้ชมทั่วประเทศที่ถูกจำกัดการชมภาพยนตร์เพียงไม่กี่ประเภททั้งโดยรู้ตัวและไม่รู้ตัว

4.2 มีปัญหาด้านคุณภาพชีวิตและค่าตอบแทนของแรงงานในกองถ่ายทำภาพยนตร์และกิจการที่เกี่ยวข้อง

จากผลการศึกษาของ ณัฐนันท์ เทียมเมฆ และเจษฎา ศาลาทอง (2566) พบว่า แรงงานในกองถ่ายทำภาพยนตร์ ซึ่งเป็นแรงงานระดับปฏิบัติการมีปัญหาสี่ด้าน ได้แก่ (1) ปัญหาคุณภาพชีวิตด้านร่างกาย คือ ปัญหาการพักผ่อนที่ไม่เพียงพอ และปัญหาอุบัติเหตุในการทำงาน (2) ปัญหาคุณภาพชีวิตด้านจิตใจคือ



ปัญหาความไม่มั่นคงในอาชีพ และปัญหาการเลือกปฏิบัติทางลำดับชั้น (3) ปัญหาคุณภาพชีวิตด้านความสัมพันธ์ทางสังคมคือ ปัญหาเรื่องการไม่มีตัวแทนในการต่อรอง และ (4) ปัญหาคุณภาพชีวิตด้านสิ่งแวดล้อมคือ ปัญหาการแพร่ระบาดของโควิด-19

ทั้งนี้ได้นำเสนอแนวทางแก้ไขไว้ 4 แนวทาง ได้แก่ (1) ส่งเสริมมาตรฐานความปลอดภัยให้กับแรงงานในกองถ่าย (2) คุ้มครองชั่วโมงการทำงานที่เป็นธรรมให้กับแรงงานในกองถ่าย (3) สนับสนุนการรวมกลุ่มของแรงงานในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย (4) พัฒนาหน่วยงานด้านภาพยนตร์ที่มีบทบาทต่อการกำกับดูแลโดยตรง (ณัฐนันท์ เทียมเมฆ และเจษฎา ศาลาทอง, 2566)

นอกจากนี้ สหภาพแรงงานสร้างสรรค์แห่งประเทศไทย (CUT) ก็เรียกร้องถึงปัญหาเหล่านี้เป็นระยะ ๆ นับแต่ พ.ศ. 2565 เป็นต้นมา โดยมี 4 ข้อเรียกร้องคือ การคุ้มครองแรงงานเด็ก สำหรับแรงงานทั่วไป ชั่วโมงการทำงานต้องไม่เกิน 12 ชั่วโมงต่อวัน หากเกินต้องมีค่าล่วงเวลา มาตรฐานความปลอดภัย และสัญญาจ้างที่เป็นธรรม (The Matter, 2022)

4.3 จำกัดสิทธิเสรีภาพในการนำเสนอเนื้อหาและศิลปะภาพยนตร์

เป็นปัญหาที่ผู้ผลิตภาพยนตร์เรียกร้องมากที่สุด เป็นที่ถกเถียงมากที่สุดในสังคมไทย และมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเสนอให้แก้ไขตัวบทกฎหมายภาพยนตร์มากที่สุด (สุรัชย์ นาควงษ์วาลย์, 2553; สุนทรสาทา, 2545; อิทธิพล วรานุศุภากุล, 2557; คณวัฒน์ เจริญศิริ, 2558) และปัญหาเรื่องรังของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยคือ เนื้อหาที่นำเสนอมักจะวนเวียนซ้ำซาก จนกล่าวได้ว่าสูตรสำเร็จของการสร้างภาพยนตร์ไทยมีกรอบจำกัดมากในการนำเสนอเนื้อหาที่สะท้อนความจริงของสังคมอย่างตรงไปตรงมา หรือเสียดสีสังคมที่กระทบถึงเจ้าหน้าที่รัฐ หรือศาสนา แม้เพียงเล็กน้อยก็มักจะโดนห้ามฉายหรือถูกสั่งให้ตัดทอนเนื้อหาออกไป โดยอาศัยพระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551 เป็นเครื่องมือผ่านการตรวจพิจารณาของคณะกรรมการตรวจพิจารณาภาพยนตร์ที่มีอำนาจระงับการฉายหรือแบนภาพยนตร์ได้ นอกจากนี้ ยังพบว่าในทางปฏิบัติของการตรวจพิจารณาภาพยนตร์ มีปัญหาการใช้ดุลพินิจของคณะกรรมการตรวจพิจารณาฯ และปัญหาความคลุมเครือของกฎกระทรวงว่าด้วยการกำหนดประเภทภาพยนตร์ (รักสานต์ วรรณวิฑูวงศ์, 2565) จนก่อให้เกิดการเรียกร้องของผู้ผลิตภาพยนตร์ให้ทบทวนปรับปรุงกฎหมายหลายครั้ง

4.4 ขาดฐานข้อมูลที่ครบถ้วน รอบด้าน แม่นยำของอุตสาหกรรมภาพยนตร์

การศึกษาวิจัยของทีมศูนย์บริการวิชาการจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2564) เสนอว่า จุดอ่อนประการหนึ่งของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยคือ ขาดฐานข้อมูลด้านภาพยนตร์ อันเป็นสิ่งจำเป็นต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เพราะเป็นศูนย์กลางข้อมูลที่เชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน เป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลของการศึกษา ค้นคว้า วิเคราะห์ และวิจัย รวมทั้งเป็นแหล่งรวมองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย เพื่อให้บริการต่อผู้ประกอบการธุรกิจ ผู้เชี่ยวชาญ บุคลากร และผู้ที่สนใจเกี่ยวกับภาพยนตร์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลด้านรายได้ของภาพยนตร์ ฐานผู้ชม แรงงานสร้างสรรค์ ผู้ผลิตบทภาพยนตร์ และการจัดการตลาด (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ องค์การมหาชน, 2564)



4.5 ขาดพื้นที่ฉายภาพยนตร์อันหลากหลาย

จากปัญหาโครงสร้างอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ที่ระบบธุรกิจการฉายภาพยนตร์ถูกครอบงำด้วยทุนขนาดใหญ่เพียงสองแห่งจนส่งผลกระทบต่อเสรีภาพในการได้ชมภาพยนตร์อย่างหลากหลาย สังคมไทยควรจัดสร้าง “พื้นที่ขนาดเล็ก” แพร่กระจายไปหลาย ๆ จังหวัด เพื่อให้ผู้ชมมีโอกาสได้รับชมภาพยนตร์ที่หลากหลายมากขึ้น และส่งเสริมให้ผู้สร้างภาพยนตร์อิสระ ภาพยนตร์นอกกระแส เช่น ภาพยนตร์ทดลอง ภาพยนตร์ทุนต่ำ ภาพยนตร์สั้น และภาพยนตร์สารคดี มีโอกาสได้รับการเผยแพร่ หรือแม้แต่ภาพยนตร์ไทยกระแสหลักเองที่ถูกปฏิเสธจากเครือทุนขนาดใหญ่ก็ควรมีพื้นที่ฉายภาพยนตร์เข้ามารองรับเช่นกัน

4.6 ก้าวไม่ทันกับการเติบโตของเทคโนโลยี ขาดวิสัยทัศน์ด้านสื่อ เทคโนโลยี และระบบกลไกการอุดหนุนส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ใ้รับมือกับการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีครั้งใหญ่

ความท้าทายและแนวโน้มระดับโลกที่ถือว่าการปฏิรูปอุตสาหกรรมภาพยนตร์ครั้งสำคัญ ดังที่กล่าวมาแล้วในส่วนข้อ 3 จะส่งผลกระทบต่อสังคมไทยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีด้านปัญญาประดิษฐ์ ความเป็นจริงเสมือน และความเป็นจริงเสริมที่กระทบต่อกระบวนการผลิตภาพยนตร์ตลอดสาย รวมทั้งจะกระทบต่อหลักสูตรการศึกษาด้านภาพยนตร์ทั้งหมดที่ยังไม่สามารถผลิตแรงงานที่มีทักษะด้านปัญญาประดิษฐ์เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงนี้ ประเทศไทยยังไม่มีแผนการศึกษาเพื่อรับมือกับความเปลี่ยนแปลงเหล่านี้อย่างจริงจัง

5. แนวคิดเศรษฐศาสตร์การเมืองเชิงวิพากษ์ว่าด้วยภาพยนตร์ และแนวคิดสื่อและประโยชน์สาธารณะ

งานวิจัยนี้ใช้สองแนวคิดหลักเพื่อเป็นกรอบในการวิเคราะห์ร่างพระราชบัญญัติที่เกี่ยวกับการสื่อสาร ได้แก่ เศรษฐกิจการเมืองเชิงวิพากษ์ว่าด้วยภาพยนตร์ (Critical political economy of film) และแนวคิดสื่อและประโยชน์สาธารณะ (Corporate media and the public interest)

5.1 แนวคิดเศรษฐศาสตร์การเมืองเชิงวิพากษ์ว่าด้วยภาพยนตร์ แนวคิดดั้งเดิมของสำนักเศรษฐศาสตร์การเมืองจะพิจารณาสื่อจากมุมมองของระบบอำนาจทางเศรษฐกิจและการเมืองของประเทศนั้น ๆ เช่น อำนาจของทุนขนาดใหญ่สามารถควบคุมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ได้หลายมิติ ความเป็นเจ้าของธุรกิจการผลิต การจัดจำหน่ายและฉายภาพยนตร์ในลักษณะการควบรวมกิจการด้วยทุนขนาดใหญ่เพียงไม่กี่ราย เนื้อหาจะถูกกำกับควบคุมจากอำนาจการเมือง ระบบตลาดผูกขาดหรือผู้ขายน้อยรายจะส่งผลให้ผู้ผลิตภาพยนตร์ต้องสร้างภาพยนตร์เพียงไม่กี่ประเภท เพราะมีเนื้อหาที่มั่นใจว่าจะทำกำไรได้คุ้มค่า และไม่เสี่ยงต่อการถูกห้ามฉาย หรือถูกคุกคามจากอำนาจการเมือง เช่น กฎหมาย เจ้าหน้าที่รัฐ กลุ่มการเมืองต่าง ๆ

อย่างไรก็ตาม Stocchetti (2020) เสนอว่า 3 สำนักคิดหลักเกี่ยวกับมุมมองเศรษฐศาสตร์การเมืองเชิงวิพากษ์มีรากฐานประกอบด้วย 1) ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองเชิงวิพากษ์ว่าด้วยสื่อและการสื่อสาร (The critical political economy of media and communication theory) 2) ทฤษฎีวิพากษ์ว่าด้วยเทคโนโลยี (The critical theory of technology) และ 3) ทฤษฎีวิพากษ์ว่าด้วยภาพยนตร์ (The



critical theory of cinema) ในที่นี้จะเน้นเฉพาะสองทฤษฎีแรกที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ โดยมีสาระสรุปแต่ละสำนักดังนี้

1) แนวคิดเศรษฐศาสตร์การเมืองเชิงวิพากษ์ว่าด้วยสื่อและการสื่อสาร (The critical political economy of media and communication) นับเป็นรากฐานสำคัญมากของแนวคิดเชิงวิพากษ์ของการสื่อสารรวมทั้งภาพยนตร์ในยุคสมัยหลัง โดย Wasko, Murdock & Sousa (2011) ได้ระบุถึง 4 หลักการพื้นฐาน ได้แก่ หลักการที่หนึ่ง เป็นแนวคิดแบบองค์รวม (holistic) พิจารณาหลากหลายปัจจัย มากกว่าจะพิจารณาว่าเศรษฐกิจคือปัจจัยหลักที่ครอบงำทุกอย่าง หลักการที่สองคือ การศึกษาสื่อมิใช่การศึกษาเหตุการณ์เฉพาะปัจจุบันเท่านั้น แต่ต้องศึกษาเชิงประวัติศาสตร์ด้วย หลักการที่สามคือ ต้องให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ระหว่างองค์การการสื่อสาร วัฒนธรรม และสถาบันต่าง ๆ ของสังคม บนพื้นฐานของปฏิบัติการทางประชาธิปไตยและความเป็นธรรมทางสังคม และหลักการที่สี่คือ ปฏิบัติการการสื่อสารต้องนำไปสู่การเปลี่ยนแปลง

ต่อมานักคิดคนสำคัญคือ Jonathan Hardy (2014) เน้นย้ำว่า เศรษฐศาสตร์การเมืองเชิงวิพากษ์ว่าด้วยสื่อและการสื่อสารจะเกี่ยวข้องกับการจัดการการสื่อสารที่นำไปสู่เป้าหมายของความเป็นธรรมทางสังคม (Stocchetti, 2020)

2) ทฤษฎีวิพากษ์ว่าด้วยเทคโนโลยี (The critical theory of technology) จากแนวคิดพื้นฐานของนักคิดนักปรัชญา Andrew Feenberg ซึ่งพัฒนาแนวคิดมาตั้งแต่ ค.ศ. 1991 มีจุดยืนการวิพากษ์การสื่อสารผ่านเทคโนโลยีที่ต้องไม่ถูกครอบงำจากทุนขนาดใหญ่ เป็นแนวคิดที่มุ่งศึกษาบทบาทของสื่อ โดยไม่เชื่อว่าเทคโนโลยีมีความเป็นกลาง (เช่น ระบบการฉายและจัดจำหน่ายผ่านสตรีมมิ่งไม่เป็นกลางเพราะถูกครอบงำจากทุนขนาดใหญ่และรัฐบาลประเทศควบคุมได้)

ฟินเบิร์กปฏิเสธความเชื่อตามแนวทางของ Technology determinism โดยเชื่อว่าเทคโนโลยีถูกออกแบบบนการต่อสู้กันของผลประโยชน์ทางสังคม ค่านิยมทางสังคม และความสัมพันธ์เชิงอำนาจ เขาเชื่อว่าเทคโนโลยีล้วนมี ‘technical code’ ที่ฝังตัวอยู่จนก่อให้เกิดความไม่เป็นกลางและสะท้อนอยู่ในรูปแบบการแพร่กระจายทางสังคม (ตัวอย่างเช่น อัลกอริทึมการดูภาพยนตร์ผ่าน Netflix ที่สะท้อนความต้องการผู้ชมบางกลุ่มมากกว่าจะเอื้อให้เกิดความเป็นธรรมกับผู้ผลิตที่มีทุนน้อย-ผู้เขียน) ดังนั้น การออกแบบเทคโนโลยีให้ประชาชนมีส่วนร่วมอย่างเป็นประชาธิปไตยจึงเป็นสิ่งที่ต้องศึกษา (Feenberg, 2005)

Stocchetti (2020) ได้พัฒนาแนวคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองเชิงวิพากษ์ว่าด้วยภาพยนตร์ โดยอาศัยฐานจากแนวคิดเดิมดังที่กล่าวมาแล้ว และเสนอทฤษฎี The political economy of local cinema ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับประเด็นดังต่อไปนี้

1) ภาพยนตร์ภายในท้องถิ่น (local cinema) เช่น ภาพยนตร์ในประเทศหรือในชุมชน จะได้รับแรงกดดันจากภาพยนตร์ระดับชาติ (national cinema) ที่มุ่งส่งออกไปแข่งขันระดับโลก และแรงกดดันจาก



อุตสาหกรรมภาพยนตร์ระดับโลก (global cinema) จนผู้ผลิตภาพยนตร์ภายในประเทศมีความเสี่ยงสูงมากในหลายด้าน

2) จุดยืนสำคัญในการศึกษาแนวทางนี้คือ องค์กรการสื่อสารและวัฒนธรรม (เช่น ภาพยนตร์) ควรดำเนินธุรกิจด้วยความเป็นธรรมทางสังคมและใช้ปฏิบัติการทางประชาธิปไตยเพื่อสร้างสรรค์สังคมที่ดี

3) การศึกษาวิจัยต้องให้ความสนใจกับประวัติศาสตร์ด้วย มิใช่แค่เหตุการณ์เฉพาะหน้า

4) เป็นการศึกษาวิจัยแบบองค์รวม มิได้มุ่งเฉพาะปัจจัยทางเศรษฐกิจ แต่มุ่งศึกษาความสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่มีต่อวิถีการผลิต รวมทั้งปัจเจกบุคคล ได้แก่ แรงงานในกองถ่ายทำภาพยนตร์ บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาด้านภาพยนตร์ และในกิจการที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ ทั้งการจัดจำหน่ายและการฉายภาพยนตร์ รวมทั้งคนดูแล้วแต่มีบทบาทสำคัญอย่างมากในการสร้างสรรค์ผลผลิตด้านภาพยนตร์ แต่อำนาจต่อรองในฐานะปัจเจกบุคคลเหล่านี้อาจจะถูกควบคุมได้โดยง่าย หากกลไกอำนาจรัฐ รวมทั้งอำนาจของทุนขนาดใหญ่เข้าครอบงำระบบอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในสังคมนั้น

5) เทคโนโลยีสื่อดิจิทัลมีบทบาทอย่างมากต่อภาพยนตร์ ปฏิเสธแนวทางที่เชื่อว่าเทคโนโลยีจะกำหนดปัจจัยทางสังคมต่าง ๆ (technology determinism) แต่การใช้เทคโนโลยีต้องเป็นไปอย่างหนุนเสริมความเป็นธรรมต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศและใช้กระบวนการประชาธิปไตยหรือการมีส่วนร่วมของประชาชนในการออกแบบเทคโนโลยีภาพยนตร์

5.2 แนวคิดสื่อและประโยชน์สาธารณะ (Corporate media and the public interest)

Croteau and Hoynes (2006) เสนอว่าสื่อที่มีประโยชน์สาธารณะจะมีคุณลักษณะพื้นฐานดังนี้

1) ความหลากหลาย (Diversity) สื่อต้องนำเสนอและสะท้อนถึงจุดยืนทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ความคิดอันหลากหลายของผู้รับสาร มิใช่จุดยืนของชนชั้นนำหรือทุนขนาดใหญ่เท่านั้น

2) ความสร้างสรรค์ใหม่ (Innovation) สื่อควรสร้างสรรค์เนื้อหาและรูปแบบทางศิลปะที่สดใหม่ มีจินตนาการสร้างสรรค์ และสะท้อนถึงธรรมชาติของแต่ละสังคม มากกว่าสื่อที่เสนอแบบสูตรสำเร็จเพื่อหวังผลทางการตลาด หรือถูกบังคับจากรัฐ

3) มีสาระ (Substance) คำว่า สาระ มีได้หมายถึงเนื้อหาสาระจริงจังกแบบ “ข่าว” เสมอไป ในสังคมประชาธิปไตย สื่อต้องเสนอทั้งสาระและบันเทิง ต้องหยิบประเด็นที่เป็นสาระสำคัญในสาธารณะขึ้นมาถกเถียงได้ และควรสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในประเด็นสำคัญ

4) ความมีอิสระ (Independence) การนำเสนอเนื้อหาข่าวสารหรือภาพยนตร์หรือเพลง หรือความคิดต่าง ๆ ผ่านสื่อจะต้องไม่ถูกอำนาจอื่นใดบังคับทั้งอำนาจรัฐและอำนาจทุนขนาดใหญ่

นอกจากนี้ กรอบทฤษฎีที่สำคัญในการวิเคราะห์นโยบายสื่อและการสื่อสารคือ กฎหมายและรัฐธรรมนูญที่บัญญัติถึงสิทธิเสรีภาพของประชาชน อันเป็นประโยชน์สาธารณะสำคัญยิ่งต่อการวิเคราะห์การร่างกฎหมายเกี่ยวกับการสื่อสาร ซึ่งรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 ระบุไว้ในมาตรา 34



35 36 ว่าด้วยเสรีภาพในการสื่อสารของบุคคล และวิชาชีพสื่อมวลชน และมาตรา 46 ว่าด้วยสิทธิของผู้บริโภค
ย่อมได้รับการคุ้มครอง (รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560, 2560)

6. กรอบการวิเคราะห์ร่างพระราชบัญญัติภาพยนตร์ฉบับใหม่

กรอบการวิเคราะห์นี้ได้จากการสังเคราะห์วรรณกรรมเอกสารต่าง ๆ ทั้งหมดที่กล่าวมา ได้แก่ ความ
ท้าทายและแนวโน้มอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในระดับโลก และปัญหาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ภายใต้
แนวคิดทฤษฎีด้านเศรษฐศาสตร์การเมืองเชิงวิพากษ์ว่าด้วยภาพยนตร์ ของ Stocchetti (2020) และแนวคิด
สื่อและประโยชน์สาธารณะ ของ Croteau and Hoynes (2006) อันเป็นกรอบทฤษฎีสังเคราะห์เพื่อสกัด
ประเด็นสำคัญ รวบรวมได้ 7 ประเด็นดังนี้

**6.1 State structure and control power หรือ โครงสร้างและอำนาจของรัฐในการควบคุมสื่อ
ภาพยนตร์ และการถ่วงดุลอำนาจการควบคุม** หมายถึง การพิจารณาถึงโครงสร้างอำนาจและกลไกของรัฐที่
เข้ามามีบทบาทต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย องค์กรกำกับดูแลอุตสาหกรรมภาพยนตร์ กลไกภาคเอกชน
และภาคประชาชนที่ถ่วงดุลกับอำนาจรัฐ

6.2 Freedom expression and regulation หรือ เสรีภาพและการกำกับดูแล หมายถึง เสรีภาพ
ในการนำเสนอความคิดสร้างสรรค์อันหลากหลาย การกำกับดูแลและควบคุมเนื้อหาภาพยนตร์ การปรับเปลี่ยน
เกณฑ์การตรวจพิจารณาภาพยนตร์ การลดหรือเพิ่มบทบาทและอำนาจของรัฐในการควบคุมและกำกับ
ดูแลระบบธุรกิจภาพยนตร์ เพื่อวิเคราะห์การแก้ไขปัญหาในข้อ 4.3

**6.3 Capitalist power and concentration หรือ การควบรวมธุรกิจภาพยนตร์และอำนาจของ
ทุนขนาดใหญ่** หมายถึง การวิเคราะห์เกี่ยวกับบทบาทและการควบรวมของธุรกิจแนวตั้ง (vertical
integration) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระบบตลาดผู้ขายน้อยรายหรือตลาดผูกขาดในห่วงโซ่อุตสาหกรรม
ภาพยนตร์ เริ่มตั้งแต่การผลิต การจัดจำหน่าย การฉาย และการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อผลการตลาด
รวมถึงศึกษาร่างกฎหมายที่ทำให้ทุนขนาดใหญ่ใช้อิทธิพลทางการตลาดกำหนดเนื้อหาภาพยนตร์ เพื่อวิเคราะห์
การแก้ไขปัญหาในข้อ 4.1

6.4 National cinema policies หรือ นโยบายภาพยนตร์แห่งชาติ หมายถึง การวิเคราะห์เกี่ยวกับ
นโยบายการส่งเสริมหรือปรับอุตสาหกรรมหลักและแนวคิดทางเลือกต่างๆ การส่งเสริมภาพยนตร์ในฐานะผลผลิต
ทางวัฒนธรรม แผนและกลไกการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย การหนุนเสริมและสร้างทักษะให้
บุคลากรจนสามารถเชื่อมต่อกับระบบจัดจำหน่ายในระดับโลก การส่งเสริมการฉายภาพยนตร์ไทยในสัดส่วนที่
พอเหมาะ และการลงทุนข้ามชาติ เพื่อวิเคราะห์การแก้ไขปัญหาในข้อ 3.1, 3.2 และ 4.6

6.5 Human resources support หรือ การสนับสนุนบุคลากรระดับแรงงาน หมายถึง
การวิเคราะห์เกี่ยวกับการผลักดันแก้ไขค่าแรงที่เป็นธรรมและเหมาะสมสำหรับบุคลากรด้านภาพยนตร์
การอุดหนุนส่งเสริมแรงงานระดับล่าง และผู้ผลิตรายย่อย การส่งเสริมความรู้และสวัสดิการของบุคลากรที่



ทำงานในวงการภาพยนตร์ เพื่อวิเคราะห์การแก้ไขปัญหาคุณภาพชีวิต และสวัสดิการของแรงงานระดับปฏิบัติการ ดังที่เสนอในข้อ 4.2 ให้บุคลากรเหล่านี้มีพลังในการสร้างสรรค์ภาพยนตร์ระดับคุณภาพได้จริง

6.6 Independent films and exhibition space for cinematic diversity หรือ ความหลากหลายของพื้นที่การฉายภาพยนตร์และภาพยนตร์อิสระ หมายถึง การวิเคราะห์ถึงแนวทางการส่งเสริมให้เกิดพื้นที่การฉายภาพยนตร์อิสระ ภาพยนตร์สั้น ส่งเสริมให้เผยแพร่ความหลากหลายของศิลปะภาพยนตร์ การอุดหนุนส่งเสริมและเปิดพื้นที่ฉายภาพยนตร์ขนาดเล็ก โรงภาพยนตร์ขนาดเล็ก เพื่อเปิดโอกาสให้คนรุ่นใหม่ ผู้ผลิตอิสระ และค่ายภาพยนตร์ขนาดเล็กได้เติบโตและอยู่รอดในทางธุรกิจได้จริง เพื่อวิเคราะห์การแก้ไขปัญหาในข้อ 4.5

6.7 Research and data centre for cinema in Thailand หรือ ศูนย์วิจัยและข้อมูลด้านภาพยนตร์ หมายถึง การวิเคราะห์เกี่ยวกับการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับระบบธุรกิจภาพยนตร์ ศูนย์ข้อมูลด้านภาพยนตร์ การจัดสร้างฐานข้อมูลด้านธุรกิจภาพยนตร์ทั้งข้อมูลเบื้องหลัง จำนวนและรายชื่อบุคลากรผู้ประกอบการ งบลงทุนและงบประมาณ การตลาด แรงงาน และรายได้ของภาพยนตร์ที่เข้าฉาย รวมทั้งการอุดหนุนส่งเสริมการวิจัยเพื่อส่งเสริมภาพยนตร์ไทย และกระบวนการประกอบธุรกิจจัดจำหน่าย และฉายภาพยนตร์ เพื่อวิเคราะห์การแก้ไขปัญหาในข้อ 3.1, 3.2 และ 4.4

7. วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ตามแนวทางการวิเคราะห์เชิงนโยบาย (Policy analysis approach) ประกอบด้วยวิธี การวิจัยเชิงเอกสารทางกฎหมาย (Documentary legal research) และการวิเคราะห์กฎหมายเปรียบเทียบ (Comparative legal analysis)

7.1 แหล่งข้อมูล แบ่งเป็น

7.1.1 แหล่งข้อมูลเอกสารทางกฎหมาย ประกอบด้วย ร่างพระราชบัญญัติภาพยนตร์ พ.ศ..... (นายอภิสิทธิ์ ไส้ตู่โรไกล กับคณะ เป็นผู้เสนอ) ที่เสนอต่อสภาผู้แทนราษฎรไปเมื่อปี พ.ศ. 2567 (ในบทความนี้จะเรียกว่า ร่างฯ พรรคก้าวไกล หรือร่างฯ พรรคประชาชน) และร่างพระราชบัญญัติภาพยนตร์ พ.ศ.... ที่ผ่านการตรวจพิจารณาโดยสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกาแล้ว เมื่อเดือนพฤษภาคม 2568 หลังจากคณะรัฐมนตรีอนุมัติหลักการเมื่อเดือนมีนาคม 2568 โดยขณะที่เขียนบทความ ร่างฯ ดังกล่าวอยู่ระหว่างการรับฟังความคิดเห็นจากประชาชน ซึ่งอาจจะมีการแก้ไขอีกครั้งก่อนนำเข้าสู่สภาผู้แทนราษฎร (ในบทความนี้จะเรียกว่า ร่างฯ คณะรัฐมนตรี)

7.1.2 แหล่งข้อมูลเอกสารทั่วไป ประกอบด้วย ข้อมูลด้านปัญหาและแนวโน้มอุตสาหกรรมภาพยนตร์ระดับโลกและไทย ข้อมูลด้านการหาเสียงของพรรคก้าวไกลและพรรคเพื่อไทย และข้อมูลด้านการเรียกร้องให้แก้ไขปัญหาของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์



7.2 วิธีการศึกษา ใช้การวิเคราะห์กฎหมายเปรียบเทียบ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อ 2 โดยเปรียบเทียบร่างพระราชบัญญัติภาพยนตร์ของทั้งสองพรรค ภายใต้กรอบการวิเคราะห์ทั้ง 7 ประเด็น (โปรดดูรายละเอียดในส่วนข้อ 6) โดยกรอบการวิเคราะห์นี้สังเคราะห์จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านความท้าทายและแนวโน้มของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ระดับโลก (ดังที่อธิบายในส่วนข้อ 3) และปัญหาของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย (ดังที่อธิบายในส่วนข้อ 4) ทั้งนี้ผู้วิจัยได้สังเคราะห์เป็นกรอบการวิเคราะห์ร่างพระราชบัญญัติภาพยนตร์ ภายใต้ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองเชิงวิพากษ์ว่าด้วยภาพยนตร์ และแนวคิดสื่อและประโยชน์สาธารณะ

7.3 การสร้างองค์ความรู้จากการวิเคราะห์ เมื่อได้ผลการศึกษาจากข้อ 7.2 แล้ว ใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงนโยบาย ภายใต้กรอบทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองเชิงวิพากษ์ว่าด้วยภาพยนตร์ และแนวคิดสื่อและประโยชน์สาธารณะ โดยเปรียบเทียบประเด็นการหาเสียงของทั้งสองพรรค อภิปรายร่วมกับงานในวิจัยในอดีต และวิเคราะห์เชิงนโยบายเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 2 โดยชี้ให้เห็นความสอดคล้องของร่างฯ แต่ละฉบับกับการแก้ไขปัญหามหาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

7.4 การเสนอแนวทางการพิจารณาปรับปรุงพระราชบัญญัติภาพยนตร์และแนวทางกำหนดนโยบายในอนาคต ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์ข้อ 3 ผู้วิจัยได้นำผลการศึกษาทั้งข้อ 7.2 และ 7.3 มาวิเคราะห์หาช่องว่างทางนโยบาย และเสนอแนวทางการพิจารณาปรับปรุงดังกล่าว ภายใต้ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองเชิงวิพากษ์ว่าด้วยภาพยนตร์ และแนวคิดสื่อและประโยชน์สาธารณะ

8. ผลการศึกษาเปรียบเทียบร่างพระราชบัญญัติภาพยนตร์ ระหว่างร่างฯ พรรคประชาชน และร่างฯ คณะรัฐมนตรี

ผลการศึกษาเปรียบเทียบจะถูกศึกษาภายใต้กรอบการวิเคราะห์ 7 ข้อดังที่กล่าวมาแล้ว โดยมีผลสำคัญดังนี้

กรอบที่ 1 โครงสร้างและอำนาจของรัฐในการกำหนดและติดตามนโยบายสื่อภาพยนตร์ และการถ่วงดุลอำนาจการควบคุม

- ด้านองค์กรกำหนดและติดตามนโยบายและมาตรการต่าง ๆ

ร่างฯ พรรคประชาชนกำหนดให้มี “คณะกรรมการภาพยนตร์แห่งชาติ” แทนคณะกรรมการภาพยนตร์และวีดิทัศน์แห่งชาติในกฎหมายเดิม โดยปรับเปลี่ยนสัดส่วนขององค์ประกอบคณะกรรมการเดิม ปรับนายกรัฐมนตรีนอกจากประธานกรรมการ เปลี่ยนเป็นรัฐมนตรีว่าการกระทรวงวัฒนธรรม เป็นประธานคณะกรรมการฯ ตามมาตรา 7 ระบุว่า ให้มีคณะกรรมการภาพยนตร์แห่งชาติประกอบด้วย รัฐมนตรีว่าการกระทรวงวัฒนธรรมเป็นประธานกรรมการ ปลัดกระทรวงวัฒนธรรมเป็นรองประธาน และผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้งไม่เกินสิบหกคนเป็นกรรมการ และให้อธิบดีกรมส่งเสริมวัฒนธรรมเป็นกรรมการและเลขานุการ



องค์ประกอบคณะกรรมการฯ ประกอบด้วย

(1) ผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นอาจารย์หรือนักวิชาการที่มีประสบการณ์ทางด้านนิเทศศาสตร์หรือสื่อสารมวลชน หรือภาพยนตร์ไม่ต่ำกว่าสองปีจำนวนสามคน

(2) ตัวแทนผู้สร้างภาพยนตร์จำนวนสองคน

(3) ตัวแทนผู้ประกอบการภาพยนตร์จำนวนสามคน

(4) ตัวแทนองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคที่จัดตั้งตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคจำนวนสองคน

(5) ตัวแทนแรงงานสร้างสรรค์จำนวนหกคน โดยคัดเลือกผู้แทนจากสาขาความเชี่ยวชาญด้านการผลิตภาพยนตร์ที่ได้รับการรับรองความสามารถและทักษะในการประกอบอาชีพเกี่ยวกับภาพยนตร์จากคณะกรรมการตามมาตรา 9 (6)

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิตาม (1) ถึง (5) ต้องมิใช่เจ้าหน้าที่ของรัฐ เว้นแต่อาจารย์ในสถาบันการศึกษาของรัฐ

รัฐมนตรีออกประกาศให้บุคคลที่ประสงค์จะเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ ตาม (1) ถึง (5) สมัครเข้ารับการแต่งตั้ง...ส่วนการหาตัวแทนตาม (2) ถึง (4) หากมีผู้สมัครมากกว่าจำนวนตำแหน่งของกรรมการ ให้ใช้วิธีการเลือกกันเองระหว่างผู้สมัครเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในแต่ละสาขานั้นก่อนเสนอชื่อให้รัฐมนตรีพิจารณาแต่งตั้งตามวรรคแรก และให้รัฐมนตรีเปิดเผยรายชื่อบุคคลที่มีคุณสมบัติได้รับการแต่งตั้งต่อสาธารณะ เป็นเวลาไม่น้อยกว่าสิบห้าวันก่อนการแต่งตั้ง

จะเห็นว่า การปรับเปลี่ยนสัดส่วนคณะกรรมการภาพยนตร์แห่งชาติของร่างฯ พรคประชาชน ส่งผลให้จำนวนของภาควิชาชีพ ภาคประชาชน และภาควิชาการ มีมากกว่าฝ่ายราชการและการเมือง นอกจากนี้ยังพบว่า ที่มาของกรรมการในสัดส่วนของผู้ทรงคุณวุฒิ ต้องมิใช่เจ้าหน้าที่ของรัฐ และเป็นการสมัครเข้ารับการแต่งตั้งและเลือกกันเองระหว่างผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งแตกต่างจากร่างฯ ของคณะรัฐมนตรีที่รัฐมนตรีมีอำนาจแต่งตั้งโดยตรง

นอกจากนี้ในร่างฯ พรคประชาชนยังกำหนดให้มี “คณะกรรมการพิจารณาภาพยนตร์” ซึ่งจะแยกวิเคราะห์ในกรอบวิเคราะห์ที่ว่าด้วยเสรีภาพและการกำกับดูแลต่อไป

สำหรับร่างฯ คณะรัฐมนตรี มีกลไกรัฐคือ คณะกรรมการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์แห่งชาติ มีรองนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน มีอำนาจหน้าที่เสนอนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ต่อคณะรัฐมนตรี ติความและวินิจฉัยปัญหาที่เกี่ยวกับร่างกฎหมายฉบับนี้ และอื่น ๆ โดยมีกรรมการจากฝ่ายการเมือง 3 คน ข้าราชการ 10 คน และผู้ทรงคุณวุฒิ 11 คน โดยเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านภาพยนตร์ สื่อสารมวลชน การตลาด ทั้งนี้ต้องมีผู้แทนของฝ่ายวิชาชีพภาพยนตร์ 4 คนรวมอยู่ด้วย ทั้งหมดแต่งตั้งโดยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงวัฒนธรรม (โปรดดูตารางที่ 1)

จะเห็นว่าสัดส่วนของฝ่ายข้าราชการและนักการเมืองจะมีมากกว่าฝ่ายผู้ทรงคุณวุฒิ และไม่มีภาคประชาชนและแรงงานผู้ปฏิบัติงานร่วมเป็นคณะกรรมการ



ตารางที่ 2 องค์การกำหนดและติดตามนโยบายและมาตรการ เปรียบเทียบระหว่างร่างฯ พรคประชาชนและ
ร่างฯ คณะรัฐมนตรี

องค์การกำหนดและติดตาม นโยบายและมาตรการ	ร่างฯ พรคประชาชน	ร่างฯ คณะรัฐมนตรี
ชื่อองค์กร	คณะกรรมการภาพยนตร์แห่งชาติ	คณะกรรมการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ แห่งชาติ
ประธานคณะกรรมการ	รัฐมนตรีว่าการกระทรวงวัฒนธรรม	รองนายกรัฐมนตรี
องค์ประกอบและสัดส่วน	- ปลัดกระทรวงวัฒนธรรมเป็นรองประธาน - อธิบดีกรมส่งเสริมวัฒนธรรมเป็นกรรมการและ เลขานุการ - ผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้งเป็นอาจารย์ หรือนักวิชาการที่มีประสบการณ์ทางด้านนิเทศ ศาสตร์หรือสื่อสารมวลชนหรือภาพยนตร์ไม่ต่ำ กว่า 2 ปี จำนวน 3 คน - ตัวแทนผู้สร้างภาพยนตร์ 2 คน - ตัวแทนผู้ประกอบการภาพยนตร์ 3 คน - ตัวแทนองค์กรคุ้มครองผู้บริโภค 2 คน - ตัวแทนแรงงานสร้างสรรค์ 6 คน	- รัฐมนตรีว่าการกระทรวงวัฒนธรรมเป็นรอง ประธานคนที่หนึ่ง - รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นรองประธานคนที่สอง - กรรมการโดยตำแหน่ง ได้แก่ ปลัดกระทรวง การคลัง ปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ปลัดกระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคง ของมนุษย์ ปลัดกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจ และสังคม ปลัดกระทรวงพาณิชย์ เลขาธิการ กสทช. ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ - ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวนไม่เกิน 11 คนซึ่งรัฐมนตรี แต่งตั้ง ด้านภาพยนตร์ สื่อสารมวลชน และ การตลาด - ปลัดกระทรวงวัฒนธรรมเป็นกรรมการและ เลขานุการ อธิบดีกรมส่งเสริมวัฒนธรรม และ อธิบดีกรมการท่องเที่ยว เป็นกรรมการและ ผู้ช่วยเลขานุการ
ที่มาของคณะกรรมการ	กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิต้องมีชื่อเจ้าหน้าที่ของรัฐ เว้นแต่อาจารย์ในสถาบันการศึกษาของรัฐ รัฐมนตรีออกประกาศให้บุคคลที่ประสงค์จะเป็น ผู้ทรงคุณวุฒิสมัครเข้ารับการแต่งตั้ง... หากมี ผู้สมัครมากกว่าจำนวนตำแหน่งของกรรมการ ให้ ใช้วิธีการเลือกกันเองระหว่างผู้สมัครก่อนเสนอชื่อ ให้รัฐมนตรีพิจารณาแต่งตั้ง	รัฐมนตรีแต่งตั้งตามร่างฯ กฎหมาย



องค์กรกำหนดและติดตาม นโยบายและมาตรการ	ร่างฯ พรคประชาชน	ร่างฯ คณะรัฐมนตรี
สรุปสัดส่วน	ข้าราชการ 2 ฝ่ายการเมือง 1 ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญ 3 ต้องมีใช้เจ้าหน้าที่รัฐ วิชาชีพที่เกี่ยวข้อง 6 แรงงานสร้างสรรค์ 6 ภาคประชาชน 2	ข้าราชการ 10 ฝ่ายการเมือง 3 ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญ 7 วิชาชีพที่เกี่ยวข้อง 4 แรงงานสร้างสรรค์ ภาคประชาชน 0

กรอบที่ 2 เสรีภาพและการกำกับดูแล

ผลการศึกษาพบว่าทั้งในร่าง ฯ คณะรัฐมนตรีและพรคประชาชนได้ปรับเปลี่ยนรายละเอียดการกำกับดูแลเนื้อหาภาพยนตร์ โดยร่างฯ พรคประชาชนปรับเกณฑ์อายุผู้ชมภาพยนตร์และยกเลิกการกำหนดประเภทภาพยนตร์ที่ “ห้ามเผยแพร่” ตามมาตรา 24 ส่วนร่างฯ คณะรัฐมนตรีปรับวิธีการกำกับควบคุมเป็น “การตรวจพิจารณาโดยผู้รับรองตนเอง” แต่ยังคงอำนาจรัฐในการควบคุมและที่สำคัญได้ขยายการกำกับดูแลไปถึงการฉายภาพยนตร์ผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศหรือสื่อออนไลน์ โดยในส่วนขององค์กรที่เข้ากำกับดูแลการพิจารณาภาพยนตร์ อำนาจของรัฐ วิธีการกระบวนการพิจารณาเนื้อหาภาพยนตร์ และการลงโทษมีความแตกต่างกันดังนี้

ร่างฯ พรคประชาชนกำหนดให้มี “คณะกรรมการพิจารณาภาพยนตร์” คณะใหญ่จำนวนไม่เกิน 9 คน เป็นผู้ทรงคุณวุฒิด้านการต่างประเทศ ภาพยนตร์ ศิลปวัฒนธรรม สื่อสารมวลชนและสิ่งแวดล้อม ซึ่งไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการภาพยนตร์ ตามมาตรา 16 ทำหน้าที่รับผิดชอบการสร้างสรรค์ภาพยนตร์ต่างประเทศในราชอาณาจักร

ส่วน “คณะกรรมการพิจารณาภาพยนตร์” ชุดเล็ก จำนวน 7 คน ทำหน้าที่ตรวจพิจารณาภาพยนตร์ และกำหนดประเภทภาพยนตร์ที่จะนำออกฉาย รัฐมนตรีเป็นผู้แต่งตั้งตามข้อเสนอของคณะกรรมการภาพยนตร์แห่งชาติ โดยมีองค์ประกอบที่เปลี่ยนแปลงไปจากกฎหมายเดิมดังนี้

มาตรา 16 คณะกรรมการพิจารณาภาพยนตร์... ให้มีจำนวนไม่เกินเจ็ดคน โดยแต่งตั้งจากผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านภาพยนตร์ โทรทัศน์ ศิลปวัฒนธรรม จิตวิทยาเด็กและวัยรุ่น หรือการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งต้องแต่งตั้งจากเจ้าหน้าที่ของรัฐจำนวนไม่เกินสองคนและจากภาคเอกชนจำนวนไม่เกินห้าคน

นับเป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญ เพราะตามมาตราดังกล่าว จะพบว่า องค์ประกอบเจ้าหน้าที่รัฐในคณะกรรมการพิจารณาภาพยนตร์ลดลงเหลือเพียง 2 คนและเพิ่มภาคเอกชนเป็น 5 คน (จากเดิมพระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ฉบับปัจจุบัน กำหนดให้มีเจ้าหน้าที่รัฐ 4 คนและภาคเอกชน 3 คน)

นอกจากนี้ วิธีการตรวจพิจารณาภาพยนตร์ มาตรา 24 ให้ใช้วิธี ให้ผู้ขอตรวจพิจารณาและจัดประเภทภาพยนตร์เสนอต่อคณะกรรมการพิจารณาภาพยนตร์ พร้อม “ข้อเสนอ” ว่าภาพยนตร์ดังกล่าวควรจัดอยู่ใน



ภาพยนตร์ประเภทใด ซึ่งต่างจากพระราชบัญญัติเดิมที่กำหนดประเภทภาพยนตร์โดยคณะกรรมการตรวจพิจารณาภาพยนตร์เท่านั้น

ในส่วนของร่างฯ คณะรัฐมนตรีพบว่า ได้ปรับเปลี่ยนวิธีการกำกับควบคุมเนื้อหาภาพยนตร์ให้เป็นการรับรองตนเอง แต่รายละเอียดการจัดระดับความเหมาะสมของเนื้อหา รัฐมนตรีจะเป็นผู้กำหนดทั้งหลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขในประกาศภายหลัง ดังนั้น จึงยังมีความไม่แน่นอนและคลุมเครือว่ารายละเอียดของการจัดระดับความเหมาะสมเป็นอย่างไร ที่สำคัญคือจะยังคงกำหนดประเภทภาพยนตร์ที่ “ห้ามเผยแพร่” หรือการ “แบนภาพยนตร์” ไว้หรือไม่

ข้อสำคัญและเป็นจุดเปลี่ยนทางนโยบายหากร่างฯ นี้ผ่านการพิจารณา ผลการศึกษาพบว่า ในมาตรา 49 ของร่างฯ คณะรัฐมนตรี กำหนดให้ผู้ประกอบการกิจการโรงภาพยนตร์ รวมทั้งกิจการฉายภาพยนตร์ผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีฐานข้อมูลหลักในราชอาณาจักร หรือจำหน่ายภาพยนตร์ที่ฉายหรือจำหน่ายภาพยนตร์โดยไม่แสดงระดับความเหมาะสม หรือแสดงไม่ตรงตามข้อเท็จจริง ให้พนักงานเจ้าหน้าที่ระงับการฉายหรือจำหน่ายภาพยนตร์นั้น

เมื่อพิจารณาสาระสำคัญของมาตรานี้ อาจจะเป็นข้อถกเถียงว่า จะครอบคลุมไปถึง “ผู้ให้บริการ” เผยแพร่ภาพยนตร์บนแพลตฟอร์มสื่อออนไลน์สตรีมมิงต่างๆ เช่น Netflix, Disney, YouTube, LINE และอื่น ๆ หรือไม่ หากครอบคลุมไปถึงช่องทางสตรีมมิงต่างๆ ก็จะส่งกระทบต่อผู้ผลิตภาพยนตร์ไทย และผู้ชม และนับเป็นการควบคุมภาพยนตร์ที่กว้างขวางครอบคลุมช่องทางเผยแพร่มากกว่าเดิม ถือเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญมากของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

อย่างไรก็ตาม เมื่อเปรียบเทียบกันแล้ว ร่างฯ ทั้งสองฉบับยังคงให้อำนาจเจ้าหน้าที่รัฐเข้า “ระงับการฉาย” หรือจำหน่ายภาพยนตร์ได้กรณีที่ไม่เป็นไปตามที่ระบุในประกาศของคณะรัฐมนตรี โดยมาตรา 41 ในร่างฯ พรรคประชาชน ที่ให้อำนาจนายทะเบียนและพนักงานเจ้าหน้าที่ มีอำนาจสามารถเข้าตรวจค้นสถานที่ฉายและสั่งห้ามการฉาย ขาย แลกเปลี่ยนภาพยนตร์ได้ และร่างฯ คณะรัฐมนตรี พนักงานเจ้าหน้าที่ยังมีบทบาทในการควบคุมระดับ “ห้ามฉาย” ดังที่กล่าวมาแล้ว



ตารางที่ 3 เปรียบเทียบองค์รกำกับดูแลเนื้อหาภาพยนตร์ และกระบวนการควบคุมเนื้อหาและการฉาย
ภาพยนตร์ ระหว่างร่างพระราชบัญญัติภาพยนตร์ของพรรคประชาชน และร่างพระราชบัญญัติ
ภาพยนตร์ของคณะรัฐมนตรี

องค์รกำกับดูแลเนื้อหา ภาพยนตร์	ร่างฯ พรรคประชาชน	ร่างฯ คณะรัฐมนตรี
ชื่อองค์กร	คณะกรรมการพิจารณาภาพยนตร์	ไม่มีคณะกรรมการพิจารณาภาพยนตร์ เปลี่ยนเป็น การรับรองตนเองโดยต้องขึ้น ทะเบียนกับนายทะเบียนกลางก่อน
อำนาจหน้าที่	ตรวจพิจารณาภาพยนตร์และกำหนดประเภท ภาพยนตร์ที่จะนำออกฉาย	ผู้รับรองตนเอง ต้องแจ้งการจัดระดับความ เหมาะสม ภายใต้เงื่อนไขรายละเอียดของประกาศ ของรัฐมนตรี
องค์ประกอบและสัดส่วน	จำนวนไม่เกิน 7 คน แต่งตั้งจากผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านภาพยนตร์ โทรทัศน์ ศิลปวัฒนธรรม จิตวิทยาเด็กและวัยรุ่น หรือการคุ้มครอง ผู้บริโภค ซึ่งต้องแต่งตั้งจาก เจ้าหน้าที่ของรัฐ จำนวนไม่เกิน 2 คนและจากภาคเอกชน จำนวนไม่เกิน 5 คน	-
ที่มาของกรรมการ	รัฐมนตรีเป็นผู้แต่งตั้งตามข้อเสนอของ คณะกรรมการภาพยนตร์แห่งชาติ	-
กระบวนการพิจารณาภาพยนตร์	ผู้ขอตรวจพิจารณาและจัดประเภทภาพยนตร์ เสนอต่อคณะกรรมการพิจารณาภาพยนตร์ พร้อม “ข้อเสนอ” ว่าภาพยนตร์ดังกล่าวควรจัด อยู่ในภาพยนตร์ประเภทใด แบ่งเป็น 4 ประเภท ได้แก่ (1) ภาพยนตร์ที่เหมาะสมกับผู้ดูทั่วไป (2) ภาพยนตร์ที่เหมาะสมกับผู้ที่มีอายุตั้งแต่สิบ สามปีขึ้นไป (3) ภาพยนตร์ที่เหมาะสมกับผู้ที่มีอายุตั้งแต่สิบ ห้าปีขึ้นไป (4) ภาพยนตร์ที่เหมาะสมกับผู้ที่มีอายุตั้งแต่สิบ แปดปีขึ้นไป	จัดระดับความเหมาะสมของเนื้อหาภาพยนตร์ให้ เหมาะสมกับช่วงวัยของผู้รับชมโดยผู้รับรอง ตนเอง ตามรายละเอียด และเงื่อนไขที่รัฐมนตรี ประกาศกำหนด
มาตรการห้ามฉายเผยแพร่	ยกเลิก (จากเดิมมีมาตรการห้ามฉายเผยแพร่ ใน พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551)	มาตรา 49 ผู้ประกอบการกิจการโรงภาพยนตร์ ฉายภาพยนตร์ผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่มี ฐานข้อมูลหลักในราชอาณาจักร หรือจำหน่าย



องค์กรกำกับดูแลเนื้อหา ภาพยนตร์	ร่างฯ พรคประชาชน	ร่างฯ คณะรัฐมนตรี
		ภาพยนตร์ที่ฉายหรือจำหน่ายภาพยนตร์โดยไม่ แสดงระดับความเหมาะสม ให้พนักงานเจ้าหน้าที่ ระงับการฉาย และให้แก้ไขตามเวลาที่กำหนด หากไม่แก้ไขตามเวลา มีโทษปรับ
การควบคุมสื่อเทคโนโลยี สารสนเทศที่มีฐานข้อมูลใน ราชอาณาจักร	ไม่ระบุ	มาตรา 36 37 38 และ 49 กำหนดให้การฉาย ภาพยนตร์ผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่มี ฐานข้อมูลในราชอาณาจักรต้องจัดแจ้งการ ประกอบกิจการ และฉายภาพยนตร์ให้เหมาะสม กับช่วงวัยผู้ชม ตามมาตรา 28 โดยมาตรา 49 พนักงานเจ้าหน้าที่สามารถระงับ การฉายได้
บทลงโทษ	ปรับเป็นพินัยสองแสนบาทถึง 1 ล้านบาท	ปรับเป็นพินัยห้าหมื่นบาทถึง 1 ล้านบาท

กรอบที่ 3 การควบรวมธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์และอำนาจของทุนขนาดใหญ่ (Capitalist power and concentration)

การควบรวมธุรกิจภาพยนตร์ไทยของทุนขนาดใหญ่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเป็นทั้งผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย และผู้ฉายภาพยนตร์โดยเป็นเจ้าของเดียวกันทั้งกระบวนการเช่นนี้ ส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตภาพยนตร์ไทยและผู้ชม เนื่องจากผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์ในประเทศไทยเป็นลักษณะตลาดผู้ขายน้อยรายคือ มีผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์เพียงสองเครือใหญ่นั้น ส่งผลให้ “อำนาจของทุนขนาดใหญ่” สามารถกำหนดตลาดผู้สร้างภาพยนตร์ที่ค่ายภาพยนตร์ขนาดใหญ่จะได้เปรียบ และกำหนดตลาดได้ว่าผู้ชมจะได้รับชมภาพยนตร์แบบใด ดังนั้น การสร้างความเป็นธรรมในตลาดการฉายภาพยนตร์ไทยภายในประเทศจึงเป็นเรื่องสำคัญ

ในร่างฯ พรคประชาชน ดังที่วิเคราะห์แล้วในกรอบที่ 1 กลไกขององค์กรที่เข้ามากำหนดนโยบายและมาตรการต่าง ๆ คือ “คณะกรรมการภาพยนตร์แห่งชาติ” ซึ่งทำหน้าที่ เสนอนโยบาย แผน และยุทธศาสตร์ เกี่ยวกับการประกอบอุตสาหกรรมภาพยนตร์ และการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ต่อคณะรัฐมนตรี ตาม มาตรา 9 มิได้ระบุนโยบายหรือแผนเกี่ยวกับการสร้างความเป็นธรรมในตลาดธุรกิจภาพยนตร์ไทย อย่างไรก็ตาม มาตรา 9 ได้ระบุเกี่ยวกับ การกำหนดสัดส่วนการฉายภาพยนตร์ไทยและภาพยนตร์ต่างประเทศที่จะฉายในโรงภาพยนตร์ และในมาตรา 47 มีบทลงโทษโรงภาพยนตร์หากไม่ปฏิบัติตาม ซึ่งจะช่วยเหลือผู้ผลิตภาพยนตร์และเปิดโอกาสให้ผู้ชมมากขึ้น

ผลการศึกษาพบว่า ในพระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551 ฉบับปัจจุบันก็กำหนดนโยบายนี้ไว้เช่นกันกับมาตรา 9 แต่คณะกรรมการภาพยนตร์ระดับชาติก็ไม่เคยดำเนินการกำหนดสัดส่วน



การฉายภาพยนตร์ไทยเลยตลอด 17 ปีที่ผ่านมา และในกฎหมายปัจจุบันก็ไม่มีบทลงโทษโรงภาพยนตร์หากไม่ปฏิบัติตามด้วย

สำหรับร่างฯ คณะรัฐมนตรีก็ได้บัญญัติเกี่ยวกับการสร้างความเป็นธรรมในการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในตลาดของผู้ประกอบการกิจการระบบการฉายภาพยนตร์

กรอบที่ 4 นโยบายภาพยนตร์แห่งชาติ (National cinema policies)

การกำหนดนโยบายภาพยนตร์แห่งชาติมีทั้งข้อดีและข้อเสีย ที่ผ่านมามีในกฎหมายฉบับเก่า เช่น พระราชบัญญัติภาพยนตร์ พ.ศ. 2473 ได้กำหนดทิศทางในเชิงการควบคุมเนื้อหา ละเลยการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ต่อมาพระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551 ขยายไปถึงการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย แต่ยังคงการควบคุมเนื้อหาเคร่งครัดแม้จะใช้ระบบจัดระดับความเหมาะสมตามช่วงวัย ในข้อดีคือทุกฝ่ายจะเห็นทิศทางของชาติในนโยบายผ่านกฎหมาย แต่ข้อเสียคือ การกำหนดนโยบายภาพยนตร์แห่งชาติจะเป็นการตีกรอบในทิศทางที่แข็งตัวเพียงหนึ่งเดียวและแก้ไขได้ยาก ทำให้กลไกของรัฐบาลในหลายครั้งต้องดำเนินงานไปโดยไม่สอดคล้องกับปัญหาที่เกิดขึ้นจริงทั้งระดับชาติและระดับโลก และอาจจะทำให้ผู้ประกอบการอิสระ ศิลปินหน้าใหม่เกิดขึ้นได้ยากลำบากหากไม่มีนโยบายและงบประมาณที่สนับสนุนมากพอ เพราะนโยบายแห่งชาติของรัฐไทยมักจะมุ่งไปที่การส่งเสริมทุนขนาดใหญ่และควบคุมเนื้อหาโดยยึดถือเอาทิศทางเพียงแบบเดียวตามค่านิยมหลักของภาครัฐ

ในร่างฯ กฎหมายทั้งสองฉบับนี้ ผลการศึกษาพบว่า ร่างฯ พรรคประชาชน กำหนดให้ คณะกรรมการภาพยนตร์แห่งชาติ เสนอนโยบาย แผน และยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการประกอบอุตสาหกรรมภาพยนตร์ และการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ แต่ไม่ได้ระบุทิศทางของนโยบายภาพยนตร์แห่งชาติอย่างชัดเจน

มาตรา 9 (3) ระบุว่า คณะกรรมการภาพยนตร์แห่งชาติ มีหน้าที่ ออกประกาศกำหนดสัดส่วนระหว่างภาพยนตร์ไทยและภาพยนตร์ต่างประเทศที่จะนำออกฉายในโรงภาพยนตร์ตาม (1) ของบทนิยามคำว่า “โรงภาพยนตร์” ในมาตรา 4 โดยให้คณะกรรมการ ทบทวนประกาศที่ออกตามมาตรานี้ทุกสองปี

นอกจากนี้ยังกำหนดบทลงโทษไว้ในมาตรา 47 หากโรงภาพยนตร์ใดฉายภาพยนตร์ไทยน้อยกว่า สัดส่วนที่คณะกรรมการประกาศกำหนด มีโทษปรับไม่เกินสามแสนบาท และปรับอีกวันละไม่เกินสามหมื่นบาท ตลอดระยะเวลาที่ฝ่าฝืน

นับเป็นมาตรการลงโทษที่กำหนดเป็นครั้งแรกของกฎหมายภาพยนตร์ในประเทศไทย เพื่อช่วยเหลือภาพยนตร์ไทยซึ่งยังต้องพึ่งพิงตลาดภายในประเทศเป็นหลัก มาตรานี้สะท้อนถึง “นโยบายภาพยนตร์แห่งชาติ” ที่จะส่งผลประโยชน์ต่อผู้ผลิตภาพยนตร์ไทย โดยเฉพาะผู้ผลิตรายย่อยและผู้ผลิตภาพยนตร์อิสระให้มีพื้นที่การฉายมากขึ้น



ในขณะที่ร่างฯ คณะรัฐมนตรี มาตรา 17 ให้คณะกรรมการฯ จัดทำนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ทุกห้าปี เพื่อเสนอต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อประกาศในราชกิจจานุเบกษา โดยระบุในมาตรา 18 กำหนดไว้ว่าอย่างน้อยนโยบายต้องประกอบด้วย

- ส่งเสริมการสร้างภาพยนตร์ไทย
- ส่งเสริมการศึกษาค้นคว้าและวิจัยเพื่อสร้างนวัตกรรมและพัฒนาเทคโนโลยีอุตสาหกรรมภาพยนตร์ เพื่อกระตุ้นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศให้เป็นที่รู้จักในต่างประเทศ
- ส่งเสริมความรู้ความเชี่ยวชาญและต่อยอดด้านเทคโนโลยี
- ส่งเสริมสนับสนุนผู้ประกอบการภาพยนตร์เข้าสู่ตลาดต่างประเทศ ศึกษาวิจัยตลาดต่างประเทศ
- เสนอมาตรการส่งเสริมสิทธิประโยชน์ด้านภาษีอากรและด้านอื่น ๆ แก่ผู้ประกอบการภาพยนตร์
- ส่งเสริมพัฒนาความร่วมมือกับต่างประเทศให้แลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างผู้ประกอบการภาพยนตร์ในประเทศและต่างประเทศ ส่งเสริมการสร้างภาพยนตร์ร่วมกับต่างประเทศในราชอาณาจักร

จะเห็นได้ว่าร่างฯ คณะรัฐมนตรีระบุถึงนโยบายภาพยนตร์แห่งชาติอย่างชัดเจน โดยเน้นการสร้างศักยภาพการแข่งขันกับต่างประเทศ ความร่วมมือกับทุนข้ามชาติ และการศึกษาวิจัยด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีภาพยนตร์ ทั้งนี้ในมาตรา 17 ระบุว่าการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ต้องคำนึงถึงกลไกขับเคลื่อนความสมานฉันท์ในสังคม และการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ และเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีไทย

อย่างไรก็ตาม ไม่มีมาตราใดที่ระบุถึงการกำหนดสัดส่วนการฉายภาพยนตร์ไทยในโรงภาพยนตร์ภายในประเทศ ดังเช่นที่พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551 และร่างฯ พรคประชาชนได้กำหนดไว้ และไม่มีมาตราใดที่ระบุเกี่ยวกับการส่งเสริมภาพยนตร์ไทยสำหรับตลาดภายในประเทศ

กรอบที่ 5 การสนับสนุนแรงงานผู้ปฏิบัติงาน หรือ Human resources support

จากทฤษฎีของ Stocchetti (2020) คือ The political economy of local cinema ได้ระบุว่า เศรษฐศาสตร์การเมือง มิใช่เพียงปัจจัยเดียวที่ส่งผลต่อกิจการของสื่อภาพยนตร์ หนึ่งในปัจจัยที่สำคัญของระบบกิจการการสื่อสารคือ แรงงานผู้ปฏิบัติงาน หรือ แรงงานระดับล่าง ทั้งนี้เพราะการจะพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศได้จำเป็นต้องให้สำคัญกับบทบาทและคุณภาพชีวิตของแรงงานเหล่านี้

ผลการศึกษา พบว่า ร่างฯ พรคประชาชน มีมาตราที่บัญญัติเกี่ยวกับ “แรงงานสร้างสรรค์” คือ มาตรา 4 ระบุความหมายว่า เป็นบุคคลที่อยู่ในกระบวนการผลิตภาพยนตร์ แต่ไม่รวมถึงผู้สร้างภาพยนตร์ และผู้ประกอบการภาพยนตร์ และยังได้บัญญัติถึงบทบาทหน้าที่ของแรงงานสร้างสรรค์ไว้ในมาตรา 7 กำหนดให้รัฐมนตรีแต่งตั้ง “แรงงานสร้างสรรค์” จำนวนหกคน โดยคัดเลือกผู้แทนจากสาขาความเชี่ยวชาญด้านการผลิตภาพยนตร์..... เข้าร่วมเป็นคณะกรรมการภาพยนตร์แห่งชาติซึ่งมีทั้งหมด 16 คน (องค์ประกอบอื่น ได้แก่



ผู้สร้างภาพยนตร์ ผู้ประกอบกิจการภาพยนตร์อื่น ๆ ตัวแทนองค์กรคุ้มครองผู้บริโภค นักวิชาการ ข้าราชการ และนักการเมือง โปรดดูสัดส่วนในการอภิปรายที่ 1)

นับเป็นครั้งแรกที่กำหนดบทบาทหน้าที่ให้ “แรงงานผู้ปฏิบัติงาน” เป็นคณะกรรมการภาพยนตร์ระดับชาติ

ในขณะที่ร่างฯ ของคณะรัฐมนตรีมิได้มีมาตราใดที่ระบุถึงการส่งเสริมแรงงานในกองถ่ายทำภาพยนตร์ และบุคลากรระดับปฏิบัติการในกิจการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์

ดังนั้น ทั้งสองร่างฯ อาจจะไม่มโนบายที่เด่นชัดเกี่ยวกับการสนับสนุนช่วยเหลือต่อการกระจายรายได้ กำหนดสวัสดิการอย่างเป็นธรรม ความปลอดภัย และดำรงชีวิตได้อย่างมีศักดิ์ศรีของแรงงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์

กรอบที่ 6 พื้นที่ฉายภาพยนตร์อันหลากหลาย และการส่งเสริมภาพยนตร์นอกกระแส หรือ Independent films and exhibition space for cinematic diversity

การส่งเสริมพื้นที่ฉายภาพยนตร์อันหลากหลายและส่งเสริมภาพยนตร์นอกกระแส เป็นข้อเรียกร้องจากผู้ผลิตภาพยนตร์ไทยและผู้ชมมาหลายครั้ง (MCOT Digital, 2566) รวมทั้งจากการทบทวนวรรณกรรมก็พบว่า เป็นนโยบายที่ช่วยส่งเสริมผู้ผลิตภาพยนตร์ไทยรายย่อย ผู้ผลิตภาพยนตร์ไทยหน้าใหม่ที่ไม่มีอำนาจต่อรองกับโรงภาพยนตร์เครือใหญ่ให้มีพื้นที่การฉายภาพยนตร์ ที่สำคัญคือ เพิ่มสิทธิผู้ชมในการมีโอกาสได้ชมภาพยนตร์ที่มีความหลากหลาย ภาพยนตร์ที่มีคุณค่าทางศิลปะ ภาพยนตร์สารคดี และภาพยนตร์นอกกระแสที่อาจจะไม่มีศักยภาพการสร้างรายได้มากพอที่จะเข้าฉายในโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ได้ เป็นการสร้างผู้ผลิตหน้าใหม่ และการเรียนรู้ทางศิลปะและทางปัญญาของสังคมอย่างกว้างขวาง (อุณาโลม จันทรุ่งมณีกุล, 2561 และ 2563)

ผลการศึกษาพบว่า ร่างฯ พรรคประชาชนได้ระบุความหมายของ “โรงภาพยนตร์ขนาดเล็ก” ในมาตรา 4 ว่า โรงภาพยนตร์ที่มีความจุคนไม่เกิน 50 คน หรือสถานที่กลางแจ้งสำหรับฉายภาพยนตร์ ที่มีพื้นที่สุทธิไม่เกินหนึ่งร้อยตารางเมตร

นอกจากนี้ ยังผ่อนคลายการขออนุญาตประกอบกิจการสำหรับโรงภาพยนตร์ขนาดเล็ก จากเดิมต้องขออนุญาตประกอบกิจการฉายภาพยนตร์เป็นแค่ “การจัดแจ้ง” อย่างไรก็ตาม ตามมาตรา 31 ระบุว่า การจัดแจ้งการประกอบกิจการโรงภาพยนตร์ขนาดเล็กให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขที่ “คณะกรรมการ” ประกาศกำหนด

ในขณะที่ร่างฯ คณะรัฐมนตรี มีลักษณะทั้งสนับสนุน ทั้งอาจเป็นอุปสรรคต่อผู้ประกอบการขนาดเล็ก และทั้งขยายการควบคุมการฉายภาพยนตร์มากขึ้นในเวลาเดียวกัน กล่าวคือ ในร่างฯ นี้ได้ “ยกเลิกการขออนุญาต” การประกอบกิจการฉายภาพยนตร์เหลือเพียง “จัดแจ้ง” ซึ่งครอบคลุมทั้งกิจการฉายโรงภาพยนตร์



ทั้งใหญ่และเล็ก ในทางตัวบทหรือตัวอักษรคือการสร้างนโยบายที่ราวกับเท่าเทียมกัน แต่ในทางปฏิบัติ ในระยะยาวแล้วผู้ประกอบการขนาดใหญ่จะได้รับความสะดวกสบายมากขึ้น แต่ผู้ประกอบการขนาดเล็กจะเสียเปรียบ

มีข้อน่าสังเกตว่า ถ้ายังไม่มีการเปลี่ยนแปลงการควบคุมกิจการธุรกิจแนวตั้งของโรงภาพยนตร์ในเครือใหญ่ หรือการแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ภาวะการผูกขาดเช่นนี้ลดน้อยลง **มาตรานี้จะส่งผลประโยชน์ต่อระบบการฉายภาพยนตร์ของทุนขนาดใหญ่ มากกว่าธุรกิจโรงภาพยนตร์ขนาดเล็กและพื้นที่การฉายภาพยนตร์อันหลากหลายอื่นๆ** เช่น ร้านกาแฟ แกลอรี พิกเจอร์ส เนื่องจากเปิดกิจการมหรสพยังมีกฎหมายอื่น ๆ เกี่ยวข้อง ได้แก่ พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ.2522 ที่มีกฎกระทรวงกำหนดรายละเอียดลักษณะพื้นที่การจัดฉายภาพยนตร์ที่ไม่เอื้อต่อผู้ประกอบการฉายภาพยนตร์ขนาดเล็ก

นอกจากนี้ ในมาตรา 36 กำหนดให้ผู้ประกอบการฉายภาพยนตร์ผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีฐานในราชอาณาจักรให้แจ้งการประกอบกิจการต่อนายทะเบียนกลาง

จากการศึกษาพบว่า ในพระราชบัญญัติฉบับปัจจุบัน พ.ศ. 2551 และร่างฯ พรรคประชาชน ไม่เคยระบุเกี่ยวกับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ แต่ร่างฯ คณะรัฐมนตรีได้กล่าวถึง “ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีฐานข้อมูลในราชอาณาจักร” ควบคู่ไปกับการประกอบกิจการโรงภาพยนตร์ตลอดทั้งร่างกฎหมาย บ่งชี้ว่า “ระบบการฉายภาพยนตร์” ที่รัฐมีเจตจำนงจะกำกับดูแลย่อมหมายถึงสื่อออนไลน์เป็นหลักด้วย

ปัญหาสำคัญคือ คำว่า “ที่มีฐานข้อมูลในราชอาณาจักร” เป็นคำที่มีความคลุมเครือและเป็นที่ถกเถียงกันว่าหมายถึง แพลตฟอร์มใดบ้าง ทั้งนี้เป็นไปได้สูงว่าอาจจะหมายถึงระบบสตรีมมิ่ง Netflix เพราะมีฐานกิจการในประเทศไทยคือ Netflix Thailand และ LINE ที่มีฐานข้อมูลในประเทศไทยเช่นกัน

กรอบที่ 7 Research and data centre for cinema in Thailand หรือ ศูนย์วิจัยและฐานข้อมูลด้านภาพยนตร์ในประเทศไทย

ผลการศึกษาพบว่า ร่างฯ พรรคประชาชนมิได้ระบุถึง การวางทิศทางการศึกษาวิจัยเพื่อสร้างฐานข้อมูลภาพยนตร์ แต่กำหนดให้ คณะกรรมการภาพยนตร์แห่งชาติ เสนอนโยบาย แผน และยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการประกอบอุตสาหกรรมภาพยนตร์ และการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์

ในขณะที่ร่างฯ คณะรัฐมนตรีมีระบุไว้ในมาตรา 18 ในการจัดทำนโยบายการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ส่งเสริมการศึกษา ค้นคว้าและวิจัยเพื่อสร้างนวัตกรรมและพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ รวมทั้งศึกษาวิจัยตลาดภาพยนตร์ระหว่างประเทศ

สรุปแล้วทั้งสองร่างยังมีได้ริเริ่มเกี่ยวกับการจัดตั้งศูนย์ข้อมูลและสร้างฐานข้อมูลอย่างเป็นระบบ ดังที่งานวิจัยในอดีตได้เสนอ เช่น งานของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) (2564) ที่ระบุว่า ประเทศที่เจริญก้าวหน้าทางอุตสาหกรรมภาพยนตร์จำเป็นต้องรวบรวมฐานข้อมูลด้านเศรษฐศาสตร์ ภาพยนตร์ การพัฒนาฐานข้อมูลด้านการตลาด รายได้ตัวเลขที่เป็นจริง และฐานผู้ชม เป็นรายไตรมาส ข้อมูล



เหล่านี้จะนำไปใช้ในการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์โดยตรง นอกจากนี้ยังควรจัดสร้างฐานข้อมูลด้านบทภาพยนตร์ ด้านการสตีมมิ่ง ด้านผู้ผลิตและแรงงานสร้างสรรค์ ด้านการถ่ายทำ และด้านองค์ความรู้

9. บทวิเคราะห์เชิงนโยบายและสรุป

จากผลการศึกษาเปรียบเทียบเนื้อหาสาระของร่างฯ ทั้งสองฉบับ สามารถวิเคราะห์เชิงนโยบายและสรุปได้ดังนี้

9.1 หลักการในการปรับปรุงกฎหมาย และทัศนะต่อ “ภาพยนตร์” ที่แตกต่างกัน

โดยภาพรวมเชิงนโยบาย พบความแตกต่างคือ ร่างฯ ของคณะรัฐมนตรีมีทัศนะต่อภาพยนตร์ในฐานะเป็นสินค้าสร้างรายได้ แต่ยังไม่พบนโยบายในเชิงกระจายรายได้ และสร้างความเป็นธรรมให้กลุ่มผู้ประกอบการรายย่อยหรือปัจเจกบุคคล เน้นการใช้ภาพยนตร์เป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพื่อส่งออกไปนานาชาติ เน้นส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ที่จะก้าวสู่ระดับโลก

ขณะที่ร่างฯ ของพรรคประชาชน มีทัศนะต่อภาพยนตร์ในฐานะ “สื่อ” ที่ประชาชนต้องเข้าถึงได้ กว้างขวางมากขึ้น สิทธิเสรีภาพในการนำเสนอความคิดสร้างสรรค์ ให้ความสำคัญกับสิทธิของบุคลากรระดับปฏิบัติการ การลดอำนาจรัฐในการควบคุมเนื้อหาภาพยนตร์ ส่งเสริมการฉายภาพยนตร์ไทยในประเทศ โดยกำหนดสัดส่วนการฉายและมีบทลงโทษโรงภาพยนตร์หากฝ่าฝืน การอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ประกอบการรายย่อยโรงภาพยนตร์ขนาดเล็ก แต่ไม่ระบุถึงการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ให้แข่งขันในระดับโลกตามที่ระบุในนโยบายหาเสียง (พรรคก้าวไกล, 2566) ดังแสดงในตารางที่ 4

อย่างไรก็ตาม เมื่อสังเคราะห์เชื่อมโยงกับนโยบายการหาเสียงของทั้งสองพรรค ในภาพรวมของทั้งสองร่างฯ มีจุดที่ร่วมกัน กล่าวคือ ภาพยนตร์เป็นแหล่งสร้างรายได้ทางธุรกิจคล้ายกับแนวทางของประเทศเกาหลี (โปรดดูงานวิจัยเกี่ยวกับภาพยนตร์ในประเทศเกาหลีของ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ องค์การมหาชน, 2564)

นอกจากนี้เมื่อสังเคราะห์เชื่อมโยงกับปัญหาเฉพาะของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาที่เกิดจากพระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551 ฉบับปัจจุบัน ในด้านการกำกับดูแลเนื้อหาภาพยนตร์ก็พบว่า ปัญหาที่รัฐมีอำนาจควบคุม ตัดทอนหรือห้ามฉายเนื้อหาภาพยนตร์ กลายเป็นประเด็นสำคัญของการจำกัดเสรีภาพของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งผู้ผลิตภาพยนตร์ดั่งเช่นงานวิจัยของ ภาสวรรณกรกษมาศ (2554) อธิพิล วรานุสุภากุล (2557) และต่อมา อุณาโลม จันทรุ่งมณีกุล (2561) ได้ชี้ให้เห็นถึงผลกระทบต่อผู้ชมทั้งสังคม บริบทของสังคมไทยเช่นนี้ส่งผลให้การหาเสียงของทั้งสองพรรคเน้นไปที่การ “ปลดล็อก” อำนาจรัฐเพื่อให้การสร้างสรรค์เนื้อหาเสรีภาพมากขึ้น ไม่อยู่ในการควบคุมของรัฐมากเกินไป อย่างไรก็ตาม เมื่อวิเคราะห์เข้าไปในตัวบทของร่างกฎหมายอย่างละเอียดแล้วพบว่า นโยบายการปลดล็อกดังกล่าว มีความคลุมเครือและอาจไม่เป็นไปตามที่หาเสียงไว้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในร่างฯ คณะรัฐมนตรี ทั้งนี้จะอภิปรายเกี่ยวกับ “ช่องว่าง” นี้ในข้อถัดไป



นอกจากนี้ ยังไม่พบตัวบทของร่างกฎหมายทั้งสองพรรคที่ระบุถึง การสร้างฐานข้อมูลด้านภาพยนตร์ และหนุนเสริมแรงงานผู้ปฏิบัติงานอย่างเป็นรูปธรรมอีกด้วย ซึ่งถือเป็นช่องว่างสำคัญของการร่างนโยบายด้านภาพยนตร์

ตารางที่ 4 ได้สรุปเปรียบเทียบภาพรวมทั้งหมดภายใต้กรอบการวิเคราะห์ 7 ประเด็นดังที่แสดงในผลการศึกษาข้างต้น นอกจากนี้ ในตารางยังได้วิเคราะห์เชิงนโยบาย โดยเปรียบเทียบจุดเน้น ช่องว่าง และแนวโน้มเชิงนโยบายของร่างฯ พรรคประชาชน และร่างฯ คณะรัฐมนตรี ในแต่ละประเด็น ซึ่งจะเห็นจุดเน้น และช่องว่างทางนโยบายที่แตกต่างกันไป

ตารางที่ 4 ตารางสรุปการวิเคราะห์เชิงนโยบาย โดยเปรียบเทียบจุดเน้น ช่องว่าง และแนวโน้มเชิงนโยบายของร่างฯ พรรคประชาชน และร่างฯ คณะรัฐมนตรี

จุดเน้น ช่องว่าง และแนวโน้มของนโยบาย	ร่างฯ พรรคประชาชน	ร่างฯ คณะรัฐมนตรี
หลักการปรับปรุงกฎหมาย และทัศนคติต่อภาพยนตร์	- ภาพยนตร์ในฐานะสื่อที่ประชาชนต้องเข้าถึงได้กว้างขวางมากขึ้น - ส่งเสริมสิทธิเสรีภาพในการนำเสนอความคิดสร้างสรรค์ เพิ่มบทบาทแรงงานสร้างสรรค์	- ภาพยนตร์ในฐานะสินค้าสร้างรายได้ - เน้นการใช้ภาพยนตร์เป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจ สร้างความสมานฉันท์ เผยแพร่วัฒนธรรม ประเพณีไทย - เน้นส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ที่จะก้าวสู่ระดับโลก
การปรับเพิ่มหรือลดบทบาทอำนาจรัฐ	- ลดจำนวนเจ้าหน้าที่รัฐในคณะกรรมการชุดต่างๆ - เพิ่มจำนวนตัวแทนภาคประชาชนและแรงงานผู้ปฏิบัติในคณะกรรมการระดับชาติ - การแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิต้องใช้วิธีสมัครเข้ามาและคัดเลือกกันเอง	- ยังคงสัดส่วนของข้าราชการในคณะกรรมการฯ ระดับชาติ 10 คน
การควบคุมเนื้อหา	- ให้อยู่ใน “ข้อเสนอ” แก่คณะกรรมการพิจารณาภาพยนตร์ - ยกเลิกประเภทภาพยนตร์ “ห้ามฉายเผยแพร่ในราชอาณาจักร”	- ใช้วิธีการรับรองตนเอง - รายละเอียดการจัดระดับความเหมาะสมของภาพยนตร์ รัฐมนตรีเป็นผู้กำหนด และเปิดรับฟังความเห็นสาธารณะ - พนักงานเจ้าหน้าที่ มีอำนาจสั่งระงับการฉาย - ***ขยายการกำกับดูแลไปถึงภาพยนตร์ที่เผยแพร่ทางเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีฐานข้อมูลในราชอาณาจักร (เป็นข้อถกเถียงและตีความกฎหมายที่เกี่ยวข้องต่อไป)



จุดเน้น ช่องว่าง และ แนวโน้มของนโยบาย	ร่างฯ พรรคประชาชน	ร่างฯ คณะรัฐมนตรี
ลดภาวะตลาดผู้ขายน้อยรายของ โครงสร้างตลาดการฉาย ภาพยนตร์ สร้างความเป็นธรรม กับผู้ผลิตรายย่อยและปัจเจก บุคคล	- ส่งเสริมการฉายภาพยนตร์ไทย ระบุให้ คณะกรรมการภาพยนตร์แห่งชาติกำหนด สัดส่วนการฉายภาพยนตร์ไทย หากโรง ภาพยนตร์ใดไม่ปฏิบัติ จะมีบทลงโทษปรับ <i>**หมายเหตุ พระราชบัญญัติฉบับปัจจุบันระบุให้ คณะกรรมการฯ กำหนดสัดส่วนการฉาย ภาพยนตร์ไทย แต่ไม่ปรากฏว่ามีการกำหนด แต่อย่างใด</i>	- ช่องว่าง - ไม่มีตัวบทที่ระบุถึงการลดภาวะผู้ขายน้อยราย ของธุรกิจฉายและจัดจำหน่าย
ช่วยเหลือและสร้างสรรค์ ทรัพยากรบุคคลภาพยนตร์ระดับ ปฏิบัติการให้มีคุณภาพชีวิต	- กำหนดนิยาม “แรงงานสร้างสรรค์” - เพิ่มการมีส่วนร่วมของแรงงานสร้างสรรค์ใน คณะกรรมการระดับชาติ - ส่งเสริมบทบาทแรงงานมากขึ้น แต่ไม่ชัดเจน ในด้านคุณภาพชีวิตและรายได้	- ช่องว่าง - ตัวบทเกี่ยวกับการส่งเสริมแรงงานในด้าน คุณภาพชีวิตและรายได้ไม่ชัดเจน
การรับมือกับเทคโนโลยีสตรีมมิ่ง AI AR และ VR	มีช่องว่าง	- มีช่องว่าง ในด้านการเสนอนโยบายที่จะ รับมือกับปัญญาประดิษฐ์และเทคโนโลยีใหม่ ที่กำลังเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมภาพยนตร์ อย่างรุนแรงและจะกระทบต่อการแข่งขัน ต่อไปในอนาคต - เข้ากำกับดูแลช่องทางสตรีมมิ่ง หรือ ระบบ เทคโนโลยีสารสนเทศที่ฉายภาพยนตร์ โดยให้ภาพยนตร์ไทยต้องแจ้งระดับความ เหมาะสม และพนักงานเจ้าหน้าที่อำนาจสั่ง ระงับการฉาย
ส่งเสริมสิทธิผู้ชมและพื้นที่ฉาย ภาพยนตร์อันหลากหลาย	- กำหนดนิยามโรงภาพยนตร์ขนาดเล็ก - ยกเลิกการขออนุมัติเฉพาะโรงภาพยนตร์ขนาด เล็ก ให้ใช้วิธีจัดแจ้ง - มีช่องว่างด้านสิทธิผู้ชม	- ยกเลิกการขออนุมัติสำหรับโรงภาพยนตร์ ทั้งหมด ให้ใช้วิธีจัดแจ้ง - มีช่องว่าง อาจส่งผลให้ผู้ประกอบการโรง ภาพยนตร์ขนาดใหญ่ได้เปรียบมากยิ่งขึ้น - มีช่องว่างด้านสิทธิผู้ชม



9.2 การควบคุมเสรีภาพการสร้างสรรค์เนื้อหาและศิลปะภาพยนตร์ ของทั้งสองร่างฯ ถือเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และสังคมไทย แม้จะปรับวิธีการและบทบาทอำนาจรัฐในการตรวจพิจารณาภาพยนตร์แต่จะเป็นข้อถกเถียงที่เข้มข้นในอนาคต

ทั้งสองร่างฯ มีความแตกต่างกันในวิธีการและข้อกำหนด กล่าวคือ ร่างฯ พรรคประชาชนมีความชัดเจนในแง่การส่งเสริมเสรีภาพ โดยการยกเลิกประเภทภาพยนตร์ “ห้ามเผยแพร่ในราชอาณาจักร” และให้ผู้ยื่นขอพิจารณาภาพยนตร์ ยื่น “ข้อเสนอ” การจัดประเภทภาพยนตร์ด้วยตนเองเข้ามาเพื่อพิจารณาด้วย

ในขณะที่ร่างฯ คณะรัฐมนตรี ขยายการควบคุมไปถึงการฉายผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศ (ซึ่งในทางปฏิบัติมีแนวโน้มจะเป็นปัญหาในการตีความและถกเถียงกันว่าหมายถึงแพลตฟอร์มใดบ้าง) และไม่ระบุชัดเกี่ยวกับรายละเอียดเนื้อหาภาพยนตร์ในการจัดระดับความเหมาะสม เนื่องจากเป็นอำนาจของรัฐมนตรีที่จะกำหนดรายละเอียดอีกชั้นหนึ่ง และข้อสำคัญ พนักงานเจ้าหน้าที่มีอำนาจระงับการฉายภาพยนตร์ได้ หากรายละเอียดการรับรองตนเองไม่ตรงกับข้อเท็จจริง หรือไม่ตรงกับประกาศของรัฐมนตรี

เมื่อวิเคราะห์เชื่อมโยงกับนโยบายการหาเสียงของพรรคเพื่อไทยเมื่อ พ.ศ. 2566 แล้วจะพบว่าในแง่ของเสรีภาพการสร้างสรรค์เนื้อหา การที่ร่างฯ คณะรัฐมนตรีขยายขอบเขตการกำกับดูแลภาพยนตร์ไปถึงช่องทางการ “ฉายผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศ” จะเกิดความคลุมเครือในการตีความกฎหมายว่าจะหมายถึงแพลตฟอร์มใดบ้าง หากรวมถึงช่องทางสตรีมมิ่ง เช่น Netflix และ YouTube ด้วย ก็จะเป็นจุดเปลี่ยนครั้งใหญ่ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยที่จะถูกควบคุมมากยิ่งขึ้น และอาจจะกระทบต่อการสร้างสรรค์เนื้อหาที่จะแข่งขันกับธุรกิจภาพยนตร์ระดับนานาชาติ

ดังนั้น มาตรการนี้ก็ถือว่าไม่ได้เป็นไปตามนโยบายหาเสียงไว้ว่าจะ “ยกเลิกการเซ็นเซอร์” (พรรคเพื่อไทย, 2566)

ส่วนพรรคก้าวไกล-ประชาชน ได้ดำเนินการยกเลิกข้อกำหนดการห้ามฉาย และลดบทบาทรัฐในการควบคุมเนื้อหาตามที่ระบุไว้ในนโยบายหาเสียง

9.3 ไม่มีนโยบายแก้ไขปัญหาลักษณะหลักของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยคือ ระบบตลาดกึ่งผูกขาด หรือลักษณะตลาดผู้ขายน้อยรายของระบบการจัดจำหน่ายและฉายภาพยนตร์ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตภาพยนตร์ไทยรายย่อย ผู้ประกอบกิจการฉายขนาดเล็ก และผู้ชมมากที่สุด

ในร่างฯ พรรคประชาชน แม้ว่าจะมีสาระสำคัญที่ส่งเสริมให้โรงภาพยนตร์ขนาดเล็ก สามารถ “จดทะเบียน” แทนการขออนุมัติ ซึ่งถือว่าเป็นก้าวแรกที่ผ่อนปรนให้กิจการขนาดเล็กสามารถเกิดขึ้นได้ง่ายกว่าเดิม (ทั้งนี้ต้องปฏิบัติตามกฎหมายอื่น ๆ เช่น กฎกระทรวงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้อาคารเพื่อประกอบกิจการโรงมหรสพ พ.ศ. 2550 ภายใต้พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522) แต่ข้อสำคัญที่สุดคือ ในระยะยาวกิจการฉายภาพยนตร์ขนาดเล็กไม่สามารถดำรงอยู่ได้ในทางธุรกิจเมื่อต้องแข่งขันกับกิจการฉายของทุนขนาดใหญ่



อย่างไรก็ตาม ในร่างฯ พรคประชาชนกำหนดให้คณะกรรมการภาพยนตร์แห่งชาติ มีหน้าที่กำหนดสัดส่วนการฉายภาพยนตร์ไทยในโรงภาพยนตร์เพื่อช่วยเหลือผู้ผลิตภาพยนตร์ไทย และเป็นครั้งแรกของกฎหมายที่ระบุโทษปรับหากโรงภาพยนตร์ใดฝ่าฝืน เมื่อวิเคราะห์เชิงนโยบายแล้ว นโยบายที่ระบุไว้ในกฎหมายได้แปรเปลี่ยนมาเป็นนโยบายการช่วยเหลือผู้ผลิตภาพยนตร์ไทยอิสระหรือค่ายภาพยนตร์ขนาดเล็กได้มากยิ่งขึ้น

ข้อน่าสังเกตคือ ในร่างฯ ของคณะรัฐมนตรีเปิดให้ผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์ทุกขนาดจดทะเบียนได้หมด ทั้งขนาดเล็กและโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ทั่วไป สารสำคัญข้อนี้ อาจส่งผลให้ทุนขนาดใหญ่ที่ครอบงำตลาดการฉายภาพยนตร์อยู่แล้วได้เปรียบในการแข่งขันมากยิ่งขึ้น และกระทบต่ออำนาจต่อรองของผู้ผลิตภาพยนตร์รายย่อยเหมือนดังเช่นปัญหาจากอดีตถึงปัจจุบัน

9.4 การตระหนักถึงสิทธิและเสรีภาพของ “ประชาชนผู้ชมภาพยนตร์” ไม่ชัดเจน

ต่อเนื่องจากการขาดนโยบายที่แน่ชัดเกี่ยวกับการส่งเสริมพื้นที่ภาพยนตร์อันหลากหลาย ส่งผลให้กระทบถึงประชาชนผู้ชมภาพยนตร์ การตระหนักถึงสิทธิและเสรีภาพของ “ประชาชนผู้ชมภาพยนตร์” เป็นหลักการสำคัญของกฎหมายภาพยนตร์ เพราะประชาชนผู้ชมภาพยนตร์เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยตรงในห่วงโซ่อุตสาหกรรมภาพยนตร์ เมื่อวิเคราะห์ตามแนวคิดของหลักการสื่อและประโยชน์สาธารณะแล้ว ในร่างฯ ทั้งสองฉบับยังไม่ได้กำหนดนโยบายอันเป็นสาระสำคัญเกี่ยวกับพื้นที่การฉายภาพยนตร์อันหลากหลายเพื่อให้ประชาชนเรียนรู้ศิลปะอันหลากหลาย ยกเว้นการผ่อนคลายเกี่ยวกับการขออนุมัติประกอบกิจการโรงฉายภาพยนตร์เป็นเพียง “จดทะเบียน”

10. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและการศึกษาในอนาคต

จากผลการวิเคราะห์ที่นำเสนอมาข้างต้น จะเห็นว่ามี “ช่องว่าง” ที่เกิดขึ้นในการนำเสนอร่างฯ ทั้งสองฉบับที่ไม่สามารถตอบสนองต่อปัญหาของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในบางด้าน รวมทั้งขณะนี้ความท้าทายและแนวโน้มของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ระดับโลกยังส่งผลต่อสังคมไทยอย่างสูง เมื่อสังเคราะห์ผลการศึกษาทั้งหมดภายใต้ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองเชิงวิพากษ์ว่าด้วยภาพยนตร์ และแนวคิดสื่อและประโยชน์สาธารณะแล้ว มีข้อเสนอแนะดังนี้

10.1 การพิจารณาร่างกฎหมายภาพยนตร์ฉบับใหม่ควรคำนึงถึงหลักการของสื่อและประโยชน์สาธารณะ มีความเป็นธรรมกับผู้ประกอบการทุกกลุ่มโดยเฉพาะกลุ่มที่มีอำนาจต่อรองน้อย และแรงงานผู้ปฏิบัติงาน รวมทั้งคำนึงถึงสิทธิผู้ชมภาพยนตร์ ผู้ได้รับประโยชน์จะต้องไม่ถูกผูกขาดเฉพาะรัฐหรือกลุ่มทุนขนาดใหญ่ ต้องมีจุดยืนรักษาสัญญาประชาคมตามที่พรรคการเมืองหาเสียงกับประชาชน กลุ่มแรงงาน กลุ่มผู้ผลิตภาพยนตร์อิสระ และผู้ประกอบการรายย่อยที่มีอำนาจต่อรองน้อย ทั้งนี้ควรให้ความสำคัญกับการส่งเสริมภาพยนตร์ไทยในตลาดภายในประเทศด้วย เช่น ศึกษาเพิ่มเติมกรณีลดภาษีหรือให้ค่าชดเชยพิเศษหากโรงภาพยนตร์ฉายภาพยนตร์ไทยเพิ่มมากขึ้น



10.2 ควรพิจารณาเพิ่มข้อเสนอทางนโยบายด้านปัญญาประดิษฐ์ และศึกษาวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวโน้มของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ระดับโลกด้วย รวมทั้งเปรียบเทียบกับ การแก้ไขร่างกฎหมายภาพยนตร์ของต่างประเทศ ที่มีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงอย่างมากในด้านการรับมือกับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ และการลงทุนข้ามชาติมากขึ้น ดังที่ได้เสนอไปในส่วนของการทบทวนวรรณกรรม สภาวะ AI disruption จะเกิดขึ้นอย่างรุนแรงและรวดเร็วโดยเฉพาะอย่างยิ่งกับสื่อภาพยนตร์ และมีแนวโน้มว่าจะส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตภาพยนตร์ไทยรายย่อยมากที่สุด ดังที่ทฤษฎีเศรษฐกิจศาสตร์การเมืองเชิงวิพากษ์ว่าด้วยภาพยนตร์ ได้วิเคราะห์ถึงสภาวะความไม่เป็นธรรมจากระบบเทคโนโลยีที่ก้าวหน้า

10.3 ภาพยนตร์มิได้มีฐานะเป็นแค่สินค้าที่สร้างรายได้ทางเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยังเป็นสื่อที่สร้างสรรค์ความรู้แปลกใหม่และกระตุ้นให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้เกิดสติปัญญาและสุนทรียะในสังคม ดังนั้นการสร้างพื้นที่ขนาดย่อมจำนวนมากทั่วประเทศ หรือแพลตฟอร์มออนไลน์ที่จะจัดฉายภาพยนตร์อันหลากหลายและแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันจึงเป็นเรื่องสำคัญมาก

แม้ว่าโรงภาพยนตร์ขนาดเล็กจะได้รับการสนับสนุนจากร่างกฎหมายทั้งสองฉบับให้จัดแจ้งการประกอบกิจการโดยไม่ต้องขออนุญาต แต่ควรศึกษาเพื่อค้นหารูปแบบการบริหารจัดการโรงภาพยนตร์ขนาดเล็ก หรือ พื้นที่การฉายภาพยนตร์อันหลากหลายให้อยู่รอดทางธุรกิจได้ด้วยตัวเองในระยะยาว โดยอาจศึกษาพื้นที่ในรูปแบบ Film and Culture Space หรือ Art house โดยที่รัฐและทุนขนาดใหญ่ต้องไม่ครอบงำการดำเนินการ แต่เข้ามามีส่วนหนุนเสริมทางธุรกิจ ซึ่งเป็นเรื่องที่ต้องศึกษาวิจัยอย่างเร่งด่วนต่อไป โดยสามารถศึกษาเทียบเคียงกับโมเดลในต่างประเทศ เช่น บังกลาเทศ นอร์เวย์ เดนมาร์ก อิตาลี ฝรั่งเศส และแคนาดา เป็นต้น

10.4 ควรศึกษาค้นคว้าและพิจารณาอย่างรอบคอบ กรณีข้อกฎหมายที่เข้าไปแทรกแซงการฉายและเผยแพร่ภาพยนตร์ในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ต้องหาจุดสมดุลระหว่างมาตรการกำกับดูแลภาพยนตร์ของประเทศและการส่งเสริมเสรีภาพการสร้างสรรค์ศิลปะภาพยนตร์ อันเป็นหลักการสำคัญมากในการส่งเสริมให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยเติบโตในระดับชาติและนานาชาติที่มีแนวโน้มแข่งขันสูงมาก **ต้องมีให้เป็น** **การจำกัดเสรีภาพของการนำเสนอเนื้อหา** ทั้งนี้ แพลตฟอร์มสตรีมมิ่งต่างมีมาตรการจัดระดับความเหมาะสมของผู้ชมอยู่แล้วและใช้เป็นมาตรฐานสากล การกำหนดเงื่อนไขการควบคุมเนื้อหาภาพยนตร์หรือซีรีส์เฉพาะของประเทศไทยอาจนำไปสู่แรงกดดันด้านการแข่งขันและจำกัดอิสระของความคิดสร้างสรรค์ของผู้ผลิตภาพยนตร์ในที่สุด



บรรณานุกรม

- คณวัฒน์ เจริญศิริ. (2558). ปัญหาการจัดประเภทภาพยนตร์ตามพระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551 [วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์].
- ชานนท์ ถิ่นกะทิพากร. (2562). เซ็นเซอร์หนังไทยยังมีอะไรให้ศึกษา? สำนวณทิศทางการศึกษาเซ็นเซอร์ ภาพยนตร์ไทยในมิติสังคมวัฒนธรรม. *วารสารนิเทศศาสตร์ปริทัศน์*, 23(3), 74-85.
- ประชาไท. (2567, 1 มีนาคม). ก้าวไกลยื่นร่าง 'พ.ร.บ.ภาพยนตร์' เข้าสภา - หวังทุกพรรคร่วมดัน 'บ้านญาติพี่น้อง'. <https://prachatai.com/journal/2024/03/108267>
- พรรคก้าวไกล. (2566). กองทุนภาพยนตร์ เพื่อสนับสนุนผู้ผลิตหนังหน้าใหม่. https://election66.moveforwardparty.org/policy/detail/policy_281
- พรรคเพื่อไทย. (2566, 12 เมษายน). THACCA นโยบายเพื่อ “ภาพยนตร์” ไทย. Facebook. <https://www.facebook.com/photo?fbid=805845050911146&set=pcb.805376184291366>
- ภาสวรรณ กรกขมาศ. (2554). การเซ็นเซอร์ภาพยนตร์ไทยภายใต้พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551: ทศวรรษจากผู้กำกับภาพยนตร์ไทยและผู้ปกครองในเขตภาคเหนือตอนล่าง. *วารสารวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์*, 6(1), 41-50.
- รักสานต์ วรรณวิฑูวงศ์, และประภัสสร เลิศอนันต์. (2565). แนวทางการปรับปรุงแก้ไขกฎกระทรวงกำหนดลักษณะของประเภทภาพยนตร์ พ.ศ. 2552 ของคณะกรรมการพิจารณาภาพยนตร์. *วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรม นิด้า*, 9(2), 1-18.
- รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560. (2560, 6 เมษายน). *ราชกิจจานุเบกษา*, เล่ม 134 ตอนที่ 40 ก หน้า1. <https://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2560/A/040/1.PDF>
- ร่างพระราชบัญญัติภาพยนตร์ พ.ศ....(นายอภิสิทธิ์ ไส้ตู่รัฐไกล กับคณะเป็นผู้เสนอ). *รัฐสภา*, https://web.parliament.go.th/section77/manage/files/file_20240401155727_1_375.pdf
- ร่างพระราชบัญญัติภาพยนตร์ พ.ศ...(ร่างฯ ของคณะรัฐมนตรี), <https://shorturl.asia/tlvn1>
- วรรณลักษณ์ อินทร์จันทร์. (2553). ผลกระทบของการจัดประเภทภาพยนตร์ตามพระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551 [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย].
- วิษณุพาส พิมพอักษร. (2567). การตรวจพิจารณาและกำหนดประเภทภาพยนตร์ตามพระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551: การพิจารณาภาพยนตร์เกี่ยวกับเหตุการณ์ร่วมสมัย เปรียบเทียบกรณีตามกฎหมายเยอรมัน (คำพิพากษาศาลปกครองสูงสุดที่ อร. 7/2567). *วารสารวิชาการศาลปกครอง*, 24(3), 137-154.
- สุนทร สาทา. (2545). ปัญหา อุปสรรคของการควบคุมและบังคับใช้พระราชบัญญัติภาพยนตร์ พ.ศ. 2473 [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง].



- สุรัชย์ นาควงษ์วัลย์. (2553). ปัญหากฎหมายอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยตามพระราชบัญญัติภาพยนตร์และ
วิดิทัศน์ พ.ศ. 2551 [สารนิพนธ์นิติศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม].
- สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา (2568). ร่าง พ.ร.บ. ภาพยนตร์ พ.ศ. (ร่างฯ ที่ สดก. ตรวจสอบพิจารณา
แล้ว). ระบบกลางทางกฎหมาย. https://law.go.th/listeningDetail?survey_id=NTM5MkRHQV9MQVdfRUPTlRFTkQ=
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน). (2564). รายงานการศึกษารับรองอุตสาหกรรม
สร้างสรรค์ ปี 2564 สาขาภาพยนตร์และวิดิทัศน์. <https://www.cea.or.th/th/single-industries/Creative-Industries-Development-Report-2021-Film#>
- อิทธิพล วรานุศุภากุล (2557). การกำกับดูแลสื่อภาพยนตร์ของไทย. วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม,
2(2), 36-46.
- อุณาโลม จันทรรุ่งมณีกุล. (2561). 120 ปีธุรกิจภาพยนตร์ไทยในมิติประวัติศาสตร์เศรษฐกิจและสังคมไทย.
ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อุณาโลม จันทรรุ่งมณีกุล. (2563). FILM โรงหนัง สายหนัง: ความ (ไว้) อำนาจของคนดูและศิลปิน ธุรกิจการ
ฉายภาพยนตร์และสังคมไทย พ.ศ. 2440-2561. สำนักพิมพ์ชนนิยม.
- โตม สุวงศ์. (2550). พระราชบัญญัติภาพยนตร์ 2473. วารสารหนัง : ไทย, 4(14), 233-243.
- Rattanawong, A. (2017). Monks in 26th Buddhist Era: Characters of monks in Thai films against
the code of monastic discipline. In *The Asian Conference on Cultural Studies 2017: Official Conference Proceedings*. The International Academic Forum (IAFOR).
- ArchaeoAgency. (2025, March 3). *AI's Impact on Film: Transforming Movie-Making by 2025*.
<https://archaeoagency.com/ai-impact-film-transforming-movie-making-2025/>
- Creative Media Education. (2024). *Top trends in modern film production: Navigating the
future of filmmaking*. <https://www.sae.edu/gbr/insights/top-trends-in-modern-film-production-navigating-the-future-of-filmmaking/>
- Croteau, D., & Hoynes, W. (2006). *The business of media: Corporate media and the public
interest*. Pine Forge Press.
- Farinacci, E. (2024). Film and audiovisual education in the artificial intelligence era:
Approaches and challenges. *Cinergie–Il Cinema e le altre Arti*, (26), 121-133.
- Feenberg, A. (2005). Critical theory of technology: An overview. *Tailoring Biotechnologies*,
1(1), Winter 2005.
- Kachentaraphan, P. (2018). Film regulation in Thailand. *International Journal of Management
and Applied Science*, 4(12) (December 2018).



- MCOT Digital (2566, 7 มีนาคม). *สมาคม ผกก.ภาพยนตร์ไทย ขอเรียกร้องให้หนังไทยทุกเรื่องมีพื้นที่ฉายอย่างสมศักดิ์ศรี*. <https://www.mcot.net/view/GZO7cOfT>
- Ministry of Culture. (2015, May 22). *Film laws retrofitted to reflect modern era*. https://www.moc.gov.tw/en/News_Content2.aspx?n=467&s=14493
- Piemwichai, W., & Bao Tran, T. (2023, January 10). Vietnam issues guidance on law on cinema. *Tilleke & Gibbins*. <https://www.tilleke.com/insights/vietnam-issues-guidance-on-law-on-cinema/3/>
- Rester, M. C. (2025). *The German film law 2025: Amendments and effects*. KPMG. <https://kpmg.com/de/en/home/contacts/d/christina-rester.html>
- Smith, S. (2025, May 20). *Top movies industry insights for 2025 and beyond*. <https://www.paeon.ai/blog/movie-industry-insights>
- Stocchetti, M. (2020). Critical political economy and local cinema: An introduction. In A. Rajala, D. Lindblom, & M. Stocchetti (Eds.), *The political economy of local cinema: A critical introduction* (pp. 13-37). Peter Lang.
- The Active (2567, 30 กรกฎาคม). *วธ. เปิดร่าง พ.ร.บ.ภาพยนตร์ ฉบับใหม่ คุณเข้มเนื้อหากะทบ “เกียรติภูมิประเทศ”*. <https://theactive.thaipbs.or.th/news/pop-20240730>
- The Matter. (2022, July 4). *สทภาพร่งงานสร้างสรรค์แถลงทำงาน 16 ชม. ต่อวันไม่ใช่เรื่องปกติ เรียกร้องให้มีมาตรฐานในกองถ่าย*. <https://thematter.co/brief/179561/179561>
- The Standard Team. (2024, December 17). *1 วันหลัง Doc Club & Pub. ต้องหยุดฉายหนังด้วยอุปสรรคทางกฎหมาย*. *The Standard*. <https://thestandard.co/doc-club-pub-halts-screenings-legal-issues/>
- Thitisawat, J. (2015). From censorship to rating system: Negotiations of power in Thai film industry. In *The Asian Conference on Media and Mass Communication 2015: Official Conference Proceedings*. The International Academic Forum (IAFOR).
- Vitrina. (2024). *Film production industry highlights in 2024*. <https://vitrina.ai/blog/film-production-trends-future-of-filming-vitrina-ai/>
- WFCN - The Audio Visual Industry. (2024, February 25). *The ethical crossroads of AI in cinema*. <https://www.linkedin.com/pulse/ethical-crossroads-ai-cinema-wfcn-mgfkf>
- Yumeng, W., & Xiao, W. (2025). AI ethics in film industry: Two-way interaction and balance between technological innovation and humanistic care. *Frontiers in Art Research*, 7(3), 1-5. <https://doi.org/10.25236/FAR.2025.070301>



Received: May 8, 2025
Revised: June 19, 2025
Accepted: June 30, 2025

ICSD Model จากภายในสู่ชุมชน: การบูรณาการภูมิปัญญาล้านนาและ การสื่อสารเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

The ICSD Model-From Inner Self to Community: Integrating Lanna Wisdom
and Communication for Sustainable Development

ธิติพัฒน์ เอี่ยมนิรันดร์ (Titipat Iamnirun)¹
E-mail: titipat.iam@stou.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนในบริบทของชุมชนภาคเหนือ โดยบูรณาการแนวความคิดการสื่อสารภายในตนเอง ภูมิปัญญาท้องถิ่นล้านนา และหลักธรรมทางพุทธศาสนาผ่านกรณีศึกษาวัดห้วยเกียง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเก็บข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม

ผลการวิจัย พบว่า การสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนเริ่มต้นจากการฝึกฝนภายในตนเอง ผ่านกิจกรรม เช่น การอ่าน ขีด เขียน และไตร่ตรองธรรม ซึ่งเสริมสร้างจริยธรรม ความตระหนักรู้ และความพร้อมในการมีส่วนร่วมของบุคคล วัดห้วยเกียงทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางของการสื่อสารแบบองค์รวมที่ผสมผสานศาสนา วัฒนธรรม การศึกษา และการพัฒนาชุมชน โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นสื่อกลางในการสร้างความเชื่อมโยงข้ามรุ่นและความต่อเนื่องทางวัฒนธรรม งานวิจัยได้นำเสนอโมเดล “การสื่อสารจากภายในสู่ภายนอกเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน” ซึ่งประกอบด้วย การสื่อสารในระดับภายในตน ระหว่างบุคคล และระดับชุมชน โดยมีจิตตปัญญาและวัฒนธรรมเป็นแกนกลางของกระบวนการ อันเป็นแนวทางการพัฒนาที่สามารถขยายผลสู่พื้นที่อื่นได้อย่างมีคุณค่าและยั่งยืน

คำสำคัญ การสื่อสารภายในตนเอง ภูมิปัญญาล้านนา การสื่อสารชุมชน การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม
การพัฒนาที่ยั่งยืน

¹ สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

(School of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University)



Abstract

This research aims to explore a communication model for sustainable development rooted in Lanna indigenous wisdom, intrapersonal communication, and Buddhist principles through a case study of Wat Huai Kiang, Chiang Mai Province, Thailand. A qualitative research methodology was employed, involving in-depth interviews, participant observation, and cultural document analysis.

The findings reveal that sustainable development in the community context begins with self-transformation, cultivated through daily practices such as reading, writing, self-reflection, and meditation. These practices nurture ethical consciousness and civic engagement. Wat Huai Kiang functions as a holistic communication hub integrating religion, culture, education, and development, with Lanna wisdom serving as a communicative bridge across generations and traditions. The study proposes the Inner-Originated Communication for Sustainable Development (ICSD) Model, which comprises intrapersonal, interpersonal, and community-level communication. The model emphasizes contemplative awareness and cultural continuity as the foundation for participatory and sustainable development that can be adapted to other local contexts.

Keywords: Intrapersonal communication, Lanna wisdom, Community communication, Participatory Communication, Sustainable development

ความเป็นมาและความสำคัญของการวิจัย

ในยุคแห่งการเปลี่ยนผ่านอย่างรวดเร็วของโลกาภิวัตน์ (globalization transition), ชุมชนในภาคเหนือของประเทศไทยกำลังเผชิญกับกระแสการเปลี่ยนแปลงหลากหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็น เศรษฐกิจ ที่เปลี่ยนจากระบบเกษตรกรรมเป็นเศรษฐกิจการบริการและการท่องเที่ยว สังคม ที่มีการเคลื่อนย้ายแรงงานและความสัมพันธ์ระหว่างรุ่นที่เปลี่ยนแปลง วัฒนธรรม ที่ถูกท้าทายจากการบริโภควัฒนธรรมสมัยใหม่ และเทคโนโลยี ที่ส่งผลกระทบทั้งด้านบวกและด้านลบต่อวิถีชีวิตของผู้คนในระดับท้องถิ่น (สุรพล ดำริห์กุล, 2562; Castells, 2010) เฉพาะในพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย ซึ่งมีวัฒนธรรมล้านนาเป็นรากฐานของอัตลักษณ์ชุมชน การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ส่งผลต่อความต่อเนื่องของภูมิปัญญา การสื่อสารแบบดั้งเดิม และบทบาทของวัดในฐานะศูนย์กลางทางวัฒนธรรมและจริยธรรมของชุมชน (สนั่น ธรรมธิ, 2560) ความทันสมัยที่เกิดขึ้นโดย



ปราศจากกระบวนการคัดกรองคุณค่า นำไปสู่การลดความศรัทธาต่อสถาบันทางศาสนา ความอ่อนแอของความสัมพันธ์ระหว่างคนในชุมชน และการลดบทบาทของ “ปัญญาเชิงคุณค่า” (value-based wisdom) ที่เคยเป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิตอย่างพอเพียงและสมดุล (พระไพศาล วิสาโล, 2560)

การเปลี่ยนผ่านทางเทคโนโลยี โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้รูปแบบการสื่อสารเปลี่ยนจากปฏิสัมพันธ์แบบเผชิญหน้า (face-to-face) เป็นการสื่อสารแบบเร่งด่วนและกระจายส่ง ผลให้เกิดช่องว่างระหว่างวัย และการขาดพื้นที่สนทนาทางวัฒนธรรม (Dutta, 2018) ในขณะที่เยาวชนเข้าสู่โลกดิจิทัล กลุ่มผู้สูงอายุจำนวนมากยังคงใช้ระบบคุณค่าดั้งเดิมในการตีความสังคม ส่งผลให้เกิดการตัดขาดของความรู้ข้ามรุ่น ภายใต้บริบทนี้ การสื่อสารไม่ได้เป็นเพียงกระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลเท่านั้น แต่กลายเป็น “เครื่องมือกลาง” (mediating tool) ที่สามารถฟื้นฟูคุณค่าชุมชน สานต่อภูมิปัญญาท้องถิ่น และนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน ทั้งในเชิงจิตใจและสังคม หากสามารถออกแบบการสื่อสารที่เริ่มจากการ “พัฒนาตนเองภายใน” (intrapersonal transformation) ไปสู่การมีส่วนร่วมของชุมชน (community participation) ได้อย่างลึกซึ้งและสมดุล (Servaes, 2008)

ด้วยเหตุนี้ งานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นการศึกษาการบูรณาการกระบวนการสื่อสารภายในตนเองตามแนวพุทธศาสนา ร่วมกับภูมิปัญญาท้องถิ่นล้านนา ผ่านกรณีศึกษาของวัดห้วยเกียง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างแบบจำลองการสื่อสารที่เชื่อมโยงจิตใจ วัฒนธรรม และการพัฒนาที่ยั่งยืนของชุมชนท้องถิ่นในยุคแห่งการเปลี่ยนแปลง

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนในบริบทของชุมชนภาคเหนือ โดยบูรณาการแนวคิดการสื่อสารภายในตนเอง ภูมิปัญญาท้องถิ่นล้านนา และหลักธรรมทางพุทธศาสนา ผ่านกรณีศึกษาวัดห้วยเกียง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษานี้มีจุดมุ่งหมายในการพัฒนาแนวคิดและรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยมีรากฐานทางแนวคิดจาก 4 แกนหลักคือ 1) การสื่อสารภายในตนเอง (Intrapersonal Communication) 2) การสื่อสารชุมชน (Community Communication) 3) ภูมิปัญญาท้องถิ่นล้านนา (Lanna Indigenous Knowledge) และ 4) หลักธรรมทางพุทธศาสนา (Buddhist Dhamma Principles) ซึ่งแต่ละแนวคิดสามารถอธิบายได้ดังนี้



1. **การสื่อสารภายในตนเอง (Intrapersonal Communication)** การสื่อสารภายในตนเอง หมายถึง กระบวนการที่บุคคลสะท้อนคิดกับตนเอง เพื่อสร้างความเข้าใจ ความหมาย และจุดยืนทางจริยธรรม ในสถานการณ์ต่าง ๆ ซึ่งถือเป็นจุดเริ่มต้นของการสื่อสารที่แท้จริง (McCormack & Ortiz, 2020) โดยเฉพาะใน มิติของการพัฒนาชุมชน หากบุคคลขาดการใคร่ครวญหรือความรู้เท่าทันตนเอง ย่อมส่งผลกระทบต่อคุณภาพของ การมีส่วนร่วมในระดับสังคม ในงานวิจัยนี้ได้เน้นย้ำบทบาทของการฝึกฝนตนเอง เช่น การอ่าน ซิต เขียน และ ไตร่ตรอง ซึ่งสอดคล้องกับหลักการจิตตปัญญาศึกษา (Contemplative Education) ที่ส่งเสริมให้บุคคล พัฒนาการรู้ภายใน (inner awareness) ซึ่งเป็นรากฐานของการเปลี่ยนแปลงเชิงคุณค่า (Orr, 2011)

2. **การสื่อสารชุมชน (Community Communication)** แนวคิดด้านการสื่อสารชุมชนโดย Servaes (2008) เน้นว่า การสื่อสารมิใช่กระบวนการถ่ายทอดข้อมูลเพียงฝ่ายเดียว แต่เป็นการสร้างพื้นที่ แลกเปลี่ยนที่ให้ความสำคัญกับ “เสียงของชุมชน” และ “การมีส่วนร่วม” ของทุกภาคส่วน โดยเฉพาะในบริบท ชุมชนท้องถิ่นที่มีวัฒนธรรมเฉพาะตน Freire (1970) ได้เสนอแนวคิดการศึกษาที่ปลดปล่อยผ่านการสื่อสาร แบบปฏิสัมพันธ์ (dialogic communication) ซึ่งถูกนำมาปรับใช้กับกระบวนการพัฒนาแบบมีส่วนร่วม (Participatory Development) ซึ่งสอดคล้องกับบริบทของวัดห้วยเกียงที่ใช้เวทีทางวัฒนธรรมในการสนทนา แลกเปลี่ยน และสร้างฉันทามติร่วมกับชุมชน

3. **ภูมิปัญญาท้องถิ่นล้านนา (Lanna Indigenous Knowledge)** ภูมิปัญญาล้านนา หมายถึง องค์ความรู้ที่สั่งสมในชุมชนท้องถิ่นภาคเหนือผ่านประสบการณ์ การปฏิบัติ และการส่งต่อจากรุ่นสู่รุ่น เช่น ความรู้ด้านสมุนไพรล้านนา ระบบอักษรพื้นถิ่น การทำตุง และพิธีกรรมต่าง ๆ (สนั่น ธรรมธิ, 2560) ภูมิปัญญา เหล่านี้มิได้เป็นเพียงเรื่องของวัฒนธรรม แต่ยังเป็นสื่อกลางในการสื่อสารคุณค่าทางสังคม เช่น ความกตัญญู การอยู่ร่วมกันอย่างสมานฉันท์ และจริยธรรมแบบพุทธ ในขณะที่โลกาภิวัตน์ส่งผลให้ความรู้เหล่านี้ลดบทบาท ลง การบูรณาการภูมิปัญญาล้านนาผ่านกิจกรรมชุมชนจึงเป็นกลยุทธ์สำคัญในการรักษาอัตลักษณ์ และฟื้นฟู ทุนทางวัฒนธรรม (UNESCO, 2003)

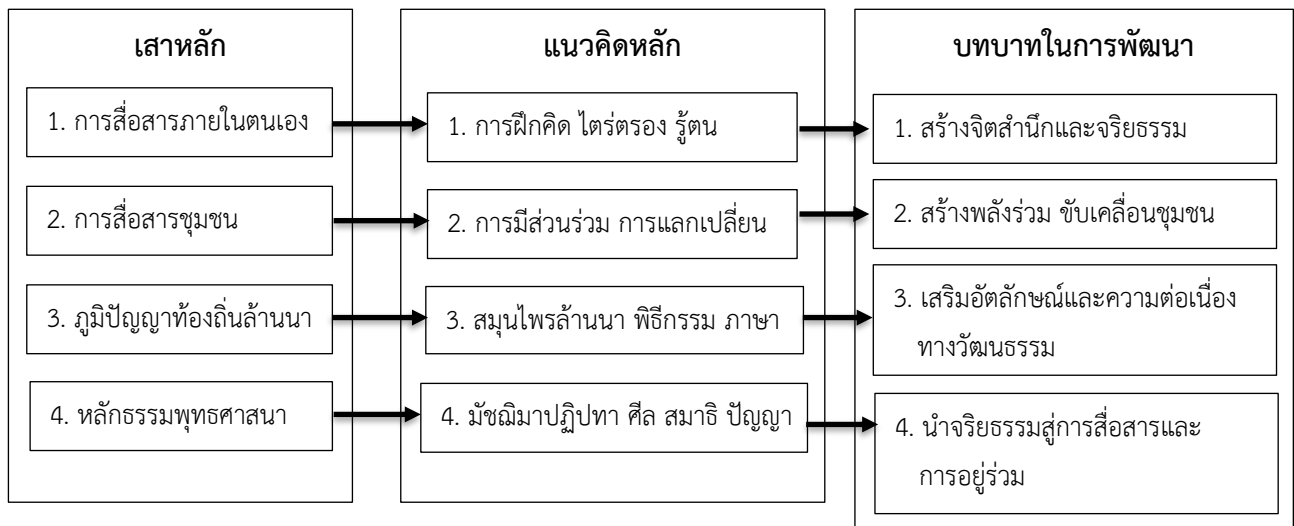
4. **หลักธรรมทางพุทธศาสนา (Buddhist Dhamma Principles)** พุทธศาสนาในบริบทล้านนา ไม่ใช่เพียงคำสอนทางศาสนา แต่เป็นระบบคุณค่า (value system) ที่ฝังแน่นอยู่ในการดำเนินชีวิตของผู้คน เช่น หลักอริยมรรคมีองค์แปด หลักเศรษฐกิจพอเพียง และมีขนิมปาฏิปาถ ล้วนเป็นแนวทางการพัฒนาที่เน้น สมดุล ระหว่างปัจเจก ชุมชน และธรรมชาติ (พระพรหมคุณาภรณ์ [ป.อ. ปยุตฺโต], 2558) วัดในฐานะศูนย์กลาง ของชุมชน จึงมีบทบาทในฐานะ “ผู้นำทางจริยธรรม” และ “สื่อกลางแห่งการเรียนรู้ร่วม” ที่ส่งเสริม การสื่อสารอย่างมีสติและคุณธรรม (Kabilsingh, 1991)



กรอบความคิดทางทฤษฎี (Theoretical Framework)

จากการสังเคราะห์วรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยได้ออกแบบกรอบความคิดทางทฤษฎีเพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์กระบวนการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนในบริบทของวัดห้วยเกียง ดังนี้

กรอบแนวคิด “4 เสาหลักของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนบนฐานวัฒนธรรมล้านนา”



วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้กรณีศึกษาของวัดห้วยเกียง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อทำความเข้าใจรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนที่มีรากฐานจากภูมิปัญญาล้านนาและหลักธรรมพุทธศาสนา

รูปแบบการวิจัยใช้แนวทางการศึกษาเชิงกรณี โดยเลือกวัดห้วยเกียงที่เป็นศูนย์กลางการพัฒนาวัฒนธรรมและจริยธรรมของชุมชนล้านนา เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลักโดยการคัดเลือกแบบเจาะจง จากผู้เกี่ยวข้องกับกระบวนการพัฒนาวัดห้วยเกียงโดยตรง จำนวน 7 คน ประกอบด้วย 1) พระครูสุธรรมานุสฐ (วิชัย วัฒนเมธี) เจ้าอาวาสวัดห้วยเกียง 1 รูป 2) ปราชญ์ชุมชน จำนวน 2 คน 3) พระ 1 รูป 4) ผู้นำชุมชน 1 คน 5) ชาวบ้าน 1 คน และ 6) นักวิชาการด้านวัฒนธรรมล้านนา 1 คน ใช้การเก็บข้อมูลแบบสามเส้า (Data Triangulation) ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง การสังเกตแบบมีส่วนร่วมในกิจกรรมวัด การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยใช้กระบวนการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาแบบตีความ โดยแบ่งเป็นด้านการลดข้อมูล และจัดหมวดหมู่ การสังเคราะห์และตีความ การตรวจสอบความน่าเชื่อถือ และใช้เทคนิค Triangulation เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของข้อมูล



ผลการวิจัย

ผลการวิจัย พบว่า กระบวนการสื่อสารเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ภายใต้แนวปฏิบัติของวัดห้วยเกียง และพระครูสุธรรมานุสฐิ (วิชัย วณณเมธี) เจ้าอาวาสวัดห้วยเกียง นั้นมีลักษณะเฉพาะคือ เริ่มต้นจากการ “ฝึกฝนภายในตน” ผ่านกิจกรรมทางวัฒนธรรมและธรรมะ เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงจากระดับปัจเจก ไปสู่ระดับชุมชน กระบวนการดังกล่าวได้พัฒนาเป็นรูปแบบการสื่อสารแบบองค์รวมอย่างยั่งยืน ที่เรียกว่า โมเดล ICSD – Inner-Originated Communication for Sustainable Development ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ประเด็นย่อย ดังนี้

1. การสื่อสารภายในตน (Intrapersonal Communication for Ethical Cultivation) พระครูสุธรรมานุสฐิ (วิชัย วณณเมธี) เจ้าอาวาสวัดห้วยเกียง เน้นให้พระภิกษุและชาวบ้านฝึกตนผ่านกระบวนการที่เรียกว่า “อ่าน ชีต เขียน และไตร่ตรอง” ซึ่งเป็นการฝึกสติ สมาธิ และการคิดเชิงจริยธรรม (ethical reasoning) โดยมีรากฐานจากแนวคิดพุทธจิตตปัญญาที่ผสมผสานการรู้ตน (self-awareness) เข้ากับการตั้งคำถามเกี่ยวกับบทบาทของตนในสังคม (พระไพศาล วิสาโล, 2562) แนวคิดนี้สอดคล้องกับงานของ David Orr (2011) และ Ritchhart et al., (2011) ที่กล่าวว่า การคิดแบบสะท้อน (reflective thinking) คือ ทักษะพื้นฐานของผู้นำชุมชนที่มีจริยธรรม และต้องฝึกฝนผ่านวินัยภายใน

2. วัดในฐานะศูนย์กลางการสื่อสาร (Temple as a Holistic Communication Hub) วัดห้วยเกียงไม่ใช่เพียงศูนย์กลางทางศาสนา แต่กลายเป็นสื่อกลางของการสื่อสารเชิงพัฒนาที่มีบทบาทครอบคลุม การสอนธรรมะ การพัฒนาสมุนไพรรักษาโรค การอบรมเยาวชน การรักษาสัตว์และสิ่งแวดล้อม และการฟื้นฟูภาษาอักษรล้านนา แนวคิดนี้สนับสนุนโดย Jurgen Habermas (1984) ซึ่งระบุว่า สถาบันทางศาสนาและวัฒนธรรมสามารถทำหน้าที่เป็น “พื้นที่สาธารณะ” (public sphere) ที่ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างมีเหตุผลและมีคุณธรรมในบริบทล้านนา วัดทำหน้าที่นี้ผ่านพิธีกรรม ประเพณี และกิจกรรมร่วมของชุมชน

3. การมีส่วนร่วมบนฐานวัฒนธรรม (Cultural-Based Participatory Communication) การศึกษา พบว่า กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนไม่ได้เกิดจากนโยบาย แต่เริ่มจากกิจกรรมที่คนในชุมชน “เชื่อมโยงกันด้วยวัฒนธรรม” เช่น การทำตุงในงานบุญ การเล่าเรื่องทางธรรมในภาษาแม่ (อักษรล้านนา) และการร่วมกันรำลึกถึงบรรพชน สิ่งเหล่านี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Paulo Freire (1970) และ Tufte & Mefalopulos (2009) ที่กล่าวว่า การสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงต้องยึดฐานวัฒนธรรมของผู้คน และทำให้เกิดการตีความร่วมในแบบที่มีความหมายกับชีวิตจริง

4. การบูรณาการการสื่อสาร (Integrated Communication Model ICSD) จากข้อมูลทั้งหมด ผู้วิจัยได้นำเสนอ “โมเดล ICSD” ICSD ย่อมาจาก Inner-Originated Communication for Sustainable Development หรือ “การสื่อสารจากภายในสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน” ซึ่งแสดงถึงการประสานการสื่อสาร 3 ระดับ คือ



- 4.1 การสื่อสารภายในตน (Intrapersonal) เพื่อสร้างจริยธรรม ความชัดเจนในตน
- 4.2 การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal) ผ่านเวทีสนทนาในวัด กลุ่มกัลยาณมิตร
- 4.3 การสื่อสารระดับชุมชน (Community-based Communication) เช่น การประกาศกิจกรรมผ่านเสียงตามสาย การตั้งเวทีชาวบ้าน การใช้ศิลปวัฒนธรรม

โมเดลนี้สอดคล้องกับแนวคิด “การสื่อสารเพื่อการพัฒนาแบบองค์รวม” (holistic development communication) ของ Servaes (2008) ที่ชี้ว่า ความยั่งยืนจะเกิดขึ้นได้เมื่อการสื่อสารเริ่มจากจิตใจและคุณค่าของผู้คนในพื้นที่

5. อุปสรรคและนวัตกรรม (Challenges and Innovations) แม้กระบวนการดังกล่าวจะส่งผลดี แต่ก็พบอุปสรรคหลายประการ ได้แก่ ความห่างเหินระหว่างวัย (generation gap) ความไม่คุ้นเคยกับภูมิปัญญาท้องถิ่นในหมู่เยาวชน ความเข้าใจผิดเกี่ยวกับบทบาทของวัดในสังคมสมัยใหม่ เพื่อรับมือกับปัญหาเหล่านี้ ชุมชนได้พัฒนานวัตกรรมสื่อสารแบบใหม่ เช่น การสร้างวิดีโอ TikTok ที่เล่าเรื่องราวประวัติศาสตร์ท้องถิ่น การฝึกสื่อดิจิทัลให้กับพระภิกษุและผู้นำเยาวชน การออกแบบกิจกรรมข้ามรุ่นที่ผสมผสานพิธีกรรมกับดนตรีร่วมสมัย ซึ่งแนวทางเหล่านี้สามารถอธิบายผ่านทฤษฎีการสื่อสารเพื่อเยาวชน (Youth Participatory Communication) โดย UNICEF (2011) และ Dutta (2018) ว่าเป็นวิธีเชื่อมต่อความคิดระหว่างรุ่นผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษานี้แสดงให้เห็นว่า การพัฒนาอย่างยั่งยืนในชุมชนไม่สามารถเกิดขึ้นจากนโยบายหรือเทคโนโลยีเพียงอย่างเดียว แต่ต้องอาศัยกระบวนการสื่อสารที่ “เริ่มต้นจากภายใน” และสอดคล้องกับวัฒนธรรม โดยมีวัดและภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นตัวกลางสำคัญ

งานวิจัยนี้เสนอข้อค้นพบที่สำคัญคือ การพัฒนาอย่างยั่งยืนในระดับชุมชน มิได้เริ่มจากนโยบายภายนอกหรือเครื่องมือเทคโนโลยี แต่เริ่มจากการเปลี่ยนแปลงภายในจิตใจของบุคคล โดยผ่านกระบวนการที่เรียกว่า “การสื่อสารภายในตนเอง” (Intrapersonal Communication) ซึ่งประกอบด้วยการตั้งคำถามกับตนเอง การรู้เท่าทันอารมณ์ ความคิด และเจตนาของตน และการตัดสินใจโดยมีหลักธรรมเป็นพื้นฐาน

1. การเปลี่ยนจาก “ภายใน” สู่ “ภายนอก” การเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการฝึกฝนภายในจิตใจ เป็นสิ่งที่พระไพศาล วิสาโล (2562) เรียกว่า “การปฏิรูปแบบจิตตภาวนา” ซึ่งหมายถึง การสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างด้วยพลังของจิตที่ตระหนักรู้ ซึ่งมีความสอดคล้องกับหลัก “มัชฌิมาปฏิปทา” ที่เน้นการดำเนินชีวิตอย่างสมดุล ไม่สุดโต่งไปทางวัตถุนิยมหรือความเคร่งครัดจนขาดเมตตา แนวคิดนี้ใกล้เคียงกับทฤษฎี Contemplative Inquiry ที่เสนอโดย Palmer (2004) ซึ่งระบุว่า การเปลี่ยนแปลงอย่างลึกซึ้งในระดับสังคมต้องเกิดจาก “individual transformation” ก่อนจึงจะเกิด “communal transformation”



2. การสื่อสารไม่ใช่เพียงเครื่องมือ แต่คือ “กระบวนการสร้างจริยธรรม” การสื่อสารที่วัดห้วยเกียงใช้ ไม่ใช่แค่การบอกเล่าข่าวสารหรือโน้มน้าวความคิด แต่เป็นกระบวนการสร้าง “พื้นที่ของการใคร่ครวญร่วม” (shared reflection space) โดยผ่านพิธีกรรม วัฒนธรรม และการมีส่วนร่วมทางจิตใจของคนในชุมชน ซึ่งตรงกับแนวคิด Ethical Communication ของ Noddings (2012) ที่กล่าวว่าสื่อสารที่ดีคือ การสื่อสารที่นำไปสู่ความหวัง โศกนาฏกรรม และความรับผิดชอบต่อกัน

3. วัดเป็น “พื้นที่สาธารณะ” ที่มีรากฐานทางจิตวิญญาณ ในบริบทล้านนา วัดไม่ใช่เพียงสถานที่ประกอบพิธีกรรมทางศาสนา แต่ทำหน้าที่เป็น “พื้นที่สาธารณะ” (public space) ที่ผสมผสาน การศึกษา และวัฒนธรรมเข้าด้วยกัน ซึ่งช่วยให้ชุมชนสามารถใช้วัดเป็นเวทีสนทนา แลกเปลี่ยน และตัดสินใจอย่างมีส่วนร่วม แนวคิดนี้สอดคล้องกับ Habermas (1984) ที่ระบุว่า พื้นที่สาธารณะที่แท้จริงคือพื้นที่ที่ผู้คนสามารถสื่อสารด้วยเหตุผลและศีลธรรม โดยไม่ถูกครอบงำด้วยอำนาจ หรือกลไกตลาด

4. การผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นกับทฤษฎีสมัยใหม่ โมเดล ICSD ที่พัฒนาจากงานวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า ภูมิปัญญาล้านนา เช่น การทำตุง การบวชลูกแก้ว การใช้สมุนไพร หรือการสวดภาษาล้านนา สามารถทำหน้าที่เป็นเครื่องมือสื่อสารทางจริยธรรม ที่เชื่อมคนต่างวัย คนต่างฐานะ และคนต่างความเชื่อ ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมแบบวัฒนธรรม แนวคิดนี้สนับสนุนมุมมองของ Sen (1999) ที่เสนอว่า “อิสรภาพทางวัฒนธรรม” เป็นปัจจัยสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งต้องให้ประชาชนสามารถกำหนดความหมายของการพัฒนาด้วยตนเอง ไม่ใช่ผ่านแบบแผนที่ถูกกำหนดจากภายนอก

5. การประยุกต์ใช้โมเดล ICSD ในบริบทอื่น โมเดลการสื่อสารจากภายในสู่ภายนอก (ICSD) ที่พัฒนาขึ้นจากบริบทล้านนา มีศักยภาพในการขยายผลไปยังพื้นที่อื่น ๆ เช่น การสร้างหลักสูตร “จิตตปัญญาศึกษา” ในโรงเรียน การอบรมผู้นำชุมชนให้ใช้การสื่อสารภายในตนเพื่อแก้ปัญหาความขัดแย้ง การประยุกต์ใช้พิธีกรรมเป็นเครื่องมือในการฟื้นฟูทางสังคมในชุมชนที่เปราะบาง ซึ่งทั้งหมดสะท้อนถึงแนวคิด “การพัฒนาแบบองค์รวม” (holistic development) ที่เน้นความสัมพันธ์ระหว่าง จิตใจ-สังคม-วัฒนธรรม-สิ่งแวดล้อมอย่างสมดุล

ข้อค้นพบจากการวิจัยครั้งนี้

การพัฒนาที่ยั่งยืนของชุมชนสามารถเริ่มต้นได้จาก การเปลี่ยนแปลงภายในจิตใจของบุคคล ผ่านกระบวนการสื่อสารภายในตนเองที่มีรากฐานจากภูมิปัญญาล้านนาและหลักธรรมทางพุทธศาสนา โดยมีวัดเป็นศูนย์กลางของการสื่อสารแบบองค์รวม ที่เชื่อมโยงจิตใจ วัฒนธรรม และการมีส่วนร่วมของชุมชนเข้าไว้ด้วยกันอย่างเป็นระบบ ดังนี้



1. จุดเริ่มต้นจาก “ภายใน”

การฝึกตนผ่านการอ่าน ชีต เขียน ไตร่ตรอง และภาวนา ทำให้บุคคลเกิดจริยธรรม ความชัดเจนทางความคิด และความพร้อมในการมีส่วนร่วมในชุมชน

2. บทบาทของวัด

วัดห้วยเกียกมีใช้เป็นเพียงศูนย์ศาสนา แต่เป็น “พื้นที่สื่อสารพัฒนา” ที่ประสานศาสนา วัฒนธรรม การศึกษา และการฟื้นฟูภูมิปัญญาอย่างมีชีวิต

3. ภูมิปัญญาล้านนาเป็นเครื่องมือสื่อสาร

พิธีกรรม วัฒนธรรม และภาษาท้องถิ่นล้านนา ทำหน้าที่เป็น “สื่อกลางของคุณค่า” ที่สร้างความเชื่อมโยงข้ามรุ่นและส่งเสริมพลังทางสังคม

4. โมเดล ICSD

งานวิจัยได้พัฒนาโมเดล “Inner-Originated Communication for Sustainable Development (ICSD)” ซึ่งเชื่อมโยงการสื่อสารใน 3 ระดับ ได้แก่

4.1 ระดับภายในตน (intrapersonal)

4.2 ระหว่างบุคคล (interpersonal)

4.3 ระดับชุมชน (community)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1.1 สำหรับวัดและพระสงฆ์ในชุมชน

1) ควรส่งเสริมบทบาทของวัดให้เป็น “ศูนย์กลางการสื่อสารเพื่อการพัฒนา” โดยใช้กิจกรรมเชิงวัฒนธรรมและธรรมะ เช่น การทำตุง การบวชลูกแก้ว การเทศน์มหาชาติ และการสวดภาษาล้านนา เป็นเครื่องมือในการสร้างความร่วมมือของชุมชน

2) พระสงฆ์ควรได้รับการพัฒนา “สมรรถนะด้านการสื่อสาร” โดยเฉพาะทักษะด้านจิตตปัญญา (contemplative communication) และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างสร้างสรรค์

1.2 สำหรับเยาวชนและโรงเรียนในพื้นที่

1) ควรมีการบูรณาการหลักสูตร “ภูมิปัญญาล้านนา” ร่วมกับกิจกรรมพัฒนาทักษะชีวิตในโรงเรียน เช่น การเรียนรู้สมุนไพร การอ่านอักษรล้านนา การฟังธรรมะผ่านการเล่าเรื่อง

2) ควรจัดเวิร์กช็อปหรือโครงการ “เยาวชนสร้างสรรค์สื่อวัฒนธรรม” โดยใช้แพลตฟอร์มที่เยาวชนคุ้นเคย เช่น TikTok, YouTube, Podcast เพื่อให้วัฒนธรรมท้องถิ่นถูกส่งต่อในภาษาร่วมสมัย



1.3 สำหรับผู้นำชุมชน/องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

- 1) ควรสนับสนุนการจัดกิจกรรมข้ามรุ่นระหว่างผู้สูงอายุและเยาวชน เช่น “คืนวันวัฒนธรรม” หรือ “บวชลูกแก้วจำลอง” เพื่อฟื้นฟูความสัมพันธ์ในครอบครัวและชุมชน
- 2) ควรจัดตั้ง “เครือข่ายวัดเพื่อการสื่อสารชุมชน” ในระดับตำบลหรืออำเภอ เพื่อแลกเปลี่ยนแนวทางการใช้วัดเป็นพื้นที่กลางของการพัฒนา

2. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและวิชาการ

2.1 นโยบายระดับชาติและภูมิภาค

- 1) กระทรวงวัฒนธรรมและกระทรวงศึกษาธิการควรร่วมมือกันออกแบบ “นโยบายการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นผ่านการสื่อสาร” โดยใช้วัดและปราชญ์ของชุมชนเป็นฐานของการเรียนรู้ตลอดชีวิต
- 2) สนับสนุนงบประมาณวิจัยเพื่อพัฒนา “ต้นแบบศูนย์เรียนรู้เชิงวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน” ที่เชื่อมโยงวัด โรงเรียน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเข้าด้วยกัน

2.2 เชิงวิชาการ

- 1) ควรมีการพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ในศาสตร์นิเทศศาสตร์ที่บูรณาการ “การสื่อสารเชิงจิตตปัญญา” (Contemplative Communication) กับ “ภูมิปัญญาวัฒนธรรม” (Cultural Epistemology)
- 2) สนับสนุนงานวิจัยเชิงคุณภาพที่มีความลึกทางจิตวิญญาณ (spiritual depth research) เพื่อสร้างทฤษฎีใหม่ด้านการพัฒนาบนฐานของ “การเปลี่ยนแปลงจากภายใน”

งานวิจัยนี้สะท้อนความยั่งยืนในหลายมิติ ผ่านข้อเสนอแนะที่มุ่งเน้นการสร้างการเปลี่ยนแปลงจากภายในสู่ภายนอก และการรักษาคุณค่าดั้งเดิมควบคู่กับการปรับตัวให้เข้ากับยุคสมัย การสะท้อนความยั่งยืนในงานวิจัยนี้ การเริ่มต้นจากภายใน (Inner-Originated Transformation) โดยงานวิจัยนี้เสนอว่า การพัฒนาที่ยั่งยืนเริ่มต้นจากการเปลี่ยนแปลงภายในจิตใจของบุคคล ผ่านกระบวนการสื่อสารภายในตนเอง เช่น การอ่าน การขีดเขียน การไตร่ตรอง และการภาวนา ซึ่งการพัฒนาตนเองนี้เป็นรากฐานที่มั่นคงสำหรับการเปลี่ยนแปลงในระดับชุมชนอย่างยั่งยืน เพราะเป็นการสร้างจิตสำนึกและจริยธรรมที่ฝังลึก โดยข้อเสนอแนะที่สะท้อนการสะท้อนความยั่งยืนหลากหลายมิติในงานวิจัยนี้ ได้แก่

- 1) วัด / พระสงฆ์สะท้อนให้เห็นการ “ฝึกทักษะจิตตปัญญา” เป็นการเน้นการพัฒนาภายในให้กับผู้นำทางจิตวิญญาณ ซึ่งจะส่งผลต่อไปยังชุมชน
- 2) นักวิชาการ / นักวิจัยสะท้อนให้เห็นการ “พัฒนาองค์ความรู้ใหม่ จิตตปัญญา + วัฒนธรรม = การสื่อสารพัฒนา” ซึ่งสนับสนุนแนวคิดการพัฒนาที่เริ่มต้นจากความเข้าใจและสำนึกภายใน
- 3) การบูรณาการภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรม (Integration of Local Wisdom and Culture) สะท้อนให้เห็นการ งานวิจัยเน้นย้ำบทบาทของภูมิปัญญาล้านนาและหลักธรรมทางพุทธศาสนาในการเป็น



สื่อกลางและแกนกลางของกระบวนการพัฒนา การรักษาและฟื้นฟูคุณค่าทางวัฒนธรรมเหล่านี้ช่วยสร้างความต่อเนื่องทางวัฒนธรรมและความเชื่อมโยงข้ามรุ่น ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของความยั่งยืนทางสังคมและวัฒนธรรม

4) วัด / พระสงฆ์ สะท้อนให้เห็นการ “พัฒนาวัดให้เป็นศูนย์กลางสื่อสารวัฒนธรรม” โดยใช้กิจกรรมทางวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือ

5) เยาวชน / โรงเรียน สะท้อนให้เห็นการ “ส่งเสริมการเรียนรู้ผ่านกิจกรรมภูมิปัญญา” เพื่อให้ภูมิปัญญาไม่สูญหายและถูกส่งต่อ

6) ภาครัฐ / กระทรวง สะท้อนให้เห็นการ “จัดทำนโยบายสนับสนุนภูมิปัญญาท้องถิ่น” แสดงให้เห็นถึงการตระหนักถึงคุณค่าของวัฒนธรรมในระดับนโยบาย

7) การมีส่วนร่วมและสร้างเครือข่ายของชุมชน (Community Participation and Networking) สะท้อนให้เห็นการพัฒนา โมเดล ICSD และข้อเสนอแนะต่างๆ เน้นการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนทุกภาคส่วน รวมถึงการสร้าง “พื้นที่สาธารณะ” ที่วัดเพื่อการสนทนาแลกเปลี่ยน ซึ่งส่งเสริมความสัมพันธ์และพลังของชุมชนในการขับเคลื่อนการพัฒนาด้วยตนเอง การมีส่วนร่วมนี้ทำให้การพัฒนาเป็นของชุมชนอย่างแท้จริงและมีความยั่งยืน

8) ผู้นำชุมชน / อบต. สะท้อนให้เห็นการ “สร้างกิจกรรมข้ามรุ่น – ส่งเสริมวัดเป็นพื้นที่สาธารณะทางวัฒนธรรม” เพื่อให้เกิดพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนและความร่วมมือ

9) วัด / พระสงฆ์ “พัฒนาวัดให้เป็นศูนย์กลางสื่อสารวัฒนธรรม” โดยใช้กิจกรรมต่าง ๆ สร้างความร่วมมือของชุมชน

10) การปรับตัวและนวัตกรรม (Adaptation and Innovation) แม้จะให้ความสำคัญกับภูมิปัญญาดั้งเดิม แต่งานวิจัยก็ตระหนักถึงอุปสรรคจากความห่างเหินระหว่างวัยและเทคโนโลยี และเสนอให้นำนวัตกรรมสื่อสารสมัยใหม่ เช่น TikTok มาใช้ในการส่งต่อวัฒนธรรม การปรับตัวนี้เป็นสิ่งสำคัญเพื่อให้ภูมิปัญญาและคุณค่ายังคงอยู่และเข้าถึงคนรุ่นใหม่ได้ ซึ่งเป็นกุญแจสู่ความยั่งยืนในยุคที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็ว

11) เยาวชน / โรงเรียน สะท้อนให้เห็นการ “สื่อดิจิทัลร่วมสมัย” เป็นการเสนอแนวทางในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อส่งต่อวัฒนธรรม

12) การพัฒนาแบบองค์รวม (Holistic Development) สะท้อนให้เห็นการพัฒนาโมเดล ICSD สะท้อนการพัฒนาที่เชื่อมโยงมิติของจิตใจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุล ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนที่ครอบคลุมทุกด้าน ไม่ใช่เพียงแค่ด้านเศรษฐกิจหรือวัตถุ

ทุกข้อเสนอแนะที่เชื่อมโยงแต่ละกลุ่มเป้าหมายเข้ากับมิติทางวัฒนธรรม จิตใจ และสังคมเพื่อสร้างความสมดุลในการพัฒนา สรุปได้ว่า งานวิจัยนี้สะท้อนความยั่งยืนผ่านการเน้นการเปลี่ยนแปลงจากภายใน



การรักษาและฟื้นฟูคุณค่าทางวัฒนธรรม การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน การปรับตัวด้วยนวัตกรรม และการมองการพัฒนาแบบองค์รวม ซึ่งเป็นรากฐานที่สำคัญสำหรับการดำรงอยู่และเติบโตของชุมชนในระยะยาว

บรรณานุกรม

- Damrikul, S. (2019). *Watthanatham Lanna nai boribot kanplianplaeng* [Lanna culture in the context of change]. Thai Khadi Institute. (In Thai)
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). *The SAGE handbook of qualitative research* (5th ed.). SAGE.
- Dutta, M. J. (2018). *Communication for social change: Interventions for marginalized communities*. Polity Press.
- Freire, P. (1970). *Pedagogy of the oppressed*. Continuum.
- Habermas, J. (1984). *The theory of communicative action*. Beacon Press.
- Kabilsingh, C. (1991). *Thai women in Buddhism*. Parallax Press.
- Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology* (4th ed.). SAGE.
- Kvale, S., & Brinkmann, S. (2015). *InterViews: Learning the craft of qualitative research interviewing*. SAGE.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. SAGE.
- McCornack, S., & Ortiz, J. (2020). *Reflect & relate: An introduction to interpersonal communication* (5th ed.). Bedford/St. Martin's.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2020). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (4th ed.). SAGE.
- Noddings, N. (2012). *Caring: A relational approach to ethics and moral education*. University of California Press.
- Orr, D. (2011). *Hope is an imperative: The essential David Orr*. Island Press.
- Payutto, P. A. (2015). *Phutthatham* [Buddhadhamma]. Mahachulalongkornrajavidyalaya University. (In Thai)
- Palmer, P. J. (2004). *A hidden wholeness: The journey toward an undivided life*. Jossey-Bass.
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods* (4th ed.). SAGE.
- Ritchhart, R., Church, M., & Morrison, K. (2011). *Making thinking visible*. Jossey-Bass.
- Sen, A. (1999). *Development as freedom*. Oxford University Press.



- Servaes, J. (2008). *Communication for development and social change*. SAGE Publications.
- Spradley, J. P. (1980). *Participant observation*. Holt, Rinehart and Winston.
- Thammathi, S. (2017). *Phumpanya Lanna: Rabop khwamru thongthin kap kanphatthana chumchon* [Lanna wisdom: Local knowledge systems and community development]. Chiang Mai University. (In Thai)
- Tufte, T., & Mefalopulos, P. (2009). *Participatory communication: A practical guide*. World Bank.
- UNESCO. (2003). *Convention for the safeguarding of the intangible cultural heritage*.
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000132540>
- UNICEF. (2011). *Adolescent participation in communication for development*.
https://www.unicef.org/media/114046/file/Adolescent_C4D.pdf
- Visalo, P. (2019). *Cittapanya kap kan plianplaeng lok* [Contemplative wisdom and world transformation]. Peace and Wisdom Foundation. (In Thai)



Received: December 7, 2024

Revised: April 26, 2025

Accepted: June 28, 2025

การเสริมสร้างความตระหนักรู้ในการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ

Promoting Awareness of Exercise for Health among the Elderly

สุรชาติ พุทธิมา (Surachart Putthima)¹

E-mail: surachart_put@g.cmru.ac.th

บทคัดย่อ

ผู้สูงอายุมักมีปัญหาสุขภาพกายและสุขภาพจิต อันเนื่องมาจากการเสื่อมสมรรถภาพตามอายุที่เพิ่มขึ้น โรคภัยที่เผชิญ รวมทั้งการลดลงของความสามารถหรือบทบาทที่เคยมี การส่งเสริมความตระหนักรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุผ่านการศึกษาจากระบบช่วยยกระดับคุณภาพชีวิต โดยการเสริมพลังอำนาจในการจัดการสุขภาพให้กับผู้สูงอายุ ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวควรออกแบบบนพื้นฐานของหลักการจัดการศึกษาจากระบบ ได้แก่ ความเสมอภาคทางการศึกษา การพัฒนาและพึ่งพาตนเอง บูรณาการกับวิถีชีวิต สอดคล้องกับปัญหาและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และเน้นการเรียนรู้ร่วมกันและการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อให้ผู้สูงอายุเห็นความสำคัญและจำเป็นในการออกกำลังกายโดยเปิดโอกาสให้ผู้สูงอายุกลุ่มเป้าหมายสามารถวางแผน แก้ปัญหาและมีส่วนร่วมในการดูแลสุขภาพของตนเอง จนนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพอย่างยั่งยืน สำหรับความสำเร็จของการดำเนินงานดังกล่าวขึ้นอยู่กับปัจจัยสนับสนุน ได้แก่ ผู้จัดกิจกรรม ผู้สูงอายุที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย การออกแบบกิจกรรม ภาควิชาเครือข่ายดำเนินงาน และทุนทางสังคม ส่วนข้อจำกัดที่ผู้จัดกิจกรรมควรพิจารณาประกอบด้วยเจตคติไม่พึงประสงค์ของผู้สูงอายุที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย กิจกรรมที่ขัดขวางความหลากหลายตามความต้องการและสมรรถภาพทางร่างกายของผู้สูงอายุ การจัดกิจกรรมขาดความต่อเนื่อง และการขาดความร่วมมือของคนในครอบครัวและชุมชน

คำสำคัญ ผู้สูงอายุ ความตระหนักรู้ การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

(Assistant Professor Faculty of Humanities and Social Sciences, Chiang Mai Rajabhat University)



Abstract

Elderly individuals often face physical and mental health challenges due to age-related functional decline, chronic diseases, and a reduction in previous roles or capabilities. Promoting exercise awareness among the elderly through non-formal education enhances the quality of life by empowering them to manage their health. Such activities should be designed based on the principles of non-formal education, including educational equity, self-development and self-reliance, integration with daily life, alignment with the issues and needs of the target group, and an emphasis on collaborative learning and community participation. This approach allows elderly individuals to recognize the importance and necessity of exercise; while providing opportunities for them to plan, solve problems, and actively participate in managing their health, leading to sustainable behavioral changes in health practices. The success of this initiative depends on several supporting factors, including the organizers, the elderly target group, activity design, operational networks, and social capital. Potential limitations that organizers should consider include negative attitudes from the elderly participants, lack of variety in activities tailored to their physical capabilities, insufficient continuity in activity implementation, and a lack of collaboration from families and communities.

Keywords: Elderly, Awareness, Healthy Exercise

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงของสภาพสังคมและเศรษฐกิจของประเทศไทยในช่วงที่ผ่านมาได้แปรสภาพจากสังคมเกษตรกรรมที่สามารถพึ่งพาตนเองได้ในทุกมิติ มาเป็นสังคมทุนนิยมสมัยใหม่ที่เน้นการใช้เงินเป็นเครื่องมือในการแลกเปลี่ยนสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต ผู้คนในสังคมเริ่มให้ความสำคัญกับการสร้างรายได้เพื่อเลี้ยงดูตนเองและครอบครัว โดยมีการสะสมทรัพย์สินเพื่อความมั่นคงในอนาคต ส่งผลให้วิถีชีวิตของคนในสังคมเปลี่ยนแปลงไปสู่การแข่งขันและการเร่งรีบที่มุ่งเน้นเวลา โดยเฉพาะในสังคมเมืองที่ประชาชนส่วนใหญ่ละเลยการดูแลสุขภาพของตนเอง ซึ่งส่งผลให้เกิดปัญหาสุขภาพที่หลากหลาย ตั้งแต่การเจ็บป่วยชั่วคราวที่สามารถรักษาให้หายได้อย่างรวดเร็วไปจนถึงอาการที่ต้องใช้เวลาในการรักษาต่อเนื่อง หรือในบางกรณีที่อาจนำไปสู่การเสียชีวิต โรคและสาเหตุการตายที่ไม่เกี่ยวข้องกับอุบัติเหตุสามารถ



ป้องกันหรือควบคุมได้หากมีการดูแลสุขภาพ เช่น การออกกำลังกาย การให้ความสำคัญกับโภชนาการที่ดี และการปรับพฤติกรรมการใช้ชีวิตให้เหมาะสม ปัจจุบันประเทศไทยเป็นสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย, 2567) ส่งผลให้การดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุเป็นเรื่องที่จำเป็นต้องเร่งให้ความสำคัญเพื่อเป็นการป้องกันและลดผลกระทบเชิงลบต่อครอบครัว ชุมชน และสังคมที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต เช่น ภาระค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพที่เพิ่มสูงขึ้น ภาระต่อระบบการดูแล ความเหลื่อมล้ำทางสุขภาพที่เพิ่มสูงขึ้น การสูญเสียศักยภาพทางเศรษฐกิจและสังคม เป็นต้น ทั้งนี้ ปัญหาการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุนั้นส่วนหนึ่งเกิดจากผู้สูงอายุขาดความรู้ในการดูแลตนเองและไม่มีแนวทางในการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุที่ชัดเจน (คิดณรงค์ โคตรทอง, 2564) ดังนั้น การตระหนักรู้เรื่องสุขภาพเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญในการสร้างพฤติกรรมดูแลตนเองอย่างต่อเนื่องทั้งในด้านโภชนาการ การดูแลจิตใจ การเข้าถึงบริการสุขภาพ รวมทั้งการออกกำลังกายที่ไม่เพียงแต่ช่วยสร้างเสริมสุขภาพและป้องกันโรคในผู้สูงอายุที่ยังไม่เจ็บป่วย แต่ยังช่วยบรรเทาอาการของโรคในผู้สูงอายุที่มีปัญหาสุขภาพต่าง ๆ ด้วยการออกกำลังกายที่เหมาะสมกับสภาพร่างกายและโรคที่เป็นอยู่ ซึ่งการศึกษานอกระบบและการเรียนรู้ตลอดชีวิตมีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างองค์ความรู้ ทักษะ และเจตคติที่ดีต่อสุขภาพ ผ่านกระบวนการเรียนรู้ที่ยืดหยุ่น เข้าถึงง่าย และสอดคล้องกับวิถีชีวิตของผู้สูงอายุนับว่ามีความจำเป็นวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอแนวทางในการส่งเสริมการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพในผู้สูงอายุผ่านกระบวนการศึกษานอกระบบ โดยพิจารณาทั้งปัจจัยสนับสนุนและข้อจำกัด เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ในการยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุอย่างมีประสิทธิภาพ

สถานการณ์ผู้สูงอายุในมิติสุขภาพ

ประเทศไทยได้เริ่มเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 และมีแนวโน้มของประชากรสูงอายุที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากการสำรวจล่าสุด ณ เดือนธันวาคม 2567 ของกรมกิจการผู้สูงอายุ พบว่า ประเทศไทยมีผู้สูงอายุจำนวน 13,602,188 คน คิดเป็นร้อยละ 20.94 ของประชากรทั้งหมด (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2567) ซึ่งผู้สูงอายุกลุ่มนี้จะกลายเป็นประชากรหลักของประเทศในอนาคต การเพิ่มขึ้นของสัดส่วนประชากรสูงอายุเกิดจากการลดลงของอัตราการเกิดและอัตราการตายที่ลดลงในขณะเดียวกันที่ประชากรมีอายุเฉลี่ยยืนยาวขึ้น อย่างไรก็ตาม ผู้สูงอายุเป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงและความเสื่อมในด้านต่าง ๆ ทั้งในด้านร่างกาย ซึ่งรวมถึงการเสื่อมสภาพของระบบภูมิคุ้มกัน ผิวหนัง ดวงตา การได้ยิน การควบคุมการทรงตัว การรับรสและการดมกลิ่น สมองและไขสันหลัง ระบบหัวใจ การไหลเวียนโลหิตและหลอดเลือด ระบบทางเดินหายใจ ระบบต่อมไร้ท่อ ระบบสืบพันธุ์ ระบบทางเดินอาหาร ไตและระบบทางเดินปัสสาวะ รวมถึงมวลกล้ามเนื้อและกระดูก ด้านอารมณ์และจิตใจ มีการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านบุคลิกภาพ ความสามารถในการเรียนรู้ ความจำ สมรรถภาพทางสติปัญญา การรับรู้ข้อมูลและการนำไปสู่การปฏิบัติ รวมถึงการรับรู้เกี่ยวกับตนเองและความรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง และด้านสังคมที่ผู้สูงอายุต้องพึ่งพาตนเอง จากการศึกษาของ



อุทัยวรรณ พงษ์บริบูรณ์ (2563) พบว่า ปัญหาสุขภาพที่พบบ่อยในผู้สูงอายุสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มแรกเป็นโรคทั่วไปที่สามารถเกิดขึ้นได้กับคนทุกวัย เช่น โรคความดันโลหิตสูง โรคน้ำตาลในเลือดสูง โรคอ้วน และโรคไขมันในเลือดสูง และกลุ่มที่สองเป็นอาการที่เกิดเฉพาะกับผู้สูงอายุเนื่องจากการเสื่อมสภาพของร่างกาย เช่น อาการสับสนและสูญเสียความทรงจำ ภาวะกระดูกพรุน ปัญหาการทรงตัวและการหกล้ม การนอนไม่หลับ ปัญหาการกลืนอาหารและปัสสาวะ อาการมึนงงและเวียนศีรษะ รวมถึงภาวะทุพโภชนาการ และความผิดปกติในการรับประทานอาหาร (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2564) ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับข้อมูลจากกรมกิจการผู้สูงอายุที่ระบุว่า โรคที่มักพบบ่อยในผู้สูงอายุ 10 อันดับแรก ได้แก่ โรคทางสมอง โรคเกาต์ โรคเบาหวาน โรคระบบทางเดินปัสสาวะ โรคข้อเข่าเสื่อม โรคกระดูกพรุน โรคตา โรคไต โรคความดันโลหิตสูง และโรคหัวใจขาดเลือด (อัมพร พริกนุช และสิรินธร สิ้นจินดาวงศ์, 2564) จากภาวะการณดังกล่าวไม่เพียงแต่ส่งผลทางลบต่อสุขภาพร่างกายและจิตใจของผู้สูงอายุเอง แต่ยังก่อให้เกิดผลกระทบต่อสุขภาพจิตของผู้ดูแลผู้สูงอายุเหล่านั้นด้วย โดยผู้ดูแลมักประสบปัญหาความเครียด ความวิตกกังวล และภาวะซึมเศร้า อันเป็นผลมาจากภาระในการดูแลผู้สูงอายุที่ป่วยเป็นโรคเรื้อรังเหล่านี้ (จุฬามาศ เมืองมูล และคณะ, 2566) นอกจากนี้ ผู้ดูแลยังต้องเผชิญกับความยากลำบากในการจัดการชีวิตประจำวัน การดูแลที่ต้องใช้เวลาและพลังงานอย่างมาก ซึ่งทำให้สุขภาพจิตของผู้ดูแลได้รับผลกระทบอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

สาเหตุหลักของปัญหาสุขภาพในผู้สูงอายุเกิดจากการเสื่อมถอยตามธรรมชาติของร่างกาย รวมถึงขาดความรู้พื้นฐานในการดูแลสุขภาพของตนเองตั้งแต่วัยเด็กจนเติบโตเป็นผู้ใหญ่และเข้าสู่วัยชรา ซึ่งเป็นปัญหาที่มีผลต่อเนื่องตลอดช่วงชีวิต (อัมพร ศรียาภัย และนันทวัน เทียนแก้ว, 2564) โดยสังคมไทยยังขาดการปลูกฝังค่านิยมด้านพฤติกรรมสุขภาพตั้งแต่เยาว์วัย ทั้งในด้านโภชนาการและการออกกำลังกาย รวมถึงเกิดจากพฤติกรรมสุขภาพที่ไม่เหมาะสมในช่วงวัยกลางคน ซึ่งมักจะให้ความสำคัญกับการสร้างฐานะมากกว่าการดูแลสุขภาพตนเอง (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2564) ข้อมูลจากกรมอนามัย (2561) ระบุว่า ผู้สูงอายุส่วนมากไม่ออกกำลังกายหรือไม่ชอบออกกำลังกายตั้งแต่วัยหนุ่มสาว ส่งผลให้มีปัญหาสุขภาพในภายหลัง ซึ่งเกิดจากทั้งปัจจัยส่วนบุคคล เช่น ขาดเวลา ขี้เกียจ ไม่มีอุปกรณ์หรือสถานที่เหมาะสมในการออกกำลังกาย และปัจจัยด้านสังคม เช่น ค่าใช้จ่ายในการออกกำลังกาย (พรหมินทร์ เมฆากาญจนศักดิ์ และนางลักษณ์ เมฆากาญจนศักดิ์, 2556)

ดังนั้น การออกกำลังกายที่เหมาะสมกับสภาพร่างกายของผู้สูงอายุเป็นสิ่งจำเป็น เพื่อช่วยบรรเทาอาการของโรคเรื้อรังที่มีอยู่ และป้องกันโรคใหม่ ๆ ที่อาจเกิดขึ้น (กรมอนามัย, 2562) การเสริมสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพในผู้สูงอายุจึงเป็นสิ่งสำคัญ โดยเฉพาะเมื่อผลการสำรวจดัชนีความพร้อมด้านการดูแลตนเอง (Self-Care Readiness Index) ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากองค์การอนามัยโลกพบว่า ประเทศไทยยังต้องพัฒนาความสามารถในการตัดสินใจดูแลสุขภาพของประชาชน (อาชัญญา รัตนอุบล และคณะ, 2555) การสร้างความตระหนักรู้ถึงความจำเป็นของการออกกำลังกายจึงไม่เพียงแต่ช่วยเสริมสร้างสุขภาพของผู้สูงอายุ แต่ยังช่วยลดภาระของระบบสุขภาพโดยรวม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ



เวหา เกษมสุข (2562) ที่พบว่า ผู้สูงอายุมีความต้องการในการส่งเสริมการเรียนรู้ด้านสุขภาพกาย โดยเฉพาะกิจกรรมทางกายและการออกกำลังกายที่สามารถทำได้ด้วยตนเอง

ความสำคัญจำเป็นของการออกกำลังกายสำหรับผู้สูงอายุ

เอกพล วงศ์เสรี และคณะ (2563) ได้ทำการสำรวจความต้องการจำเป็นของผู้สูงอายุ และพบว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ต้องการที่จะอยู่ร่วมกับลูกหลาน มีการเอาใจใส่จากสมาชิกในครอบครัว และต้องการมีสุขภาพที่แข็งแรง พร้อมทั้งจิตใจที่สดใสและปราศจากโรคภัยไข้เจ็บ ดังนั้น การส่งเสริมให้ผู้สูงอายุได้ออกกำลังกายเพื่อสุขภาพจึงเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์สำคัญที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดูแลและพัฒนาผู้สูงอายุควรให้ความสำคัญ การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพนั้นเป็นการกระตุ้นให้ร่างกายได้เคลื่อนไหวหรือเคลื่อนที่ และใช้แรงมากกว่าปกติผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับสภาพร่างกายของแต่ละบุคคล ด้วยระดับความหนักและระยะเวลาที่พอเหมาะอย่างสม่ำเสมอ โดยการออกกำลังกายควรดำเนินตามหลักการและวิธีการที่เป็นระบบ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการส่งเสริมสุขภาพทั้งในด้านร่างกายและจิตใจของผู้สูงอายุได้อย่างเต็มที่ โดยการออกกำลังกายมีบทบาทสำคัญในด้านต่าง ๆ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็นสามวัตถุประสงค์หลัก ได้แก่ (1) การสร้างเสริมสุขภาพ เพื่อเพิ่มสมรรถภาพและศักยภาพของบุคคลให้มีความสะดวกสบายและคุณภาพชีวิตที่ดี (2) การป้องกันโรค โดยการลดความเสี่ยงและปัจจัยเสี่ยงที่อาจนำไปสู่การเกิดโรคเรื้อรังต่าง ๆ และ (3) การรักษาโรค เนื่องจากการเคลื่อนไหวร่างกายสามารถช่วยให้ร่างกายแข็งแรงขึ้น และมีประสิทธิภาพในการบำบัดรักษาและฟื้นฟูสภาพร่างกาย (กรมสุขภาพจิต, 2556)

การออกกำลังกายจึงถือเป็นกลไกที่สำคัญในการพัฒนาผู้สูงอายุสู่การเป็นผู้สูงอายุที่มีพลัง (Active Aging) ซึ่งการมีสุขภาพดีเป็นองค์ประกอบสำคัญของชีวิตมนุษย์ทุกคน การออกกำลังกายของผู้สูงอายุมีบทบาทในการสร้างความสุขทั้ง 5 มิติ เพื่อส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรค ซึ่งประกอบไปด้วย (1) สุขสบาย (Health) คือ ความสามารถในการดูแลสุขภาพร่างกายให้แข็งแรงและคล่องแคล่ว (2) สุขสนุก (Recreation) คือ ความสามารถในการเลือกวิถีชีวิตที่สนุกสนานและสร้างอารมณ์ดี (3) สุขสง่า (Integrity) คือ ภาวะภูมิใจในตนเองและการเห็นคุณค่าในชีวิต (4) สุขสงบ (Cognition) คือ ความสามารถในการใช้สติปัญญาและการวางแผนที่มีประสิทธิภาพ และ (5) สุขสงบ (Peacefulness) คือ ความสามารถในการจัดการอารมณ์และความเครียด เพื่อให้เกิดความสงบในชีวิต (กรมสุขภาพจิต, 2556) การออกกำลังกายยังมีบทบาทสำคัญในการลดปัญหาที่เกิดขึ้นในผู้สูงอายุ โดยช่วยเสริมสุขภาพร่างกายให้แข็งแรง ช่วยชะลอความเสื่อมของระบบต่าง ๆ และเพิ่มความแข็งแรงทนทานให้กับกล้ามเนื้อ อีกทั้งยังช่วยเพิ่มความยืดหยุ่นของร่างกายและการทรงตัว การออกกำลังกายยังช่วยส่งเสริมสุขภาพจิต โดยลดความเครียดและวิตกกังวล กระตุ้นความจำ และส่งเสริมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคมผ่านกิจกรรมนันทนาการต่าง ๆ



ในระดับนโยบาย ประเทศไทยได้เริ่มมีการส่งเสริมการออกกำลังกายในช่วงปี พ.ศ. 2545 ผ่านแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 ซึ่งเน้นการส่งเสริมสุขภาพให้แก่ประชาชนทุกกลุ่มอายุ โดยมีการจัดกิจกรรมกีฬาและการออกกำลังกายที่เหมาะสม (กุลธิดา เหมหาเพชร และคณะ, 2555) นอกจากนี้ยังมีแผนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 ที่เน้นการพัฒนาที่ยั่งยืนและการส่งเสริมการออกกำลังกายเพื่อเสริมสร้างสุขภาพที่ดีในทุกช่วงวัย โดยเฉพาะการส่งเสริมกิจกรรมทางกายในชีวิตประจำวันและการออกกำลังกายในวัยสูงอายุ (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ, 2562) การส่งเสริมให้ผู้สูงอายุออกกำลังกายนั้นต้องพิจารณาถึงปัจจัยหลายประการ เนื่องจากผู้สูงอายุมีข้อจำกัดทางร่างกายที่แตกต่างจากวัยหนุ่มสาวหรือวัยผู้ใหญ่ โดยในหลายกรณี ผู้สูงอายุมีโรคเรื้อรังหลายประเภทที่อาจมีผลต่อความสามารถในการออกกำลังกาย (กรมอนามัย, 2562) การออกกำลังกายสำหรับผู้สูงอายุจึงควรเริ่มต้นด้วยการตรวจสุขภาพก่อน เพื่อประเมินสมรรถภาพทางร่างกายและหลีกเลี่ยงการออกกำลังกายที่อาจก่อให้เกิดอันตราย เช่น ทำออกกำลังกายที่ต้องเกร็งหรือเบ่งแรงมากเกินไป รวมถึงการหลีกเลี่ยงกีฬาที่มีการปะทะหรือมีความเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุ (โรงพยาบาลรามารัตนาธิปัตย์, 2561)

นอกจากนี้ การออกกำลังกายของผู้สูงอายุควรมีหลักการที่เหมาะสมและปลอดภัย เช่น การออกกำลังกายควรมีความหนักที่ประมาณร้อยละ 60-85 ของอัตราการเต้นของหัวใจสูงสุด และควรออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ เช่น สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง โดยเริ่มจากการออกกำลังกายเป็นเวลา 20-30 นาที และค่อย ๆ เพิ่มเวลาและความหนักของการออกกำลังกาย (กรมอนามัย, 2561) การเลือกประเภทกิจกรรมควรหลีกเลี่ยงการใช้แรงปะทะหรือกีฬาที่มีความซับซ้อนทางประสาทสัมผัสสูง และควรทำร่วมกับคนในครอบครัวหรือเพื่อน เพื่อเพิ่มความปลอดภัยและความสนุกสนาน (อริสรา สุขวักณี, 2555) การมีร่างกายที่แข็งแรงสามารถช่วยให้ผู้สูงอายุสามารถทำกิจกรรมประจำวันได้ตามปกติ โดยไม่เป็นภาระกับครอบครัว การออกกำลังกายอย่างเหมาะสมยังช่วยเพิ่มคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุได้อย่างยั่งยืนและมีความสุข ซึ่งควรได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากทุกภาคส่วนเพื่อสร้างความรู้และความเข้าใจให้กับผู้สูงอายุในการออกกำลังกายอย่างถูกวิธีและปลอดภัย

ความเข้าใจพื้นฐานของการตระหนักรู้ในการออกกำลังกาย

ความตระหนักรู้เป็นแนวคิดในเชิงจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกของบุคคล โดย Cambridge Dictionary (2022) ได้ให้ความหมายของคำว่า “ความตระหนักรู้” (Awareness) ว่าเป็นความรู้เกี่ยวกับสิ่งที่มีอยู่หรือการเข้าใจในสถานการณ์หรือเรื่องราวต่าง ๆ ในปัจจุบันที่ได้รับข้อมูลหรือประสบการณ์มา ส่วน APA Dictionary of Psychology (2022) นิยามว่าเป็นการรับรู้หรือความรู้ในบางสิ่งซึ่งเมื่อบุคคลได้รับการกระตุ้นจากสิ่งเร้าหรือได้รับสัมผัสจากสิ่งเร้าแล้ว จะเกิดการรับรู้ตามมาซึ่งทำให้เกิดการเข้าใจในสิ่งเร้านั้น ๆ นำไปสู่การเรียนรู้และเกิดความตระหนักรู้ในที่สุด ทั้งนี้ ความรู้และความตระหนักรู้ที่เกิดขึ้นจะส่งผลต่อการกระทำและพฤติกรรมของบุคคลที่มีต่อสิ่งเร้านั้น การตระหนักรู้ในการออกกำลังกายจึง



หมายถึงการเห็นความจำเป็นหรือความสำคัญของการออกกำลังกายที่มีต่อชีวิต หลังจากได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการออกกำลังกายจากช่องทางต่าง ๆ และนำไปปฏิบัติในชีวิตประจำวันจนเป็นกิจวัตรประจำ

Breckler & Greenwald (1983) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของความตระหนักไว้ 3 ประการ ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจ (Cognitive or belief component) อารมณ์ความรู้สึก (Affective component) และพฤติกรรม (Behavioral component) ซึ่งสะท้อนถึงการแสดงออกในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งคำพูด กิริยา หรือท่าทางที่มีต่อสิ่งเร้าหรือแนวโน้มที่จะกระทำการใดสิ่งหนึ่ง ดังนั้น ความตระหนักจึงประกอบไปด้วยองค์ประกอบหลักทั้งสามประการ ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจ อารมณ์ความรู้สึก และพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งเกิดขึ้นภายหลังจากการเรียนรู้และการประสบประสบการณ์ในเรื่องนั้น ๆ

สำหรับหลักการในการสร้างความตระหนักในการออกกำลังกายสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุในชุมชนต่าง ๆ สิ่งสำคัญอันดับแรกคือ การศึกษาปัญหาทางด้านสุขภาพและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้สามารถออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และทำให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพสูงสุด โดย สุพรรณิ ไชยอำพร (2550) ได้เสนอแนวคิดปรัชญาการพัฒนาในระดับปฏิบัติการ ซึ่งเน้นการพัฒนาที่มุ่งเน้นคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา เนื่องจากบุคคลเป็นทั้งผู้รับ ผู้กระทำ และผู้ตัดสินใจตามประสบการณ์และการรับรู้ทางเลือกของตนเอง ประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญ 6 ประการ ดังนี้

1) การตระหนักในช่องว่าง การตระหนักถึงความต้องการที่แท้จริง ซึ่งแบ่งออกเป็นสิ่งที่จำเป็นและสิ่งที่ไม่จำเป็น รวมถึงการรับรู้ถึงปัญหาที่เกิดขึ้นและปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต การตระหนักถึงช่องว่างนี้ไม่ได้มองเพียงความขาดแคลน แต่ยังคำนึงถึงสิ่งที่มีความสำคัญต่อชีวิตและชุมชน

2) การเปลี่ยนแปลงอย่างมีขอบเขต ความต้องการในการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างแท้จริงของบุคคล โดยต้องมีการกระตุ้นหรือแรงจูงใจและอาจต้องใช้ตัวแบบในการเปลี่ยนแปลง

3) การเคารพในศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ การพัฒนาไม่ควรก่อให้เกิดความแปลกแยกหรือความรู้สึกด้อยค่า เช่น การรับฟังความคิดเห็นจากทุกฝ่าย การให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการคิด วางแผน และตัดสินใจ

4) การมีส่วนร่วม การเรียนรู้และการพัฒนาของบุคคลสามารถเกิดขึ้นได้เมื่อมีการมีส่วนร่วม ซึ่งการให้ความรู้สึกเป็นเจ้าของและการมีส่วนร่วมในการดำเนินการจะช่วยสร้างความผูกพันและความรับผิดชอบ

5) ความพยายามพึ่งตนเอง เมื่อเผชิญกับปัญหาผู้สูงอายุควรเรียนรู้จากปัญหานั้น ๆ และพึ่งพาตนเองในการแก้ไขปัญหาเพื่อให้เกิดความยั่งยืน

6) สังคมมีลักษณะเด่นคำนึงถึงส่วนรวมร่วมกัน สังคมที่คำนึงถึงส่วนรวมจะนำไปสู่ความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมให้ทุกคนในชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้

การใช้การศึกษานอกระบบเป็นเครื่องมือในการสร้างการตระหนักรู้ด้านสุขภาพในผู้สูงอายุเป็นแนวทางที่สอดคล้องกับปรัชญาการพัฒนาในระดับปฏิบัติการที่กล่าวข้างต้น โดยเริ่มจากการวิเคราะห์ต้นตอของปัญหาที่แท้จริง ใช้กิจกรรมกระตุ้นหรือจูงใจ พร้อมทั้งเน้นการมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุและให้ความเคารพ



กับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้สามารถพึ่งพาตนเองในการดูแลสุขภาพด้วยการออกกำลังกายได้ ซึ่งนับว่าเป็นแนวทางที่มีประสิทธิภาพเพราะสามารถออกแบบกิจกรรมที่เข้ากับวิถีชีวิต ทำให้ผู้สูงอายุมีส่วนร่วมกับการเรียนรู้ อันเป็นการส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างแท้จริง

การใช้การศึกษานอกระบบในการสร้างความตระหนักรู้ในการออกกำลังกาย

การศึกษานอกระบบเป็นการศึกษาอันมีลักษณะยืดหยุ่นและหลากหลายรูปแบบ ซึ่งถูกออกแบบมาเพื่อให้สอดคล้องกับปัญหาและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยมุ่งเน้นการจัดการศึกษาที่มีการกำหนดจุดมุ่งหมาย หลักสูตร วิธีการเรียนการสอน สื่อ การวัดผลและการประเมินผลที่เหมาะสม (นฤมล ตันธสุเรศชัย, 2561) หลักการสำคัญในการจัดการศึกษานอกระบบ ได้แก่ การส่งเสริมความเสมอภาคทางการศึกษา การพัฒนาและพึ่งพาตนเอง รวมถึงการบูรณาการกับวิถีชีวิตและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยเน้นการเรียนรู้ร่วมกันและการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต นอกจากนี้ การศึกษานอกระบบยังเปิดโอกาสให้ผู้ที่ไม่สามารถเข้าเรียนในระบบโรงเรียน รวมถึงกลุ่มผู้เปราะบางได้เข้าถึงการเรียนรู้ การฝึกทักษะ และการปลูกฝังเจตคติที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตและการประกอบอาชีพ

การส่งเสริมการเรียนรู้เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพในหมู่ประชาชน โดยเฉพาะผู้สูงอายุ มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากผู้สูงอายุเป็นกลุ่มที่มีความเปราะบางด้านสุขภาพ การศึกษานอกระบบจึงมีบทบาทในการสร้างความรู้ความเข้าใจให้ผู้สูงอายุได้ตระหนักถึงปัญหาสุขภาพ รวมทั้งโรคต่าง ๆ ที่มักพบในกลุ่มผู้สูงอายุ การเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกายและจิตใจ การออกกำลังกายที่เหมาะสม และการพัฒนาจิตใจ เช่น การฝึกโยคะ สมาธิ ไทเก๊ก รวมถึงการนันทนาการและการใช้เวลาว่าง เช่น การออกกำลังกายประกอบดนตรีหรือการเดินลีลา ซึ่งช่วยเสริมสร้างสุขภาพทั้งร่างกายและจิตใจ ขณะเดียวกันยังช่วยให้ผู้สูงอายุมีโอกาสในการเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคม เพื่อเสริมสร้างพลังอำนาจทางสุขภาพและเตรียมความพร้อมให้กลุ่มผู้สูงอายุเป็นผู้สูงอายุที่มีภาวะพลพลัง (กรมอนามัย, 2561) การสร้างความตระหนักรู้ในการออกกำลังกายสำหรับผู้สูงอายุมีความสำคัญในการกระตุ้นให้ผู้สูงอายุได้พิจารณาว่าการออกกำลังกายเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับตนเอง ทั้งในด้านสุขภาพ จิตใจ และอารมณ์ โดยต้องพิจารณาผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการไม่ออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ และหาทางเลือกของการออกกำลังกายที่เหมาะสมกับสภาพร่างกายหรือโรคที่ตนเองเป็นอยู่ การพิจารณาเหล่านี้จะช่วยกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพในการนำการออกกำลังกายมาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน

สำหรับแนวทางในการสร้างความตระหนักรู้ในการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพของผู้สูงอายุ อาจจะประยุกต์ใช้ทฤษฎีและหลักการการเรียนรู้สำหรับผู้ใหญ่เป็นแนวทาง เช่น แนวคิดการเรียนรู้สำหรับผู้ใหญ่ (Andragogy) หรือแนวคิดคิดเป็นซึ่งเป็นการพิจารณาหาวิธีการแก้ไขปัญหาที่เผชิญจากข้อมูล 3 ส่วน คือ



ข้อมูลของตนเอง ข้อมูลจากชุมชนหรือสิ่งแวดล้อม และข้อมูลวิชาการ ทั้งนี้ อาชัญญา รัตนอุบล (2559) กล่าวถึงกระบวนการเรียนรู้ที่เน้นการแก้ปัญหาของผู้ใหญ่ที่มีขั้นตอน ดังนี้

1) ขั้นเกิดความสนใจ อยากเรียน อยากรู้ และต้องการที่จะเรียนรู้ในเรื่องนั้น ผู้สอนจึงต้องใช้วิธีการให้ผู้ใหญ่เกิดความสนใจใฝ่รู้

2) ขั้นเกิดความต้องการเรียน มีจุดมุ่งหมายในการเรียนรู้ ผู้สอนต้องหาวิธีการสนับสนุนให้ผู้เรียนเกิดความต้องการเรียนอย่างจริงจัง

3) ขั้นการคิด แก้ปัญหาด้วยวิธีการต่าง ๆ ผู้สอนต้องสนับสนุนให้ผู้ใหญ่มีโอกาสศึกษาหาความรู้และวิธีแก้ปัญหาต่าง ๆ ด้วยการแสวงหาคำตอบด้วยตนเอง

4) ขั้นการเรียนรู้ ผู้สอนควรเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ด้วยตนเองอย่างอิสระ ทดลองการแก้ปัญหาด้วยวิธีการที่คิดว่าดีที่สุด

5) ขั้นการลงนำวิธีการแก้ปัญหาไปทดลองใช้ ผู้สอนควรจัดประสบการณ์ให้ผู้ใหญ่ได้ลองแก้ปัญหาโดยผู้สอนมอบปัญหาหรือประเด็นสถานการณ์ให้

6) ขั้นสรุปเป็นกฎเกณฑ์ ผู้ใหญ่จะนำประสบการณ์ใหม่และประสบการณ์เดิมมาแสดงหาข้อเท็จจริงและจัดลำดับของขั้นตอนการลองผิดลองถูก และสรุปความคิดรวบยอด นำความรู้ไปใช้แก้ปัญหาต่อไป

โดยกิจกรรมการสร้างการตระหนักรู้ในการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพของผู้สูงอายุอาจจะเริ่มจากการกระตุ้นความสนใจและสร้างแรงจูงใจด้วยกิจกรรมที่สนุกสนานเพื่อสร้างความสนใจและผ่อนคลายจิตใจที่จะเรียนรู้ จากนั้นจึงเปิดโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายเล่าปัญหาทางด้านสุขภาพที่เผชิญและความต้องการในการออกกำลังกาย พร้อมทั้งแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับกลุ่มของตน เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมและร่วมกันคิดวิเคราะห์หาแนวทางในการแก้ปัญหา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของ Nonaka & Takeuchi (1995) ที่ว่าบุคคลสามารถแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์หรือเรื่องราวที่มีความสนใจตรงกัน ซึ่งจะช่วยสร้างความเข้าใจและเกิดแนวทางที่นำไปพัฒนาความรู้และแนวปฏิบัติใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้นได้ จากนั้นจึงแนะนำรูปแบบและวิธีการออกกำลังกายที่เหมาะสม รวมถึงการใช้วัสดุอุปกรณ์ที่หาได้ใกล้ตัว เพื่อให้ผู้สูงอายุสามารถปรับใช้กับสภาพร่างกายและปัญหาสุขภาพของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กระบวนการสร้างการตระหนักรู้ด้านสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ

การสร้างการตระหนักรู้ในการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุจำเป็นต้องมีลำดับขั้นตอนซึ่งสามารถอธิบายได้ตามทฤษฎีความพร้อมในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม หรือ Transtheoretical Model (TTM) ของ Prochaska และ DiClemente (1984) ซึ่งแบ่งขั้นตอนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่ไม่ดีต่อสุขภาพไปสู่พฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพออกเป็น 5 ขั้นตอนหลัก ดังนี้



1) **ขั้นก่อนพิจารณาหรือเฝ้าเฉย (Pre-contemplation)** ผู้สูงอายุในขั้นนี้ยังไม่ตระหนักถึงปัญหาหรือไม่คิดที่จะเปลี่ยนแปลงโดยอาจจะยังไม่เห็นความสำคัญของการออกกำลังกาย หรืออาจมีข้ออ้างต่าง ๆ เช่น “อายุมากแล้ว ออกกำลังกายไปก็เท่านั้น” ดังนั้น การเสริมสร้างความตระหนักรู้ในขั้นนี้จึงเน้นไปที่การให้ข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์ของการออกกำลังกายต่อสุขภาพของผู้สูงอายุ เช่น ช่วยลดความเสี่ยงโรคเรื้อรัง ควบคุมน้ำหนัก และเสริมสร้างความแข็งแรงของกล้ามเนื้อและกระดูก โดยอาจใช้สื่อที่เข้าถึงง่ายและน่าสนใจ เช่น วิดีโอสั้น ๆ หรือประสบการณ์จริงจากผู้สูงอายุที่ออกกำลังกายแล้วมีความสุขเพิ่มขึ้น

2) **ขั้นพิจารณาหรือตระหนักรู้ว่ามีปัญหา (Contemplation)** ผู้สูงอายุเริ่มตระหนักถึงปัญหาและกำลังพิจารณาที่จะเปลี่ยนแปลงโดยเห็นความสำคัญของการออกกำลังกาย แต่อาจยังมีความลังเลเนื่องจากอุปสรรคต่าง ๆ เช่น สุขภาพไม่แข็งแรง ข้อจำกัดทางร่างกาย หรือความไม่สะดวก การเสริมสร้างความตระหนักรู้ในขั้นนี้ คือ การช่วยให้ผู้สูงอายุเปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียของการออกกำลังกาย และให้ข้อมูลเกี่ยวกับทางเลือกในการออกกำลังกายที่เหมาะสมกับสภาพร่างกายและข้อจำกัดของแต่ละบุคคล เช่น การเดินช้า ๆ การบริหารร่างกายเบา ๆ ที่บ้าน หรือกิจกรรมกลุ่มเล็ก ๆ ที่มีการดูแลอย่างใกล้ชิด

3) **ขั้นเตรียมการหรือตัดสินใจเปลี่ยนแปลง (Determination/Preparation)** ผู้สูงอายุตัดสินใจที่จะเปลี่ยนแปลงโดยเริ่มออกกำลังกายและเริ่มวางแผน การเสริมสร้างความตระหนักรู้ในขั้นนี้คือ การสนับสนุนให้ผู้สูงอายุตั้งเป้าหมายที่เป็นไปได้ วางแผนการออกกำลังกายที่ชัดเจน เช่น ความถี่ ระยะเวลา และประเภทของการออกกำลังกาย รวมถึงการเตรียมความพร้อมด้านสถานที่ อุปกรณ์ และการขอคำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญหากจำเป็น

4) **ขั้นปฏิบัติการหรือกระทำการเปลี่ยนแปลง (Action)** ผู้สูงอายุเริ่มลงมือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมโดยออกกำลังกายตามแผน การเสริมสร้างความตระหนักรู้ในขั้นนี้ คือ การให้กำลังใจ สนับสนุน และให้ข้อมูลที่จำเป็นประโยชน์ในการออกกำลังกายอย่างต่อเนื่องและปลอดภัย เช่น เทคนิคการออกกำลังกายที่ถูกต้อง การป้องกันการบาดเจ็บ และการปรับแผนเมื่อจำเป็น นอกจากนี้ การสร้างกลุ่มสนับสนุนหรือชวนเพื่อนออกกำลังกายด้วยกันอาจช่วยเพิ่มแรงจูงใจได้

5) **ขั้นคงไว้ซึ่งการเปลี่ยนแปลง (Maintenance)** ผู้สูงอายุรักษาการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในระยะยาวโดยสามารถออกกำลังกายได้อย่างสม่ำเสมอจนเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน อย่างไรก็ตาม ก็ยังคงมีความเสี่ยงที่จะกลับไปสู่พฤติกรรมเดิม ดังนั้น การเสริมสร้างความตระหนักรู้ในขั้นนี้ คือ การให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดการกับอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้น เช่น อาการเจ็บป่วย หรือความเบื่อหน่าย และการให้รางวัลตัวเองเพื่อเป็นการเสริมแรงบวก รวมทั้งการเน้นย้ำถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการออกกำลังกายอย่างต่อเนื่องจะช่วยให้ผู้สูงอายุยังคงรักษานิสัยที่ดีนี้ไว้ได้

การเสริมสร้างความตระหนักรู้ในการออกกำลังกายของผู้สูงอายุทำได้โดยเริ่มจากกระตุ้นความสนใจ และให้ผู้สูงอายุระบุปัญหาและความต้องการ (ขั้นตระหนักรู้ว่ามีปัญหา) จากนั้นสนับสนุนการแลกเปลี่ยน



ประสบการณ์และร่วมกันคิดหาวิธีแก้ปัญหา (ขั้นตัดสินใจเปลี่ยนแปลง) เปิดโอกาสให้เรียนรู้และทดลองปฏิบัติจริง (ขั้นกระทำการเปลี่ยนแปลง) และสรุปบทเรียนเพื่อนำไปใช้ต่อเนื่อง (ขั้นคงไว้ซึ่งการเปลี่ยนแปลง) โดยกิจกรรมควรเน้นการมีส่วนร่วมเพื่อสร้างความเข้าใจและแนวทางปฏิบัติที่เหมาะสมกับแต่ละบุคคลตามแนวคิดการเรียนรู้สำหรับผู้ใหญ่และแนวคิดคิดเป็น หากผู้จัดกิจกรรมหรือผู้จัดการเรียนรู้เข้าใจกระบวนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้สูงอายุในการออกกำลังกายดังกล่าวได้อย่างลึกซึ้ง รวมทั้งพิจารณาปัจจัยสนับสนุนและข้อจำกัดที่เกี่ยวข้อง จะช่วยให้สามารถออกแบบและดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการออกกำลังกายที่เหมาะสม เพื่อเพิ่มโอกาสให้ผู้สูงอายุหันมาใส่ใจและมีพฤติกรรมการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพที่ดีอย่างต่อเนื่อง

ปัจจัยสนับสนุนและข้อจำกัด

ในการออกแบบกิจกรรมหรือโปรแกรมเพื่อเสริมสร้างความตระหนักรู้ในการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ มีประเด็นหลายประการที่ควรพิจารณาอย่างรอบคอบ เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยสนับสนุนและข้อจำกัด ดังต่อไปนี้

1) **ปัจจัยสนับสนุน** เป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้การดำเนินงานบรรลุความสำเร็จตามเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย

(1) **ผู้จัดกิจกรรม** ผู้นำกิจกรรมหรือผู้จัดการเรียนรู้ควรมีความรู้และทักษะที่ถูกต้องเกี่ยวกับหลักการออกกำลังกายเพื่อเสริมสุขภาพร่างกาย และมีความเข้าใจในหลักการและเทคนิคการจัดกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้สำหรับผู้สูงอายุ เพื่อให้สามารถนำทฤษฎีและแนวคิดต่าง ๆ มาออกแบบกิจกรรมที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้วิธีการที่ช่วยให้ผู้สูงอายุเห็นความจำเป็นในการออกกำลังกายเป็นทางเลือกในการดูแลสุขภาพของตนเอง

(2) **ผู้สูงอายุที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย** กลุ่มเป้าหมายของกิจกรรมเสริมสร้างความตระหนักรู้ในการออกกำลังกาย คือ ผู้สูงอายุที่สามารถช่วยเหลือตนเองได้ ไม่มีข้อจำกัดด้านสภาพร่างกาย และมีความต้องการที่จะสร้างเสริมสุขภาพร่างกายเพื่อป้องกันหรือบรรเทาอาการของโรคที่เป็นอยู่ หากผู้สูงอายุเกิดความตระหนักรู้ และสามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพด้วยการออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอจนเห็นผล ก็อาจเป็นแบบอย่างให้ผู้สูงอายุคนอื่น ๆ ในชุมชนปฏิบัติตาม และเป็นแรงบันดาลใจในการออกกำลังกาย

(3) **การออกแบบกิจกรรม** การออกแบบกิจกรรมต้องเริ่มจากการวิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยเปิดโอกาสให้ผู้สูงอายุได้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ รวมถึงพิจารณาปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น บริบทของชุมชน วิถีชีวิต การประกอบอาชีพ และวัฒนธรรม เป็นต้น จากนั้นจึงกำหนดประเด็นปัญหาที่จะดำเนินการและออกแบบกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างความตระหนักรู้ในการออกกำลังกายที่เหมาะสมจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการออกกำลังกายในกลุ่มผู้สูงอายุ พบว่ามีการนำภูมิปัญญาในแต่ละท้องถิ่นเข้ามาประยุกต์กับการออกกำลังกาย อาทิ หทัยชนก หมากผิน (2563) ศึกษาผลของการออก



กำลังกายแบบฟอนไทยทรงดำประยุกต์ต่อคุณภาพชีวิตในผู้สูงอายุที่มีโรคความดันโลหิตสูงและเสี่ยงต่อการเกิดโรคหลอดเลือดสมอง อัมภิกษา นาไว้ย และคณะ (2563) ได้พัฒนารูปแบบการออกกำลังกายแบบฟอนเจิงเพื่อส่งเสริมสมรรถภาพทางด้านร่างกายและจิตใจของผู้สูงอายุในชุมชนที่มีอาการปวดข้อเข่า ธนัมพร ทองลง และเพียงเพ็ญ บุขมมงคล (2565) ที่ได้พัฒนารูปแบบการออกกำลังกายด้วยการรำเชิงกระบี่เพื่อส่งเสริมภาวะสุขภาพของผู้สูงอายุ เป็นต้นทั้งนี้ ช่วงเวลาและระยะเวลาในการจัดกิจกรรมต้องสอดคล้องกับวิถีชีวิตของผู้สูงอายุ และมีความยืดหยุ่นตามความพร้อมของกลุ่มเป้าหมาย

(4) *ภาคีเครือข่ายดำเนินงาน* การจัดกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างความตระหนักรู้ในการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุจะมีประสิทธิผลได้ก็ต่อเมื่อได้รับการสนับสนุนจากภาคส่วนต่าง ๆ เช่น โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล, องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น, และเครือข่ายการสนับสนุนจากนักการเมืองท้องถิ่น, อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน, ผู้นำชุมชน และแกนนำผู้สูงอายุในชุมชน (กานดา ยุกุล และวรยุทธ นาคอ้าย, 2561) หากผู้จัดกิจกรรมสามารถสร้างความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ ในการดำเนินงาน และมีการติดตามผลอย่างสม่ำเสมอ กิจกรรมดังกล่าวจะสามารถดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

(5) *ทุนทางสังคม* การเข้าใจบริบทพื้นที่ ความเชื่อและวัฒนธรรมของชุมชน รวมถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการออกแบบกิจกรรมที่เหมาะสมกับวิถีชีวิตของชุมชนแต่ละแห่ง ซึ่งจะช่วยให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ ตัวอย่างเช่น การใช้เครื่องดนตรีหรือเพลงพื้นบ้านประกอบการออกกำลังกาย หรือการนำการเล่นหรือกีฬาพื้นบ้านที่มีในท้องถิ่นมาใช้ในการออกกำลังกายเพื่อเสริมสร้างสุขภาพ

2) ข้อจำกัด เป็นปัญหาหรืออุปสรรคที่อาจขัดขวางความสำเร็จของการดำเนินงาน ซึ่งผู้จัดกิจกรรมควรพิจารณาอย่างรอบคอบ โดยมีข้อจำกัดหลัก ๆ ดังนี้

(1) *เจตคติที่ไม่พึงประสงค์ของผู้สูงอายุ* บางครั้งผู้สูงอายุอาจมีเจตคติที่ไม่พึงประสงค์ต่อการออกกำลังกาย เช่น ความรู้สึกที่ว่าตนเองไม่มีคุณค่า หรือเป็นภาระให้กับครอบครัว ซึ่งถือเป็นอุปสรรคสำคัญในการจัดกิจกรรม ดังนั้น การสร้างพลังอำนาจให้ผู้สูงอายุรู้สึกถึงคุณค่าในตัวเอง จึงเป็นสิ่งสำคัญ เพราะเมื่อผู้สูงอายุรู้สึกมีคุณค่าและมีชีวิตที่ยืนยาว ก็จะหันมาดูแลสุขภาพของตนเองด้วยการออกกำลังกาย (อนุชา ม่วงใหญ่, 2561)

(2) *กิจกรรมขาดความหลากหลาย* สุขภาพและโรคของผู้สูงอายุมีความหลากหลาย ผู้สูงอายุบางคนอาจมีสุขภาพดีและสามารถออกกำลังกายได้ตามปกติ ขณะที่บางคนอาจมีปัญหาเกี่ยวกับการทรงตัว หรือมีโรคประจำตัวที่ต้องระมัดระวังการออกกำลังกายที่ใช้แรงมากเกินไป ดังนั้น การออกแบบกิจกรรมส่งเสริมการตระหนักรู้ในการออกกำลังกายจึงต้องมีความหลากหลาย เพื่อให้ผู้สูงอายุสามารถเลือกกิจกรรมที่เหมาะสมกับสภาพร่างกายและโรคที่ตนเองเป็นอยู่



(3) การขาดความต่อเนื่องของกิจกรรม การจัดกิจกรรมเสริมสร้างความตระหนักรู้ไม่สามารถเห็นผลได้จากการจัดกิจกรรมเพียงครั้งเดียว ดังนั้น การวางแผนเพื่อให้กิจกรรมมีความต่อเนื่องเป็นสิ่งสำคัญ โดยเฉพาะในการติดตามผลและประเมินผลการดำเนินงาน เพื่อให้สามารถเห็นผลที่เป็นรูปธรรมและบรรลุเป้าหมาย

(4) การขาดความร่วมมือจากครอบครัวและชุมชน การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพต้องกระทำอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ หากขาดการสนับสนุนจากคนในครอบครัวหรือชุมชน ผู้สูงอายุอาจจะละเลยการออกกำลังกายได้ ดังนั้น การออกแบบกิจกรรมควรให้ครอบครัวเข้ามามีส่วนร่วมในการออกกำลังกาย เพื่อช่วยให้ผู้สูงอายุสามารถทำกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง และส่งผลดีต่อสุขภาพของทุกคนในครอบครัว

การจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างความตระหนักรู้ในการออกกำลังกายเป็นกระบวนการศึกษาในระบบที่มุ่งพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ โดยให้ผู้สูงอายุได้เรียนรู้ตลอดชีวิตและสามารถนำความรู้ที่ได้ไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันตามความต้องการและความสนใจส่วนบุคคล ทั้งนี้ ผู้จัดกิจกรรมควรพิจารณาปัจจัยสนับสนุนและข้อจำกัดในการดำเนินงานอย่างรอบคอบ เพื่อให้กิจกรรมบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

บทสรุป

สถานการณ์ที่ประเทศไทยกำลังก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุ ส่งผลให้ทุกภาคส่วนจำเป็นต้องจัดเตรียมนโยบายและมาตรการต่าง ๆ เพื่อรองรับ โดยเฉพาะในมิติสุขภาพ ซึ่งจะช่วยแบ่งเบาภาระของระบบสาธารณสุขและลดค่าใช้จ่ายของภาครัฐในการดูแลสุขภาพของประชากร การเสริมสร้างสุขภาพของผู้สูงอายุ โดยเฉพาะการสร้าง ความตระหนักรู้ในการออกกำลังกาย จึงเป็นหนึ่งในแนวทางที่สำคัญในการป้องกันและรักษาโรค รวมถึง การชะลอความเสื่อมของสมรรถภาพร่างกาย ซึ่งเป็นปัญหาหลักที่ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ต้องเผชิญจากกระบวนการสูงวัย บทบาทของการศึกษานอกระบบในการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ด้านสุขภาพผ่านการสร้าง ความตระหนักรู้ในการออกกำลังกาย จึงเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาผู้สูงอายุให้มีสมรรถภาพร่างกายที่แข็งแรง ทั้งยังช่วยส่งเสริมสุขภาพจิตที่เข้มแข็งและมีความสุข รวมถึงเพิ่มความเชื่อมั่นในตนเองและการเห็นคุณค่าในตัวเอง โดยเป็นการสร้างความภาคภูมิใจในความสามารถในการดูแลสุขภาพตนเอง การสร้างคุณค่าเหล่านี้จะนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในด้านต่าง ๆ ความสำเร็จในการจัดกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างความตระหนักรู้ในการออกกำลังกายสำหรับผู้สูงอายุเกิดขึ้นจากการที่ผู้จัดกิจกรรมสามารถวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้องและตรงประเด็น การกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน และการออกแบบกิจกรรมที่เหมาะสม โดยเลือกใช้เทคนิคและวิธีการกระตุ้นที่สามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงใน แนวคิดและพฤติกรรมสุขภาพของผู้สูงอายุได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การมีเครือข่ายด้านสุขภาพที่เกี่ยวข้องเข้ามามีบทบาทในการขับเคลื่อนการดำเนินงาน ก็เป็นปัจจัยสำคัญในการทำให้กิจกรรมดังกล่าว



สามารถประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน การใช้ทุนทางสังคมในลักษณะต่าง ๆ เช่น การร่วมมือกับชุมชนและการส่งเสริมกิจกรรมที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชน จะช่วยให้กิจกรรมเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของผู้สูงอายุและชุมชน อย่างไรก็ตาม การดำเนินกิจกรรมเสริมสร้างความตระหนักรู้ในการออกกำลังกายสำหรับผู้สูงอายุก็ยังคงมีปัญหาและอุปสรรคที่ต้องคำนึงถึงในการออกแบบกิจกรรม ซึ่งประกอบด้วยเจตคติที่ไม่พึงประสงค์จากผู้สูงอายุบางกลุ่มที่อาจรู้สึกว่าการออกกำลังกายไม่มีคุณค่าหรือหมดหวังในการมีชีวิตอยู่ การขาดความหลากหลายของกิจกรรมที่ตอบสนองต่อความต้องการและสมรรถภาพทางร่างกายที่แตกต่างกันของผู้สูงอายุ การขาดความต่อเนื่องในการจัดกิจกรรม รวมถึงการขาดความร่วมมือจากคนในครอบครัวและชุมชนในการสนับสนุนการออกกำลังกาย ซึ่งอาจส่งผลให้ผู้สูงอายุไม่สามารถทำกิจกรรมได้อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง ดังนั้น การจัดกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างความตระหนักรู้ในการออกกำลังกายสำหรับผู้สูงอายุจึงต้องคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการดำเนินงาน ทั้งในด้านปัจจัยสนับสนุนและอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้น เพื่อให้การดำเนินงานสามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ และช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุได้อย่างยั่งยืน

บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). แผนยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560-2564). กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กานดา ยุกต, และวรุณ นาคอ้าย. (2561). รูปแบบการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ กรณีศึกษาอำเภอปัว จังหวัดน่าน. วารสารการส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อม, 41(ฉบับพิเศษ), 23-36.
- กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2564, 3 มีนาคม). ผู้สูงอายุออกกำลังกายอย่างไรจึงเหมาะสม. www.dop.go.th
- กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2567, 31 ธันวาคม). สถิติผู้สูงอายุ. https://www.dop.go.th/th/statistics_page?cat=1&id=2559
- กรมพลศึกษา. (2560). แผนพัฒนานันทนาการแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2560-2564). กรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กรมสุขภาพจิต. (2556). คู่มือ “ความสุข 5 มิติ” สำหรับผู้สูงอายุ. สำนักส่งเสริมและพัฒนาสุขภาพจิต กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข.
- กรมอนามัย. (2561, 11 มิถุนายน). สร้างเสริมสุขภาวะของผู้สูงอายุด้วยการออกกำลังกาย. กองส่งเสริมความรู้และสื่อสารสุขภาพ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. www.multimedia.anamai.moph.go.th
- กรมอนามัย. (2562, 22 สิงหาคม). แนะนำวัยฟิตร่างกาย ลดการเสื่อมสภาพร่างกาย ป้องกันหกล้ม. กองส่งเสริมความรู้และสื่อสารสุขภาพ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. www.multimedia.anamai.moph.go.th



- กุลธิดา เหมเพชร, คมกริช เซาว์พานิช, พรเพ็ญ ลาโพธิ์, และวาสิฏฐี เทียมเท่าเกิด. (2556). พฤติกรรมการออกกำลังกายของบุคลากรในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน. ใน *การประชุมวิชาการแห่งชาติ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ครั้งที่ 10* (น. 3065-3080). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน.
- คิดณรงค์ โคตรทอง. (2564). การพัฒนารูปแบบการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุโดยอาศัยผู้สูงอายุในชุมชนบ้านยางเทิง ตำบลไร่น้อย อำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี. [วิทยานิพนธ์สาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- จุฑามาศ เมืองมูล, พิณภูษิณีย์ จิตคำ, อนุสรณ์ บุญจิตร, เนตรยา สมกำลัง, พชรินทร์ วินยวงศ์กุล, และวัชรพงษ์ เรือนคำ. (2566). ปัญหาสุขภาพจิตของผู้ดูแลผู้สูงอายุที่ป่วยด้วยโรคเรื้อรัง จังหวัดเชียงราย. *วารสาร มจร. วิชาการ*, 27(2), 274-294.
- ธันมพร ทองทอง, และเพ็ญเพ็ญ บุชมงคล. (2565). การพัฒนารูปแบบการออกกำลังกายด้วยการรำเชิงกระต๊อบเพื่อส่งเสริมภาวะสุขภาพของผู้สูงอายุ. *วารสารการแพทย์และวิทยาศาสตร์สุขภาพ*, 29(2), 78-92.
- นฤมล ตันธสุเรศชัย. (2561). การจัดการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการศึกษานอกระบบ* (น. 1-36). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- พรหมินทร์ เมฆากาญจนศักดิ์, และนางลักษณ์ เมฆากาญจนศักดิ์. (2556). การพัฒนารูปแบบการสร้างความรู้เห็นในการออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอในระดับบุคคลและครอบครัว. *วารสารสมาคมพยาบาลฯ สาขาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 31(3), 124-133.
- โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย. (2567, 24 พฤษภาคม). *วันผู้สูงอายุแห่งชาติ*.
<https://redcross.or.th/news/infographics/20210/>
- โรงพยาบาลรามธิบดี. (2561, 1 ตุลาคม). *ผู้สูงอายุ ออกกำลังกายอย่างไรจึงเหมาะสม*.
www.rama.mahidol.ac.th
- เวหา เกษมสุข. (2562). *แนวทางส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตของโรงเรียนผู้สูงอายุ*. [วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์ดุสิตบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุพรรณิ ไชยอำพร. (2550). *รูปแบบแหล่งเรียนรู้ด้านคุณธรรมเพื่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน*. ปริมาณ.
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2562). *แผนการดำเนินงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563*. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ.
- หทัยชนก หมาภิน. (2563). ผลของการออกกำลังกายแบบฟิตเนสไทยทรงดำประยุกต์ต่อคุณภาพชีวิตในผู้สูงอายุที่มีโรคความดันโลหิตสูงและเสี่ยงต่อการเกิดโรคหลอดเลือดสมอง. *วารสารมหาวิทยาลัยศรีสเคียน*, 26(1), 28-41.



- อนุชา ม่วงใหญ่. (2561). แนวคิด และวิธีการ เพื่อดำรงชีวิตอย่างมีคุณค่าของผู้สูงอายุ. ใน *การประชุมวิชาการพะเยาวิจัย ครั้งที่ 7 มหาวิทยาลัยพะเยา จังหวัดพะเยา* (น. 2510-2518). มหาวิทยาลัยพะเยา.
- อริสรา สุขวักนี้. (2555). การออกกำลังกายสำหรับผู้สูงอายุ. *วารสารศรีนครินทร์วิจัยและพัฒนา*, 4(8), 216-223.
- อัมพร พริกนุช, และสิรินธร สิ้นจินดาวงศ์. (2564). การพัฒนาโปรแกรมการออกกำลังกายสำหรับผู้สูงอายุ ชุมชนหมู่บ้านเลิศบุลเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, 7(3), 178-192.
- อัมมิชา นาไว้อยและคณะ. (2563). การพัฒนารูปแบบการออกกำลังกายแบบฟิตเนสเพื่อส่งเสริมสมรรถภาพทางด้านร่างกายและจิตใจของผู้สูงอายุในชุมชนที่มีอาการปวดข้อเข่า. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 5(3), 266-285.
- อาชัญญา รัตนอุบล. (2559). *การเรียนรู้ของผู้ใหญ่และผู้สูงอายุในสังคมไทย*. โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อาชัญญา รัตนอุบล, สาริพันธ์ ศุภวรรณ, วีระเทพ ปทุมเจริญวัฒนา, มนัสวาศน์ โกวิทยา, วรรัตน์ ปทุมเจริญวัฒนา, ปาน กิมปี, และระวี สัจจโสภณ. (2555). การพัฒนาแนวทางการส่งเสริมการจัดการศึกษา การเรียนรู้เพื่อการพัฒนาศักยภาพผู้สูงอายุ. *วารสารครุศาสตร์*, 40(1), 14-28.
- อำพร ศรียาภัย, และนันทวัน เทียนแก้ว. (2564). การพัฒนาสวนฟื้นฟูและส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ. *วารสารการวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชน (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 14(3), 86-97.
- อุทัยวรรณ พงษ์บริบูรณ์. (2563). สถานการณ์ผู้สูงอายุประเทศไทย: ปัญหาและความต้องการด้านสุขภาพ. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*, 10(2), 46-58.
- เอกพล วงศ์เสรี, กมลวรรณ กิตติอุดมรัตน์, จิรวัฒน์ ทิพย์รส, เฉลิมพร วรพันธ์กิจ, และพรณวดี กิตติอุดมรัตน์ (2563). ยุทธศาสตร์การเตรียมผู้สูงอายุให้เข้าสู่วัยสูงอายุอย่างมีความสุข. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร*, 40(6), 74-91.
- APA Dictionary of Psychology. (2022). *Awareness*. <https://dictionary.apa.org/awareness>
- Breckler, S. J., & Greenwald, A. G. (1986). Motivational facets of the self. In R. M. Sorrentino & E. T. Higgins (Eds.), *Handbook of motivation and cognition: Foundations of social behavior* (pp. 145–164). Guilford Press.
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The knowledge-creating company*. Oxford University Press.
- Prochaska, J. O., & DiClemente, C. C. (1984). *The transtheoretical approach: Crossing traditional boundaries of therapy*. Dow Jones-Irwin.



Received: January 31, 2025

Revised: April 14, 2025

Accepted: June 28, 2025

คาสีโนและความยั่งยืนในมิตินันทนาการ: บทเรียนจากต่างประเทศสู่บริบทประเทศไทย
Casinos and Sustainability in the Recreational Context: Lessons from Foreign Countries
to the Thai Perspective

เตชภณ ทองเต็ม (Tachapon Tongterm)^{1*}

พรหมลิขิต อุรา (Promlikit Ura)²

*ผู้ประสานงานหลัก: spsc_network@hotmail.com

บทคัดย่อ

การพัฒนาคาสีโนในฐานะพื้นที่นันทนาการที่ยั่งยืนได้รับความสนใจในระดับนานาชาติ โดยเฉพาะในรูปแบบสถานบันเทิงแบบครบวงจรที่ผสมผสานการพนัน การท่องเที่ยว และกิจกรรมนันทนาการเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ โดยกรณีศึกษาจากมาเก๊าและสิงคโปร์ รวมถึงประเทศเพื่อนบ้านที่มีบริบทใกล้เคียงกับไทย เช่น มาเลเซีย กัมพูชา และลาว แสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการสร้างรายได้ ยกกระดับอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว และสนับสนุนการพัฒนาที่มีความสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม สำหรับประเทศไทย การผลักดันแนวคิดการพัฒนาสถานบันเทิงแบบครบวงจรที่มีคาสีโนเป็นส่วนประกอบสะท้อนถึงความเปลี่ยนแปลงเชิงนโยบายที่ให้ความสำคัญกับกิจกรรมนันทนาการที่สร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ อย่างไรก็ตาม โครงการดังกล่าวยังเผชิญความท้าทายสำคัญในการสร้างการยอมรับในบริบทสังคมไทยที่ยึดโยงกับคุณค่าทางศีลธรรมแบบพุทธศาสนา ซึ่งส่งผลต่อทัศนคติของประชาชนต่อกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพนัน บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทของคาสีโนในฐานะกิจกรรมนันทนาการ วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลว ประเมินความพร้อมของ

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ
(Assistant Professor, Department of Sport Science, Faculty of Liberal Arts and Sciences, Sisaket Rajabhat University)

² อาจารย์ สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ
(Lecturer, Department of Tourism and Hotel, Faculty of Business Administration and Accounting, Sisaket Rajabhat University)



ประเทศไทย และเสนอแนวทางการพัฒนาคาสิโนที่สอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยใช้กรณีศึกษาดังกล่าวเป็นฐานการวิเคราะห์

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จประกอบด้วยระบบกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว การออกแบบพื้นที่แบบบูรณาการ และการสนับสนุนกิจกรรมวัฒนธรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น ขณะที่ความล้มเหลวของบางประเทศเกิดจากการขาดการควบคุมอย่างเป็นระบบ การพึ่งพานักลงทุนภายนอกมากเกินไป และการละเลยผลกระทบทางสังคมที่มีความซับซ้อน อีกทั้ง บทความยังได้ชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการกำหนดมาตรการป้องกันผลกระทบเชิงลบ เช่น การติดการพนัน การฟอกเงิน และอาชญากรรม รวมถึงการสร้างกลไกการมีส่วนร่วมของชุมชนและการบูรณาการวัฒนธรรมไทยในการพัฒนาโครงการคาสิโน เพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในอนาคต

คำสำคัญ คาสิโน นันทนาการ การพัฒนาที่ยั่งยืน สถาบันเชิงแบบครบวงจร การท่องเที่ยว

Abstract

The development of casinos as sustainable recreational spaces has attracted considerable attention internationally, particularly in the form of entertainment complexes that integrate gambling, tourism, and recreational activities in a systematic manner. Case studies from Macau and Singapore, along with countries in the region with socio-cultural contexts similar to Thailand—such as Malaysia, Cambodia, and Laos—demonstrate the potential to generate substantial revenue, enhance the tourism industry, and support development that balances economic, social, and environmental dimensions. In Thailand, the promotion of entertainment complex initiatives that incorporate casinos reflects a policy shift recognizing recreational activities as drivers of economic value and as responses to the evolving demands of modern consumers. However, these initiatives face significant challenges in achieving public acceptance within Thai society, which remains closely tied to moral values rooted in Buddhism and thereby influences societal attitudes toward gambling-related activities. This article aims to examine the role of casinos as recreational activities, analyze the factors contributing to success and failure, assess Thailand's readiness, and propose



development approaches consistent with the concept of sustainable development, drawing upon the aforementioned case studies as a basis for analysis.

The findings show that successful models have strong rules, good tourism facilities, well-planned layouts, and support for cultural activities that represent local identity. In contrast, failures in certain countries stem from inadequate oversight, excessive dependence on foreign investors, and insufficient attention to complex social impacts. Furthermore, the article emphasizes the need to implement measures to mitigate adverse consequences such as gambling addiction, money laundering, and crime, while also fostering community participation and integrating Thai cultural identity into casino development projects to ensure a sustainable balance among economic, social, and cultural dimensions in the future.

Keywords: Casino, Recreation, Sustainable Development, Entertainment Complex, Tourism

บทนำ

การพัฒนาคาสिनอในฐานะพื้นที่นันทนาการที่ยั่งยืนได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางในหลายประเทศ โดยเฉพาะในรูปแบบสถานประกอบการท่องเที่ยวครบวงจร (Integrated Resort: IR) ที่ผสมผสานระหว่างการพนัน การท่องเที่ยว และกิจกรรมนันทนาการที่หลากหลาย (Lee et al., 2022) โดยการเปลี่ยนผ่านจากคาสिनอดั้งเดิมสู่การเป็นศูนย์รวมความบันเทิงได้สะท้อนวิวัฒนาการของอุตสาหกรรมนันทนาการที่ตอบสนองไลฟ์สไตล์ (lifestyle) ของผู้บริโภคยุคใหม่ (Vaugeois et al., 2020) อีกทั้งความสำเร็จของ Marina Bay Sands ในสิงคโปร์และการเติบโตของอุตสาหกรรมคาสिनอในมาเก๊าได้แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของโมเดลนี้ในการสร้างรายได้อย่างมหาศาล อีกทั้งยังช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจในชุมชน และยกระดับการท่องเที่ยวในประเทศอีกด้วย (McCartney, 2017) โดยเฉพาะการสร้างประสบการณ์การพักผ่อนที่หลากหลายผ่านการผสมผสานศิลปะ วัฒนธรรม เทคโนโลยี และความบันเทิงเชิงสร้างสรรค์ (Lee & Jan, 2022; Greenwood & Dwyer, 2017) อีกทั้งยังช่วยลดการพึ่งพารายได้จากการพนันโดยตรง ผ่านการกระจายกิจกรรมให้ครอบคลุมมิตินันทนาการที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

ในประเทศไทย แนวคิดเรื่องคาสिनอไม่ใช่เรื่องใหม่ หากแต่ปรากฏซ้ำหลายครั้งในประวัติศาสตร์ นับตั้งแต่การมีบ่อนเบี้ยในสมัยรัชกาลที่ 2 การเก็บอากรบ่อนเบี้ยอย่างเป็นระบบในช่วงรัชกาลที่ 3-4 จนกระทั่งมีประกาศยุติบ่อนการพนันทั่วประเทศ ในสมัยรัชกาลที่ 6 (ศิริดี อักษรนำ, 2567) ต่อมาในยุคหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 รัฐบาลไทยมีการออกพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. 2478 และเปิดคาสिनออีกครั้งในยุคจอมพล ป. พิบูลสงคราม และนายควง อภัยวงศ์ แม้จะเปิดดำเนินการเพียงช่วงสั้น ๆ ก่อน



ยกเลิกในเวลาต่อมา (ธรรมบุญ ศรีวัลย์, 2546) ซึ่งความพยายามดังกล่าวได้หวนกลับมาอีกครั้งในช่วงปี พ.ศ. 2545-2549 ภายใต้นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และล่าสุดในปี พ.ศ. 2565 คณะกรรมการวิสามัญของสภาผู้แทนราษฎรได้ศึกษาแนวทางการจัดตั้งสถาบันเชิงแบบครบวงจร (Entertainment Complex: EC) โดยมีคาสีโนเป็นองค์ประกอบหนึ่งภายใต้กรอบการกำกับดูแลที่ชัดเจน (ฐานเศรษฐกิจ, 2568; สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2565) แต่อย่างไรก็ตาม ความพยายามดังกล่าวยังเผชิญความท้าทายในการสร้างการยอมรับของสังคมไทยในฐานะ “เมืองพุทธ” ที่มีค่านิยมทางศีลธรรมเป็นรากฐานสำคัญ ทศนคติของประชาชนจำนวนมากยังมองว่าคาสีโนเป็นกิจกรรมที่ขัดต่อหลักศีลธรรม ส่งผลให้เกิดข้อกังวลต่อปัญหาสังคม เช่น การติดการพนัน การฟอกเงิน และอาชญากรรม (เดชภณ ทองเติม และคณะ, 2567; พระอธิการอดิศักดิ์ อัครวิโส และคณะ, 2559; วรพงศ์ ภูมิบ่อพลับ, 2561ก) ถึงแม้ว่าจะมีแนวทางในการกำหนดสัดส่วนพื้นที่คาสีโนไม่เกินร้อยละ 10 ของพื้นที่โครงการ และสนับสนุนให้กิจกรรมที่หลากหลาย เช่น การจัดแสดงวัฒนธรรม การส่งเสริมผู้ประกอบการท้องถิ่น และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Cheong & Lee, 2021) แต่บทเรียนจากประเทศเพื่อนบ้าน เช่น กัมพูชาและลาว ได้แสดงให้เห็นว่า การพัฒนาคาสีโนโดยขาดระบบควบคุมที่รัดกุมอาจนำไปสู่ปัญหาการค้ำฉวย อาชญากรรมข้ามชาติ และผลกระทบต่อชุมชนท้องถิ่นได้ (Tower & Clapp, 2020; Laungaramsri, 2019)

แม้ว่าจะมีการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาคาสีโนในหลายมิติ แต่ยังคงขาดการศึกษาที่วิเคราะห์อย่างเป็นระบบในมิติด้านนันทนาการและความยั่งยืน โดยเฉพาะในบริบทของประเทศไทยที่กำลังพิจารณาการพัฒนาโครงการสถานบันเทิงแบบครบวงจรนี้ ซึ่งงานวิจัยและการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมาเน้นการศึกษาด้านผลกระทบทางเศรษฐกิจ (Henderson, 2016) หรือผลกระทบทางสังคม (Ladouceur et al., 2017) แต่ยังคงขาดการบูรณาการมุมมองด้านนันทนาการและการพัฒนาที่ยั่งยืนเข้าด้วยกัน บทความวิชาการนี้จึงมุ่งเติมเต็มช่องว่างดังกล่าวผ่านวัตถุประสงค์สำคัญสี่ประการ ได้แก่ การศึกษาบทบาทของคาสีโนในฐานะกิจกรรมนันทนาการในบริบทต่างประเทศและภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลว การประเมินความพร้อมของประเทศไทย และการเสนอแนะแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน ทั้งนี้ ผลการศึกษาคาดว่าจะประโยชน์ต่อการสนับสนุนการตัดสินใจเชิงนโยบาย การวางแผนพัฒนาโครงการศูนย์รวมความบันเทิงครบวงจร และการจัดทำแนวทางการพัฒนาที่สมดุลระหว่างมิติเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม อันจะเป็นแนวทางเชิงรูปธรรมสำหรับผู้กำหนดนโยบาย นักพัฒนา และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการสร้างพื้นที่นันทนาการที่มีคาสีโนเป็นส่วนประกอบที่สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืนในบริบทของประเทศไทย



แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาการพัฒนาคาสิโนในฐานะกิจกรรมนันทนาการที่ยั่งยืนเพื่อประยุกต์ใช้ในบริบทประเทศไทย จำเป็นต้องทำความเข้าใจกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องอย่างรอบด้าน ทั้งนี้เพื่อวางฐานวิเคราะห์และพัฒนาแนวทางที่สอดคล้องกับความเป็นจริงในสังคมไทย ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยมีกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่สำคัญ ดังนี้

1. แนวคตินันทนาการสมัยใหม่

แนวคิดเกี่ยวกับนันทนาการในศตวรรษที่ 21 ไม่ได้จำกัดอยู่แค่การพักผ่อนเพื่อผ่อนคลาย แต่ได้ขยายขอบเขตไปสู่มิติของการสร้างประสบการณ์ การเสริมสร้างสุขภาวะ การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของพื้นที่ (Vaugeois et al., 2020) ซึ่งจากการศึกษาประเทศที่มีการพัฒนาสถานประกอบการท่องเที่ยวครบวงจร เช่น สิงคโปร์และมาเก๊า ได้แสดงให้เห็นว่า นันทนาการสามารถกลายเป็นกลไกสำคัญของการฟื้นฟูเมือง การดึงดูดการลงทุน และการสร้างความหลากหลายทางเศรษฐกิจผ่านกิจกรรมที่หลากหลาย ทั้งคาสิโน โรงแรม การจัดนิทรรศการ การแสดงวัฒนธรรม และศูนย์ประชุม (Henderson, 2016) โดยแนวโน้มดังกล่าวสอดคล้องกับรูปแบบการบริโภคของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่แสวงหาความประทับใจเชิงวัฒนธรรมควบคู่กับความความสะดวกสบายและความบันเทิง สำหรับในบริบทของประเทศไทย แนวคตินันทนาการสมัยใหม่มีความเชื่อมโยงกับทุนทางวัฒนธรรมที่เข้มแข็ง เช่น การแสดงโขน ผ้าไทย หัตถกรรมพื้นบ้าน และอาหารท้องถิ่น ซึ่งหากประเทศไทยสามารถออกแบบกิจกรรมเหล่านี้ให้เชื่อมโยงกับพื้นที่คาสิโนได้อย่างลงตัว ย่อมช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับกิจกรรมนันทนาการและยกระดับสถานบันเทิงให้เป็นศูนย์กลางวัฒนธรรมร่วมสมัยในระดับนานาชาติได้

2. แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน

แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนมีรากฐานจากเป้าหมายการพัฒนาที่ไม่ส่งผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม ไม่สร้างความเหลื่อมล้ำทางสังคม และสามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจได้อย่างต่อเนื่อง โดยเน้นความสมดุลระหว่างมิติหลักทั้งสาม ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (Henderson, 2016) ซึ่งในภาคธุรกิจนันทนาการ แนวคิดนี้ได้รับการประยุกต์ใช้ในหลายประเทศที่มีอุตสาหกรรมคาสิโนขนาดใหญ่ เช่น สิงคโปร์ มาเก๊า และเกาหลีใต้ เป็นต้น โดยให้ความสำคัญกับการออกแบบสิ่งปลูกสร้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ การจัดการของเสีย และการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (carbon dioxide: CO₂) (Cheong & Lee, 2021) อีกทั้งประเด็นการพัฒนาที่ยั่งยืนยังเน้นการกระจายโอกาสและรายได้ให้กับชุมชน การส่งเสริมผู้ประกอบการในท้องถิ่น และการสนับสนุนการจ้างงานที่มีคุณภาพ ซึ่งช่วยลดช่องว่างระหว่างเมืองกับชนบทและสร้างฐานเศรษฐกิจระดับฐานรากที่เข้มแข็ง ยกตัวอย่างเช่น Marina Bay Sands ในสิงคโปร์ ได้ดำเนินโครงการฝึกอบรมแรงงานในประเทศและสนับสนุนผลิตภัณฑ์จากท้องถิ่น เพื่อลดการพึ่งพาภายนอกและเสริมสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจภายใน (Park et al., 2018)



3. แนวคิดและทฤษฎีผลกระทบทางสังคม

แนวคิดเกี่ยวกับผลกระทบทางสังคมมุ่งวิเคราะห์ว่าโครงการหรือกิจกรรมหนึ่ง ๆ ส่งผลต่อโครงสร้าง สัมพันธภาพ และคุณภาพชีวิตของประชาชนอย่างไร ซึ่งในกรณีของคาสีโน ผลกระทบทางสังคมปรากฏในหลายมิติทั้งด้านบวกและด้านลบ โดยเฉพาะในประเทศกำลังพัฒนา เช่น ลาวและกัมพูชา ที่พบว่าการเติบโตของคาสีโนส่งผลให้เกิดปัญหาอาชญากรรม การพนันผิดกฎหมาย การแทรกแซงของทุนต่างชาติ และความเปราะบางของชุมชนชายแดน (Tower & Clapp, 2020; ชาตรี เกษโพหนอง, 2565) ส่วนในขณะประเทศพัฒนาแล้ว เช่น สิงคโปร์ ได้นำแนวทางการจัดการผลกระทบมาดำเนินการอย่างเป็นระบบผ่านมาตรการจำกัดการเข้าถึงของกลุ่มเปราะบาง การประเมินความสามารถทางการเงินก่อนเข้าเล่น และการจัดตั้งกองทุนฟื้นฟู ผู้ได้รับผลกระทบจากการพนัน (Ho, 2022) ส่วนกรณีของมาเลเซียยังชี้ให้เห็นถึงการสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนาและการรักษาค่านิยมทางวัฒนธรรมเพื่อป้องกันการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอย่างฉับพลัน (Chaichi et al., 2023) ซึ่งแนวคิดเหล่านี้สามารถนำมาปรับใช้ในบริบทไทยเพื่อกำหนดกลไกคุ้มครองเชิงระบบควบคู่กับการขับเคลื่อนนโยบาย

4. กรอบแนวคิดในบริบทประเทศไทย

แนวคิดการพัฒนาคาสีโนในประเทศไทยมีความซับซ้อนทั้งในเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม กล่าวคือ ประเทศไทยเคยมีบ่อนการพนันที่ถูกกฎหมายมาแล้วหลายครั้ง โดยเริ่มจากระบบบ่อนเบี้ยในสมัยรัชกาลที่ 2 และการเก็บอากรบ่อนเบี้ยในสมัยรัชกาลที่ 3-4 จนกระทั่งมีการยกเลิกอย่างเด็ดขาดในสมัยรัชกาลที่ 6 พ.ศ. 2460 (ศิริ อักษรนำ, 2567) ต่อมาในช่วงหลังเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 ในยุคจอมพล ป. พิบูลสงคราม รัฐบาลไทยกลับมาพิจารณาเปิดคาสีโนอีกครั้ง และในสมัยนายควง อภัยวงศ์ ได้เปิดคาสีโนอย่างเป็นทางการในช่วงระยะเวลาสั้น ๆ เพื่อแก้ปัญหาเงินเฟ้อ (ธรรมบุญ ศรีวัลย์, 2546) แต่อย่างไรก็ตามปัจจุบันคาสีโนยังเป็นเรื่องต้องห้ามตามกฎหมายไทย แต่ในทางสังคมกลับพบว่ามีรูปแบบการพนันที่แฝงตัวอยู่ทั่วไป ทั้งในลักษณะบ่อนเถื่อน การเดิมพันออนไลน์ และการพนันเชิงวัฒนธรรมที่อยู่คู่กับประเทศไทยมาช้านาน เช่น หว่ยใต้ดิน หรือการพนันในงานศพ (อานนท์ ตั้งพิทักษ์ไกร และสุรศักดิ์ จันทา, 2564) ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงช่องว่างระหว่างกฎหมายกับพฤติกรรมของผู้นับในสังคม ซึ่งแนวทางการพัฒนาคาสีโนในประเทศไทยจึงไม่อาจละเลยบริบททางวัฒนธรรม ความเชื่อ และศีลธรรม เหล่านี้ได้ โดยเฉพาะความเป็น “เมืองพุทธ” ที่มองการพนันว่าเป็นสิ่งขัดต่อหลักจริยธรรม ดังนั้น การบูรณาการแนวคิดนันทนาการสมัยใหม่กับหลักการพัฒนาที่ยั่งยืน และการกำหนดมาตรการป้องกันผลกระทบทางสังคมอย่างรอบด้าน จึงเป็นเงื่อนไขที่สำคัญในการพัฒนาโมเดลคาสีโนที่เหมาะสมกับบริบทไทย



กรณีศึกษาบทบาทของคาสีโน

คาสีโนในเอเชียและอาเซียนมีบทบาทสำคัญทั้งในด้านเศรษฐกิจ การท่องเที่ยว และนันทนาการ โดยในหลายประเทศได้พัฒนาโมเดลรีสอร์ทแบบครบวงจร ดังนี้

1. กรณีศึกษาประเทศที่ประสบความสำเร็จ: สิงคโปร์-มาเก๊า

การพัฒนาคาสีโนในภูมิภาคเอเชียสะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มการเปลี่ยนผ่านจากกิจกรรมการพนันแบบดั้งเดิมไปสู่การเป็นระบบเศรษฐกิจนันทนาการที่ซับซ้อนและยั่งยืน โดยเฉพาะในกรณีของสิงคโปร์และมาเก๊า ซึ่งถือเป็นแบบอย่างของความสำเร็จในระดับภูมิภาค ทั้งสองประเทศมีการจัดการคาสีโนภายใต้กรอบกฎหมายที่ชัดเจน การผนวกกิจกรรมทางวัฒนธรรมเข้าสู่พื้นที่คาสีโน และการควบคุมผลกระทบทางสังคมอย่างเป็นระบบ (ยศธร ทวีพล และคณะ, 2562) ซึ่งสามารถจำแนกประเด็นสำคัญออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้

1.1 ระบบกำกับดูแล ทั้งสิงคโปร์และมาเก๊าได้จัดตั้งหน่วยงานกำกับดูแลเฉพาะทางที่มีอำนาจชัดเจนในการออกใบอนุญาต ตรวจสอบ และควบคุมกิจกรรมของคาสีโน โดยในสิงคโปร์ หน่วยงาน Casino Regulatory Authority (CRA) มีบทบาทสำคัญในการควบคุมการฟอกเงิน การจำกัดการเข้าถึงของคนในประเทศ และการติดตามผลกระทบทางสังคมจากการพนัน (Ng & Austin, 2016) ขณะที่ในมาเก๊า หน่วยงาน Gaming Inspection and Coordination Bureau (DICJ) ทำหน้าที่กำกับดูแลผู้ประกอบการทุกราย และกำหนดมาตรฐานการดำเนินงานที่รัดกุม (Siu, 2023) ซึ่งระบบดังกล่าวช่วยสร้างความน่าเชื่อถือ ลดความเสี่ยงเชิงอาชญากรรม และส่งเสริมการลงทุนจากภาคเอกชนได้อย่างต่อเนื่อง

1.2 บูรณาการวัฒนธรรม ทั้งสองประเทศใช้แนวทางการออกแบบพื้นที่คาสีโนให้เป็นมากกว่าสถานที่เล่นการพนัน โดยมีการบูรณาการกิจกรรมด้านวัฒนธรรม ศิลปะ และความบันเทิงในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งนี้เพื่อยกระดับประสบการณ์ของผู้มาเยือน อีกทั้งสิงคโปร์ได้พัฒนา ArtScience Museum ซึ่งเป็นพื้นที่ผสมผสานศิลปะ เทคโนโลยี และนวัตกรรมควบคู่กับพื้นที่คาสีโน (Koufopoulos, 2023) ขณะที่มาเก๊าใช้มรดกทางวัฒนธรรมของโปรตุเกสและจีนเป็นแกนกลางในการพัฒนาเทศกาลศิลปะ การแสดงพื้นบ้าน และกิจกรรมสร้างสรรค์อื่น ๆ (Sheng et al., 2023) ส่งผลให้ทั้งสองเมืองกลายเป็นจุดหมายปลายทางเชิงวัฒนธรรมที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวคุณภาพ

1.3 การจัดการผลกระทบ สิงคโปร์และมาเก๊าให้ความสำคัญกับการควบคุมผลกระทบทางสังคมผ่านมาตรการเชิงรุก เช่น การจำกัดชั่วโมงเข้าเล่น การเก็บค่าธรรมเนียมจากพลเมืองท้องถิ่น การคัดกรองผู้มีความเสี่ยงต่อการติดการพนัน และการจัดตั้งกองทุนช่วยเหลือสำหรับผู้ได้รับผลกระทบ (Ho, 2022) ส่วนมาเก๊าได้ลงทุนในโครงการพัฒนาชุมชน การฝึกอบรมแรงงานท้องถิ่น และการส่งเสริมกิจกรรมที่ไม่เกี่ยวข้องกับการพนัน เพื่อกระจายรายได้และลดการพึ่งพาคาสีโนเพียงอย่างเดียว (Cheong & Lee, 2021) ซึ่งแนวทางเหล่านี้ช่วยสร้างสมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตของประชาชนในระยะยาว



จากทั้งสามประเด็นข้างต้น จะเห็นได้ว่า ความสำเร็จของสิงคโปร์และมาเก๊าไม่ได้เกิดจากการมุ่งเน้นที่การพนันเป็นศูนย์กลางเท่านั้น แต่เป็นผลจากการออกแบบระบบที่มีความครอบคลุมรอบด้าน ซึ่งสามารถใช้เป็นต้นแบบในการประยุกต์ใช้กับบริบทของประเทศไทยอื่น ๆ ได้

2. กรณีศึกษาจากประเทศที่มีบริบทใกล้เคียงกับไทย: มาเลเซีย-กัมพูชา-ลาว

ในกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีหลายประเทศที่ใช้คาสิโนเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว โดยเฉพาะประเทศที่มีลักษณะโครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคมคล้ายคลึงกับประเทศไทย ได้แก่ มาเลเซีย กัมพูชา และลาว โดยประเทศเหล่านี้ได้นำโมเดลคาสิโนมาใช้ภายใต้บริบททางวัฒนธรรม ศาสนา และการบริหารที่แตกต่างกัน (ประดิษฐ์ศิลป์ ชัยยนต์ และสิมว่ง จิรายุทธ์, 2562) ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงโอกาส ความท้าทาย และบทเรียนสำคัญ ที่สามารถนำมาถอดเป็นแนวทางสำหรับประเทศไทย ดังนี้

2.1 บริบททางวัฒนธรรม-ศาสนา แม้ทั้งสามประเทศจะมีศาสนาเป็นฐานคุณค่าทางวัฒนธรรม เช่นเดียวกับไทย แต่ก็มีระดับความยืดหยุ่นในการจัดการนโยบายคาสิโนที่แตกต่างกัน มาเลเซียซึ่งเป็นรัฐมุสลิมใช้กลยุทธ์การแยกพื้นที่อย่างชัดเจน โดยจำกัดการเข้าถึงของชาวมุสลิมในประเทศและเน้นให้คาสิโนเป็นพื้นที่ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ (Chaichi et al., 2023) ในขณะที่กัมพูชาและลาว ซึ่งมีพลเมืองส่วนใหญ่นับถือพุทธศาสนาเช่นเดียวกับไทย กลับมีนโยบายที่เปิดกว้างมากกว่า โดยเฉพาะในพื้นที่ชายแดนและเขตเศรษฐกิจพิเศษ ซึ่งถูกออกแบบให้รองรับนักท่องเที่ยวจากประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ไทยและเวียดนาม (Sims, 2017) โดยการใช้พื้นที่ชายแดนเป็นช่องทางเบี่ยงกฎหมายจึงสะท้อนให้เห็นความคล้ายคลึงกับบริบทไทยในแง่ที่ยังไม่มีการยอมรับในเชิงนโยบายระดับชาติ แต่มีพฤติกรรมทางสังคมที่ยอมรับการเล่นพนันในทางปฏิบัติ

2.2 ปัญหาเชิงโครงสร้าง ทั้งสามประเทศต้องเผชิญกับข้อจำกัดด้านโครงสร้าง เช่น การพึ่งพาทุนต่างชาติ การขาดระบบกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพ และการกระจายผลประโยชน์ที่ไม่ทั่วถึง โดยกัมพูชาเป็นตัวอย่างชัดเจนของประเทศที่พัฒนาอุตสาหกรรมคาสิโนในลักษณะเน้นปริมาณมากกว่าคุณภาพ กล่าวคือ กัมพูชามีคาสิโนจำนวนมากบริเวณชายแดน แต่ขาดมาตรการควบคุมที่เข้มงวด ส่งผลให้เกิดปัญหาอาชญากรรม การฟอกเงิน และความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ (Langdale, 2024) สำหรับลาวในฐานะประเทศที่ยังอยู่ในระยะเริ่มต้นของการพัฒนา ได้เปิดพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษเพื่อดึงดูดนักลงทุนจากจีน แต่การพึ่งพาทุนภายนอกมากเกินไปกลับทำให้เกิดข้อกังวลเรื่องอธิปไตยทางเศรษฐกิจ และยังไม่มียระบบตรวจสอบที่รัดกุมเพียงพอ (Laungaramsri, 2019) ส่วนในกรณีของมาเลเซีย แม้จะมีโครงสร้างการจัดการที่ชัดเจนกว่าประเทศอื่น ๆ แต่ก็ยังเผชิญกับความท้าทายในการรักษาสมดุลระหว่างการส่งเสริมเศรษฐกิจและการเคารพหลักศาสนา โดยเฉพาะการบริหารพื้นที่ในลักษณะพื้นที่เฉพาะกิจที่แยกจากสังคมมุสลิมโดยรวม (Kathirvelu & Abd Rahman, 2024) ซึ่งสิ่งนี้แม้ช่วยลดแรงต่อต้านจากกลุ่มอนุรักษ์นิยม แต่ก็อาจทำให้เกิดข้อถกเถียงเกี่ยวกับความเท่าเทียมและจริยธรรมในการใช้นโยบายสาธารณะได้



2.3 การจัดการและผลลัพธ์ทางสังคม ผลลัพธ์ทางสังคมจากการพัฒนาคาสีโนในประเทศเหล่านี้แสดงให้เห็นทั้งด้านบวกและลบ กล่าวคือ มาเลเซียมีตัวอย่างที่ดีในการใช้โมเดลเก็นติ้งไฮแลนด์ (Genting Highlands) ที่สามารถกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านการจ้างงาน การฝึกอบรม และการพัฒนาพื้นที่เชิงนิเวศนาการที่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายหลายช่วงวัย (Chaichi et al., 2023) กัมพูชาแม้จะมีรายได้จากนักท่องเที่ยวจำนวนมาก แต่กลับเผชิญปัญหาสังคม เช่น การค้ามนุษย์ ปัญหาสาธารณสุข และความเสื่อมถอยของวิถีชีวิตชุมชนโดยรอบคาสีโน (Tower & Clapp, 2020; Kaenmanee & Khernkhan, 2016) ส่วนในลาว แม้จะยังไม่มีปัญหาปรากฏชัดในระดับมหภาค แต่สัญญาณจากพื้นที่ชายแดนเริ่มแสดงให้เห็นถึงความเสี่ยงเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมเยาวชน การกระจายรายได้ที่ไม่เท่าเทียม และความแปรปรวนของชุมชนท้องถิ่นซึ่งจำเป็นต้องมีแนวทางการติดตามและประเมินผลอย่างใกล้ชิด (Wu, 2023) ซึ่งเมื่อพิจารณาจากทั้งสามประเทศจะพบว่า แม้ประเทศเหล่านี้จะมีความหลากหลายในแนวทางพัฒนา แต่ล้วนเผชิญข้อจำกัดด้านโครงสร้างและความเปราะบางในบริบทสังคมเช่นเดียวกับไทย บทเรียนสำคัญคือความจำเป็นของระบบกำกับดูแลที่รัดกุม การกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม และการออกแบบพื้นที่คาสีโนให้สัมพันธ์กับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน หากประเทศไทยต้องการเดินทางในแนวทางเดียวกัน จำเป็นต้องเรียนรู้จากทั้งความสำเร็จและความล้มเหลวของประเทศเหล่านี้อย่างรอบด้าน

3. บทเรียนและการเปรียบเทียบ

การพัฒนาอุตสาหกรรมคาสีโนในประเทศต่าง ๆ แสดงให้เห็นรูปแบบที่หลากหลาย ทั้งในด้านกลยุทธ์เชิงนโยบาย โครงสร้างการบริหารจัดการ และผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อสังคมและวัฒนธรรม ดังนี้

3.1 วิเคราะห์จุดร่วม-จุดต่าง ประเทศที่ประสบความสำเร็จในการพัฒนาอุตสาหกรรมคาสีโน เช่น สิงคโปร์และมาเก๊า ต่างมีระบบกำกับดูแลที่เข้มแข็งและหน่วยงานเฉพาะทางในการควบคุมกิจกรรมการพนัน เช่น CRA ของสิงคโปร์ และ DICJ ของมาเก๊า โดยความสำเร็จของประเทศเหล่านี้เกิดจากการบูรณาการกิจกรรมนันทนาการเข้ากับพื้นที่คาสีโน ไม่พึ่งพารายได้จากการพนันเพียงอย่างเดียว และออกแบบสถานที่เพื่อรองรับกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย เช่น พิพิธภัณฑ์ ศูนย์การประชุม และกิจกรรมครอบครัว การบูรณาการดังกล่าวไม่เพียงช่วยเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ แต่ยังลดแรงต้านจากสังคมในระยะยาว แต่ในทางกลับกันกัมพูชาและลาวที่มีบริบทใกล้เคียงกับไทย ต้องเผชิญความท้าทายในการกำกับดูแล เนื่องจากขาดกลไกการควบคุมที่เข้มแข็ง งบประมาณต่างชาตินัก และไม่มีมาตรการรองรับผลกระทบทางสังคมอย่างเป็นระบบ

3.2 สังเคราะห์บทเรียนหลัก จากผลการเปรียบเทียบสามารถสังเคราะห์บทเรียนที่สำคัญได้ 3 ประการ ได้แก่

1) **ระบบกำกับดูแลต้องมาก่อน** ความสำเร็จของสิงคโปร์และมาเก๊าชี้ให้เห็นว่ากรอบกฎหมายที่เข้มแข็ง การตรวจสอบที่โปร่งใส และการควบคุมการเข้าถึงของประชาชนทั่วไปมีผลโดยตรงต่อความยั่งยืน



2) ต้องไม่พึ่งพาการพนันเพียงอย่างเดียว คาสีโนในฐานะเครื่องมือกระตุ้นเศรษฐกิจต้องเชื่อมโยงกับกิจกรรมที่หลากหลายทั้งทางศิลปะ วัฒนธรรม และการเรียนรู้ ทั้งนี้เพื่อขยายฐานนักท่องเที่ยวและลดความเสี่ยงเชิงจริยธรรม

3) การมีส่วนร่วมของชุมชนต้องเป็นเงื่อนไขพื้นฐาน ประเทศที่ประสบความสำเร็จให้ความสำคัญกับการจ้างแรงงานในพื้นที่ การฝึกอบรม การกระจายรายได้ และการออกแบบพื้นที่ที่ตอบสนองกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย ซึ่งช่วยลดแรงต้านจากสังคมและเพิ่มการยอมรับในระยะยาว

3.3 สถานการณ์ปัจจุบันของไทย ประเทศไทยแม้จะมีข้อจำกัดเชิงโครงสร้าง เช่น การไม่มีกรอบกฎหมายรองรับคาสีโน ทศนคติสาธารณะต่อการพนัน และบริบททางศีลธรรมในฐานะเมืองพุทธ ฯลฯ แต่ขณะเดียวกันก็เผชิญสภาพที่ใกล้เคียงกับหลายประเทศในอาเซียน ทั้งในด้านการเติบโตของการพนันนอกระบบและความต้องการพื้นที่นันทนาการรูปแบบใหม่ ดังนั้น การเรียนรู้จากโมเดลที่ประสบความสำเร็จและล้มเหลวในต่างประเทศจึงเป็นแนวทางที่สามารถนำไปสู่การออกแบบนโยบายที่ตอบสนองความเป็นจริงได้อย่างเหมาะสมและรอบด้าน โดยเฉพาะการเริ่มต้นจากการจัดทำกรอบนโยบายแห่งชาติที่ชัดเจน ซึ่งต้องมีทั้งมาตรการควบคุมทางกฎหมาย กลไกตรวจสอบอิสระ และระบบป้องกันผลกระทบทางสังคม และนอกจากนี้ แนวทางการพัฒนาสถานบันเทิงแบบครบวงจรที่เชื่อมโยงคาสีโนกับกิจกรรมนันทนาการที่ไม่ใช่การพนัน เช่น การจัดแสดงศิลปะพื้นบ้าน เทศกาลวัฒนธรรมท้องถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จะช่วยยกระดับภาพลักษณ์และเพิ่มความชอบธรรมต่อสาธารณชนได้

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของสถานบันเทิงแบบครบวงจร

การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของการพัฒนาสถานบันเทิงแบบครบวงจรในระดับนโยบายและผลกระทบต่อประชาชน เป็นพื้นฐานสำคัญในการกำหนดแนวทางที่เหมาะสมสำหรับบริบทของไทย โดยเฉพาะในยุคที่เศรษฐกิจและสังคมเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว บทเรียนจากต่างประเทศได้แสดงให้เห็นว่าความสำเร็จของสถานบันเทิงแบบครบวงจรไม่ใช่ผลจากปัจจัยใดเพียงอย่างเดียว แต่เกิดจากการบูรณาการหลายองค์ประกอบอย่างสมดุล ดังนี้

1. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ

ประเทศที่ประสบความสำเร็จในการพัฒนาสถานบันเทิงแบบครบวงจร เช่น สิงคโปร์และมาเก๊า ต่างมีระบบกำกับดูแลที่เข้มงวด มีหน่วยงานเฉพาะทางที่รับผิดชอบด้านการออกใบอนุญาต การควบคุมผลกระทบทางสังคม และการตรวจสอบทางการเงิน (Siu, 2023) และในขณะเดียวกัน โครงสร้างพื้นฐานที่ครบวงจร เช่น โรงแรม ศูนย์ประชุม และแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ก็ช่วยเสริมภาพลักษณ์และขยายกลุ่มเป้าหมายจากนักท่องเที่ยวสู่ครอบครัวและนักท่องเที่ยวทั่วไป (Lee et al., 2022) นอกจากนี้การใช้เทคโนโลยี เช่น ระบบจดจำใบหน้าและการตรวจสอบเรียลไทม์ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารและความปลอดภัย



(Kim et al., 2021) อีกทั้งยังมีการลงทุนในทุนมนุษย์ผ่านการฝึกอบรมแรงงานท้องถิ่น ซึ่งช่วยยกระดับคุณภาพบริการและกระจายประโยชน์สู่ชุมชน (Chaichi et al., 2023) โดยการพัฒนาเหล่านี้ไม่เพียงเป็นโครงสร้างทางกายภาพ (hard infrastructure) แต่ยังรวมถึงระบบการบริหารจัดการและบุคลากร (soft infrastructure) ที่เข้มแข็ง

2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความล้มเหลว

ความล้มเหลวในหลายประเทศ โดยเฉพาะในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มักเกิดจากการขาดระบบกำกับดูแลที่โปร่งใสและไม่มีหน่วยงานที่มีอำนาจจริงในการควบคุม ส่งผลให้เกิดปัญหาอาชญากรรมข้ามชาติ การฟอกเงิน และความเสื่อมถอยของชุมชนโดยรอบคาสีโน (Langdale, 2024) ซึ่งประเทศที่พึ่งพาทุนต่างชาติอย่างเข้มข้นโดยไม่มีอำนาจต่อรองหรือมาตรการกำกับอย่างรัดกุม มักประสบกับการสูญเสียความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ขณะเดียวกันชุมชนที่ไม่ได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจมักแสดงออกด้วยความไม่พอใจและต่อต้านโครงการพัฒนาซึ่งทำให้โครงการขาดความยั่งยืน (Laungaramsri, 2019)

3. การเปรียบเทียบกรณีศึกษาเพื่อสังเคราะห์แนวทางที่เหมาะสม

การเปรียบเทียบระหว่างประเทศที่ประสบความสำเร็จและล้มเหลวทำให้เห็นว่า ปัจจัยเชิงโครงสร้าง เช่น กฎหมาย การกำกับดูแล และการลงทุนในเทคโนโลยี ถือเป็นเงื่อนไขเบื้องต้น แต่สิ่งที่แยกความสำเร็จออกจากความล้มเหลวคือ “ความสมดุล” ระหว่างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจและความรับผิดชอบต่อสังคม โดยประเทศที่ประสบความสำเร็จมักออกแบบระบบนิเวศทางธุรกิจที่ครอบคลุม ตั้งแต่การจำกัดการเข้าถึงของกลุ่มเสี่ยง การสร้างพื้นที่กิจกรรมสำหรับกลุ่มไม่เล่นพนัน ไปจนถึงการมีช่องทางให้ชุมชนเข้ามามีบทบาทในระบบกำกับดูแล (Ng & Austin, 2016) ขณะที่ประเทศที่ล้มเหลวมักเน้นเฉพาะการพนัน พึ่งพารายได้ระยะสั้น และละเลยผลกระทบระยะยาว (Greenwood & Dwyer, 2017) โดยบทเรียนเชิงนโยบายที่สำคัญคือ การพัฒนาสถาบันเชิงแบบครบวงจรต้องไม่เพียงเครื่องมือทางเศรษฐกิจ แต่ต้องเป็นส่วนหนึ่งของการออกแบบสังคมที่ยั่งยืน มีจุดยืนที่ชัดเจน และสามารถได้รับการยอมรับจากประชาชนในระยะยาว

ความพร้อมของประเทศไทยในการเปิดสถานบันเทิงแบบครบวงจร

ประเทศไทยอยู่ในช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อของการปรับตัวเชิงนโยบายด้านเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว โดยการผลักดันร่างพระราชบัญญัติว่าด้วยการประกอบธุรกิจสถานบันเทิงครบวงจร ซึ่งสะท้อนถึงความพยายามในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันระดับภูมิภาคและรองรับความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ ดังนั้น การประเมินความพร้อมของประเทศไทยในการเปิดคาสีโนจึงต้องพิจารณาหลายมิติ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ทั้งนี้เพื่อให้แน่ใจว่าการพัฒนานี้จะสร้างผลประโยชน์อย่างรอบด้านและยั่งยืน



1. การวิเคราะห์ความพร้อมในมิติต่าง ๆ

การพัฒนาคาสีโนในรูปแบบสถาบันบันเทิงแบบครบวงจรของไทยควรอิงกับกรอบแนวคิดแบบบูรณาการ โดยประเมินความพร้อมผ่าน 4 มิติหลัก ได้แก่

1.1 มิติด้านกฎหมายและการกำกับดูแล การออกแบบนโยบายคาสีโนในไทยต้องตั้งอยู่บนหลักความโปร่งใส มีมาตรฐานสากล และลดความเสี่ยงจากอาชญากรรมและปัญหาสังคม โดยการจำกัดพื้นที่คาสีโนไม่เกินร้อยละ 10 ของพื้นที่โครงการ และการส่งเสริมกิจกรรมนันทนาการอื่นควบคู่กัน ถือเป็นแนวทางที่สะท้อนการบริหารจัดการอย่างสมดุล แต่อย่างไรก็ตาม กลไกที่สำคัญคือการจัดตั้งหน่วยงานกำกับดูแลเฉพาะ เช่น Casino Regulatory Authority ซึ่งต้องมีอำนาจเต็มในการอนุญาต ควบคุม และติดตามผล รวมถึงกำหนดมาตรการป้องกันการฟอกเงินและจำกัดการเข้าถึงของกลุ่มเปราะบาง

1.2 มิติด้านโครงสร้างพื้นฐาน การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานควรมุ่งเน้นการเชื่อมโยงพื้นที่อีอีซี (Eastern Economic Corridor: EEC) กับศูนย์กลางการท่องเที่ยว สนามบิน และระบบคมนาคมระหว่างเมือง รวมถึงการเตรียมระบบสาธารณูปโภคและเทคโนโลยีควบคุมภายใน เช่น ระบบตรวจสอบพฤติกรรมผู้เล่น การจัดการความปลอดภัย และการควบคุมการฟอกเงิน ซึ่งจะเป็นปัจจัยเสริมความเชื่อมั่นและยกระดับมาตรฐานโครงการ

1.3 มิติด้านเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว ประเทศไทยมีโครงสร้างอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เข้มแข็ง การพัฒนาคาสีโนในบริบทนี้อาจส่งเสริมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะกลุ่มกำลังซื้อสูง และเพิ่มรายได้ทางอ้อมในภาคบริการ เช่น โรงแรม ร้านอาหาร และการคมนาคม หากบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ จะสามารถเพิ่มรายได้ภาษีให้รัฐในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตและภาษีท่องเที่ยว ซึ่งสามารถนำไปสนับสนุนโครงการพัฒนาชุมชนและสาธารณูปโภค (กฤษฎา พรประภา, 2560)

1.4 มิติด้านสังคมและวัฒนธรรม ความท้าทายสำคัญของไทยคือทัศนคติของประชาชนที่มีต่อการพนันรวมถึงความกังวลต่อผลกระทบทางสังคม เช่น ปัญหาการติดพนันในกลุ่มเยาวชนและกลุ่มเปราะบาง โดยบทเรียนจากประเทศเพื่อนบ้านชี้ให้เห็นว่าการขาดมาตรการป้องกันที่เหมาะสมอาจนำไปสู่ความเสื่อมถอยของชุมชน (ชาติรี เกษโพหนอง, 2565) ดังนั้นการวางมาตรการ เช่น การจำกัดสิทธิ์ผู้ใช้บริการ การให้บริการคำปรึกษา การรณรงค์สร้างความรู้เท่าทัน และการสนับสนุนกลไกชุมชนในการร่วมกำกับดูแลจะมีบทบาทสำคัญในการลดผลกระทบและเพิ่มการยอมรับของสาธารณชน

2. ทัศนคติของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ในช่วงปี พ.ศ. 2567-2568 การพัฒนาสถาบันบันเทิงครบวงจรในประเทศไทย ซึ่งรวมถึงการจัดตั้งคาสีโน ได้รับความสนใจอย่างกว้างขวางจากภาคส่วนต่าง ๆ ของสังคม ทั้งในเชิงสนับสนุนและคัดค้าน โดยทัศนคติเหล่านี้เป็นองค์ประกอบสำคัญในการกำหนดทิศทางการพัฒนาและนโยบายที่ตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนอย่างแท้จริง โดยสามารถแบ่งประเด็นหลักในการวิเคราะห์ออกเป็น 4 มิติ ดังนี้



2.1 มิติทางสังคมและความคิดเห็นสาธารณะ ความคิดเห็นของประชาชนไทยต่อการเปิดคาสิโน ยังคงมีความหลากหลาย โดยมีความกังวลหลักเกี่ยวกับผลกระทบทางสังคม เช่น การติดการพนัน อาชญากรรม และการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของชุมชน (กฤษฎา พรประภา, 2560; ชย พานะกิจ, 2561) โดยกรณีศึกษาในประเทศเพื่อนบ้านซึ่งมีระบบควบคุมที่ไม่เข้มงวด ส่งผลให้เกิดปัญหาอาชญากรรมและความเหลื่อมล้ำในชุมชนอย่างชัดเจน (Tower & Clapp, 2020) ดังนั้น เพื่อรับมือกับความกังวลเหล่านี้ ภาครัฐจำเป็นต้องกำหนดมาตรการเชิงนโยบาย เช่น การจำกัดพื้นที่ที่คาสิโนไม่เกินร้อยละ 10 ของโครงการ และการออกกฎหมายที่คุ้มครองกลุ่มเปราะบางโดยเฉพาะเยาวชนอย่างเข้มงวด

2.2 มิติทางเศรษฐกิจและภาคธุรกิจ ผู้ประกอบการและภาคธุรกิจในพื้นที่เป้าหมายมองว่า การพัฒนาคาสิโนสามารถสร้างรายได้ เสริมสภาพคล่องทางเศรษฐกิจ และเพิ่มการจ้างงานในระดับท้องถิ่น โดยเฉพาะในธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่อง เช่น โรงแรม ร้านอาหาร และธุรกิจบริการ (Henderson, 2016) โดยในกรณีของสิงคโปร์แสดงให้เห็นว่ารายได้จากโครงการคาสิโนสามารถนำไปใช้พัฒนาสาธารณูปโภคและสวัสดิการสังคม ซึ่งช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์เชิงบวกและความยอมรับจากประชาชน

2.3 ความสำคัญของการสร้างการมีส่วนร่วม การพัฒนาโครงการขนาดใหญ่ที่มีผลกระทบในระดับพื้นที่ จำเป็นต้องสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมที่แท้จริง โดยเปิดโอกาสให้ประชาชนในพื้นที่ได้แสดงความคิดเห็น และมีบทบาทในการร่วมออกแบบนโยบายเพื่อสร้างความโปร่งใสและลดความขัดแย้ง ตัวอย่างจากกัมพูชาและลาวเน้นให้เห็นว่า การขาดการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้โครงการไม่ประสบความสำเร็จในระยะยาว (Sims, 2017) ดังนั้น การจัดตั้งคณะกรรมการพหุภาคีที่ประกอบด้วยภาครัฐ เอกชน และประชาชน จึงเป็นแนวทางที่ควรนำมาใช้ในบริบทไทย

2.4 แนวทางการจัดการทัศนคติในระดับชุมชน: การสร้างการยอมรับในชุมชนต้องอาศัยกลยุทธ์ที่มากกว่าการออกกฎหมายบังคับใช้ แต่ควรรวมถึงการจัดการเชิงรุก เช่น การให้ความรู้ผ่านเวทีสาธารณะ การสื่อสารความเสี่ยงอย่างตรงไปตรงมา และการจัดตั้งกองทุนพัฒนาชุมชนจากรายได้คาสิโนเพื่อนำไปใช้ในด้านที่ประชาชนเห็นคุณค่า เช่น การศึกษา สุขภาพ และนันทนาการสำหรับเยาวชน (ชัยยนต์ ประดิษฐ์ศิลป์ และคณะ, 2559; นักรบ เถียรอำ, 2560) ซึ่งการดำเนินการเหล่านี้จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นและลดแรงต้านในระยะยาวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แนวทางการพัฒนาสถานบันเทิงแบบครบวงจรในฐานะแหล่งนันทนาการที่ยั่งยืน

การพัฒนาสถานบันเทิงแบบครบวงจรในประเทศไทยควรได้รับการออกแบบภายใต้แนวคิดการสร้างสรรค์พื้นที่นันทนาการที่ยั่งยืน โดยบูรณาการแนวคิดด้านเศรษฐกิจ วัฒนธรรม สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุล ทั้งนี้ไม่ใช่เพียงเพื่อตอบโจทย์ด้านรายได้หรือการท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังต้องเป็นกลไกในการส่งเสริมคุณภาพชีวิต การมีส่วนร่วมของชุมชน และการอนุรักษ์อัตลักษณ์ไทยในบริบทโลกาภิวัตน์ ดังนี้



1. **การพัฒนาโมเดลสถาบันแห่งแบบครบวงจรที่ตอบโจทย์ความยั่งยืน** โมเดลที่เหมาะสมควรอยู่ในรูปแบบ “สถาบันแห่งแบบครบวงจร” ที่ไม่เน้นรายได้จากการพนันเป็นหลัก แต่ควรมีโครงสร้างกิจกรรมหลากหลาย เช่น พื้นที่เรียนรู้ด้านวัฒนธรรม พิพิธภัณฑ์มีชีวิต สวนสร้างสุขภาพ โรงละครการแสดงร่วมสมัย และนิทรรศการนวัตกรรมท้องถิ่น เป็นต้น ซึ่งการพัฒนาเหล่านี้ควรอยู่บนฐานของการออกแบบเชิงนิเวศ (eco-design) ที่ใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และระบบจัดการพลังงานอย่างยั่งยืน เช่น พลังงานแสงอาทิตย์ การรีไซเคิลน้ำ และเทคโนโลยีอาคารสีเขียว (Cheong & Lee, 2021; บุญสิทธิ์ พึ่งสุข และรัตพงษ์ สอนสุภาพ, 2567)

2. **การส่งเสริมกิจกรรมทางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจ** สถาบันแห่งแบบครบวงจรควรทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการเรียนรู้และแสดงออกทางวัฒนธรรมควบคู่กับการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ โดยมีพื้นที่สนับสนุนชุมชนท้องถิ่น เช่น ตลาดหัตถกรรม พื้นที่จัดแสดงงานฝีมือ การจัดแสดงการสาธิตบ้านหมุนเวียน และเทศกาลอาหารภูมิภาค ทั้งนี้เพื่อสร้างโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมโดยตรงในห่วงโซ่มูลค่าทางเศรษฐกิจ ในขณะที่กิจกรรมเชิงวัฒนธรรมสามารถเสริมสร้างความเข้าใจอัตลักษณ์ไทยต่อผู้เยี่ยมชมจากทั่วโลก (วรพงศ์ ภูมิป้อพลับ, 2561ก)

3. **มาตรการป้องกันปัญหาสังคม** การป้องกันปัญหาสังคมต้องเป็นองค์ประกอบสำคัญในแผนพัฒนาสถาบันแห่งแบบครบวงจร โดยเฉพาะการควบคุมผลกระทบด้านพฤติกรรมกาพนัน การกำหนดพื้นที่ปลอดพนันในโครงการ การจำกัดชั่วโมงการเล่น และการวางเกณฑ์คุณสมบัติผู้เล่น อีกทั้งควรดำเนินการควบคู่กับระบบเทคโนโลยี เช่น การตรวจสอบแบบเรียลไทม์ ระบบจดจำใบหน้า และการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมโดย AI ทั้งนี้เพื่อลดความเสี่ยงของการฟอกเงินและการเสพติด (Ladouceur et al., 2017) นอกจากนี้การจัดตั้งศูนย์ฟื้นฟูและให้คำปรึกษาในพื้นที่ และกองทุนช่วยเหลือสังคมจะเป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างที่สนับสนุนการพัฒนาอย่างรับผิดชอบ

4. **การพัฒนาบุคลากรและการฝึกอบรม** การดำเนินงานสถาบันแห่งแบบครบวงจรต้องอาศัยบุคลากรที่มีความเข้าใจในระบบบริการแบบองค์รวม รวมถึงจิตวิทยาการบริการ การจัดการภาวะฉุกเฉิน และการบริหารจัดการความหลากหลายทางวัฒนธรรม โดยประเทศไทยควรส่งเสริมการพัฒนาหลักสูตรเฉพาะทาง เช่น “นันทนาการกับคาสีโนศึกษา” หรือ “การบริหารจัดการนันทนาการในพื้นที่เสี่ยง” โดยความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยกับผู้ประกอบการ ทั้งนี้เพื่อผลิตบุคลากรคุณภาพให้สอดคล้องกับมาตรฐานระดับสากล (Chaichi et al., 2023)

5. **การกำกับดูแลและความโปร่งใส** ระบบการกำกับดูแลควรตั้งอยู่บนหลักการธรรมาภิบาล โดยมีโครงสร้างการตรวจสอบแบบอิสระและสามารถเข้าถึงได้จากทุกภาคส่วน โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบควรมีทั้งอำนาจกำกับ ควบคุม ออกใบอนุญาต และตรวจสอบผลกระทบในระยะยาว ทั้งนี้ ควรใช้เทคโนโลยี



การบันทึกธุรกรรมแบบบล็อกเชน (blockchain) ในการลดโอกาสการทุจริต พร้อมทั้งจัดทำรายงานประจำปีต่อสาธารณชน (Wang, 2022)

6. การประเมินและพัฒนานโยบายระยะยาว การประเมินผลกระทบต้องครอบคลุมทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เช่น การวัดผลต่อความสุขของชุมชน การวิเคราะห์ความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจในพื้นที่ และการเปลี่ยนแปลงเชิงวัฒนธรรม โดยการเริ่มโครงการในลักษณะพื้นที่ทดลอง หรือ “Sandbox” (PPTV Online, 2568) พร้อมระบบประเมินและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง โดยมีคณะกรรมการร่วมจากภาคประชาชน ภาครัฐ และภาควิชาการ จะช่วยให้โครงการมีความยืดหยุ่นและพร้อมตอบสนองต่อสถานการณ์ในอนาคต

ข้อเสนอเชิงนโยบาย

เพื่อให้การดำเนินโครงการคาสีโนในประเทศไทยสามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ควบคู่กับการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของประชาชนผ่านกิจกรรมนันทนาการที่มีความหมาย ผู้เขียนมีข้อเสนอเชิงนโยบาย ดังนี้ (วรพงศ์ ภูมิบ่อพลับ, 2561; คีตติ์ก ไช้มาลี และคณะ, 2566; สุชาร์ตน์ คำภิรานนท์, 2558)

1. ด้านกฎหมายและการกำกับดูแล ควรจัดตั้งหน่วยงานกำกับดูแลเฉพาะที่มีความเป็นอิสระ มีอำนาจและความชัดเจนทางหน้าที่ เพื่อดูแลการดำเนินงานคาสีโนทั้งในด้านกฎหมาย จริยธรรม และมาตรฐานความปลอดภัย พร้อมทั้งประยุกต์ใช้เทคโนโลยี เช่น ระบบ Blockchain เพื่อตรวจสอบธุรกรรมทางการเงิน และการนำระบบ AI มาใช้เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมผู้เล่นและป้องกันความเสี่ยงด้านสังคม

2. ด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน สนับสนุนการออกแบบโครงการคาสีโนในลักษณะสถานบันเทิงแบบครบวงจรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ใช้พลังงานทดแทน ส่งเสริมพื้นที่สีเขียว และลดการใช้ทรัพยากรฟุ่มเฟือย โดยเน้นให้กิจกรรมนันทนาการไม่ขัดกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนของประเทศ

3. ด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน ส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากโดยกำหนดสัดส่วนการจ้างงานในพื้นที่ การเปิดพื้นที่ให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจำหน่ายสินค้า OTOP การให้สิทธิจัดกิจกรรมวัฒนธรรมในพื้นที่คาสีโน และการออกแบบกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม

4. ด้านการป้องกันผลกระทบทางสังคม กำหนดมาตรการควบคุมและฟื้นฟูอย่างครบวงจร เช่น การตรวจสอบอัตลักษณ์และสถานะทางการเงินของผู้เล่น การจัดตั้งศูนย์ฟื้นฟูพฤติกรรม การติดตั้งระบบกล้องปัญญาประดิษฐ์และจดจำใบหน้า การห้ามเข้าพื้นที่ของกลุ่มเปราะบาง และการจัดตั้งกองทุนชุมชนเพื่อช่วยเหลือผู้ได้รับผลกระทบ

5. ด้านการพัฒนาบุคลากร ส่งเสริมการสร้างบุคลากรด้านนันทนาการที่เชี่ยวชาญในกิจกรรมที่หลากหลายทั้งในด้านการบริการ การจัดกิจกรรมสร้างสรรค์ และใช้เทคโนโลยี โดยควรจัดหลักสูตรร่วมระหว่างมหาวิทยาลัย หน่วยงานรัฐ และเอกชน พร้อมสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง



บทสรุป

การพัฒนาคาสีโนในฐานะกิจกรรมนันทนาการที่ยั่งยืนจำเป็นต้องพิจารณาความสมดุลระหว่างมิติเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมอย่างรอบด้าน บทเรียนจากประเทศที่ประสบความสำเร็จอย่างมาเก๊าและสิงคโปร์ รวมถึงกรณีศึกษาจากประเทศที่มีบริบทใกล้เคียงกับไทย เช่น มาเลเซีย กัมพูชา และลาว สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการออกแบบสถาบันเชิงแบบครบวงจร ที่ไม่พึ่งพารายได้จากการพนันเพียงอย่างเดียว แต่ผสานกิจกรรมนันทนาการที่หลากหลาย ทั้งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การแสดงศิลปะพื้นบ้าน และกิจกรรมสร้างสรรค์ในชุมชน ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จ ได้แก่ ระบบกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่ตอบสนองต่อการท่องเที่ยว การใช้เทคโนโลยีเพื่อลดผลกระทบเชิงลบ และการมีส่วนร่วมของประชาชนในกระบวนการพัฒนา ขณะเดียวกัน บทเรียนจากประเทศที่ประสบปัญหาชี้ให้เห็นว่าการขาดการควบคุมอย่างเป็นระบบ การพึ่งพานักลงทุนต่างชาติ และการละเลยมิติทางสังคมอาจนำไปสู่ความล้มเหลวของโครงการได้ สำหรับประเทศไทย แม้จะมีข้อจำกัดด้านกรอบกฎหมายและความท้าทายในการสร้างการยอมรับจากสังคมที่มีพื้นฐานทางศีลธรรมแบบพุทธศาสนา แต่ก็มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว วัฒนธรรม และทรัพยากรมนุษย์ที่สามารถพัฒนาต่อยอดสู่รูปแบบคาสีโนเชิงนันทนาการที่มีอัตลักษณ์เฉพาะตัว การเสริมสร้างความร่วมมือกับชุมชนท้องถิ่น การพัฒนากำลังคนในสาขาที่เกี่ยวข้อง และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจะเป็นปัจจัยสนับสนุนให้การพัฒนาเป็นไปอย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตาม การศึกษาต่อไปควรมุ่งเน้นการประเมินผลกระทบในระยะยาวและการออกแบบระบบการบริหารจัดการที่เหมาะสมกับบริบทของสังคมไทยอย่างแท้จริง

บรรณานุกรม

- กฤษฎา พรประภา. (2560). พฤติกรรมการเล่นการพนันและความคิดเห็นของประชาชนในประเทศไทยที่มีต่อสถาบันเชิงครบวงจร รีเสิร์ทคาสีโนในประเทศไทย. *Veridian E-Journal, Silpakorn University ฉบับภาษาไทย มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 10(2), 266-285.
- ชย พานะกิจ. (2561). ผลกระทบจากการเปิดบ่อนคาสีโนอย่างถูกกฎหมายในประเทศไทยในทัศนคติของเจ้าหน้าที่ตำรวจสังกัดกองบังคับการปราบปราม. *วารสารสังคมศาสตร์บูรณาการ มหาวิทยาลัยมหิดล*, 5(2), 83-107.
- ชาติรี เกษโพหนอง. (2565). ผลกระทบต่อชุมชนหลังการเปิดบ่อนคาสีโนตามแนวชายแดนไทย-กัมพูชา. *วารสารวิชาการ มจร บุรีรัมย์*, 7(1), 202-218.
- ชัยยนต์ ประดิษฐ์ศิลป์, นักรบ เถียรอำ, วงธรรม สรณะ, ชวงศ์ อุบลี, และจุตินันท์ ขวัญเนตร. (2559). เครือข่ายชนชั้นนำทางเศรษฐกิจการเมืองและผลกระทบของบ่อนคาสีโนตามชายแดนไทย-กัมพูชา ในเขตจังหวัดภาคตะวันออก. *วารสารร่วมพฤษภา มหาวิทยาลัยเกริก*, 34(1), 189-207.



ฐานเศรษฐกิจ. (2568, 15 มกราคม). เปิดร่าง พ.ร.บ.สถาบันแห่งนครหลวงสุด เปิดทางตั้งกาสิโนในไทย.

<https://www.thansettakij.com/business/economy/617005>

เตชมน ทองเดิม, น้ำผึ้ง ท่าค่อง, และจิรนนท์ แก้วมา. (2567). ทศนคติที่มีต่อการเล่นพนันของผู้สูงวัยใน
จังหวัดศรีสะเกษ. *วารสารมหาจุฬานาครทรรศ*, 11(10), 154-162.

ธรรมณู ศรีวาลย์. (2546). การตั้งสถานกาสิโนในประเทศไทย. [รายงานหลักสูตรประกาศนียบัตรชั้นสูง สาขา
การบริหารงานภาครัฐและกฎหมายมหาชน สถาบันพระปกเกล้า].

นักรบ เถียรอำ. (2560). บ่อนกาสิโนชายแดนภาคตะวันออกไทย-กัมพูชา: ผลกระทบและการจัดการของชุมชน
ชายแดน. *วารสารร่วมพฤษภูมิ มหาวิทยาลัยเกริก*, 35(2), 163-188.

บุญสิทธิ์ พิงสุข, และรัตพงษ์ สอนสุภาพ. (2567). แนวทางการจัดการกาสิโนรีสอร์ทครบวงจรในประเทศไทย.
วารสารธรรมเพื่อชีวิต, 30(4), 555-566.

ประดิษฐ์ศิลป์ ชัยยนต์, และสิมว่ง จิรายุทธ์. (2562). พุทธนิยามกาสิโนชายแดนไทย: บททดลองเสนอทฤษฎี
เศรษฐศาสตร์การเมืองและทางเลือกนโยบายสาธารณะ. *วารสารสังคมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*,
49(1), 107-126.

พระอธิการอดิศักดิ์ อคควัโส, พระศักดิ์สยาม ธิรปัญญา, และธวัชชัย อินตา. (2559). ศึกษาพุทธจริยศาสตร์กับ
ปัญหาบ่อนการพนันกาสิโน. *วารสารวัฒนธรรมแห่งพุทธศาสตร์ปริทรรศน์*, 3(2), 15-23.

ยศธร ทวีพล, บุรสรณ์ ไตรรัตน์, และนภเรณู สัจจรักษ์ ธีระจิตติ. (2562). รายได้จากภาษีการพนันของเขตการ
ปกครองพิเศษมาเก๊า แห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 10(2),
117-132.

วรพงศ์ ภูมิบ่อพลับ. (2561ก). แรงจูงใจปัจจัยหลัก ปัจจัยดิ่ง: การท่องเที่ยวการพนัน (กาสิโน). *วารสารวิชาการ
มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี*, 7(1), 13-29.

วรพงศ์ ภูมิบ่อพลับ. (2561ข). อุตสาหกรรมท่องเที่ยวการพนัน (กาสิโน): โรคติดการพนัน. *วารสาร
มหาวิทยาลัยศิลปากร*, 38(2), 146-166.

คีตติ๊ก โต๊ะมาจี้, ศุภกร ปุญญฤทธิ์, สุณีย์ กัลยาจิตร์, และวินันท์กานต์ รุจิภักดี. (2566). แนวทางการทำให้
การพนันถูกกฎหมายในประเทศไทย. *วารสารวิชาการ บัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต*, 20(2), 97-109.

ศิวดี อักษรนำ. (2567, 22 กันยายน). จาก “บ่อนเบี้ย” ถึง “กาสิโน” เส้นทางสู่การพนันถูกกฎหมายใน
ประเทศไทยมาจากไหน. <https://www.posttoday.com/smart-city/713658>



- สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (2566). คณะกรรมาธิการวิสามัญพิจารณาศึกษาการเปิดสถานบันเทิง
ครบวงจร (Entertainment Complex) เพื่อแก้ปัญหาการพนันผิดกฎหมายและเพื่อประโยชน์ด้าน
เศรษฐกิจของประเทศ. <https://www.parliament.go.th/view/249/%E0%B8%AB%E0%B8%99%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E0%B8%B1%E0%B8%81/TH-TH>
- สุชาร์ตน์ คำภีรานนท์. (2558). การควบคุมธุรกิจการพนันในประเทศไทย ศึกษาเฉพาะกรณีธุรกิจการพนัน
ออนไลน์. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), 6(1),
229-239.
- อานนท์ ตั้งพิทักษ์ไกร และสุรศักดิ์ จันทา. (2564). แนวทางการจัดการปัญหาการพนันในบุญงานศพโดย
ผู้สูงอายุและชุมชน พื้นที่จังหวัดศรีสะเกษ. วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ, 6(4),
13-22.
- Chaichi, K., Trupp, A., Ranjanthran, M., & Thirumaran, K. (2023). Robotic life of casino
employees: Exploring well-being dimensions in the gambling industry in
Malaysia. *Equality, Diversity and Inclusion: An International Journal*, 42(4), 512-529.
- Cheong, F., & Lee, Y. H. (2021). Developing an environmental management system for
evaluating green casino hotels. *Sustainability*, 13(14), 7825.
- Greenwood, V. A., & Dwyer, L. (2017). Reinventing Macau tourism: Gambling on creativity?.
Current Issues in Tourism, 20(6), 580-602.
- Henderson, J. C. (2016). *Integrated resorts and tourism: A Singapore perspective*.
<https://www.cabidigitallibrary.org/doi/pdf/10.5555/20163362248>
- Ho, H. W. (2022). Casino development and regulation in Asia: the experience of Macau and
Singapore for Japan and other destinations. *Asian Education and Development
Studies*, 11(3), 505-520.
- Kaenmanee, S., & Kharmkhan, J. (2016). The Sourcing Process in Casino Gambling's Player of
Thai-Cambodian Borders. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 7(1),
120-125.
- Kathirvelu, S., & Abd Rahman, M. R. (2024). Analisa terhadap undang-undang perjudian dalam
talian di Malaysia [Analysis on the online gambling laws in Malaysia]. *UUM Journal of
Legal Studies*, 15(1), 329-360.
- Kim, H. M., Cho, K., Choi, Y., Lee, J., & Hwang, J. (2021). Corporate social responsibility
reporting in the casino industry: A content analysis. *Sustainability*, 13(20), 11185.



- Koufopoulos, D. N. (2023). Genting Singapore's response to increased competition in the casino industry. In *Singapore Inc.: A century of business success in global markets* (pp. 44-46). Routledge.
- Ladouceur, R., Shaffer, P., Blaszczynski, A., & Shaffer, H. J. (2017). Responsible gambling: A synthesis of the empirical evidence. *Addiction Research & Theory*, 25(3), 225-235.
- Langdale, J. (2024). Combatting money laundering in Southeast Asian and Australian casinos. In *Financial crime and the law: Identifying and mitigating risks* (pp. 225-245). Springer Nature Switzerland.
- Laungaramsri, P. (2019). China in Laos: Enclave spaces and the transformation of borders in the Mekong region. *The Australian Journal of Anthropology*, 30(2), 195-211.
- Lee, T. H., & Jan, F. H. (2022). The effect of leisure and recreation on sustainable tourism: An editorial commentary. *Sustainability*, 14(1), 54. <https://doi.org/10.3390/su14010054>
- Lee, Y., Peng, C., Lee, T., & Zhao, Z. (2022). Sustainable development assessment of cultural and creative industries in Casino cities: A case study of Macao. *Sustainability*, 14(8), 4749. <https://doi.org/10.3390/su14084749>
- McCartney, G. (2017). Betting on casino tourism resilience: A case study of casino expansion in Macao and the Asia region. In *Tourism and resilience* (pp. 195-205). CABI.
- Ng, D., & Austin, I. (2016). Integrated resorts and hotel (gambling) service enterprises in Singapore, Macau and Australia: The changing policy landscape. *Asian Journal of Political Science*, 24(1), 42-62.
- Park, P., Kim, D., Lee, S., & Whang, J. (2018). Toward an economically sustainable casino industry: A development of customer value indicators using an analytic hierarchy process. *Sustainability*, 10(11), 4255.
- PPTV Online. (2568, 13 มกราคม). เปิดแผนกลุ่มทุนเลี้ยง “สถาบันบันเทิงครบวงจร” พร้อมส่อง 8 จังหวัดทำเลื่องทุน!. <https://www.pptvhd36.com/wealth/economic/240531>
- Sheng, E. L., Zhang, A., & Yin, Y. (2023). A city profile of Macau—The rise and fall of a casino city. *Cities*, 140, 104431.
- Sims, K. (2017). Gambling on the future: Casino enclaves, development, and poverty alleviation in Laos. *Pacific Affairs*, 90(4), 675-699.



- Siu, R. C. (2023). Back to the Future: constructing Macao as a world-class casino tourism destination under new gaming laws. *Gaming Law Review*, 27(7), 326-342.
- Tower, J., & Clapp, P. (2020). *Myanmar's Casino Cities: The Role of China and Transnational Criminal Networks*. United States Institute of Peace.
- Vaugeois, N., Parker, P., & Yang, Y. (2020). Is leisure research contributing to sustainability? A systematic review of the literature. In S. Tirone & E. Halpenny (Eds.), *Leisure and sustainability* (pp. 20-45). Routledge.
- Wang, C. (2022). Regulating Macao's casino gaming: two decades of development and prospects. *Asian Education and Development Studies*, 11(2), 287-297.
- Wu, S. T., & Chen, Y. S. (2015). The social, economic, and environmental impacts of casino gambling on the residents of Macau and Singapore. *Tourism management*, 48, 285-298.
- Wu, X. (2023). *Exploring Laotians' experiences of leisure gambling and sense of place in a casino setting: A case study* [Doctoral dissertation, University of Illinois at Urbana-Champaign].



Received: January 30, 2025

Revised: April 19, 2025

Accepted: June 28, 2025

ดอกเบี้ยและการคิดดอกเบี้ยตามกฎหมายแพ่งและพาณิชย์

Interest and Interest Calculation under Civil and Commercial Law

พงศ์จิรา เชิดชู (Pongjira Cherdchoo)¹

E-mail: pongjira.c@hotmail.com

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาสาระสำคัญของดอกเบี้ยตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ เฉพาะในส่วนที่เกี่ยวกับการเรียกดอกเบี้ยกู้ยืมระหว่างบุคคลธรรมดาที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน ดอกเบี้ยผิดนัด ดอกเบี้ยทบต้น โดยศึกษาหลักเกณฑ์ของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมดอกเบี้ยแต่ละประเภท ได้แก่ ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ พระราชกำหนดแก้ไขเพิ่มเติมประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ พ.ศ. 2564 พระราชบัญญัติห้ามเรียกดอกเบี้ยเกินอัตรา พ.ศ. 2560 รวมถึงได้นำเสนอวิธีการคิดดอกเบี้ยที่มีความคาบเกี่ยวกันระหว่างกฎหมายเก่ากับกฎหมายใหม่ เพื่อเป็นการให้ความรู้ทางด้านกฎหมายอันเป็นการป้องกันมิให้ถูกเอารัดเอาเปรียบจากการนำดอกเบี้ยที่ไม่เป็นไปตามกฎหมายมาแสวงหาประโยชน์จากการเรียกดอกเบี้ยเกินกว่าอัตราที่กฎหมายกำหนด

คำสำคัญ ดอกเบี้ย อัตราดอกเบี้ย ดอกเบี้ยผิดนัด ดอกเบี้ยทบต้น

¹ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

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



Abstract

The objective of this article is to study the essence of interest under the Civil and Commercial Code, particularly in parts relevant to charging of interest on a loan between individuals, who are not financial institutions, default interest and compound interest, by studying the criteria of the statutes concerning control of interest in each category, including the Civil and Commercial Code, Emergency Decree on the Amendment to the Civil and Commercial Code, B.E. 2564 (2021), Act Prohibiting the Charging of Excessive Interest Rates, B.E. 2560 (2017), as well as the presentation of methods for calculating interest which overlap between the former legislation and the current law. In order to educate people about the laws for preventing them from being taken advantage of by charging the interest, which does not comply with the law, for gaining unfair benefits.

Keywords: Interest, Interest Rate, Default Interest, Compound Interest

บทนำ

ดอกเบี้ยเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของประชาชนและผู้ประกอบธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งดอกเบี้ยจากการกู้ยืมเงิน ซึ่งมีที่มาจากความจำเป็นหรือความต้องการเข้าถึงเงินทุนจำนวนมากเพื่อใช้ในการบริโภคหรือใช้ในกิจกรรมที่เกินกว่ากำลังทรัพย์ที่มีอยู่ ดอกเบี้ยจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ทั้งนี้ในภาคธุรกิจดอกเบี้ยถือเป็นต้นทุนทางการเงิน ซึ่งหากธุรกิจมีภาระดอกเบี้ยสูงจะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันกับธุรกิจอื่นที่มีภาระดอกเบี้ยน้อยกว่า สำหรับภาคประชาชนดอกเบี้ยจากการกู้ยืมมักจะเกี่ยวข้องกับค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน ที่อยู่อาศัย การศึกษา การรักษาพยาบาล เป็นต้น ทั้งนี้หากอัตราดอกเบี้ยสูงจะส่งผลให้กำลังซื้อของผู้บริโภคลดลง เมื่อประชาชนใช้จ่ายน้อยลงเป็นวงกว้างอาจก่อให้เกิดปัญหาภาวะเศรษฐกิจของประเทศฝืดเคืองได้ ดังนั้นดอกเบี้ยจึงเป็นตัวแปรสำคัญในการกำหนดทิศทางของระบบเศรษฐกิจและนำมาใช้เพื่อรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ ดังจะเห็นได้จากการออกนโยบายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับดอกเบี้ยเพื่อเป็นการกระตุ้นหรือชะลอเศรษฐกิจตามสถานการณ์ที่เหมาะสมในช่วงเวลานั้น ๆ เช่น การปรับลดอัตราดอกเบี้ยเงินฝากธนาคารพาณิชย์ เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม แม้อดอกเบี้ยจะเป็นค่าตอบแทนที่ผู้กู้จ่ายให้กับผู้ให้กู้เพื่อเป็นตอบแทนการกู้ และยังเป็นค่าตอบแทนจากที่ผู้ให้กู้เสียโอกาสในการนำเงินไปใช้ประโยชน์อย่างอื่นรวมถึงเป็นค่าความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นหากผู้กู้ผิดนัดชำระหนี้ แต่การกู้ยืมเงินระหว่างบุคคลธรรมดาไม่จำเป็นต้องคิดดอกเบี้ยเสมอไป แต่หากจะคิด



ดอกเบี้ยยแก้กันแล้วจำเป็นจะต้องเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด เนื่องจากหากปล่อยให้มีการตกลงอัตราดอกเบี้ยกันตามหลักเสรีภาพในการแสดงเจตนาของคู่สัญญาแล้ว อาจเกิดการเอารัดเอาเปรียบโดยอาศัยความจำเป็นจากการที่ลูกหนี้ต้องการกู้เงินและจ่ายอมตกลงชำระดอกเบี้ยในอัตราที่สูงเกินกว่าที่ตนเองจะสามารถชำระได้ ท้ายที่สุดแล้วเจ้าหนี้อาจไม่ได้รับชำระหนี้ตามที่ตกลงและอาจกลายเป็นหนี้สูญซึ่งไม่ก่อให้เกิดผลดีต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมโดยรวมแต่อย่างใด ดังนั้น จึงมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมอัตราดอกเบี้ย 2 ฉบับคือ ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ซึ่งเป็นกฎหมายที่กำหนดอัตราดอกเบี้ย และพระราชบัญญัติห้ามเรียกดอกเบี้ยเกินอัตรา พ.ศ. 2560 ซึ่งเป็นกฎหมายที่กำหนดผลของการเรียกดอกเบี้ยเกินกว่าอัตราที่กฎหมายกำหนด และกำหนดลักษณะของการกระทำที่เป็นการอำพรางการกู้ยืมเงินที่เป็นความผิดไว้

ในบทความนี้จึงขอเสนอสาระสำคัญของดอกเบี้ย แนวคิดและที่มาของดอกเบี้ยแต่ละประเภท กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอัตราดอกเบี้ย ผลในทางกฎหมายของการเรียกดอกเบี้ยเกินอัตรา ตลอดจนแนวคำพิพากษากรณีการเรียกดอกเบี้ยเกินกว่าอัตราที่กฎหมายกำหนด และยังได้นำเสนอวิธีการคิดอัตราดอกเบี้ยทั้งในกรณีที่มีความคาบเกี่ยวกันระหว่างอัตราดอกเบี้ยตามกฎหมายเก่ากับอัตราดอกเบี้ยกฎหมายใหม่และกรณีการคิดอัตราดอกเบี้ยตามกฎหมายใหม่เพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจถึงวิธีการคิดดอกเบี้ยได้ชัดเจนยิ่งขึ้นและสามารถวางแผนในการชำระหนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ความหมายของดอกเบี้ย

ดอกเบี้ยความหมายตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 หมายถึงผลประโยชน์ที่บุคคลหนึ่งต้องใช้ให้แก่บุคคลอีกคนหนึ่ง เพื่อการที่ได้ใช้เงินของบุคคลนั้น หรือเพื่อการไม่ชำระหนี้หรือชำระหนี้ไม่ถูกต้องหรือชำระหนี้ล่าช้า ทั้งนี้ โดยคำนวณเป็นรายวัน รายเดือนหรือรายปี จากยอดเงินต้นหรือยอดเงินที่ต้องชำระ

ทางเศรษฐศาสตร์ หมายถึง ต้นทุนของการกู้ยืมเงินและเป็นผลตอบแทนแก่ผู้ให้กู้²

ทางนิติศาสตร์ ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ได้กล่าวถึงคำว่าดอกเบี้ยไว้หลายมาตรา แต่ไม่ได้ให้คำนิยามความหมายของคำว่าดอกเบี้ยไว้โดยตรง เพียงแต่กำหนดความรับผิดของคู่สัญญาที่มีนิติสัมพันธ์เป็นหนี้เงินต่อกันซึ่งบางกรณีอาจต้องรับผิดในส่วนของดอกเบี้ยด้วย เช่น การผิณัด และกำหนดอัตราดอกเบี้ยไว้ ดังนั้น ดอกเบี้ยจึงหมายถึง ค่าตอบแทนในการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินหรือเงินรวมถึงค่าเสียหายจากการผิณัดชำระหนี้ที่เป็นหนี้เงินซึ่งเจ้าหนี้นี้มีสิทธิที่จะเรียกร้องจากลูกหนี้ได้ ดังนั้น ลักษณะของดอกเบี้ยอาจเป็นทรัพย์สินหรือประโยชน์อย่างอื่นที่ได้มาเป็นครั้งคราวแก่เจ้าของทรัพย์สินจากผู้อื่นเพื่อการที่ได้ใช้ทรัพย์สินนั้น และสามารถคำนวณและถือเอาได้เป็นรายวันหรือตามระยะเวลาที่กำหนดไว้³

² ประมวลสาระชุดวิชาเศรษฐศาสตร์การเงินและการจัดการทางการเงิน ฉบับปรับปรุงครั้งที่ 2 หน่วยที่ 7 หน้า 4.

³ มาตรา 148 วรรคสาม ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์.



ประเภทของดอกเบี้ย

ดอกเบี้ยสามารถแบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ ดอกเบี้ยโดยข้อตกลงของคู่สัญญา ซึ่งเป็นดอกเบี้ยที่เกิดขึ้นจากการตกลงกันไว้ล่วงหน้าของคู่สัญญาโดยไม่จำเป็นต้องมีการกำหนดอัตราไว้อย่างแน่ชัด แต่หากกำหนดอัตรากันไว้จะต้องไม่เกินกว่าที่กฎหมายกำหนด และดอกเบี้ยอีกประเภทคือ ดอกเบี้ยโดยผลของกฎหมาย ซึ่งเป็นดอกเบี้ยที่ไม่ได้เกิดจากการตกลงของคู่สัญญา แต่เกิดจากกฎหมายกำหนดให้เจ้าหนี้มีสิทธิจะได้รับเนื่องจากลูกหนี้ผิดนัดซึ่งอัตราดอกเบี้ยผิดนัดคู่สัญญาสามารถตกลงเรียกกันได้สูงกว่าอัตราดอกเบี้ยโดยข้อตกลง

1. ดอกเบี้ยโดยข้อตกลงของคู่สัญญา ดอกเบี้ยประเภทนี้มีแนวคิดมาจากหลักเสรีภาพในการทำสัญญา (freedom of contract) กล่าวคือ มีที่มาจากแนวความคิดทางเศรษฐกิจแบบเสรีนิยมที่ต้องการให้ปัจเจกชนมีอิสระในการทำการค้า การลงทุน มีเสรีภาพในการเข้าทำสัญญา⁴ โดยมองว่าการนำเงินหรือทรัพย์สินออกให้ผู้อื่นยืมโดยมีค่าตอบแทนนั้น ถือเป็นการลงทุนในรูปแบบหนึ่ง จึงให้เสรีภาพแก่คู่สัญญาในการทำนิติกรรมลักษณะนี้และสามารถเรียกดอกเบี้ยในฐานะที่เป็นค่าตอบแทนจากการให้ใช้ประโยชน์ในทรัพย์สินหรือเงินได้ ซึ่งแบ่งออกเป็นดอกเบี้ยธรรมดาและดอกเบี้ยทบต้น ดังนี้

1.1 ดอกเบี้ยธรรมดา กฎหมายไม่ได้บังคับว่าจะต้องเรียกดอกเบี้ยจากผู้กู้หรือลูกหนี้แต่อย่างใด จึงไม่จำเป็นต้องมีดอกเบี้ยในส่วนนี้ได้ แต่หากจะเรียกดอกเบี้ยแก่กันต้องไม่เกินอัตราที่กฎหมายกำหนดคือไม่เกินร้อยละ 15 ต่อปี⁵ นอกจากนี้การชำระดอกเบี้ย กฎหมายไม่ได้กำหนดว่าจะต้องชำระเป็นเงินตราเท่านั้น ดังนั้นจึงอาจชำระกันด้วยทรัพย์สินอย่างอื่นแทนเงินตราได้ แต่ทรัพย์สินที่นำมาชำระในฐานะดอกเบี้ยนั้นจะต้องคิดคำนวณตามราคาของทรัพย์สินนั้นในท้องตลาด ณ เวลาและสถานที่ส่งมอบ ซึ่งเมื่อคำนวณออกมาแล้วจะต้องไม่เกินอัตราดอกเบี้ยที่กฎหมายกำหนด มิฉะนั้นแล้วดอกเบี้ยดังกล่าวจะตกเป็นโมฆะ

1.2 ดอกเบี้ยทบต้น คือ การนำดอกเบี้ยที่ค้างชำระเกิน 1 ปี ทบเข้ากับต้นเงินแล้วคิดดอกเบี้ยจากจำนวนเงินที่ทบเข้ากัน⁶ ซึ่งการคิดดอกเบี้ยทบต้นได้นั้นต้องเกิดจากคู่สัญญาผู้ยืมตกลงกันเป็นหนังสือและมีการลงลายมือชื่อผู้กู้เป็นสำคัญ และการทำข้อตกลงให้คิดดอกเบี้ยทบต้นได้นั้นกฎหมายไม่ได้บังคับว่าจะต้องกระทำเมื่อดอกเบี้ยค้างชำระครบ 1 ปี แล้วเท่านั้น ดังนั้น คู่สัญญาสามารถตกลงกันไว้ตั้งแต่ขณะทำสัญญาผู้ยืมเงินได้⁷ อย่างไรก็ตามหากคู่สัญญามีการตกลงกันให้คิดดอกเบี้ยทบต้นได้ทันทีที่ผู้กู้ผิดนัดไม่ชำระดอกเบี้ยหรือให้คิดดอกเบี้ยทบต้นได้แม้จะมีดอกเบี้ยที่ค้างชำระไม่ถึง 1 ปี ข้อตกลงดังกล่าวตกเป็นโมฆะ ทั้งนี้ หากในสัญญา

⁴ พิชยามนต์ จาริกสุนทรกุล ดอกเบี้ยต้อง กู้ถึงเวลาต้องแก้?, วารสารนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, หน้า 420

⁵ มาตรา 654 ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์.

⁶ มาตรา 655 ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์.

⁷ คำพิพากษาฎีกาที่ 2518/2530.



มีข้อตกลงอื่น ๆ ที่ไม่ขัดกับกฎหมายข้อตกลงเหล่านั้นยังคงสมบูรณ์บังคับใช้ได้ตามกฎหมาย⁸ เช่น ในสัญญาเงินกู้มีข้อตกลงกันว่าคิดดอกเบี้ยจากต้นเงินอัตราร้อยละ 15 ต่อปี หากผิดนัดชำระดอกเบี้ยผู้ยินยอมให้คิดดอกเบี้ยทบต้นได้ทันที ดังนั้นเฉพาะข้อตกลงยินยอมให้คิดดอกเบี้ยทบต้นได้ทันทีตกเป็นโมฆะ ส่วนข้อตกลงเรียกดอกเบี้ยเงินต้นกันร้อยละ 15 ปี ยังมีผลสมบูรณ์ตามกฎหมาย ส่วนการดำเนินคดีฟ้องเรียกดอกเบี้ยทบต้นนั้น เจ้าหนี้มีสิทธิได้รับชำระในส่วนของดอกเบี้ยที่ค้างชำระเกิน 1 ปี จนถึงวันฟ้องเท่านั้น จะขอคิดดอกเบี้ยทบต้นที่เกิดขึ้นหลังจากวันฟ้องไม่ได้⁹

2. ดอกเบี้ยโดยผลของกฎหมาย ดอกเบี้ยประเภทนี้มีลักษณะเป็นการชดเชยความเสียหายที่กฎหมายกำหนดให้แก่เจ้าหนี้อันเกิดจากการที่ลูกหนี้ไม่ชำระหนี้ตรงตามเวลาที่กำหนด ทำให้เจ้าหนี้ได้รับความเสียหาย หรือขาดประโยชน์จากการที่ควรจะได้รับชำระหนี้ตรงเวลา หรือเรียกอีกว่า “ดอกเบี้ยผิดนัด” ซึ่งเป็นดอกเบี้ยที่เจ้าหนี้มีสิทธิได้รับตามกฎหมาย แม้คู่สัญญาจะไม่ได้ตกลงกันไว้ก็ตาม¹⁰ ทั้งนี้คำว่า “ผิดนัด” ที่จะทำให้เกิดดอกเบี้ยขึ้นได้นั้น หมายถึง กรณีลูกหนี้ไม่ชำระหนี้เมื่อถึงเวลาที่กำหนดและเจ้าหนี้เตือนลูกหนี้แล้ว หรืออาจเป็นกรณีที่มีการกำหนดเวลาตามวันแห่งปฏิทินไว้อย่างชัดเจนแล้วและลูกหนี้ไม่ชำระหนี้¹¹ นอกจากนี้ยังมีกรณีการผิดนัดในมูลหนี้ละเมิดซึ่งกฎหมายให้ถือว่าลูกหนี้ผิดนัดทันทีนับแต่เวลาที่ทำละเมิด¹² ทั้งนี้ การคิดดอกเบี้ยผิดนัดให้คิดได้ตั้งแต่วันที่ละเมิดเป็นต้นไปจนกว่าจะชำระเสร็จ

ในกรณีที่คู่สัญญาตกลงเรียกดอกเบี้ยกันไว้ล่วงหน้าหากลูกหนี้ผิดนัดไม่ชำระหนี้ อาจทำให้เกิดความสับสนว่าข้อตกลงดังกล่าวเป็นดอกเบี้ยประเภทที่เกิดโดยข้อตกลงของคู่สัญญาหรือไม่ กรณีดังกล่าวแม้จะใช้คำว่าดอกเบี้ยและมีลักษณะเป็นการตกลงกำหนดค่าเสียหายในอนาคตก็ตาม แต่กรณีนี้ไม่ถือเป็นดอกเบี้ยผิดนัดตามกฎหมาย¹³ เนื่องจากดอกเบี้ยผิดนัดต้องเป็นดอกเบี้ยที่เกิดขึ้นโดยผลของกฎหมายไม่ใช่เกิดจากข้อตกลงของคู่สัญญา ดังนั้น แม้คู่สัญญาจะไม่ได้ตกลงกันไว้แต่หากมีการผิดนัด เจ้าหนี้ยังคงมีสิทธิได้รับดอกเบี้ยผิดนัด ส่วนอัตราดอกเบี้ยเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด¹⁴ อย่างไรก็ตาม การกำหนดค่าเสียหายในอนาคตที่คู่สัญญาตกลงกันนั้นแม้จะไม่ใช่ดอกเบี้ยผิดนัดแต่ในทางกฎหมายถือเป็นเบี้ยปรับ ซึ่งศาลมีอำนาจใน

⁸ คำพิพากษาฎีกาที่ 2687/2522.

⁹ คำพิพากษาฎีกาที่ 3373/2565.

¹⁰ จุณวิทย์ ชลิตาพงศ์. การคิดดอกเบี้ยในการคืนเงินตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์. *วารสารนิติศาสตร์*, หน้า 899.

¹¹ มาตรา 204 ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์.

¹² มาตรา 206 ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์.

¹³ คำพิพากษาฎีกาที่ 2356/2545.

¹⁴ มาตรา 224 ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์.



การใช้ดุลพินิจปรับลดให้พอสมควรได้หากศาลเห็นว่าสูงเกินส่วน¹⁵ ทั้งนี้ ศาลมีอำนาจเพียงปรับลดเท่านั้นแต่ไม่มีอำนาจในการเพิ่มเบี้ยปรับให้แก่เจ้าหนี้ และไม่มีอำนาจสั่งงดเบี้ยปรับ¹⁶

อัตราดอกเบี้ยตามกฎหมาย

โดยทั่วไปการกู้ยืมเงินระหว่างบุคคลธรรมดาตามกฎหมายไม่ได้บังคับให้คู่สัญญาจะต้องคิดดอกเบี้ยกัน แต่คู่สัญญาสามารถตกลงคิดดอกเบี้ยและกำหนดอัตราดอกเบี้ยกันเองได้ ทั้งนี้ อัตราดอกเบี้ยที่จะคิดแก่กันได้ นั้นต้องไม่เกินกว่าอัตราที่กฎหมายกำหนดคือ ร้อยละ 15 ต่อปี¹⁷ ซึ่งคู่สัญญาสามารถระบุอัตราดอกเบี้ยที่ชัดเจนไว้ในสัญญาได้ แต่หากมีการตกลงว่าจะคิดดอกเบี้ยกันแต่ไม่ได้ระบุอัตราดอกเบี้ยกันไว้ หรือตกลงกันว่า จะคิดดอกเบี้ยกันตามกฎหมาย หรือลูกหนี้ตกลงยินยอมให้ดอกเบี้ยตามกฎหมายอย่างสูง¹⁸ เช่นนี้ อัตราดอกเบี้ยที่เจ้าหนี้มีสิทธิจะเรียกได้ก่อนมีการแก้ไขกฎหมายคือ ร้อยละ 7.5 ต่อปี ทั้งนี้ ปัจจุบันมีการแก้ไขอัตราดอกเบี้ยดังกล่าวโดยพระราชกำหนดแก้ไขเพิ่มเติมประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ พ.ศ. 2564 มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 11 เมษายน 2564 โดยมีการแก้ไขประเด็นเกี่ยวกับดอกเบี้ย 3 กรณี ดังนี้¹⁹

1. กรณีที่มีการตกลงคิดดอกเบี้ยที่มีได้กำหนดอัตราดอกเบี้ยไว้โดยนิติกรรมหรือโดยบทกฎหมายอันชัดแจ้ง ให้ปรับจากอัตราร้อยละ 7.5 ต่อปี เป็นร้อยละ 3 ต่อปี กรณีดังกล่าวเป็นการแก้ไขประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 7 แต่เดิมกำหนดให้คิดดอกเบี้ยในอัตราร้อยละ 7.5 ต่อปี แต่เมื่อมีการแก้ไขกฎหมายอัตราดังกล่าวจึงเหลือร้อยละ 3 ต่อปี นอกจากนี้ ยังได้มีการกำหนดให้กระทรวงการคลังมีอำนาจในการทบทวนความเหมาะสมของอัตราดอกเบี้ยทุก 3 ปี โดยตราเป็นพระราชกฤษฎีกาเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพการณ์และสภาพเศรษฐกิจในช่วงเวลานั้น ซึ่งอัตราดอกเบี้ยควรมีความใกล้เคียงกับอัตราเฉลี่ยระหว่างอัตราดอกเบี้ยเงินฝากกับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมของธนาคารพาณิชย์

2. กรณีดอกเบี้ยผิพนัดให้ปรับจากอัตราร้อยละ 7.5 ต่อปี เป็นอัตราที่กำหนดในมาตรา 7 แห่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ (ปัจจุบันร้อยละ 3 ต่อปี) บวกด้วยอัตราเพิ่มร้อยละ 2 ต่อปี ดังนั้น ดอกเบี้ยผิพนัดจากร้อยละ 7.5 ต่อปี จึงเป็นร้อยละ 5 ต่อปี ซึ่งมีที่มาจากการแก้ไขประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 224 โดยยกเลิกอัตราดอกเบี้ยผิพนัดจากอัตราร้อยละ 7.5 ต่อปี ให้เป็นร้อยละ 3 ต่อปี (เช่นเดียวกับอัตราดอกเบี้ยธรรมดาตามมาตรา 7 แห่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์) บวกอีกร้อยละ 2 ต่อปี นอกจากนี้

¹⁵ มาตรา 383 วรรคหนึ่ง ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์.

¹⁶ คำพิพากษาฎีกาที่ 2022/2545.

¹⁷ มาตรา 654 ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์.

¹⁸ เทียบเคียงคำพิพากษาฎีกาที่ 773/2518 1688/2533 3708/ 2528

¹⁹ หนังสือสำนักงานศาลยุติธรรม ส่วนที่สุด ที่ ศย 016/ว 411 ข้อพิจารณาเกี่ยวกับพระราชกำหนดแก้ไขเพิ่มเติมประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ พ.ศ. 2564 ลงวันที่ 20 เมษายน 2564.



ในมาตรา 224 ที่แก้ไขใหม่ยังกำหนดว่าเจ้าหนี้สามารถเรียกดอกเบี้ยผิพนัดได้ในอัตราที่สูงกว่าร้อยละ 3 + 2 ต่อปี ได้หากมีเหตุอย่างอื่นอันชอบด้วยกฎหมาย เช่น อัตราดอกเบี้ยผิพนัดตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 มาตรา 9 ที่กำหนดให้นายจ้างเสียดอกเบี้ยให้แก่ลูกจ้างในระหว่างผิพนัดร้อยละ 15 ต่อปี หรืออัตราดอกเบี้ยที่สถาบันการเงินอาจเรียกได้ตามกฎหมายเฉพาะ²⁰

3. กรณีดอกเบี้ยผิพนัดที่มีการผ่อนชำระเป็นงวด กฎหมายใหม่กำหนดให้หากลูกหนี้ผิพนัดไม่ชำระงวดใด ให้เจ้าหนี้คำนวณจำนวนดอกเบี้ยผิพนัดได้เฉพาะจากเงินต้นของงวดที่ลูกหนี้ผิพนัดแล้วเท่านั้น²¹ กรณีดังกล่าวเป็นการแก้ไขประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ โดยเพิ่มเติม มาตรา 224/1 ขึ้นมาใหม่ ซึ่งจากเดิมหากมีการผิพนัดชำระหนึ่งงวดใดงวดหนึ่ง เจ้าหนี้สามารถคิดดอกเบี้ยผิพนัดในงวดนั้นจากเงินต้นที่คงค้างทั้งหมดได้ แต่ปัจจุบันกฎหมายใหม่กำหนดห้ามมิให้คิดดอกเบี้ยผิพนัดเช่นนั้น แต่ให้คิดเฉพาะเงินต้นงวดที่ผิพนัดบวกกับดอกเบี้ยผิพนัดในอัตราร้อยละ 5 ต่อปี

ตัวอย่าง ลูกหนี้เป็นหนี้ 500,000 บาท ตกลงผ่อนชำระ 10 งวด งวดละ 50,000 บาท พร้อมดอกเบี้ยหากชำระไปแล้ว 5 งวด แต่ในงวดที่ 6 ผิพนัดชำระหนี้กฎหมายเดิมกำหนดดอกเบี้ยกรณีผิพนัดไว้ที่ร้อยละ 7.5 ต่อปี โดยไม่ได้กำหนดว่า ให้คำนวณจากเงินยอดใด เจ้าหนี้จึงสามารถคิดดอกเบี้ยผิพนัดจากเงินต้นที่เหลือทั้งหมด คือ 250,000 บาท ทำให้ลูกหนี้ต้องชำระดอกเบี้ยผิพนัดในอัตราร้อยละ 7.5 ต่อปี ของ 250,000 บาท แต่กฎหมายใหม่กำหนดให้จ่ายดอกเบี้ยผิพนัดจากร้อยละ 7.5 ต่อปี เหลือร้อยละ 5 ต่อปี ของเงินต้นเฉพาะที่ผิพนัด 50,000 บาท อย่างไรก็ตาม ลูกหนี้ยังต้องชำระดอกเบี้ยของเงินต้นในงวดที่ยังไม่ผิพนัดในอัตราร้อยละ 3 ต่อปีของเงิน 200,000 บาท

นอกจากนี้ในมาตรา 224/1 ยังกำหนดว่าหากมีข้อตกลงในการคิดดอกเบี้ยผิพนัดที่มีการผ่อนชำระเป็นงวดแตกต่างจากที่กฎหมายกำหนดดังที่กล่าวมาแล้ว จะมีผลให้เฉพาะข้อตกลงนั้นเป็นโมฆะ เช่น ลูกหนี้ตกลงยินยอมให้เจ้าหนี้คิดดอกเบี้ยผิพนัดจากต้นเงินคงค้างทั้งหมด ไม่ใช่เฉพาะจากเงินต้นงวดที่ผิพนัด ข้อตกลงดังกล่าวเป็นโมฆะ แต่ไม่กระทบกับข้อตกลงอื่น ๆ ที่ใช้บังคับได้ตามกฎหมาย ทั้งกรณีดังกล่าวนี้มีนักวิชาการบางท่านได้ให้ความเห็นว่า ข้อตกลงที่ให้ลูกหนี้ผิพนัดทุกงวดนั้นน่าจะข้อตกลงที่ขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชนซึ่งเป็นโมฆะ ดังนั้น จึงควรกำหนดให้ข้อตกลงทั้งหมดตกเป็นโมฆะด้วย²²

²⁰ เพิ่งอ้าง.

²¹ เพิ่งอ้าง.

²² คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ข่าวสารและกิจกรรม สรุปสาระสำคัญจาก “สนทนากับนักกฎหมายกับ รศ.ดร.มนินทร์ พงศาปาน เรื่อง อัตราดอกเบี้ยตามกฎหมายที่แก้ไข”, สืบค้นเมื่อวันที่ 4 กรกฎาคม 2567, <https://www.law.tu.ac.th/legal-talk-summarynew-law-interest-rate/>.



ตารางสรุปการแก้ไขอัตราดอกเบี้ยและการชำระดอกเบี้ยผิดนัดเป็นงวด

ประเด็นการแก้ไขดอกเบี้ย	กฎหมายเดิม ใช้บังคับจนถึงวันที่ 10 เมษายน 2564	กฎหมายปัจจุบัน ใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 11 เมษายน 2564 เป็นต้นมา
1. การตกลงคิดดอกเบี้ย แต่ไม่ได้ กำหนดอัตราดอกเบี้ยไว้โดย นิติกรรมหรือโดยบทกฎหมาย อันชัดแจ้ง	ร้อยละ 7.5 ต่อปี	ร้อยละ 3 ต่อปี (กระทรวงการคลัง ทบทวน ทุก 3 ปี)
2. การคิดอัตราดอกเบี้ยผิดนัด (กรณีที่เจ้าหนี้ไม่อาจเรียก ดอกเบี้ยได้สูงกว่าที่กฎหมาย กำหนด)	ร้อยละ 7.5 ต่อปี	ร้อยละ 5 ต่อปี
3. การคิดดอกเบี้ยผิดนัดกรณีที่ ต้องชำระเป็นงวด	คำนวณจากเงินต้นคงค้างทั้งหมด	คำนวณจากฐานเงินต้นเฉพาะงวด ที่มีการผิดนัดเท่านั้น

ผลของการเรียกดอกเบี้ยเกินอัตราที่กฎหมายกำหนด

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วในหัวข้อที่ 3 อัตราดอกเบี้ยตามกฎหมายนั้นเป็นไปตามที่กำหนดไว้ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ส่วนผลของการเรียกดอกเบี้ยเกินอัตราที่กำหนดไว้ในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ เป็นไปตามพระราชบัญญัติห้ามเรียกดอกเบี้ยเกินอัตรา พ.ศ. 2560 กฎหมายทั้งสองฉบับมีความเชื่อมโยงกัน กล่าวคือ ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 654 บัญญัติว่า “ท่านห้ามมิให้คิดดอกเบี้ยเกินร้อยละ 15 ต่อปี ถ้าในสัญญากำหนดดอกเบี้ยเกินกว่านั้น ก็ให้ลดลงมาเป็นร้อยละ 15 ต่อปี” เป็นการกำหนดเพดานการเรียกดอกเบี้ยในอัตราสูงสุดเท่าที่คู่สัญญาจะตกลงกันได้ หากเกินกว่าร้อยละ 15 ต่อปี ให้ลดลงมาเหลือร้อยละ 15 ต่อปี อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาพระราชบัญญัติห้ามเรียกดอกเบี้ยเกินอัตราฯ จะเห็นได้ว่า มีผลเปลี่ยนแปลงสภาพบังคับแห่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ที่กำหนดว่าการเรียกดอกเบี้ยเกินกว่าร้อยละ 15 ต่อปี ให้มีการบังคับกันได้เพียงร้อยละ 15 ต่อปีนั้น ไม่มีผลบังคับได้อีกต่อไป เนื่องจากการเรียกดอกเบี้ยเกินกว่าอัตราที่กฎหมายกำหนดเป็นข้อตกลงที่เกี่ยวกับความสงบเรียบร้อยและศีลธรรมอันดีของประชาชน ดังจะเห็นได้จากการกำหนดโทษทางอาญาไว้สำหรับกรณีนี้²³ และมีผลให้ข้อตกลงที่ขัดต่อความสงบเรียบร้อยและศีลธรรมอันดีของประชาชนนั้นตกเป็นโมฆะ ตามมาตรา 150 ประมวลกฎหมายแพ่ง

²³ มาตรา 4 พระราชบัญญัติห้ามเรียกดอกเบี้ยเกินอัตรา พ.ศ. 2560.



และพาณิชย์ ความเป็นโมฆะนี้ทำให้ข้อตกลงเรื่องดอกเบี้ยเสียเปล่าทั้งหมด²⁴ ไม่ใช่โมฆะเฉพาะส่วนที่เกิน ทั้งนี้ ไม่กระทบถึงส่วนของเงินต้นที่เป็นมูลหนี้กันตามกฎหมาย

แนวคำพิพากษาศาลฎีกาเกี่ยวกับดอกเบี้ยเกินอัตราที่กฎหมายกำหนด

การเรียกดอกเบี้ยเกินอัตราที่มีผลในทางกฎหมายคือ ดอกเบี้ยทั้งหมดตกเป็นโมฆะรวมถึงดอกเบี้ยที่ได้ชำระกันไปแล้วไม่ว่าจะทั้งหมดหรือบางส่วนเสียเปล่า ไม่มีผลผูกพันตามกฎหมายและต้องคืนทรัพย์สินในฐานลามิควรได้²⁵ กรณีดังกล่าวได้เคยมีคำพิพากษาศาลฎีกาวางหลักไว้ว่า การชำระดอกเบี้ยที่เกินอัตรา เป็นการชำระหนี้ตามอำเภอใจ เรียกดอกเบี้ยที่ชำระเกินอัตราคืนไม่ได้ และไม่สามารถนำดอกเบี้ยดังกล่าวไปหักกับหนี้เงินต้นได้²⁶ แต่ต่อมาในปี พ.ศ. 2560 ได้มีคำพิพากษาศาลฎีกาในทางตรงกันข้ามกับแนวเดิมที่ได้กล่าวไป โดยตีความให้ข้อตกลงเรียกดอกเบี้ยเกินอัตราที่กฎหมายกำหนดตกเป็นโมฆะ เท่ากับในสัญญาเงินกู้ไม่ได้มีการตกลงเรื่องดอกเบี้ยกันไว้ ดังนั้น หนี้เงินบางส่วนที่ได้ชำระไปแล้ว จึงไม่ถือเป็นการชำระหนี้ตามอำเภอใจซึ่งไม่สามารถนำมาหักออกจากดอกเบี้ยที่โมฆะได้ แต่สามารถนำไปชำระหนี้เงินต้นได้²⁷ และในปี พ.ศ. 2565 ได้มีคำพิพากษาเกี่ยวกับข้อตกลงเรื่องดอกเบี้ยที่เกินอัตรากฎหมายกำหนดไว้เช่นกัน คือเป็นกรณีการออกใบหุ้นกู้ที่ลูกหนี้ตกลงให้ผลประโยชน์ตอบแทนหรือยอมให้ดอกเบี้ยเกินกว่าอัตราที่กฎหมายกำหนดโดยลูกหนี้เป็นผู้กำหนดอัตราเอง ศาลฎีกามองว่ากรณีดังกล่าวถือเป็นการชำระหนี้โดยรู้ว่าคุณไม่มีหนี้ผูกพัน ดังนั้น ดอกเบี้ยที่ได้ชำระไปแล้วจึงไม่อาจนำมาหักกลับกับเงินต้นได้²⁸ จากแนวคำพิพากษาศาลฎีกาที่ได้นำเสนอมานี้จะเห็นได้ว่าการเรียกดอกเบี้ยเกินอัตราที่กฎหมายกำหนดแบ่งออกเป็น 2 แนวทาง คือ 1) ดอกเบี้ยที่โมฆะนั้นสามารถนำมาหักกับเงินต้นที่ค้างชำระได้ และ 2) ดอกเบี้ยที่โมฆะไม่สามารถนำมาหักกับเงินต้นที่ค้างชำระได้ ซึ่งทั้งสองแนวทางนี้ผู้เขียนเห็นว่ามิได้ขัดแย้งกันเนื่องจากข้อเท็จจริงมีความแตกต่างกัน กล่าวคือ กรณีที่ให้นำดอกเบี้ยที่ชำระไปแล้วมาหักกับเงินต้นได้นั้นเป็นการตกลงกู้ยืมเงินระหว่างบุคคลธรรมดาที่ผู้ให้กู้เป็นผู้กำหนดอัตราดอกเบี้ย แต่หากเป็นกรณีที่ลูกหนี้หรือผู้กู้เป็นผู้กำหนดหรือเสนอให้อัตราดอกเบี้ยที่เกินกว่ากฎหมายกำหนดเอง เช่นนี้ไม่อาจนำดอกเบี้ยที่โมฆะมาหักกลับกับเงินต้นที่ค้างชำระได้ ถือเป็นการชำระหนี้ตามอำเภอใจเสมือนหนึ่งว่าชำระหนี้โดยรู้ว่าคุณไม่มีหนี้ผูกพันตามกฎหมายที่ต้องชำระ จึงไม่มีสิทธิได้รับคืนทรัพย์สิน ดังนั้น ดอกเบี้ยที่โมฆะนั้นจะสามารถนำมาหักออกจากเงินต้นได้หรือไม่จำเป็นต้องพิจารณาข้อเท็จจริงว่า

²⁴ สุธีร์ ศุภินิตย์ แก้ไขเพิ่มเติมโดย จักรพงษ์ เล็กสกุลไชย คำอธิบายประมวลกฎหมายแพ่ง และพาณิชย์ วิชาเอกเทศสัญญา 2 ยืมและฝากทรัพย์สิน สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2558 (พิมพ์ครั้งที่ 5), หน้า 119.

²⁵ มาตรา 172 แห่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์.

²⁶ คำพิพากษาศาลฎีกาที่ 7207/ 2555.

²⁷ คำพิพากษาศาลฎีกาที่ 2131/2560 ประชุมใหญ่ คำพิพากษาศาลฎีกาที่ 5376/2560, คำพิพากษาศาลฎีกาที่ 5056/2562.

²⁸ คำพิพากษาศาลฎีกาที่ 745/2565.



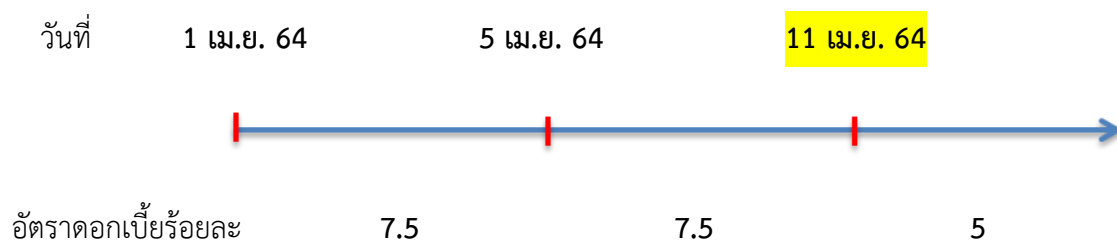
ฝ่ายใดเป็นฝ่ายเรียกอัตราดอกเบี้ยเกินกว่าที่กฎหมายกำหนด หากฝ่ายเจ้าหนี้หรือผู้ให้กู้เป็นฝ่ายเรียกดอกเบี้ย ลูกหนี้หรือผู้กู้สามารถนำดอกเบี้ยที่โมฆะซึ่งได้ชำระไปแล้วนั้นมาหักกับเงินต้นที่ยังค้างอยู่ได้ การตีความเช่นนี้ ถือเป็นการคุ้มครองลูกหนี้ที่อาจถูกเอาเปรียบจากเจ้าหนี้ในการเรียกดอกเบี้ยในอัตราที่สูงเกินไปซึ่งก่อให้เกิด ความเป็นธรรมแก่สังคมมากยิ่งขึ้น

การคิดดอกเบี้ยธรรมดาและดอกเบี้ยผิณฑ์ที่มีความคาบเกี่ยวกันระหว่างกฎหมายเก่ากับกฎหมายใหม่

1. กรณีการคิดอัตราดอกเบี้ยธรรมดาและดอกเบี้ยผิณฑ์ก่อนกฎหมายแก้ไขอัตราดอกเบี้ย

ข้อเท็จจริง มีการกู้ยืมเงินวันที่ 1 เมษายน 2564 กำหนดชำระวันที่ 5 เมษายน 2564 แต่ไม่ได้มีการชำระตามที่ตกลงจึงถือว่าการผิณฑ์เกิดขึ้นก่อน วันที่ 11 เมษายน 2564 ซึ่งประกาศใช้อัตราดอกเบี้ยตามกฎหมายใหม่ การคำนวณดอกเบี้ยในแต่ละช่วงเวลามีวิธีคิด ดังนี้

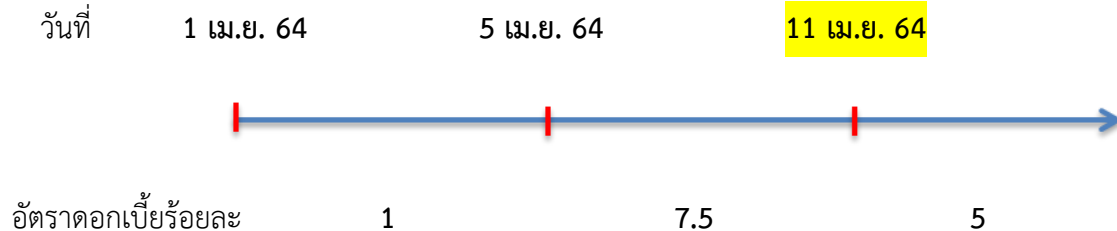
แบบที่ 1 มีการตกลงคิดดอกเบี้ยกัน แต่ไม่ได้กำหนดอัตราดอกเบี้ยไว้โดยนิติกรรมหรือโดยบทกฎหมายอันชัดแจ้ง



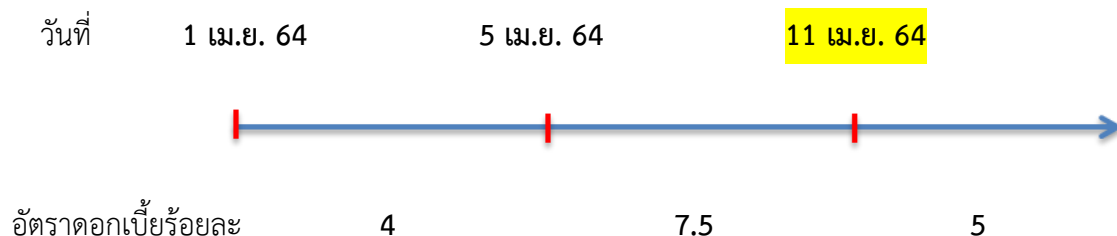
ข้อสังเกต อัตราดอกเบี้ยตั้งแต่วันที่ 1 - วันที่ 4 คือ ร้อยละ 7.5 ต่อปี เนื่องจากเป็นอัตราดอกเบี้ยธรรมดาตามกฎหมายเดิมซึ่งคู่สัญญาไม่ได้ระบุอัตราดอกเบี้ยกันไว้ กฎหมายเดิมจึงกำหนดให้ ร้อยละ 7.5 ต่อปี วันที่ 5 เมษายน 2564 เป็นวันผิณฑ์ ดังนั้นตั้งแต่วันที่ 5 เมษายน 2564 เป็นต้นไป จะเป็นดอกเบี้ยผิณฑ์ โดยแยกคิดอัตราเป็น 2 ช่วงคือ ช่วงที่หนึ่ง ตั้งแต่วันที่ 5-10 เมษายน 2564 คิดอัตราดอกเบี้ยผิณฑ์ตามกฎหมายเดิมคือ ร้อยละ 7.5 ต่อปี ช่วงที่สองคือ ตั้งแต่วันที่ 11 เมษายน 2564 เป็นต้นไป ให้คิดอัตราดอกเบี้ยผิณฑ์เหลือ ร้อยละ 5 ต่อปี ตามกฎหมายใหม่



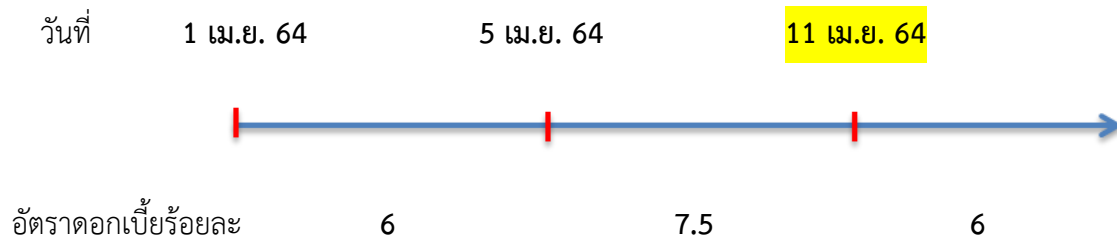
แบบที่ 2 ตกลงคิดดอกเบี้ยกันในอัตราร้อยละ 1 ต่อปี



แบบที่ 3 ตกลงคิดดอกเบี้ยกันในอัตราร้อยละ 4 ต่อปี



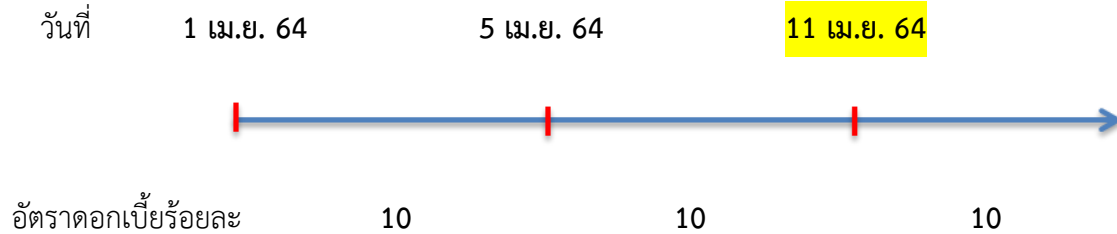
แบบที่ 4 ตกลงคิดดอกเบี้ยกันในอัตราร้อยละ 6 ต่อปี



ข้อสังเกต แม้อัตราดอกเบี้ยคิดนับตั้งแต่วันที่ 11 เมษายน 64 แก้ไขเป็นร้อยละ 5 ต่อปี แต่ในกรณีนี้เจ้าหนี้สามารถคิดดอกเบี้ยคิดนับได้ในอัตราร้อยละ 6 ต่อปี ซึ่งมากกว่าที่กฎหมายใหม่กำหนดได้ เนื่องจากการคิดนับเป็นกรณีที่เจ้าหนี้อาจได้รับความเสียหายจากการชำระหนี้ไม่ตรงตามกำหนด กฎหมายจึงกำหนดให้มีดอกเบี้ยคิดนับซึ่งมีลักษณะเป็นผลร้ายเสมือนเป็นการลงโทษที่ลูกหนี้ ดังนั้นเจ้าหนี้จึงอาศัยเหตุอันชอบด้วยกฎหมายที่จะเรียกดอกเบี้ยได้สูงกว่าที่กฎหมายกำหนด (สูงกว่าที่กฎหมายใหม่กำหนดให้ร้อยละ 5 ต่อปี) ตามมาตรา 224 วรรคหนึ่ง แห่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ กรณีดังกล่าวเจ้าหนี้จึงสามารถเรียกดอกเบี้ยคิดนับได้ในอัตราร้อยละ 6 ต่อปี



แบบที่ 5 ตกลงคิดดอกเบี้ยกันในอัตราร้อยละ 10 ต่อปี

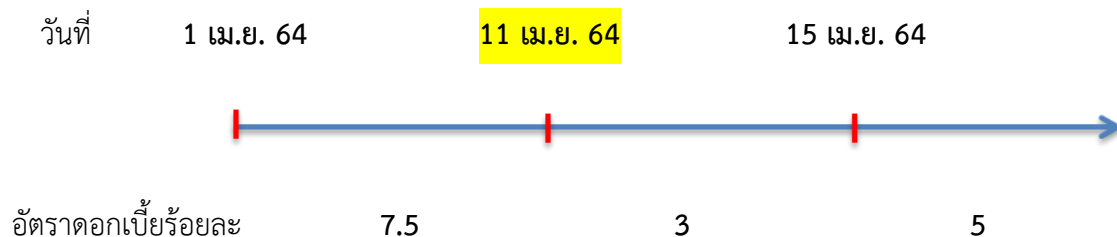


ข้อสังเกต การเรียกดอกเบี้ยผัดนัดซึ่งกฎหมายกำหนดให้อัตราที่ต่ำกว่าอัตราดอกเบี้ยกู้ยืมที่คู่สัญญาตกลงกันนั้น เจ้าหนี้มีสิทธิเรียกอัตราดอกเบี้ยผัดนัดได้ในอัตราที่ไม่ต่ำกว่าอัตราดอกเบี้ยกู้ยืมที่ตกลงกันด้วยเหตุผลตามมาตรา 224 วรรคหนึ่ง เช่นเดียวกับแบบที่ 4 ที่กล่าวมาข้างต้น ดังนั้นดอกเบี้ยผัดนัดไม่ว่าเกิดขึ้นในช่วงกฎหมายเก่าหรือกฎหมายใหม่สามารถเรียกได้ในอัตราร้อยละ 10 ต่อปี เท่ากับดอกเบี้ยที่ตกลงกู้ยืมกัน

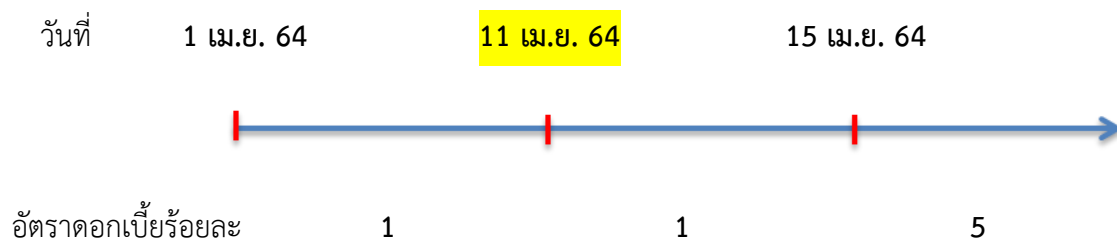
2. การคิดดอกเบี้ยธรรมดาและดอกเบี้ยผัดนัดหลังกฎหมายแก้ไขอัตราดอกเบี้ย

ข้อเท็จจริง มีการกู้ยืมเงินวันที่ 1 เมษายน 2564 กำหนดชำระวันที่ 15 เมษายน 2564 แต่ไม่ได้มีการชำระหนี้ และในวันที่ 11 เมษายน 2564 มีการแก้ไขอัตราดอกเบี้ย ดังนั้นกรณีนี้ในส่วนของอัตราดอกเบี้ยธรรมดาจึงมีความคาบเกี่ยวกันระหว่างกฎหมายเก่ากับกฎหมายใหม่ แต่ในส่วนของดอกเบี้ยผัดนัดเกิดขึ้นหลังจากกฎหมายได้แก้ไขแล้วจึงเป็นไปตามกฎหมายใหม่ ซึ่งมีวิธีคิดดอกเบี้ย ดังนี้

แบบที่ 1 ตกลงคิดดอกเบี้ยกัน แต่ไม่ได้กำหนดอัตราดอกเบี้ยไว้โดยนิติกรรมหรือโดยบทกฎหมาย
อันชัดแจ้ง



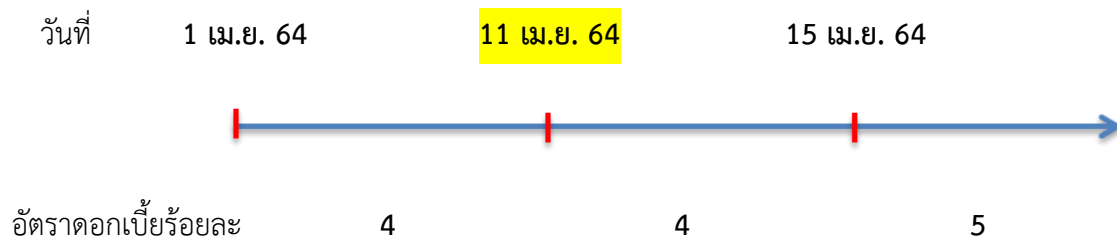
แบบที่ 2 ตกลงคิดดอกเบี้ยกันในอัตราร้อยละ 1 ต่อปี





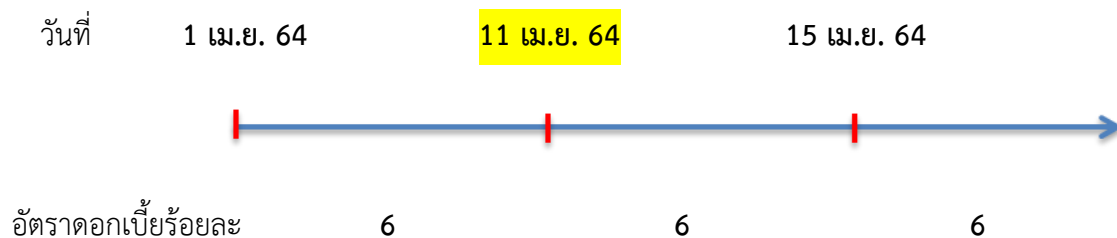
ข้อสังเกต คู่สัญญาตกลงอัตราดอกเบี้ยกันร้อยละ 1 ต่อปี แม้กฎหมายใหม่จะกำหนดอัตราดอกเบี้ยเป็นร้อยละ 3 แต่กรณีนี้ยังคงคิดในอัตราร้อยละ 1 ต่อปี เนื่องจากอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 3 ต่อปีนั้นเป็นกรณีที่คู่สัญญา มีการตกลงคิดดอกเบี้ยกันแต่ไม่ได้กำหนดอัตราดอกเบี้ยไว้ แต่กรณีนี้มีการตกลงกำหนดอัตราร้อยละ 1 ต่อปี กันไว้โดยชัดแจ้ง ดังนั้นจึงต้องเป็นไปตามที่ตกลงกันไว้

แบบที่ 3 ตกลงคิดดอกเบี้ยกันในอัตราร้อยละ 4 ต่อปี



ข้อสังเกต อัตราดอกเบี้ยที่เกิดขึ้นหลังจากกฎหมายแก้ไข คือ ร้อยละ 3 ต่อปี แต่กรณีนี้คู่สัญญาตกลงเรียกดอกเบี้ยในอัตราร้อยละ 4 ต่อปี กันไว้โดยชัดแจ้ง ดังนั้นจึงต้องเป็นไปตามที่ตกลงกันไว้

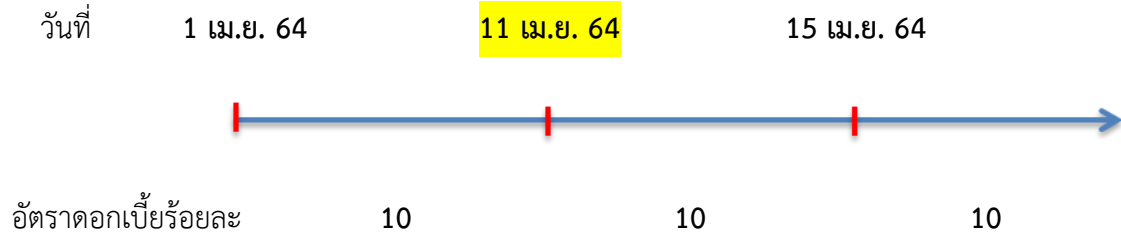
แบบที่ 4 ตกลงคิดดอกเบี้ยกันในอัตราร้อยละ 6 ต่อปี



ข้อสังเกต ในกรณีนี้ทั้งดอกเบี้ยธรรมดาตามกฎหมายใหม่กำหนดอัตราไว้ ร้อยละ 3 ต่อปี และดอกเบี้ยผิดนัดที่กฎหมายกำหนดอัตราไว้ ร้อยละ 3 + 2 ต่อปี เจ้าหนี้สามารถเรียกได้ร้อยละ 6 ต่อปี ตามตัวอย่างโดยอาศัยเหตุอย่างอื่นอันชอบด้วยกฎหมาย ตามมาตรา 224 วรรคหนึ่ง



แบบที่ 5 ตกลงคิดดอกเบี้ยกันในอัตราร้อยละ 10 ต่อปี



บทสรุป

ดอกเบี้ยมีทั้งที่เกิดขึ้นจากข้อตกลงของคู่สัญญาและดอกเบี้ยที่เกิดขึ้นโดยผลของกฎหมาย ซึ่งแต่ละประเภทมีแนวคิดและอัตราที่นำมาเป็นฐานในการคำนวณแตกต่างกัน ทั้งนี้กฎหมายที่เกี่ยวข้องในการควบคุมดอกเบี้ยมี 2 ฉบับด้วยกันคือ ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ซึ่งเป็นกฎหมายที่กำหนดอัตราดอกเบี้ยระหว่างคู่สัญญาที่เป็นบุคคลธรรมดาให้สามารถระบุอัตราดอกเบี้ยที่จะคิดแก่กันได้ไม่เกินร้อยละ 15 ต่อปี หากคู่สัญญาเพียงแต่ตกลงจะคิดดอกเบี้ยกันแต่ไม่ได้ระบุอัตราดอกเบี้ยที่ชัดเจนไว้ เดิมกฎหมายกำหนดให้เรียกได้ในอัตราร้อยละ 7.5 ต่อปี และอัตราดอกเบี้ยผิดนัดกฎหมายกำหนดให้อัตราร้อยละ 7.5 ต่อปี แต่ตั้งแต่วันที่ 11 เมษายน 2564 ได้มีการแก้ไขประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ในส่วนของดอกเบี้ย 3 ประเด็น คือ 1) กรณีที่คู่สัญญาตกลงคิดดอกเบี้ยกันแต่ไม่ได้กำหนดอัตราดอกเบี้ยไว้โดยนิติกรรมหรือโดยชัดแจ้งให้ปรับอัตราดอกเบี้ยจากเดิมร้อยละ 7.5 ต่อปี เหลือร้อยละ 3 ต่อปี ดังนั้นหากคู่สัญญาระบุอัตราดอกเบี้ยกันไว้ชัดเจนและไม่เกินร้อยละ 15 ต่อปี ก็ยังคงเป็นไปตามที่คู่สัญญาตกลงกัน ทั้งนี้อัตราดอกเบี้ยตามกฎหมายใหม่เปิดโอกาสให้มีการทบทวนปรับเปลี่ยนได้ทุก 3 ปี เพื่อให้เหมาะสมและสอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจในช่วงเวลานั้น ๆ 2) อัตราดอกเบี้ยผิดนัดกรณีปกติให้ลดลงมาจากเดิมร้อยละ 7.5 ต่อปี เหลือร้อยละ 5 ต่อปี 3) การคิดดอกเบี้ยผิดนัดกรณีที่ต้องชำระเป็นงวดให้คำนวณจากฐานเงินต้นเฉพาะงวดที่มีการผิดนัดเท่านั้น และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมดอกเบี้ยอีกฉบับ คือ พระราชบัญญัติห้ามเรียกดอกเบี้ยเกินอัตรา พ.ศ. 2560 ซึ่งเป็นกฎหมายที่กำหนดผลของการเรียกดอกเบี้ยเกินอัตรา และมีบทลงโทษทางอาญาสำหรับกรณีดังกล่าวไว้ ทั้งนี้การกำหนดโทษทางอาญาเนื่องจากการเรียกดอกเบี้ยเกินอัตราเป็นนิติกรรมที่ขัดต่อความสงบเรียบร้อยและศีลธรรมอันดีของประชาชน หากฝ่าฝืนจะมีผลให้ดอกเบี้ยทั้งหมดตกเป็นโมฆะ ทั้งนี้ได้มีแนวคำพิพากษากฎีกาเกี่ยวกับดอกเบี้ยที่โมฆะไว้ ซึ่งบางกรณีสามารถนำมาหักกลับกับเงินต้นที่คงค้างชำระได้ แต่บางกรณีไม่สามารถกระทำได้ จึงเป็นเรื่องที่ต้องพิจารณารายละเอียดข้อเท็จจริงเป็นกรณีไป

อย่างไรก็ตาม การศึกษาประเภทของดอกเบี้ย อัตราดอกเบี้ย และกฎหมายที่เกี่ยวข้องมาแล้ว ก็ยังอาจเกิดความสับสน ยุ่งยากในการคิดคำนวณดอกเบี้ยอยู่ เนื่องจากต้องพิจารณาว่าดอกเบี้ยนั้นถึงกำหนดชำระในช่วงเวลาใด และการคิดคำนวณอัตราดอกเบี้ยบางกรณีเป็นไปตามกฎหมายเก่า บางกรณีเป็นไปตาม



กฎหมายใหม่ และบางกรณีอาจมีความคาบเกี่ยวกันระหว่างอัตราดอกเบี้ยตามกฎหมายเก่ากับกฎหมายใหม่ ดังนั้นการเข้าใจหลักการคิดดอกเบี้ยได้อย่างถูกต้องจึงเป็นพื้นฐานสำคัญอย่างยิ่งทั้งต่อตัวเจ้าหน้าที่ในการกำหนดอัตราดอกเบี้ยได้อย่างเหมาะสมกับความเสี่ยง ต้นทุนในการให้กู้และระยะหวังไม่เรียกดอกเบี้ยเกินกว่าอัตราที่กฎหมายกำหนด อีกทั้งทำให้ลูกหนี้ทราบถึงภาระหนี้ที่แท้จริง เพื่อวางแผนบริหารจัดการหนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บรรณานุกรม

คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. (2564). *สรุปสาระสำคัญจากสนทนายปัญหากฎหมาย กับ รศ.ดร.*

มนินทร์ พงศาปาน เรื่อง อัตราดอกเบี้ยตามกฎหมายที่แก้ไข. <https://www.law.tu.ac.th/สรุป>

สาระสำคัญจาก-สนทนา/

คำพิพากษาฎีกาที่ 2518/2530.

คำพิพากษาฎีกาที่ 2687/2522.

คำพิพากษาฎีกาที่ 3373/2565.

คำพิพากษาฎีกาที่ 2356/2545.

คำพิพากษาฎีกาที่ 2022/2545.

คำพิพากษาฎีกาที่ 7207/ 2555.

คำพิพากษาฎีกาที่ 2131/2560 ประชุมใหญ่.

คำพิพากษาฎีกาที่ 5376/2560.

คำพิพากษาฎีกาที่ 5056/2562.

คำพิพากษาฎีกาที่ 745/2565.

จตุรวิทย์ ชลิตาพงศ์. (2565). การคิดดอกเบี้ยในการคืนเงินตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์. *วารสาร*

นิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 51(4), 2-42.

ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์.

พระราชกำหนดแก้ไขเพิ่มเติมประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ พ.ศ. 2564.

พระราชบัญญัติห้ามเรียกดอกเบี้ยเกินอัตรา พ.ศ. 2560.

พิชยมนต์ จาริกสุนทรกุล (2564). ดอกเบี้ยต้องกู้ ถึงเวลาต้องแก้?. *วารสารนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*, 50(3), 418-449.

พรชนก รอดขาว. (2558). *ปัญหาและอุปสรรคการใช้กฎหมายห้ามเรียกดอกเบี้ยเกินอัตรา* [วิทยานิพนธ์

ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์].

วิชัย สุวรรณประเสริฐ. (2563). *คู่มือพระราชบัญญัติห้ามเรียกดอกเบี้ยเกินอัตรา*. เอกพิมพ์ไท.



- ศศิพรรณ พวงพันธ์. (2565). การกำหนดอัตราดอกเบี้ยตามพระราชกำหนดแก้ไขเพิ่มเติมประมวลกฎหมาย
แพ่งและพาณิชย์ พ.ศ. 2564. [https://www.senate.go.th/assets/portals/93/fileups/253/
files/Analysis/65/05_65.PDF](https://www.senate.go.th/assets/portals/93/fileups/253/files/Analysis/65/05_65.PDF)
- ศุภณัฐนิศา ศุภณัฐนิศา. (2565). คำอธิบายหลักกฎหมาย การคิดดอกเบี้ยใน
หนี้เงิน/ดอกเบี้ยผิดนัด. <https://www.law.tu.ac.th/legal-talk-summarynew-law-interest-rate/>
- สุณิษา ชีโรจน์วิทย์. (2563). ปัญหาการเรียกดอกเบี้ยเกินอัตราตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์
และพระราชบัญญัติห้ามเรียกดอกเบี้ยเกินอัตรา. วารสารรามคำแหง ฉบับนิติศาสตร์, 9(1), 85-100.
- สุธีร์ ศุภณิตย์, และจักรพงษ์ เล็กสกุลไชย. (2558). คำอธิบายประมวลกฎหมายแพ่ง และพาณิชย์ วิชาเอกเทศ
สัญญา 2 ยืมและฝากทรัพย์ (พิมพ์ครั้งที่ 5). สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุนทร มณีสวัสดิ์. (2553). คำอธิบายประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ หนี้. วิญญูชน.
- สุกฤษ กลั่นสุภา. (2554). ปัญหาการปรับบทกฎหมายในคดีผิดสัญญาชำระหนี้เงิน: ศึกษากรณีดอกเบี้ย ผิดนัด
และเบี้ยปรับ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต].
- หนังสือสำนักงานศาลยุติธรรม ด่วนที่สุด ที่ ศย 016/ว 411 ข้อพิจารณาเกี่ยวกับพระราชกำหนดแก้ไขเพิ่มเติม
ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ พ.ศ. 2564 ลงวันที่ 20 เมษายน 2564. สืบค้นเมื่อ 2 กรกฎาคม
2567 จาก <https://jla.coj.go.th/th/content/category/detail/id/1602/iid/241494>



Received: May 4, 2025
Revised: June 2, 2025
Accepted: June 28, 2025

การประยุกต์ใช้ทฤษฎีการจัดวาระในยุคดิจิทัลกับการสื่อสารทางการเมือง ในกรณีการหาเสียงเลือกตั้ง

The Application of Agenda-Setting Theory in the Digital Era to Political Communication in the Context of Electoral Campaigning

วิทยาธร ท่อแก้ว (Wittayatorn Tokeaw)¹

E-mail: wittayatorn@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อนำเสนอการสื่อสารทางการเมืองด้านการหาเสียงเลือกตั้งในยุคดิจิทัลที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก จากการพึ่งพาสื่อดั้งเดิมสู่แพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น สื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งเพิ่มการเข้าถึงผู้มีสิทธิเลือกตั้งอย่างรวดเร็ว ทฤษฎีการจัดวาระ หรือ Agenda-Setting Theory อธิบายอิทธิพลของสื่อในการกำหนดประเด็นและความสำคัญที่สาธารณชนให้ความสนใจ บทความนี้มุ่งวิเคราะห์การประยุกต์ใช้ทฤษฎีนี้ในการหาเสียงเลือกตั้งยุคดิจิทัล โดยเน้นการกำหนดประเด็น การสร้างภาพลักษณ์ และการมีส่วนร่วมผ่านแพลตฟอร์ม เช่น Facebook, Twitter (X) และ TikTok ตัวอย่างเช่น การรณรงค์ของโอบามา ใช้ YouTube เน้น “Change” และพรรคก้าวไกลได้ใช้ TikTok สร้างภาพลักษณ์ผู้นำรุ่นใหม่ การใช้ข้อมูลวิเคราะห์และโฆษณาแบบกำหนดเป้าหมายช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม ความท้าทาย เช่น การแข่งขันในพื้นที่ดิจิทัล ข้อมูลเท็จ ห้องแห่งเสียงสะท้อนจากอัลกอริทึมและข้อจำกัดจริยธรรม-กฎหมาย ยังคงเป็นอุปสรรค อนาคต เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ และ Metaverse อาจเพิ่มความซับซ้อน แต่ต้องจัดการปัญหาจริยธรรมเพื่อรักษาความน่าเชื่อถือและความเป็นธรรม

คำสำคัญ การประยุกต์ใช้ทฤษฎี ทฤษฎีการจัดวาระ การสื่อสารทางการเมือง การหาเสียงเลือกตั้ง

¹ สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

(School of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University)



Abstract

This article aims to present the profound transformation in political communication, particularly in electoral campaigning, within the digital era. The shift from reliance on traditional media to digital platforms, such as social media, has significantly enhanced the speed and scope of reaching voters. The Agenda-Setting Theory explicates the media's influence in shaping public attention toward specific issues and their relative salience. This article analyzes the application of this theory in digital-era election campaigns, focusing on issue prioritization, image construction, and voter engagement through platforms like Facebook, Twitter (X), and TikTok. For instance, Obama's 2008 campaign leveraged YouTube to emphasize "Change," while Thailand's Move Forward Party utilized TikTok to project a youthful leadership image. The use of data analytics and targeted advertising enhances campaign efficacy. However, challenges such as digital competition, misinformation, algorithm-driven echo chambers, and ethical-legal constraints pose significant obstacles. Looking forward, emerging technologies like AI and the Metaverse may further complicate agenda-setting, necessitating rigorous ethical management to ensure credibility and fairness.

Keywords: Application of the theory, Agenda-Setting Theory, Political communication, Electoral campaigning

บทนำ

ในยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว การสื่อสารทางการเมือง โดยเฉพาะในบริบทของการหาเสียงเลือกตั้ง ได้รับการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ การสื่อสารที่เคยพึ่งพาสื่อดั้งเดิม เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หรือสิ่งพิมพ์ ได้ถูกแทนที่หรือเสริมด้วยแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เว็บไซต์ และแอปพลิเคชันต่าง ๆ ซึ่งทำให้การเข้าถึงผู้มีสิทธิเลือกตั้งเป็นไปอย่างกว้างขวางและรวดเร็ว (Bennett & Segerberg, 2012) ทฤษฎีการจัดวาระ (Agenda-Setting Theory) ซึ่งเป็นแนวคิดพื้นฐานในการสื่อสารมวลชน มีบทบาทสำคัญในการทำความเข้าใจและวิเคราะห์การสื่อสารทางการเมืองในยุคนี้ โดยทฤษฎีนี้เน้นว่าสื่อมีอิทธิพลในการกำหนดประเด็นที่สาธารณชนให้ความสนใจ และสามารถกำหนดลำดับความสำคัญของประเด็นเหล่านั้นในใจของผู้รับสารได้ (McCombs & Shaw, 1972)



ในกรณีของการหาเสียงเลือกตั้ง การประยุกต์ใช้ทฤษฎีการจัดวาระในยุคดิจิทัลไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการกำหนดประเด็นที่สาธารณชนควรให้ความสำคัญเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการใช้เครื่องมือดิจิทัลเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม (Engagement) การโน้มน้าวใจ (Persuasion) และการสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Branding) ของผู้สมัครหรือพรรคการเมือง (Strömbäck & Kiousis, 2014) บทความนี้มุ่งอธิบายการประยุกต์ใช้ทฤษฎีการจัดวาระในบริบทของการสื่อสารทางการเมือง โดยมุ่งเน้นไปที่การหาเสียงเลือกตั้งในยุคดิจิทัลผ่าน การวิเคราะห์แนวคิดหลักของทฤษฎี ตัวอย่างการประยุกต์ใช้ และความท้าทายที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมดิจิทัล

ทฤษฎีการจัดวาระ: แนวคิดพื้นฐานและพัฒนาการทฤษฎีการจัดวาระ

ทฤษฎีการจัดวาระถูกพัฒนาขึ้นครั้งแรกโดย Maxwell McCombs และ Donald Shaw ในปี 1972 จากการศึกษาการเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกาในปี 1968 โดยมีแนวคิดหลักว่าสื่อมวลชนมีอิทธิพลในการกำหนดประเด็นที่สาธารณชนมองว่าสำคัญ แม้ว่าสื่ออาจไม่สามารถบอกได้ว่าผู้คนควร “คิดอย่างไร” (Think what) แต่สามารถกำหนดได้ว่าผู้คนควร “คิดถึงอะไร” (Think about) (McCombs & Shaw, 1972) ตัวอย่างเช่น หากสื่อให้ความสำคัญกับประเด็นเศรษฐกิจมากกว่าประเด็นสิ่งแวดล้อม สาธารณชนก็มีแนวโน้มที่จะมองว่าเศรษฐกิจเป็นประเด็นที่สำคัญกว่า (Scheufele & Tewksbury, 2007) ในระดับที่สองของทฤษฎีการจัดวาระ (Second-Level Agenda-Setting) ซึ่งพัฒนาขึ้นในเวลาต่อมา ได้ขยายแนวคิดไปสู่การวิเคราะห์ว่า สื่อไม่เพียงกำหนดประเด็น (What to think about) เท่านั้น แต่ยังกำหนดได้ว่า “ควรคิดเกี่ยวกับประเด็นนั้นอย่างไร” (How to think about it) ผ่านการเลือกคุณลักษณะ (Attributes) หรือมุมมองที่นำเสนอเกี่ยวกับประเด็นนั้น (McCombs, 2004) ตัวอย่างเช่น การนำเสนอผู้สมัครเลือกตั้งว่าเป็น “ผู้นำที่เข้มแข็ง” หรือ “นักการเมืองที่ทุจริต” จะส่งผลต่อการรับรู้ของสาธารณชนเกี่ยวกับผู้สมัครคนนั้น (Entman, 2007) ในยุคดิจิทัล ทฤษฎีการจัดวาระได้รับการพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของสื่อใหม่ (New Media) ซึ่งมีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two-Way Communication) และการกระจายอำนาจของการผลิตเนื้อหา (Decentralized Content Creation) (Guo & McCombs, 2015) ผู้ใช้สื่อไม่เพียงเป็นผู้รับสารเท่านั้น แต่ยังเป็นผู้สร้างและเผยแพร่สารด้วย ทำให้การจัดวาระในยุคนี้มีความซับซ้อนมากขึ้น เนื่องจากมีผู้เล่นหลายฝ่ายที่แข่งขันกันในการกำหนดประเด็น ไม่ว่าจะเป็นพรรคการเมือง ผู้สมัคร สื่อมวลชน หรือแม้แต่ประชาชนทั่วไป (Papacharissi, 2015)



การประยุกต์ใช้ทฤษฎีการจัดวาระในการหาเสียงเลือกตั้งในยุคดิจิทัล

ทฤษฎีการจัดวาระช่วยกำหนดประเด็นและภาพลักษณ์ในการหาเสียงเลือกตั้งยุคดิจิทัล แพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น Facebook, Twitter (X), TikTok และ YouTube เป็นเครื่องมือหลักในการนำเสนอโน้มน้าวใจ เช่น เศรษฐกิจหรือการปฏิรูป ผ่านการวิเคราะห์ข้อมูลและโฆษณาแบบกำหนดเป้าหมาย ตัวอย่างคือ การรณรงค์ของโอบามาในปี 2008 ที่ใช้ YouTube เน้น “Change” และ “Hope” ในประเทศไทย พรรคก้าวไกลในปี 2566 ใช้ Twitter และ TikTok เน้นการปฏิรูปการเมือง การกำหนดคุณลักษณะผู้สมัคร เช่น ผู้นำรุ่นใหม่ ผ่านวิดีโอสั้นและไลฟ์สด เสริมการรับรู้ การใช้แฮชแท็ก เช่น #เลือกตั้ง66 สร้างการมีส่วนร่วม แต่เผชิญความท้าทายจากข้อมูลเท็จและห้องแห่งเสียงสะท้อน (Echo Chamber) ซึ่งจำกัดการโน้มน้าวกลุ่มที่ไม่เห็นด้วย รายละเอียดการนำไปประยุกต์ใช้ในการหาเสียงเลือกตั้ง มีดังนี้

1. การกำหนดประเด็นผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล ในบริบทของการหาเสียงเลือกตั้ง แพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น Facebook, Twitter (หรือ X), Instagram, TikTok และ YouTube กลายเป็นเครื่องมือหลักในการกำหนดประเด็นที่ผู้มีสิทธิเลือกตั้งควรให้ความสนใจ (Bode, 2016) ผู้สมัครหรือพรรคการเมืองสามารถใช้แพลตฟอร์มเหล่านี้เพื่อนำเสนอโน้มน้าวใจหรือประเด็นที่ต้องการเน้น เช่น การแก้ปัญหาความยากจน การปฏิรูปการศึกษา หรือการจัดการกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลช่วยให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจง (Targeted Audience) ได้อย่างแม่นยำผ่านการวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analytics) และการโฆษณาแบบกำหนดเป้าหมาย (Targeted Advertising) (Kreiss & McGregor, 2018) ตัวอย่างที่ชัดเจนคือ การหาเสียงเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกาในปี 2008 ซึ่งบาร์ค โอบามา ใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพในการกำหนดประเด็น “Change” และ “Hope” โดยการสร้างเนื้อหาที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้มีสิทธิเลือกตั้งรุ่นใหม่ และเผยแพร่ผ่าน YouTube และ MySpace (Cogburn & Espinoza-Vasquez, 2011) การใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลทำให้โอบามาสามารถสื่อสารโดยตรงกับผู้มีสิทธิเลือกตั้ง โดยไม่ต้องพึ่งพาสื่อดั้งเดิมเป็นหลัก

ในประเทศไทย การเลือกตั้งทั่วไปในปี 2562 และ 2566 เป็นตัวอย่างที่แสดงให้เห็นถึงการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลในการกำหนดประเด็น พรรคอนาคตใหม่ (ต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็นพรรคก้าวไกล) ใช้ Twitter (X) และ Facebook ในการนำเสนอประเด็นการปฏิรูปการเมืองและการต่อต้านการสืบทอดอำนาจของ คสช. ซึ่งสามารถดึงดูดความสนใจจากกลุ่มผู้มีสิทธิเลือกตั้งรุ่นใหม่ได้อย่างมาก (Sinpeng, 2021) การใช้แพลตฟอร์มเหล่านี้ไม่เพียงช่วยในการกำหนดประเด็น แต่ยังสร้างการมีส่วนร่วมผ่านการแชร์ แสดงความคิดเห็น และการถกเถียงในโลกออนไลน์

2. การกำหนดคุณลักษณะของประเด็นและผู้สมัคร การประยุกต์ใช้ทฤษฎีการจัดวาระในระดับที่สองเกี่ยวข้องกับการกำหนดคุณลักษณะของประเด็นหรือตัวผู้สมัครในยุคดิจิทัล การสร้างภาพลักษณ์ของ



ผู้สมัครผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง (McCombs, 2004) ตัวอย่างเช่น การใช้คลิปวิดีโอสั้นบน TikTok เพื่อนำเสนอผู้สมัครในฐานะ “คนที่ใกล้ชิดประชาชน” หรือ “ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์” สามารถโน้มน้าวความคิดเห็นของผู้มีสิทธิเลือกตั้งได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ การใช้การรณรงค์โฆษณาแบบกำหนดเป้าหมาย (Microtargeting) ยังช่วยให้พรรคการเมืองสามารถนำเสนอคุณลักษณะที่แตกต่างกันของผู้สมัครให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่ต่างกัน (Kreiss, 2016) ตัวอย่างเช่น ผู้สมัครอาจถูกนำเสนอในฐานะ “นักเศรษฐศาสตร์ที่เชี่ยวชาญ” สำหรับกลุ่มผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่ให้ความสำคัญกับนโยบายเศรษฐกิจ และในขณะเดียวกันอาจถูกนำเสนอในฐานะ “นักเคลื่อนไหวด้านสิ่งแวดล้อม” สำหรับกลุ่มที่สนใจประเด็นสิ่งแวดล้อม กรณีตัวอย่างในประเทศไทยคือ การหาเสียงของพรรคเพื่อไทยในปี 2566 ซึ่งใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการนำเสนอนโยบาย “คิดใหญ่ ทำเป็น” และสร้างภาพลักษณ์ของผู้สมัคร เช่น นางสาวแพทองธาร ชินวัตร ในฐานะผู้นำรุ่นใหม่ที่มีความทันสมัยและใกล้ชิดกับประชาชน (Sinpeng & Arugay, 2023) การใช้ภาพถ่าย คลิปวิดีโอ และการไลฟ์สด (Live Streaming) ช่วยเสริมสร้างคุณลักษณะที่ต้องการให้เด่นชัดในสายตาของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง

3. การสร้างการมีส่วนร่วมและการถกเถียงในโลกออนไลน์ หนึ่งในข้อได้เปรียบของแพลตฟอร์มดิจิทัลคือ ความสามารถในการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง การจัดวาระในยุคดิจิทัลไม่ได้จำกัดอยู่กับการส่งสารจากผู้สมัครไปยังผู้รับสารเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการกระตุ้นให้ผู้รับสารมีส่วนร่วมในการถกเถียง แชร์เนื้อหา หรือสร้างเนื้อหาใหม่โดยผู้รับสาร (User-Generated Content) ที่สนับสนุนประเด็นหรือผู้สมัคร (Bennett & Segerberg, 2012) ตัวอย่างเช่น การใช้แฮชแท็ก (Hashtag) ใน Twitter หรือ X เช่น #เลือกตั้ง66 หรือ #ก้าวไกล สามารถช่วยให้ประเด็นที่พรรคการเมืองต้องการเน้นกลายเป็นกระแส (Trending) และได้รับความสนใจจากสาธารณชนในวงกว้าง (Sinpeng, 2021) การมีส่วนร่วมของผู้ใช้ เช่น การรีทวีต การแชร์ หรือการสร้างมีม (Meme) ยังช่วยขยายการเข้าถึงของประเด็นและสร้างความผูกพันทางอารมณ์กับผู้สมัคร อย่างไรก็ตาม การสร้างการมีส่วนร่วมในโลกออนไลน์ก็มีความท้าทาย เช่น การแพร่กระจายของข้อมูลเท็จ (Misinformation) หรือการโจมตีฝ่ายตรงข้ามผ่านโทรลล์ (Trolls) และบอท (Bots) ซึ่งอาจทำให้ประเด็นที่ต้องการเน้นถูกบิดเบือนหรือเสียหาย

ความท้าทายในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการจัดวาระในยุคดิจิทัล

ความท้าทายในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการจัดวาระในยุคดิจิทัล การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการจัดวาระในยุคดิจิทัลเผชิญความท้าทาย 3 ด้านหลัก ประกอบด้วย 1) การแข่งขันในพื้นที่ดิจิทัล การแข่งขันกำหนดประเด็นเข้มข้นจากผู้เล่นหลากหลาย เช่น พรรคการเมือง สื่อ หรือกลุ่มเคลื่อนไหว การเผยแพร่ข้อมูลเท็จในสื่อสังคมออนไลน์ เช่น ช่วงเลือกตั้งไทย 2566 ส่งผลต่อการรับรู้ผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ต้องใช้กลยุทธ์รวดเร็ว เช่น การชี้แจงหรือใช้ผู้มีอิทธิพลทางสื่อออนไลน์ 2) อคติจากอัลกอริทึมและห้องแห่งเสียงสะท้อน โดยอัลกอริทึม



คัดเนื้อหาตามพฤติกรรมผู้ใช้ ทำให้เกิดห้องแห่งเสียงสะท้อนที่จำกัดการรับรู้ เฉพาะกลุ่มที่เห็นด้วย ส่งผลให้ยากโน้มน้าวฝ่ายตรงข้าม และเพิ่มการแบ่งขั้วทางการเมือง 3) ข้อจำกัดจริยธรรมและกฎหมาย การใช้ข้อมูลส่วนบุคคลหรือเนื้อหาบิดเบือนอาจละเมิดความเป็นส่วนตัวหรือกฎหมาย ในไทย กกต. ได้กำหนดแนวปฏิบัติ เช่น ห้ามโจมตีฝ่ายตรงข้ามไม่เป็นธรรม และต้องเปิดเผยค่าโฆษณาดิจิทัล เพื่อรักษาความโปร่งใสและเป็นธรรม (Election Commission of Thailand, 2023) มีรายละเอียดดังนี้

1. การแข่งขันในพื้นที่ดิจิทัล ในยุคดิจิทัลการแข่งขันในการกำหนดประเด็นมีความเข้มข้นมากขึ้น เนื่องจากมีผู้เล่นหลายฝ่ายที่พยายามกำหนดสาระของตนเอง ไม่ว่าจะเป็นพรรคการเมืองฝ่ายตรงข้าม สื่อมวลชน หรือกลุ่มเคลื่อนไหวทางสังคม (Papacharissi, 2015) การที่ทุกคนสามารถสร้างและเผยแพร่เนื้อหาได้อย่างง่ายดายทำให้การควบคุมทิศทางของประเด็นเป็นเรื่องยาก ตัวอย่างเช่น ในระหว่างการหาเสียงเลือกตั้งในประเทศไทยปี 2566 มีการเผยแพร่ข้อมูลเท็จและข่าวลือเกี่ยวกับผู้สมัครและพรรคการเมืองต่าง ๆ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งส่งผลกระทบต่อความรู้ของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง (Sinpeng & Arugay, 2023) การจัดการกับข้อมูลเท็จเหล่านี้ต้องอาศัยกลยุทธ์ที่รวดเร็ว เช่น การชี้แจงผ่านแพลตฟอร์มเดียวกัน หรือการใช้ผู้มีอิทธิพลทางสื่อออนไลน์เพื่อช่วยสื่อสารข้อเท็จจริง

2. อคติจากอัลกอริทึมและห้องแห่งเสียงสะท้อน แพลตฟอร์มดิจิทัลส่วนใหญ่ใช้อัลกอริทึมในการคัดเลือกเนื้อหาที่จะแสดงต่อผู้ใช้ โดยอิงจากพฤติกรรมและความสนใจในอดีตของผู้ใช้ สิ่งนี้ทำให้เกิดปรากฏการณ์ที่เรียกว่า “ห้องแห่งเสียงสะท้อน” ซึ่งผู้ใช้จะได้รับเนื้อหาที่สอดคล้องกับความเชื่อหรือทัศนคติของตนเองเท่านั้น ส่งผลให้การกำหนดประเด็นอาจมีประสิทธิภาพเฉพาะในกลุ่มที่สนับสนุนอยู่แล้ว และยากที่จะโน้มน้าวกลุ่มที่ไม่เห็นด้วย (Pariser, 2011) ตัวอย่างเช่น ผู้สนับสนุนพรรคการเมืองหนึ่งอาจเห็นโพสต์ที่ยกย่องนโยบายของพรรคนั้นอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ผู้สนับสนุนพรรคฝ่ายตรงข้ามอาจไม่เคยเห็นโพสต์เหล่านั้นเลย การแบ่งขั้ว (Polarization) ที่เกิดจากห้องแห่งเสียงสะท้อนนี้เป็นความท้าทายที่สำคัญในการสื่อสารทางการเมือง

3. ข้อจำกัดด้านจริยธรรมและกฎหมาย การใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลในการหาเสียงเลือกตั้งต้องเผชิญกับข้อจำกัดด้านจริยธรรมและกฎหมาย เช่น การใช้ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้มีสิทธิเลือกตั้งในการโฆษณาแบบกำหนดเป้าหมายอาจละเมิดความเป็นส่วนตัว หรือการเผยแพร่เนื้อหาที่มีลักษณะหมิ่นประมาทหรือบิดเบือนอาจนำไปสู่การฟ้องร้อง ในประเทศไทยคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) ได้กำหนดแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการใช้สื่อดิจิทัลในการหาเสียง เช่น การห้ามใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการโจมตีฝ่ายตรงข้ามอย่างไม่เป็นธรรม หรือการกำหนดให้มีการเปิดเผยค่าใช้จ่ายในการโฆษณาดิจิทัล (Election Commission of Thailand, 2023) การปฏิบัติตามกฎระเบียบเหล่านี้เป็นสิ่งสำคัญเพื่อรักษาความโปร่งใสและความเป็นธรรมในการเลือกตั้ง



ตัวอย่างการประยุกต์ใช้ทฤษฎีการจัตวาระในบริบทโลกและประเทศไทย

ตัวอย่างการประยุกต์ใช้ในบริบทโลกและประเทศไทย มีดังนี้

1. การเลือกตั้งสหรัฐอเมริกา ปี 2016 และ 2020 การเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกา ในปี 2016 เป็นตัวอย่างที่โดดเด่นของการใช้ทฤษฎีการจัตวาระในยุคดิจิทัล โดนัลด์ ทรัมป์ ใช้ Twitter (X) อย่างมีประสิทธิภาพในการกำหนดประเด็น เช่น การต่อต้านผู้อพยพ หรือการวิพากษ์วิจารณ์สื่อกระแสหลัก (Mainstream Media) การทวีตข้อความที่กระชับและกระตุ้นอารมณ์ช่วยให้ทรัมป์สามารถสร้างความสนใจ และการถกเถียงในประเด็นที่เขาต้องการเน้นได้อย่างรวดเร็ว (Enli, 2017) และในปี 2020 โจ ไบเดน ใช้กลยุทธ์ที่แตกต่างออกไป โดยเน้นการสร้างภาพลักษณ์ของความเป็นผู้นำที่สงบและสมานฉันท์ผ่านแพลตฟอร์มอย่าง Instagram และ YouTube การใช้โฆษณาดิจิทัลที่กำหนดเป้าหมายไปยังกลุ่มผู้มีสิทธิเลือกตั้งในรัฐสำคัญ (Swing States) ช่วยให้ไบเดนสามารถกำหนดประเด็นเกี่ยวกับการจัดการโควิด-19 และความยุติธรรมทางสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Kreiss & McGregor, 2020)

2. การเลือกตั้งทั่วไปในประเทศไทย ปี 2566 การเลือกตั้งทั่วไปในประเทศไทยปี 2566 เป็นตัวอย่างที่แสดงถึงการประยุกต์ใช้ทฤษฎีการจัตวาระในบริบทท้องถิ่น พรรคก้าวไกลใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการกำหนดประเด็นเกี่ยวกับการปฏิรูปโครงสร้างอำนาจและการต่อสู้เพื่อประชาธิปไตย โดยเฉพาะผ่านการใช้ Twitter (X) และ TikTok ซึ่งเป็นที่นิยมในหมู่คนรุ่นใหม่ การสร้างเนื้อหาที่กระชับและมีอารมณ์ เช่น คลิปวิดีโอที่วิพากษ์วิจารณ์การเมืองแบบเก่า หรือการใช้มีมเพื่อสื่อสารนโยบาย ช่วยให้พรรคสามารถดึงดูดความสนใจและสร้างการมีส่วนร่วมได้อย่างมาก (Sinpeng & Arugay, 2023) ในขณะเดียวกัน พรรคเพื่อไทยใช้กลยุทธ์ที่เน้นการสร้างภาพลักษณ์ของความเป็นผู้นำที่มีประสบการณ์และนโยบายที่จับต้องได้ เช่น การให้เงินดิจิทัล 10,000 บาท การใช้ Facebook Live เพื่อสื่อสารโดยตรงกับผู้ที่มีสิทธิเลือกตั้งช่วยให้พรรคสามารถกำหนดประเด็นและตอบโต้ข้อกังวลของประชาชนได้ทันทั่วทั้งที่ (Sinpeng, 2021)

แนวโน้มและอนาคตของการประยุกต์ใช้ทฤษฎีการจัตวาระในยุคดิจิทัล

1. แนวโน้มการประยุกต์ใช้ทฤษฎีการจัตวาระในยุคดิจิทัล การประยุกต์ใช้ทฤษฎีการจัตวาระในการสื่อสารทางการเมืองจะยิ่งซับซ้อนมากขึ้น เนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (AI) และการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่จะช่วยให้พรรคการเมืองสามารถกำหนดประเด็นและคุณลักษณะได้อย่างแม่นยำยิ่งขึ้น การใช้ AI ในการสร้างเนื้อหา เช่น วิดีโอ Deepfake หรือ ข้อความที่ปรับแต่งตามความสนใจของผู้ใช้ อาจกลายเป็นเครื่องมือที่ทรงพลัง แต่ในขณะเดียวกันก็อาจก่อให้เกิดปัญหาด้านจริยธรรมและความน่าเชื่อถือ นอกจากนี้ การเพิ่มขึ้นของแพลตฟอร์มใหม่ เช่น Metaverse หรือแอปพลิเคชันที่เน้นการสื่อสารด้วยภาพและเสียง อาจเปลี่ยนแปลงวิธีการกำหนดสาระในอนาคต การหาเสียงในโลกเสมือนจริง (Virtual



Reality) หรือการใช้ Augmented Reality (AR) เพื่อนำเสนอนโยบายอาจกลายเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การสื่อสารทางการเมือง (Bimber & Davis, 2022) โดยแนวโน้มของการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการจัดวาระในยุคดิจิทัลมีดังนี้

1.1 สื่อดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์ การมาถึงของอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ได้พลิกโฉมแนวทางการจัดวาระโดยสิ้นเชิง จากที่สื่อมวลชนเคยมีบทบาทเป็น “ผู้ควบคุมวาระหรือผู้เฝ้าประตู” (Gatekeeper) เพียงฝ่ายเดียว ปัจจุบันประชาชนทั่วไป กลุ่มผลประโยชน์ และผู้มีอิทธิพลในโลกออนไลน์ต่างก็สามารถสร้างและผลักดันวาระของตนเองได้ ผ่านการโพสต์ แชร์ หรือแสดงความคิดเห็น ทำให้เกิดสิ่งที่เรียกว่า “Agenda-setting แบบกระจาย” (Decentralized Agenda-Setting) อย่างไรก็ตาม สื่อมวลชนหลักยังคงมีอิทธิพลในระดับหนึ่ง โดยเฉพาะเมื่อเนื้อหาของพวกเขากลับไปอ้างอิงหรือแพร่กระจายซ้ำในช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ นำไปสู่แนวคิด “Intermedia agenda-setting” หรือการที่สื่อมีผลต่อกันเอง รวมถึงการส่งอิทธิพลไปยังแพลตฟอร์มอื่น

1.2 การใช้ข้อมูลขนาดใหญ่และอัลกอริธึมในการจัดเนื้อหา ในยุคที่ข้อมูลมีจำนวนมาก การคัดเลือกเนื้อหาให้ผู้ใช้งานผ่านอัลกอริธึม เช่น ใน Facebook, YouTube หรือ TikTok กลายเป็นรูปแบบหนึ่งของการจัดวาระ โดยที่ผู้ใช้งานไม่รู้ตัวว่าถูกกำหนดวาระผ่านการคัดสรรข่าวหรือคลิปที่ระบบ “คิดว่า” กลุ่มเป้าหมายจะสนใจ การประยุกต์เทคโนโลยีการจัดวาระในบริบทนี้ทำให้ต้องขยายขอบเขตจากสื่อมวลชนแบบดั้งเดิม ไปสู่บทบาทของเทคโนโลยีและอัลกอริธึมในการกำหนดความสำคัญของประเด็นต่าง ๆ

1.3 การเมืองและการรณรงค์ การจัดวาระยังคงเป็นเครื่องมือสำคัญในการเมือง ทั้งในการเลือกตั้ง การเคลื่อนไหวทางสังคม และการสื่อสารของรัฐ นักการเมืองและพรรคการเมืองมักพยายามผลักดันวาระบางประเด็น เช่น ความมั่นคง เศรษฐกิจ หรือความยุติธรรมทางสังคม เพื่อชี้้นำความสนใจของประชาชนและควบคุมวาทกรรมสาธารณะ ในขณะเดียวกัน ประชาชนก็มีอำนาจมากขึ้นในการร่วมกันผลักดันวาระทางสังคม เช่น #MeToo, #Saveบางกลอย หรือ #ClimateAction ผ่านการรณรงค์ออนไลน์และแรงกดดันจากฐานราก ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทฤษฎีที่เรียกว่า “Reverse agenda-setting” หรือการที่ประชาชนเป็นฝ่ายกำหนดวาระให้กับสื่อและผู้มีอำนาจ

2. อนาคตของการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการจัดวาระในยุคดิจิทัล

อนาคตของเทคโนโลยีการจัดวาระ ต้องคำนึงถึงหลายประการ ได้แก่ 1) การผสมผสานกับทฤษฎีอื่น ๆ อนาคตของการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการจัดวาระจะไม่สามารถแยกขาดจากทฤษฎีอื่น เช่น ทฤษฎีวาระทางที่สอง (Second-Level Agenda-Setting) ที่ไม่เพียงจัดวาระเรื่อง “อะไร” แต่รวมถึง “มุมมอง” ที่สื่อเสนอเรื่องนั้น หรือแนวคิดการกำหนดกรอบ หรือ “Framing” ซึ่งเกี่ยวกับวิธีการนำเสนอเนื้อหา นอกจากนี้ การผนวกทฤษฎีการโน้มน้าว (Persuasion Theory) การวิเคราะห์โครงสร้างอำนาจในสื่อ และจิตวิทยาผู้บริโภค จะยิ่งทำให้



การจัดวาระมีประสิทธิภาพมากขึ้น 2) การวิเคราะห์ข้อมูลแบบเรียลไทม์ เทคโนโลยีการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่และปัญญาประดิษฐ์สามารถช่วยให้นักสื่อสารและผู้วิจัยตรวจสอบว่าประเด็นใดกำลังกลายเป็นวาระของสังคมในแบบเรียลไทม์ได้ ตัวอย่างเช่น การใช้ Sentiment Analysis เพื่อดูว่าสังคมมีปฏิกิริยาอย่างไรต่อข่าวหนึ่ง ๆ และควรปรับกลยุทธ์การสื่อสารอย่างไรให้ตอบสนองหรือควบคุมกระแสนั้น และ 3) บทบาทของ AI และ Chatbot AI และแชทบอตอย่าง GPT มีศักยภาพในการเป็น “ผู้ผลิตวาระ” ในอนาคต โดยการสร้างเนื้อหา ตอบคำถาม หรือแนะนำข้อมูลในประเด็นที่มีความสำคัญ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อรับรู้ของผู้ใช้โดยตรง อย่างไรก็ตาม การใช้ AI ในการจัดวาระจำเป็นต้องมีหลักจริยธรรมที่ชัดเจน เพื่อป้องกันการชี้นำที่เป็นอคติ หรือการควบคุมข้อมูลโดยผู้มีอำนาจ ส่วนความท้าทาย ประกอบด้วย 1) ข้อมูลเท็จและการจัดวาระเพื่อผลประโยชน์ส่วนตน หนึ่งในความท้าทายหลักคือ การจัดวาระเพื่อเบี่ยงเบนประเด็น หรือสร้างวาระเทียม (Fake Agenda) เพื่อปิดบังประเด็นสำคัญที่แท้จริง โดยเฉพาะในบริบทของการเมือง หรือการสื่อสารองค์กร ในช่วงวิกฤต 2) ห้องแห่งเสียงสะท้อนและการกรองข้อมูลที่สนใจ (Filter Bubble) เมื่อผู้ใช้รับข่าวสารจากแหล่งที่สอดคล้องกับความเชื่อของตนเพียงอย่างเดียว จะเกิดสิ่งที่เรียกว่า “ห้องแห่งเสียงสะท้อน” และการกรองข้อมูลที่สนใจ ซึ่งทำให้ทฤษฎีการจัดวาระมีผลต่อกลุ่มเฉพาะ และยากที่จะสร้างวาระร่วมของสังคม ส่งผลให้การสื่อสารสาธารณะขาดประสิทธิภาพในการสร้างความเข้าใจร่วม

บทสรุป

การประยุกต์ใช้ทฤษฎีการจัดวาระในยุคดิจิทัลกับการสื่อสารทางการเมืองในการหาเสียงเลือกตั้งแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของแพลตฟอร์มดิจิทัลในการกำหนดประเด็น คุณลักษณะ และการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง การใช้เครื่องมือดิจิทัล เช่น สื่อสังคมออนไลน์ การโฆษณาแบบกำหนดเป้าหมาย และการวิเคราะห์ข้อมูล ช่วยให้พรรคการเมืองและผู้สมัครสามารถสื่อสารกับผู้มีสิทธิเลือกตั้งได้อย่างมีประสิทธิภาพและแม่นยำ (Kreiss, 2016) อย่างไรก็ตาม ความท้าทาย เช่น การแข่งขันในพื้นที่ดิจิทัล อคติจากอัลกอริทึม และข้อจำกัดด้านจริยธรรมและกฎหมาย ยังคงเป็นอุปสรรคที่ต้องจัดการอย่างระมัดระวัง การทำความเข้าใจและปรับตัวให้เข้ากับบริบทของยุคดิจิทัลจะเป็นกุญแจสำคัญในการใช้ทฤษฎีการจัดวาระให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการสื่อสารทางการเมือง โดยเฉพาะในบริบทของการหาเสียงเลือกตั้งที่ต้องแข่งขันกันอย่างเข้มข้นในยุคที่ข้อมูลและการสื่อสารเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว



บรรณานุกรม

- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2012). The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics. *Information, Communication & Society*, 15(5), 739-768. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.670661>
- Bimber, B., & Davis, R. (2022). *Campaigning online: The internet in U.S. elections* (2nd ed.). Oxford University Press.
- Bode, L. (2016). Political news in the news feed: Learning politics from social media. *Mass Communication and Society*, 19(1), 24-48. <https://doi.org/10.1080/15205436.2015.1045149>
- Cogburn, D. L., & Espinoza-Vasquez, F. K. (2011). From networked nominee to networked nation: Examining the impact of Web 2.0 and social media on political participation and civic engagement in the 2008 Obama campaign. *Journal of Political Marketing*, 10(1-2), 189-213. <https://doi.org/10.1080/15377857.2011.540195>
- Election Commission of Thailand. (2023). *Guidelines for the use of digital media in election campaigns*. <https://www.ect.go.th/>
- Enli, G. (2017). Twitter as arena for the authentic outsider: Exploring the social media campaigns of Trump and Clinton in the 2016 US presidential election. *European Journal of Communication*, 32(1), 50-61. <https://doi.org/10.1177/0267323116682802>
- Entman, R. M. (2007). Framing bias: Media in the distribution of power. *Journal of Communication*, 57(1), 163-173. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00336.x>
- Guo, L., & McCombs, M. (2015). *The power of information networks: New directions for agenda setting*. Routledge.
- Kreiss, D. (2016). *Prototype politics: Technology-intensive campaigning and the data of democracy*. Oxford University Press.
- Kreiss, D., & McGregor, S. C. (2018). Technology firms shape political communication: The work of Microsoft, Facebook, Twitter, and Google with campaigns during the 2016 U.S. presidential cycle. *Political Communication*, 35(2), 155-177. <https://doi.org/10.1080/10584609.2017.1364814>



- Kreiss, D., & McGregor, S. C. (2020). The “arbiters of what our voters see”: Facebook and Google’s struggle with policy, process, and enforcement around political advertising. *Political Communication*, 37(4), 499-522. <https://doi.org/10.1080/10584609.2020.1713269>
- McCombs, M. (2004). *Setting the agenda: The mass media and public opinion*. Polity Press.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187. <https://doi.org/10.1086/267990>
- Papacharissi, Z. (2015). *Affective publics: Sentiment, technology, and politics*. Oxford University Press.
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the internet is hiding from you*. Penguin Press.
- Scheufele, D. A., & Tewksbury, D. (2007). Framing, agenda setting, and priming: The evolution of three media effects models. *Journal of Communication*, 57(1), 9-20. <https://doi.org/10.1111/j.0021-9916.2007.00326.x>
- Sinpeng, A. (2021). *Opposing democracy in the digital age: The yellow shirts in Thailand*. University of Michigan Press.
- Sinpeng, A., & Arugay, A. A. (2023). Digital campaigning in Thailand’s 2023 election: Strategies and implications. *Contemporary Southeast Asia*, 45(2), 123-145. <https://doi.org/10.1355/cs45-2c>
- Strömbäck, J., & Kiousis, S. (2014). *Strategic political communication in election campaigns*. Routledge.



Received: January 2, 2025

Revised: May 22, 2025

Accepted: June 29, 2025

การรับประกันอิเล็กทรอนิกส์และการคุ้มครองผู้บริโภคในยุคดิจิทัล:

การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบกฎหมายไทยและสหรัฐอเมริกา

Electronic Warranty and Consumer Protection in the Digital Age:

A Comparative Legal Study between Thailand and the United States

วารารณ วนาพิทักษ์ (Varaporn Vanaphituk)¹

E-mail: varaporn.van@stou.ac.th

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากฎหมายว่าด้วยการรับประกันอิเล็กทรอนิกส์และการคุ้มครองผู้บริโภคในบริบทของยุคดิจิทัล โดยพิจารณาปัญหาที่เกิดขึ้นจากการซื้อขายสินค้าออนไลน์ซึ่งผู้บริโภคมักไม่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับเงื่อนไขการรับประกันอย่างครบถ้วน เช่น การใช้ถ้อยคำรับประกันที่ไม่ชัดเจน ข้อยกเว้นที่ไม่ได้แสดงไว้อย่างชัดเจนในเงื่อนไขการรับประกัน หรือการจำกัดความรับผิดชอบของผู้ประกอบธุรกิจ โดยวิเคราะห์กฎหมายไทยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 เปรียบเทียบกับกฎหมายของสหรัฐอเมริกา โดยเฉพาะ E-Warranty Act of 2015 ซึ่งกำหนดหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนเกี่ยวกับเนื้อหา รูปแบบ และการเปิดเผยข้อมูลคำรับประกันผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ จากการศึกษาเปรียบเทียบพบว่า กฎหมายไทยยังขาดบทบัญญัติที่รองรับการเปิดเผยเงื่อนไขการรับประกันผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์อย่างเป็นระบบ ทำให้ผู้บริโภคไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลสิทธิของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพ บทความจึงเสนอให้มีการปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยกำหนดมาตรฐานของคำรับประกันในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ และพัฒนากลไกเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลดังกล่าวได้อย่างสะดวก โปร่งใส และได้รับความคุ้มครองอย่างแท้จริงในยุคดิจิทัล

คำสำคัญ การรับประกันอิเล็กทรอนิกส์ การคุ้มครองผู้บริโภค ยุคดิจิทัล

¹ รองศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

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



Abstract

This article aims to examine the legal framework concerning electronic warranties (e-warranties) and consumer protection in the context of the digital era. It focuses on issues arising from online transactions, where consumers often do not receive complete information regarding warranty terms—such as ambiguous language, hidden exclusions, or unjust limitations of liability imposed by businesses. The study analyzes relevant Thai laws, particularly the Direct Selling and Direct Marketing Act B.E. 2545 and the Consumer Protection Act B.E. 2522 and compares them with the legal framework of the United States, especially the E-Warranty Act of 2015, which establishes clear rules on the content, format, and disclosure of warranty information through electronic means. The comparative analysis reveals that Thai law lacks comprehensive provisions supporting the disclosure of warranty terms through digital platforms, which hinders consumers' ability to effectively access their rights. Accordingly, the article proposes legislative reforms, the establishment of clear standards for electronic warranty content, and the development of mechanisms that allow consumers to access warranty information conveniently, transparently, and in a manner that ensures meaningful legal protection in the digital age.

Keywords: E-Warranty, Consumer protection, Digital era

บทนำ

ในยุคดิจิทัลที่การแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการไม่ถูกจำกัดด้วยขอบเขตทางภูมิศาสตร์เหมือนในอดีต การเปลี่ยนแปลงของตลาดและความซับซ้อนทางเทคโนโลยีทำให้การรับประกันได้กลายเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค ซึ่งไม่เพียงแต่ยืนยันคุณภาพของสินค้า แต่ยังเป็นแสดงถึงความโปร่งใส ความน่าเชื่อถือ และความรับผิดชอบของผู้ประกอบการที่มีต่อผู้บริโภค โดยเฉพาะการรับประกันที่ไม่ได้เพียงแค่คุ้มครองสินค้าเท่านั้น แต่ยังสร้างความเชื่อมั่นในกระบวนการและความมุ่งมั่นของบริษัทในการบริการลูกค้าอย่างเต็มที่ อีกทั้งการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในด้านนี้คือการก้าวไปสู่การรับประกันอิเล็กทรอนิกส์ (E-Warranty) ซึ่งไม่เพียงแต่สะดวกและรวดเร็ว แต่ยังทำให้ผู้บริโภคได้รับมีความมั่นใจในการซื้อสินค้ามากยิ่งขึ้น ในประเทศไทยแม้ว่าผู้ประกอบการหลายรายจะเริ่มให้การรับประกันผ่านช่องทางออนไลน์ แต่กลับไม่มีมาตรฐานกลางหรือข้อบังคับทางกฎหมายที่กำหนดให้ข้อมูลเหล่านั้นต้องเปิดเผยอย่าง



ครบถ้วน เช่น ข้อยกเว้น เงื่อนไข หรือวิธีการใช้สิทธิเรียกร้อง ทำให้ผู้บริโภคบางรายอาจเข้าใจคลาดเคลื่อนหรือไม่สามารถใช้สิทธิได้จริง

การรับประกันอิเล็กทรอนิกส์เป็นรูปแบบการรับประกันสินค้าตามกฎหมายของสหรัฐอเมริกา ซึ่งถูกพัฒนาขึ้นภายใต้กรอบของกฎหมาย Magnuson-Moss Warranty Act 1975 และ E-Warranty Act of 2015 กฎหมายเหล่านี้ได้กำหนดมาตรฐานสำหรับการระบุรายละเอียดเกี่ยวกับคำรับประกัน (Warranty Terms) รูปแบบการรับประกัน (Warranty Formats) และการส่งเสริมให้ข้อมูลการรับประกันมีความโปร่งใสและเข้าถึงได้ง่ายผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น เว็บไซต์ หรือ QR Code ซึ่งหลักการสำคัญของกฎหมายเกี่ยวกับการรับประกันอิเล็กทรอนิกส์คือ การกำหนดให้ผู้ประกอบการต้องเปิดเผยข้อมูลการรับประกันอย่างครบถ้วนและชัดเจน ตั้งแต่เงื่อนไขการรับประกัน ระยะเวลาการคุ้มครอง ไปจนถึงข้อยกเว้นความรับผิดชอบของผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่าย นอกจากนี้ การใช้เทคโนโลยีเพื่อเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวยังช่วยลดการใช้กระดาษและเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลของผู้บริโภค หากผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย เช่น การไม่ระบุเงื่อนไขการรับประกันที่ชัดเจนหรือการฝ่าฝืนหลักเกณฑ์ในการจัดทำคำรับประกัน กฎหมายยังได้กำหนดบทลงโทษที่เข้มงวดเพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค

บทความนี้มุ่งศึกษาประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการรับประกันอิเล็กทรอนิกส์ในบริบทของการคุ้มครองผู้บริโภคดิจิทัล โดยเฉพาะในเรื่องหลักเกณฑ์การบังคับใช้กฎหมาย การระบุรายละเอียดของคำรับประกัน รูปแบบของการรับประกัน การเข้าถึงข้อมูล และบทลงโทษสำหรับการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย โดยวิเคราะห์เปรียบเทียบระบบกฎหมายของประเทศไทยกับกฎหมายของสหรัฐอเมริกา ซึ่งมีการพัฒนากฎหมายด้านนี้มาอย่างเป็นระบบ บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้ให้เห็นถึงข้อจำกัดของกฎหมายไทยในด้านการคุ้มครองผู้บริโภคผ่านระบบรับประกันอิเล็กทรอนิกส์ และเสนอแนวทางในการพัฒนากฎหมายให้สอดคล้องกับบริบทของยุคดิจิทัล โดยใช้กรอบแนวคิดด้านสิทธิผู้บริโภค ได้แก่ หลักความโปร่งใสในการให้ข้อมูล (Transparency) สิทธิในการเข้าถึงข้อมูล (Access to Warranty Information) และสิทธิในการได้รับการเยียวยา (Consumer Redress Right) เป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบ จากกรอบแนวคิดและการเปรียบเทียบที่เสนอ บทความนี้ตั้งสมมติฐานว่า ระบบกฎหมายของสหรัฐอเมริกามีความชัดเจนและเอื้อต่อการใช้สิทธิรับประกันมากกว่าประเทศไทย ทั้งในเชิงรูปแบบและเนื้อหาทางกฎหมาย ดังนั้น ประเทศไทยจึงควรพิจารณาปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องเพื่อให้สามารถคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพในบริบทของยุคดิจิทัล

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรับประกันสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ของสหรัฐอเมริกา

การรับประกันสินค้าในสหรัฐอเมริกาอยู่ภายใต้กฎหมายหลักสองฉบับที่มีบทบาทต่างกัน ได้แก่ (1) กฎหมาย Uniform Commercial Code (UCC) ซึ่งเป็นกฎหมายทั่วไปที่กำหนดสิทธิและหน้าที่ของคู่สัญญาในการซื้อขายสินค้า และ (2) กฎหมาย Magnuson-Moss Warranty Act 1975 (MMWA) ซึ่งเป็น



กฎหมายเฉพาะที่ตราขึ้นเพื่อเสริมสร้างการคุ้มครองผู้บริโภคโดยตรงในการรับประกันสินค้าผู้บริโภค โดยเน้นความโปร่งใสของข้อมูลและการเข้าถึงสิทธิของผู้บริโภค² ซึ่งในอดีตการรับประกันสินค้าจะอยู่ในรูปแบบเอกสาร (Paper Warranty) ที่มาพร้อมกับสินค้า กฎหมายฉบับนี้จึงกำหนดให้ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายต้องให้ข้อมูลการรับประกันที่ชัดเจนและโปร่งใส อย่างไรก็ตาม การพัฒนาเทคโนโลยีและความนิยมที่เพิ่มขึ้นของการซื้อขายสินค้าออนไลน์ทำให้รูปแบบเอกสารเดิมไม่เหมาะสมกับการประกอบธุรกิจในยุคดิจิทัล ส่งผลให้เกิดความต้องการรูปแบบการรับประกันที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ง่ายกว่าเดิม จึงได้มีการพัฒนารูปแบบการรับประกันอิเล็กทรอนิกส์ที่สอดคล้องกับการซื้อขายสินค้าในยุคดิจิทัลไว้โดยกฎหมาย E-Warranty Act of 2015 ซึ่งมุ่งเน้นการคุ้มครองผู้บริโภคจากการหลอกลวงหรือการยกเว้นความรับผิดชอบของผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายที่ไม่เป็นธรรม โดยมีคณะกรรมการการค้าแห่งสหพันธรัฐ (Federal Trade Commission: FTC) ทำหน้าที่ในการกำกับดูแลกฎหมายดังกล่าว

1. กฎหมาย Uniform Commercial Code (UCC) ตามกฎหมายสหรัฐอเมริกา หลักเกณฑ์ทางกฎหมายเกี่ยวกับการรับประกันสินค้าจะอยู่ภายใต้กฎหมาย UCC ซึ่งการรับประกันสินค้าแบ่งออกเป็น การรับประกันโดยชัดแจ้ง (Express Warranty) และ การรับประกันโดยปริยาย (Implied Warranty) โดยทั้งสองประเภทมีลักษณะและบทบาทที่ต่างกัน ดังนี้

1.1 การรับประกันโดยชัดแจ้ง (Express Warranty) หมายถึง การที่ผู้ขายสัญญาหรือให้คำมั่นไว้โดยลายลักษณ์อักษร หรือโดยวาจาว่าสินค้าจะมีคุณภาพตามที่พรรณนาไว้³ ซึ่งผู้จัดจำหน่ายอาจจะระบุไว้ในคำโฆษณา สัญญาซื้อขาย ใบรับรองสินค้า (certificates) คู่มือการใช้งาน (user manuals) ป้ายหรือบรรจุภัณฑ์ของสินค้า (product tags and packaging)⁴

1.2 การรับประกันโดยปริยาย (Implied Warranty) หมายถึง เป็นสิทธิที่เกิดขึ้นตามกฎหมายโดยผู้ขายไม่จำเป็นต้องระบุเป็นลายลักษณ์อักษร ซึ่งกฎหมายกำหนดให้สินค้าต้องมีคุณภาพที่เหมาะสมสำหรับการใช้สอยทั่วไป (Implied Warranty of Merchantability)⁵ และเหมาะสมกับวัตถุประสงค์เฉพาะในการใช้สอยที่ผู้ซื้อได้แจ้งแก่ผู้ขาย (Implied Warranty of Fitness for a Particular Purpose)⁶

² ดู Uniform Commercial Code §§ 2-313 ถึง 2-315; และ Magnuson-Moss Warranty Act, 15 U.S.C. §§ 2301-2312.

³ UCC Section 2-313.

⁴ Steingold, D. M. (2023). *UCC sales contracts: Warranties*. Retrieved December 11, 2024, from <https://www.nolo.com/legal-encyclopedia/the-ucc-sales-contract-warranties.html>

⁵ UCC Section 2-314.

⁶ UCC Section 2-315.



อย่างไรก็ตาม กฎหมาย UCC ไม่มีบทบัญญัติที่กำหนดหลักเกณฑ์ให้ผู้ขายต้องเปิดเผยข้อมูลการรับประกันอย่างละเอียด แต่ผู้บริโภคสามารถฟ้องผู้จัดจำหน่ายให้รับผิดชอบตามกฎหมาย UCC ได้หากว่าสินค้าไม่ตรงตามสัญญาหรือไม่ตรงตามเงื่อนไขการรับประกัน⁷

2. กฎหมาย Magnuson-Moss Warranty Act 1975 มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 4 มกราคม ค.ศ. 1975 โดยมีเจตนารมณ์ในการออกกฎหมายเพื่อกำหนดมาตรฐานในการคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับการรับประกันสินค้าและบริการ กฎหมายนี้มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมความโปร่งใส ยุติธรรม และความรับผิดชอบของ “ผู้รับประกัน (warrantor)” ซึ่งตามกฎหมายฉบับนี้ให้นิยามว่าหมายถึง บุคคลหรือผู้จัดหาสินค้าที่ให้หรือเสนอการรับประกันเป็นลายลักษณ์อักษร หรือบุคคลที่อาจมีภาระผูกพันตามการรับประกันโดยปริยาย⁸ ซึ่งจะรวมถึงผู้ผลิต ตัวแทนจำหน่าย หรือผู้นำเข้าสินค้า ส่วน “ผู้บริโภค” (consumer) ตามกฎหมายฉบับนี้ให้นิยามว่าหมายถึง ผู้ซื้อสินค้าที่ไม่ได้ซื้อเพื่อการขายต่อ บุคคลที่ได้รับการโอนสินค้านั้นในช่วงระยะเวลาของการรับประกัน และบุคคลที่มีสิทธิตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในการรับประกัน⁹

กฎหมาย Magnuson-Moss Warranty Act 1975 มีขอบเขตการบังคับใช้กฎหมายที่แคบกว่ากฎหมาย UCC¹⁰ โดยจะใช้บังคับกับสินค้าอุปโภคบริโภค (consumer products)¹¹ ที่มีมูลค่ามากกว่า 15 ดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งมีการเสนอการรับประกัน¹² เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า รถยนต์ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งการรับประกันสินค้าตามกฎหมายฉบับนี้จะครอบคลุมการรับประกันแบบลายลักษณ์อักษร (written warranty) การรับประกันโดยปริยาย (implied warranty) และสัญญาบริการ (services contract)¹³ โดยกำหนดให้ผู้รับประกันสินค้าต้องปฏิบัติตามกฎหมาย หากมีการเสนอการรับประกันแก่ผู้บริโภค การรับประกันสินค้าจะต้องเปิดเผยเงื่อนไขและข้อกำหนดให้ชัดเจน เข้าใจง่าย และไม่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจผิด โดยผู้จัดจำหน่ายต้องอธิบายการรับประกันในลักษณะที่สามารถเข้าถึงและเข้าใจได้ง่าย เพื่อคุ้มครอง

⁷ Steingold, D. M. (2023). *UCC sales contracts: Warranties*. Retrieved December 11, 2024, from <https://www.nolo.com/legal-encyclopedia/the-ucc-sales-contract-warranties.html>

⁸ 15 U.S. Code § 2301(5).

⁹ 15 U.S. Code § 2301(3).

¹⁰ Kutner, W. R. (1977). Consumer product warranties under the Magnuson-Moss Warranty Act and the Uniform Commercial Code. *Cornell Law Review*, 62(4), 593–627. Retrieved December 15, 2024, from <https://scholarship.law.cornell.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=4117&context=clr>.

¹¹ 15 U.S. Code § 2301 ให้นิยาม คำว่า “สินค้าอุปโภคบริโภค” ว่าหมายถึง สินค้าที่จับต้องได้ซึ่งจำหน่ายในเชิงพาณิชย์โดยเป็นการใช้สอยตามปกติเพื่อวัตถุประสงค์ในทางส่วนตัว ในครอบครัว หรือภายในครัวเรือน

¹² 15 U.S. Code § 2302(a)

¹³ Kutner, W. R. (1977). Consumer product warranties under the Magnuson-Moss Warranty Act and the Uniform Commercial Code. *Cornell Law Review*, 62(4), 593–627.



สิทธิของผู้บริโภคจากการหลอกลวงหรือข้อมูลที่คลุมเครือ¹⁴ สำหรับสินค้าที่ไม่ตกอยู่ภายใต้การคุ้มครองตามกฎหมายฉบับนี้ ได้แก่ สินค้าที่มีมูลค่าน้อยกว่า 15 ดอลลาร์สหรัฐ สินค้าที่ไม่มีการรับประกันอย่างชัดเจน (no express warranty) สินค้าใช้แล้ว (used Goods) สินค้าดิจิทัลบางประเภท เช่น บริการสมัครสมาชิกออนไลน์ ซอฟต์แวร์ หรือเนื้อหาดิจิทัลที่ไม่มีการรับประกันตามเงื่อนไข และสินค้าสำหรับการใช้เชิงพาณิชย์หรือสินค้าอุตสาหกรรมที่ไม่ได้ผลิตมาเพื่อผู้บริโภค¹⁵

กฎหมายฉบับนี้กำหนดมาตรฐานสำหรับข้อมูลการรับประกันว่าจะต้องระบุรายละเอียด เช่น ระยะเวลาการรับประกัน วิธีการใช้สิทธิเรียกร้องของผู้บริโภค ข้อกำหนดหรือข้อยกเว้นในการรับประกัน หากการรับประกันมีข้อจำกัด เช่น ครอบคลุมเฉพาะบางส่วนหรือบางเงื่อนไข ผู้ผลิตต้องระบุเงื่อนไขทั้งหมดอย่างชัดเจน ซึ่งทำให้ผู้ซื้อสามารถตรวจสอบข้อมูลการรับประกันสินค้าได้ก่อนที่จะตัดสินใจซื้อสินค้า และในกรณีที่ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายกระทำการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย ผู้บริโภคมีทางเลือกที่จะใช้สิทธิเรียกร้องทางศาล หรือการไกล่เกลี่ยข้อพิพาทก่อนที่จะดำเนินการฟ้องร้องในศาลได้¹⁶ โดยมี FTC ทำหน้าที่ในการกำกับดูแลการปฏิบัติตามกฎหมาย

3. กฎหมาย E-Warranty Act of 2015 มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 6 ธันวาคม ค.ศ. 2015 เป็นกฎหมายที่พัฒนาต่อจาก Magnuson-Moss Warranty Act เพื่อปรับตัวให้เข้ากับยุคดิจิทัล โดยเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสามารถให้การรับประกันในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ได้แทนการพิมพ์ลงกระดาษ ซึ่ง FTC ได้วางหลักเกณฑ์ในการควบคุมรูปแบบและเนื้อหาของการรับประกันอิเล็กทรอนิกส์ให้สอดคล้องกับบริบทการซื้อขายสินค้าที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าออนไลน์ และส่งเสริมความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลการรับประกันสินค้า ซึ่งเจตนารมณ์ในการตรากฎหมาย E-Warranty Act 2015 ก็เพื่อเป็นการเสริมกฎหมาย Magnuson-Moss Warranty Act 1975 ดังนั้น ในส่วนของบทบัญญัติใน Magnuson-Moss Warranty Act 1975 ยังคงมีผลบังคับใช้ แต่มีการปรับปรุงและเพิ่มเติมหลักเกณฑ์ใหม่เพื่อรองรับการรับประกันสินค้าในรูปแบบที่เป็นอิเล็กทรอนิกส์ให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น

หลักเกณฑ์ที่สำคัญของกฎหมาย E-Warranty Act 2015 มีดังนี้

3.1 ขอบเขตการบังคับใช้ กฎหมาย E-Warranty Act 2015 เป็นกฎหมายที่ตราขึ้นเพื่อใช้เสริมกฎหมาย Magnuson-Moss Warranty Act 1975 แต่ในส่วนของการบังคับใช้กฎหมาย E-Warranty Act of

¹⁴ 15 U.S. Code § 2302(b).

¹⁵ Federal Trade Commission, *Businessperson's Guide to Federal Warranty Law*, Retrieved 15 December 2024 from <https://www.ftc.gov/business-guidance/resources/businesspersons-guide-federal-warranty-law>

¹⁶ Federal Trade Commission. (2018). *Businessperson's guide to federal warranty law*. Retrieved December 15, 2024, from <https://www.ftc.gov/business-guidance/resources/businesspersons-guide-federal-warranty-law>



2015 ไม่ได้กำหนดข้อกำหนดเรื่องราคาสินค้าโดยตรงว่าสินค้าที่จะอยู่ภายใต้กฎหมายนี้ต้องมีราคาสูงกว่า 15 ดอลลาร์สหรัฐขึ้นไป ดังนั้น ไม่ว่าสินค้านั้นจะมีราคาต่ำหรือสูงเพียงใด หากมีการเสนอการรับประกันแบบอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Warranty) กฎหมายก็สามารถบังคับใช้ได้ตราบเท่าที่เป็นไปตามเงื่อนไขของการรับประกันที่กฎหมายกำหนด แต่ผู้ผลิตผู้จำหน่ายที่เสนอการรับประกันต้องระบุรายละเอียดการรับประกันอย่างชัดเจนหากสินค้านั้นมีราคามากกว่า 15 ดอลลาร์สหรัฐ¹⁷ หากสินค้านั้นมีราคาต่ำกว่า 15 ดอลลาร์สหรัฐ ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายอาจไม่จำเป็นต้องปฏิบัติตามกฎหมายนี้ เช่น การเปิดเผยข้อมูลการรับประกันอย่างละเอียด

3.2 การระบุรายละเอียดเกี่ยวกับคำรับประกัน กฎหมายฉบับนี้ได้แก้ไขเพิ่มเติมบทบัญญัติในมาตรา 2302(b) ของ Magnuson-Moss Warranty Act of 1975 โดยกำหนดให้ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสามารถเผยแพร่การรับประกันในรูปแบบข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ได้ แทนบทบัญญัติเดิมที่กำหนดว่าต้องมี การระบุเงื่อนไขการรับประกันในรูปแบบลายลักษณ์อักษร (written warranty)¹⁸ ดังนั้น ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายอาจจัดทำข้อมูลการรับประกันในรูปแบบออนไลน์¹⁹ เช่น เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน หรือ QR Code ซึ่งข้อมูลเกี่ยวกับการรับประกันจะต้องมีเนื้อหาชัดเจน เข้าใจง่าย และไม่มีเงื่อนไขที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิด โดยคำรับประกันจะต้องแสดงรายละเอียด ดังต่อไปนี้

- เงื่อนไขการรับประกัน
- ระยะเวลาของการรับประกัน
- ข้อยกเว้นหรือข้อจำกัดในการรับประกัน
- วิธีการใช้สิทธิเรียกร้องของผู้บริโภค
- ข้อมูลการติดต่อ เช่น หมายเลขโทรศัพท์ ที่อยู่ทางไปรษณีย์ หรือช่องทางอื่นที่ไม่ใช่ทาง

อินเทอร์เน็ตเพื่อขอสำเนาเอกสารการรับประกันโดยไม่มีค่าใช้จ่าย²⁰

¹⁷ Federal Trade Commission, *FTC Proposes Rules to Enforce the E-Warranty Act of 2015*, Retrieved 15 December 2024 from <https://casetext.com/analysis/ftc-proposes-rules-to-enforce-the-e-warranty-act-of-2015>

¹⁸ Federal Trade Commission. (2015). *FTC proposes rules to enforce the E-Warranty Act of 2015*. Retrieved December 15, 2024, from <https://casetext.com/analysis/ftc-proposes-rules-to-enforce-the-e-warranty-act-of-2015>

¹⁹ Jenner & Block LLP. (2015). *E-Warranty Act brings warranty disclosures into the digital era*. Retrieved January 2, 2025, from <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=77d5b290-6a46-404a-942d-be684e9ba1f2>.

²⁰ Reinhart LLP. (2015). *E-Warranty Act allows manufacturers to go online with warranty disclosures*. Retrieved January 2, 2025, from <https://www.reinhartlaw.com/news-insights/e-warranty-act-allows-manufacturers-to-go-online-with-warranty-disclosures>.



ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลการรับประกันอิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางเว็บไซต์ หรือผ่านทางแอปพลิเคชันโดยผู้บริโภคสามารถลงทะเบียนการรับประกันและตรวจสอบสิทธิของตนผ่านแอปพลิเคชัน นอกจากนี้ในกรณีที่มีการจัดทำข้อมูลการรับประกันในรูปแบบ QR Code บนบรรจุภัณฑ์สินค้า²¹ ผู้บริโภคสามารถสแกน QR Code เพื่อเข้าถึงข้อมูลการรับประกันที่ปรากฏในเว็บไซต์ของผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย ซึ่งจะปรากฏข้อมูลตามที่กฎหมายกำหนดไว้ ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายบางรายอาจมีฐานข้อมูลออนไลน์ที่สามารถตรวจสอบสถานะการรับประกันได้ เช่น หมายเลขซีเรียลของสินค้า

3.3 การเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับการรับประกัน ผู้บริโภคจะต้องสามารถเข้าถึงการรับประกัน เช่น การวางลิงก์ในเว็บไซต์ที่เห็นชัดเจน²² การใช้ QR Code บนบรรจุภัณฑ์ของสินค้า ผู้บริโภคต้องสามารถตรวจสอบข้อมูลการรับประกันได้โดยไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม ซึ่งกฎหมายฉบับนี้กำหนดหน้าที่แก่ผู้ผลิต และผู้จำหน่ายสินค้าว่าจะต้องมีการเผยแพร่ข้อมูลการรับประกันตามที่กำหนดไว้ดังนี้

- ข้อมูลการรับประกันต้องถูกเผยแพร่ในรูปแบบดิจิทัล เช่น บนเว็บไซต์ของผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย
- ข้อมูลต้องเข้าถึงได้ฟรี โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ
- ต้องจัดทำในลักษณะที่ผู้บริโภคสามารถค้นหาและเข้าถึงข้อมูลการรับประกันได้ง่าย

กฎหมาย E-Warranty Act 2015 กำหนดว่าผู้บริโภคต้องสามารถเข้าถึงข้อมูลการรับประกันได้ ก่อนการตัดสินใจซื้อสินค้า (Pre-Sale Accessibility)²³ เช่น การแสดงลิงก์ไปยังเว็บไซต์หรือการใช้ QR Code ที่ติดอยู่บนบรรจุภัณฑ์ของสินค้า ซึ่งผู้บริโภคต้องสามารถเข้าถึงข้อมูลการรับประกันได้ตลอดเวลาในช่วงระยะเวลาการรับประกัน โดยจะต้องมีระบบการบันทึกข้อมูล เช่น การลงทะเบียนการรับประกันออนไลน์ จะต้องมีความปลอดภัยและสามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.4 ข้อยกเว้นความรับผิดชอบการรับประกัน ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายจะต้องไม่ใช่ข้อความที่เป็นการยกเว้นความรับผิดชอบ หรือมีเงื่อนไขการรับประกันที่ละเมิดสิทธิผู้บริโภค เช่น การที่ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายปฏิเสธที่จะชดเชยความเสียหายตามเงื่อนไขการรับประกัน เนื่องจากผู้บริโภคได้เปลี่ยนอะไหล่หรือใช้ชิ้นส่วนซ่อมแซมที่ไม่ได้มาจากบริษัทผู้ผลิตดั้งเดิม (Non-OEM Parts หรือ Third-Party Parts) นอกจากนี้ ข้อความที่ใช้ในการรับประกันอิเล็กทรอนิกส์จะต้องมีความถูกต้องและไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิด เช่น การโฆษณาเกินจริงเกี่ยวกับระยะเวลาการรับประกัน และหากมีข้อความที่เป็นการจำกัดระยะเวลาของการรับประกันโดยปริยายจะต้องปรากฏ “บนหน้าการรับประกัน (on the face of the warranty)”²⁴

²¹ Jenner & Block LLP. (2015). *E-Warranty Act brings warranty disclosures into the digital era.*

²² Jenner & Block LLP. (2015). *E-Warranty Act brings warranty disclosures into the digital era.*

²³ Jenner & Block LLP. (2015). *E-Warranty Act brings warranty disclosures into the digital era.*

²⁴ Jenner & Block LLP. (2015). *E-Warranty Act brings warranty disclosures into the digital era.*



3.5 บทลงโทษและการดำเนินคดีตามกฎหมาย เนื่องจากกฎหมาย E-Warranty Act of 2015 ไม่ได้กำหนดบทลงโทษไว้โดยตรงในกฎหมาย แต่เป็นกฎหมายที่ตราขึ้นเพื่อเสริมกฎหมาย Magnuson-Moss Warranty Act 1975 จึงอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการการค้าแห่งสหพันธรัฐ หรือ FTC ซึ่งมีอำนาจหน้าที่ตรวจสอบว่าผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ของ E-Warranty Act 2015 รวมถึงมีอำนาจในการตรวจสอบข้อร้องเรียนจากผู้บริโภค และออกแนวทางปฏิบัติเพิ่มเติมเพื่อให้ผู้ประกอบการปฏิบัติตามกฎหมาย

ในกรณีที่ผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายละเมิดกฎหมายเกี่ยวกับการรับประกันอิเล็กทรอนิกส์ กฎหมายฉบับนี้กำหนดให้ FTC มีอำนาจหน้าที่ ดังนี้²⁵

(1) การออกคำสั่งให้ปฏิบัติตาม (Cease and Desist Orders) หาก FTC พบว่าผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายละเมิดกฎหมาย เช่น ไม่เปิดเผยข้อมูลการรับประกันอย่างครบถ้วน หรือไม่มีช่องทางให้ผู้บริโภคเข้าถึงได้อย่างเหมาะสม FTC มีอำนาจในการออกคำสั่งให้ปรับปรุงหรือหยุดการกระทำดังกล่าวทันที²⁶

(2) การกำหนดโทษปรับ (Monetary Penalties) FTC อำนาจในการกำหนดโทษปรับในกรณีที่ผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายไม่ปฏิบัติตามคำสั่งหรือกระทำการที่ฝ่าฝืนข้อกำหนดของกฎหมาย ซึ่งจำนวนค่าปรับขึ้นอยู่กับความร้ายแรงของการละเมิด และอาจสูงถึงหลายพันดอลลาร์ต่อการละเมิดหนึ่งครั้ง²⁷

(3) การดำเนินคดีตามกฎหมาย (Litigation) FTC มีสิทธิดำเนินคดีในศาลกับผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายที่ไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนด ซึ่งผู้บริโภคยังสามารถฟ้องเรียกค่าเสียหายในกรณีที่ผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามกฎหมายทำให้เกิดความเสียหาย หากผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายเคยกระทำการละเมิดกฎหมาย FTC อาจกำหนดให้มีการตรวจสอบพฤติกรรมการทำงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าได้ปฏิบัติตามกฎหมายในอนาคต²⁸

กรณีตัวอย่างของการละเมิดกฎหมาย E-Warranty Act of 2015 เช่น การที่ผู้ผลิตไม่ให้ข้อมูลการรับประกันที่ชัดเจน เช่น ไม่ระบุเงื่อนไขการรับประกันหรือข้อยกเว้น กฎหมายถือว่าฝ่าฝืนข้อกำหนดของ E-Warranty Act หรือการที่ผู้บริโภคไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลการรับประกันได้ฟรีหรือข้อมูลไม่สามารถใช้งานได้จริง เช่น เว็บไซต์ล่มหรือ QR Code ใช้งานไม่ได้ หรือโอกาสที่ผู้ผลิตให้ข้อมูลการรับประกันที่ไม่ตรงกับความเป็นจริง เช่น โฆษณารับประกันเต็มรูปแบบ แต่มีข้อยกเว้นที่ไม่ได้เปิดเผย²⁹

²⁵ Magnuson-Moss Warranty Act, 15 U.S.C. §§ 2301–2312.

²⁶ Federal Trade Commission Act, Section 5, 15 U.S.C. § 45.

²⁷ Federal Trade Commission. (2018). *Businessperson's guide to federal warranty law*.

²⁸ Magnuson-Moss Warranty Act, § 110(d).

²⁹ Federal Trade Commission. (2018). *Businessperson's guide to federal warranty law*.



3.6 การใช้สิทธิเรียกร้องของผู้บริโภค ผู้บริโภคสามารถฟ้องเรียกค่าเสียหายจากผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายที่ละเมิดการรับประกัน เช่น หากข้อมูลในการรับประกันอิเล็กทรอนิกส์ไม่ถูกต้อง นอกจากนี้ ในกรณีที่ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายกระทำการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย ผู้บริโภคมีทางเลือกที่จะระงับข้อพิพาทด้วยวิธีการไกล่เกลี่ยก่อนที่จะดำเนินการฟ้องร้องในศาลได้

กล่าวโดยสรุป กฎหมาย E-Warranty 2015 ในสหรัฐอเมริกาเป็นการพัฒนาที่สอดคล้องกับยุคดิจิทัล โดยส่งเสริมความโปร่งใสและความสะดวกสำหรับผู้บริโภค ทั้งยังช่วยลดต้นทุนให้กับผู้ผลิตในด้านเอกสาร อย่างไรก็ตาม ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดอย่างเคร่งครัดเพื่อหลีกเลี่ยงการละเมิดกฎหมายและการฟ้องร้องจากผู้บริโภค ซึ่งการรับประกันอิเล็กทรอนิกส์ มีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับธุรกิจที่ขายสินค้าออนไลน์ เนื่องจากผู้บริโภคมักไม่ได้รับเอกสารรับประกันแบบกระดาษ หากผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายสินค้าฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามกฎหมายดังกล่าว อาจทำให้ได้รับความเสียหายต่อชื่อเสียง หรืออาจทำให้ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายสินค้าเสียความเชื่อมั่นจากผู้บริโภคได้

กฎหมายเกี่ยวกับการรับประกันสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย

กฎหมายเกี่ยวกับการรับประกันสินค้าในประเทศไทยมีบทบาทสำคัญในการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค โดยมุ่งเน้นการสร้างสมดุลระหว่างผู้บริโภคและผู้ประกอบธุรกิจ การรับประกันสินค้าเป็นกลไกที่ช่วยเสริมสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคในเรื่องคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้า พร้อมทั้งส่งเสริมความน่าเชื่อถือและความรับผิดชอบของผู้ประกอบธุรกิจที่เป็นผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายสินค้า

1. ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มีบทบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับการรับประกันความชำรุดบกพร่องของสินค้า ซึ่งตามมาตรา 472 ของประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ บัญญัติว่า

“ในกรณีที่ทรัพย์สินซึ่งขายนั้นชำรุดบกพร่องอย่างหนึ่งอย่างใดอันเป็นเหตุให้เสื่อมราคาหรือเสื่อมความเหมาะสมแก่ประโยชน์อันมุ่งจะใช้เป็นปกติที่ดี ประโยชน์ที่มุ่งหมายโดยสัญญาที่ดี ท่านว่าผู้ขายต้องรับผิดชอบ

ความที่กล่าวมาในมาตรานี้ย่อมใช้ได้ ทั้งที่ผู้ขายรู้อยู่แล้วหรือไม่รู้ว่าความชำรุดบกพร่องมีอยู่”

ตามบทบัญญัติดังกล่าว ผู้ขายมีหน้าที่ส่งมอบทรัพย์สินที่อยู่ในสภาพที่ไม่มีความบกพร่องให้แก่ผู้ซื้อ และผู้ขายต้องรับประกันต่อความชำรุดบกพร่อง ซึ่งเป็นไปตามหลักผู้ขายต้องระวัง (Caveat Venditor)³⁰ โดยกำหนดให้ผู้ขายต้องรับผิดชอบในกรณีที่ทรัพย์สินที่ขายมีความชำรุดบกพร่องที่เป็นเหตุให้ทรัพย์สินนั้นเสื่อมราคาหรือเสื่อมความเหมาะสมแก่ประโยชน์อันจะใช้ตามปกติ หรือประโยชน์ที่มุ่งหมายในสัญญา ซึ่งความชำรุด

³⁰ ไพฑูริย์ เอกจริยากร. (2562). *ซื้อขาย แลกเปลี่ยน ให้* (พิมพ์ครั้งที่ 10). วิญญูชน.



บกพร่องตามบทบัญญัตินี้จะต้องเป็นความเสียหายในตัววัตถุที่ซื้อขาย³¹ เช่น แตก หัก บิ่น บุบ ร้าว ความรับผิดชอบของผู้ขายต่อความชำรุดบกพร่องตามมาตรา 472 นี้ถือว่าเป็นการรับประกันโดยปริยาย ซึ่งผู้ขายไม่จำเป็นต้องระบุในสัญญา อย่างไรก็ตาม ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ได้กำหนดข้อยกเว้นความรับผิดชอบของผู้ขายในกรณีที่ผู้ซื้อทราบถึงความชำรุดบกพร่องดังกล่าวในขณะที่ทำสัญญา

นอกจากนี้ ตามมาตรา 473 ของประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ กำหนดว่าผู้ซื้อที่มีสิทธิเรียกร้องค่าเสียหาย หากทรัพย์สินมีความชำรุดบกพร่องจนไม่สามารถใช้งานได้ตามวัตถุประสงค์ หรือใช้สิทธิเลิกสัญญา หากความชำรุดบกพร่องนั้นเป็นสาระสำคัญ โดยมาตรา 474 ของประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ กำหนดระยะเวลาในการใช้สิทธิเรียกร้องไว้ว่า ผู้ซื้อจะต้องฟ้องผู้ขายให้ต้องรับผิดชอบเพื่อความชำรุดบกพร่องภายในเวลา 1 ปีนับแต่เวลาที่ได้พบเห็นความชำรุดบกพร่อง อย่างไรก็ตาม ผู้ขายสามารถยกเว้นความรับผิดชอบในกรณีความชำรุดบกพร่องได้หากระบุในสัญญา แต่ไม่สามารถยกเว้นความรับผิดชอบในกรณีที่ผู้ขายปกปิดความชำรุดบกพร่องโดยจงใจหรือทราบถึงความชำรุดบกพร่องนั้นอยู่ก่อนแล้ว ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 475

2. พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และที่แก้ไขเพิ่มเติม มีบทบัญญัติที่มุ่งเน้นการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีลักษณะเป็นการทั่วไป ในด้านโฆษณา ด้านสัญญา ด้านฉลาก และด้านความปลอดภัยของสินค้า³² โดยบทบัญญัติในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการรับประกันสินค้า มีดังนี้

2.1 การใช้ข้อความโฆษณา (มาตรา 22) ผู้ประกอบธุรกิจต้องไม่ใช้ข้อความโฆษณาที่ไม่เป็นธรรมหรือก่อให้เกิดความเสียหายต่อผู้บริโภค ซึ่งมีลักษณะเป็นข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินจริง หรือใช้ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดเกี่ยวกับแหล่งที่มาของสินค้า คุณสมบัติหรือคุณภาพของสินค้า นอกจากนี้ ข้อความในการโฆษณาอาจถือว่าเป็นข้อตกลงอันเป็นส่วนหนึ่งของสัญญาได้³³ หากมีการโฆษณาเกี่ยวกับการรับประกันสินค้า ผู้ขายต้องรับผิดชอบที่ได้มีการโฆษณา

2.2 การใช้สัญญาที่เป็นธรรม (มาตรา 4 และ 35/1) ผู้ประกอบธุรกิจต้องใช้ข้อสัญญาที่เป็นธรรมทั้งในการทำสัญญา หากมี ข้อตกลงเกี่ยวกับการรับประกันสินค้า ผู้ประกอบธุรกิจต้องไม่กำหนดเงื่อนไขที่ไม่เป็นธรรม หรือเอาเปรียบผู้บริโภค หรือไม่ใช้ข้อตกลงที่สร้างภาระหรือความยุ่งยากให้กับผู้บริโภค เช่น ระบบการรับประกันที่ซับซ้อนเกินไป หรือข้อความที่ใช้ในคำรับประกันเข้าใจได้ยาก

³¹ ไพพพิต เอกจริยากร. (2562). *ซื้อขาย แลกเปลี่ยน ให้* (พิมพ์ครั้งที่ 10). วิญญูชน.

³² ส่วนที่ 1/1 การคุ้มครองผู้บริโภคในด้านความปลอดภัย มาตรา 29/1 ถึงมาตรา 29/17 เพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562.

³³ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. (2567). *โฆษณาใช้เป็นส่วนหนึ่งของสัญญาได้*. สืบค้นวันที่ 2 มกราคม 2568, จาก <https://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTER3/DRAWER088/GENERAL/DATA0003/00003344.PDF>.



2.3 การเยียวยาแก้ไขข้อพิพาท (มาตรา 36) ในกรณีที่เกิดข้อพิพาทเกี่ยวกับการรับประกันสินค้า ผู้บริโภคสามารถร้องเรียนต่อคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) เพื่อพิจารณาเรื่องราวร้องทุกข์ของผู้บริโภคได้

3. พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ได้รับรองการใช้เอกสารหรือข้อความในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้มีผลทางกฎหมายเช่นเดียวกับเอกสารในรูปแบบกระดาษ โดยในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการรับประกันสินค้าในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ กฎหมายฉบับนี้ได้วางหลักการรองรับเพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือและความมั่นคงทางกฎหมายสำหรับการทำธุรกรรมในระบบดิจิทัล โดยมีบทบัญญัติที่รับรองเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ เช่น

3.1 การรับรองข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (มาตรา 7) มีการรับรองสถานะของข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ว่ามีผลทางกฎหมายเช่นเดียวกับเอกสารทั่วไป ตราบใดที่สามารถแสดงข้อมูลนั้นให้เห็นได้ในรูปแบบที่เข้าใจได้ ซึ่งหมายความว่า การรับประกันสินค้าในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์มีผลทางกฎหมายเหมือนการรับประกันแบบลายลักษณ์อักษร

3.2 การรับรองลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ (มาตรา 9) มีการรับรองว่าลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Signature) ที่ใช้ในเอกสารหรือข้อตกลงอิเล็กทรอนิกส์มีผลทางกฎหมายเหมือนกับการลงลายมือชื่อบนเอกสาร เช่น การลงชื่อในใบรับประกันออนไลน์หรือการคลิกยอมรับข้อตกลง ถือว่ามีผลทางกฎหมายหากสามารถพิสูจน์ตัวตนของผู้ลงนามได้และมีความน่าเชื่อถือเพียงพอ

3.3 การเก็บรักษาข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (มาตรา 9-11) กำหนดว่าเอกสารที่อยู่ในรูปแบบข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์จะต้องสามารถเข้าถึงและนำกลับมาใช้ได้ภายในภายหลัง กล่าวคือ ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์นั้นจะต้องอยู่ในสภาพที่สามารถอ่านและแปลความหมายได้ และไม่ได้มีการแก้ไขหรือเปลี่ยนแปลงข้อความโดยทำให้ความหมายเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งอาจทำให้มีผลต่อการรับฟังพยานหลักฐานในชั้นศาล³⁴ เช่น การจัดเก็บใบรับประกันอิเล็กทรอนิกส์ ต้องสามารถเข้าถึงได้และไม่ถูกดัดแปลง เพื่อใช้เป็นหลักฐานในกรณีที่เกิดข้อพิพาทระหว่างผู้บริโภคและผู้ประกอบธุรกิจ

4. พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และที่แก้ไขเพิ่มเติม กำหนดหน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงให้มีการรับประกันสินค้า และอนุญาตให้ผู้บริโภคสามารถคืนสินค้าได้ภายในระยะเวลาที่กำหนด โดยมีบทบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำคำรับประกันสินค้า ดังนี้

4.1 การใช้การใช้ข้อความในการสื่อสารข้อมูล (มาตรา 28) ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงต้องดำเนินการทางธุรกิจอย่างโปร่งใส รวมถึงการแจ้งข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับสินค้าและบริการอย่างครบถ้วน ซึ่งตามมาตรา 28 ของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 บัญญัติว่า “ข้อความในการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงให้เป็นไปตามที่กำหนด

³⁴ พินัย ณ นคร. (2561). กฎหมายเกี่ยวกับธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ในยุคดิจิทัล. กรุงเทพฯ: วิญญูชน.



ในกฎกระทรวง” แต่ปัจจุบันยังไม่พบว่ามีการออกตามมาตรา 28 ของพระราชบัญญัติดังกล่าว อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงจะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคและการโฆษณา เพื่อให้การสื่อสารข้อมูลเป็นไปอย่างถูกต้องและไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดแก่ผู้บริโภค

4.2 คำรับประกันสินค้าหรือบริการ (มาตรา 37) พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 กำหนดหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับคำรับประกันสินค้า ไว้ในมาตรา 37 ซึ่งบัญญัติว่า

“คำรับประกันสินค้าหรือบริการให้จัดทำเป็นภาษาไทยและระบุถึงสิทธิของผู้บริโภค
ในการเรียกร้องสิทธิตามคำรับประกันที่ชัดเจนและสามารถเข้าใจได้ถึงเงื่อนไขที่ระบุไว้
รายละเอียดเกี่ยวกับคำรับประกันสินค้าหรือบริการตามวรรคหนึ่งให้เป็นไปตามที่
คณะกรรมการประกาศกำหนด”

ตามบทบัญญัติดังกล่าว การแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับคำรับประกันสินค้า เช่น ระยะเวลา เงื่อนไข และวิธีการใช้สิทธิการรับประกัน ถือเป็นส่วนหนึ่งของความโปร่งใสที่กฎหมายกำหนด ผู้ประกอบธุรกิจต้องไม่ให้ข้อมูลที่เป็นเท็จหรือทำให้เข้าใจผิดเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ซึ่งรวมถึงคำรับประกันสินค้า เช่น การโฆษณาว่ารับประกันสินค้าแต่ไม่แจ้งเงื่อนไขที่สำคัญหรือไม่แจ้งข้อยกเว้นความรับผิดชอบ อาจถือว่ามีลักษณะที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดตามกฎหมายได้

บทวิเคราะห์ปัญหาเกี่ยวกับการรับประกันอิเล็กทรอนิกส์ตามกฎหมายไทยเปรียบเทียบกับกฎหมาย E-Warranty ของสหรัฐอเมริกา

จากการศึกษาเปรียบเทียบกฎหมายเกี่ยวกับการรับประกันสินค้าของประเทศไทยและสหรัฐอเมริกา พบว่า ประเทศไทยมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรับประกันสินค้าหลายฉบับ แต่ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการรับประกันอิเล็กทรอนิกส์ยังไม่มีกฎหมายเฉพาะเรื่อง และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคเอง แม้ว่าจะมีบทบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับเรื่องคำรับประกันสินค้า แต่ยังไม่ได้มีการกำหนดรายละเอียดบทบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับการรับประกันอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งแยกประเด็นปัญหาทางกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ได้ดังนี้

1. การกำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับคำรับประกัน ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ได้กำหนดหลักการเกี่ยวกับการรับประกันสินค้าในลักษณะทั่วไป ซึ่งสอดคล้องกับรูปแบบของการซื้อขายสินค้าแบบดั้งเดิม โดยเน้นการคุ้มครองผู้ซื้อในกรณีที่สินค้ามีความชำรุดบกพร่องหรือไม่สามารถใช้งานได้ตามวัตถุประสงค์ที่ตกลงกันไว้ อย่างไรก็ตาม กฎหมายดังกล่าวยังไม่ได้ครอบคลุมถึงรายละเอียดและมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับการรับประกันสินค้าในเชิงพาณิชย์สมัยใหม่ เช่น การรับประกันในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Warranty) หรือการคุ้มครองผู้บริโภคในบริบทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เติบโตอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน ซึ่งความชัดเจนเกี่ยวกับการรับประกันสินค้าในบริบทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ยังไม่ได้ถูกบัญญัติไว้ใน



ลักษณะเฉพาะ ทำให้ต้องอาศัยกฎหมายเฉพาะด้าน เช่น พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และที่แก้ไขเพิ่มเติม หรือ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และที่แก้ไขเพิ่มเติมมาเสริมความชัดเจน แม้ว่าพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 มีบทบัญญัติที่กำหนดให้ความคุ้มครองผู้บริโภคก่อนการทำสัญญา โดยกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องใช้ข้อความในการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้าและบริการตามที่กฎหมายกำหนดไว้ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้บริโภคได้มีข้อมูลที่ถูกต้องและเพียงพอในการตัดสินใจทำสัญญา และกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องจัดทำคำรับประกันสินค้าที่ชัดเจนและสามารถเข้าใจเงื่อนไขที่ระบุไว้ได้ก็ตาม แต่ไม่ได้กำหนดรายละเอียดหรือหลักเกณฑ์ไว้เป็นการเฉพาะว่าเอกสารคำรับประกันจะต้องมีรายละเอียดใดบ้าง เช่น เงื่อนไข ระยะเวลา หรือข้อยกเว้นความรับผิดชอบของผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง ในขณะที่กฎหมายของสหรัฐอเมริกากำหนดให้การรับประกันสินค้าต้องมีความโปร่งใสและมีรายละเอียดที่สำคัญ คือ (1) ระบุเงื่อนไขของการรับประกัน (Terms and Conditions) (2) ระยะเวลาการรับประกัน (Duration of Warranty) (3) ข้อยกเว้นหรือข้อจำกัดในการรับประกัน (Limitations and Exclusions) และ (4) วิธีการใช้สิทธิเรียกร้องของผู้บริโภค (Claims Process)

2. รูปแบบของการรับประกัน กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรับประกันสินค้าของไทยยังขาดความชัดเจนเกี่ยวกับรูปแบบและการบังคับใช้การรับประกันอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ซึ่งเกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง โดยกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงต้องไม่ดำเนินการที่ก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมแก่ผู้บริโภค เช่น การไม่ให้ข้อมูลหรือเงื่อนไขที่ชัดเจนเกี่ยวกับสินค้า บริการ หรือการรับประกัน ซึ่งตามมาตรา 37 ของพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าวมีบทบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำคำรับประกัน (Warranty terms) ว่า คำรับประกันสินค้าหรือบริการให้จัดทำเป็นภาษาไทยและระบุถึงสิทธิของผู้บริโภคในการเรียกร้องสิทธิตามคำรับประกันที่ชัดเจนและสามารถเข้าใจได้ถึงเงื่อนไขที่ระบุไว้ แต่ตามกฎหมายดังกล่าวยังไม่ได้มีการกำหนดเกี่ยวกับรูปแบบของการรับประกันว่าจะจะเป็นแบบเอกสาร (Paper Warranty) หรือการรับประกันอิเล็กทรอนิกส์ (E-Warranty) เช่น การลงทะเบียนผ่านระบบออนไลน์ หรือการจัดเก็บหลักฐานการรับประกันในรูปแบบข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ และไม่ได้มีการกำหนดว่าผู้ผลิตต้องให้ข้อมูลที่ครบถ้วนเหมือนการรับประกันแบบเอกสาร ทั้งนี้แม้ว่าพระราชบัญญัติธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544 ของไทยจะบัญญัติรับรองการจัดทำเอกสารในรูปแบบข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ แต่พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ยังไม่ได้กำหนดเกี่ยวกับการรับประกันอิเล็กทรอนิกส์ไว้อย่างชัดเจนเหมือนกฎหมายของสหรัฐอเมริกา ซึ่งมีการใช้การประกันอิเล็กทรอนิกส์มาอย่างยาวนาน ซึ่งสอดคล้องกับการซื้อขายในยุคดิจิทัล

3. การเข้าถึงข้อมูลการรับประกัน ตามกฎหมายไทยไม่มีบทบัญญัติเกี่ยวกับการเข้าถึงเอกสารหรือข้อมูลการรับประกัน ซึ่งตามกฎหมายของสหรัฐอเมริกาคำหนดว่า จะต้องให้ผู้บริโภคเข้าถึงการรับประกันอิเล็กทรอนิกส์ได้โดยง่ายและไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม เพื่อให้ผู้บริโภคมีข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวก่อนที่จะซื้อสินค้า ซึ่งในส่วนพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ไม่มีบทบัญญัติที่ระบุโดยตรงว่า



ผู้ประกอบการธุรกิจต้องจัดให้ผู้บริโภคเข้าถึงข้อมูลการรับประกันหรือเอกสารคำรับประกัน (Warranty Certificate) ได้อย่างสะดวกและไม่มีค่าใช้จ่าย โดยเฉพาะในรูปแบบการรับประกันอิเล็กทรอนิกส์ แม้ว่าตามมาตรา 37 ของพระราชบัญญัติดังกล่าวจะระบุให้ผู้ประกอบการธุรกิจจัดทำคำรับประกันสินค้าและบริการให้แก่ผู้บริโภค แต่ไม่มีการระบุว่าผู้บริโภคต้องสามารถเข้าถึงเอกสารหรือข้อมูลเหล่านี้ได้ง่ายและไม่มีค่าใช้จ่าย นอกจากนี้ การที่พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ไม่ได้บัญญัติเกี่ยวกับการเข้าถึงข้อมูลการรับประกัน (Accessibility) ที่บังคับให้ผู้ประกอบการต้องจัดให้มีการเข้าถึงข้อมูลการรับประกันในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นคือ ผู้บริโภคอาจไม่สามารถตรวจสอบสิทธิการรับประกันของตนได้ หากเอกสารคำรับประกันหรือข้อมูลการรับประกันถูกจัดเก็บในรูปแบบที่เข้าถึงยาก ระบบ หรืออาจมีค่าใช้จ่ายแฝง เช่น ค่าลงทะเบียน หรือค่าดำเนินการ ซึ่งอาจขัดกับหลักการคุ้มครองผู้บริโภค ในกรณีที่ผู้บริโภคต้องใช้เอกสารหรือระบบดิจิทัลเพื่อเรียกร้องสิทธิในการรับประกันอาจพบปัญหาการออกแบบระบบที่ยุ่งยาก ซับซ้อน หรือใช้ภาษาที่ผู้บริโภคทั่วไปเข้าใจได้ยาก หรือการที่ข้อมูลการรับประกันไม่ถูกจัดเก็บหรืออัปเดตในระบบออนไลน์ที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ทันที

4. การกำหนดบทลงโทษ ปัจจุบันประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายเฉพาะที่กำหนดบทลงโทษโดยตรงสำหรับการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามกฎหมายเกี่ยวกับรับประกันสินค้าในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์เหมือนกับสหรัฐอเมริกา อย่างไรก็ตาม แม้ว่าจะมีสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ควบคุมการปฏิบัติตาม แต่ไม่มีบทลงโทษที่ชัดเจนสำหรับการละเมิดบทบัญญัติเกี่ยวกับเอกสารคำรับประกัน ในขณะที่กฎหมาย E-Warranty Act of 2015 ของสหรัฐอเมริกากำหนดว่า หากผู้ประกอบการไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขการรับประกัน ผู้บริโภคสามารถฟ้องร้องเรียกค่าเสียหายทางแพ่งได้ (Civil Penalty) ซึ่งค่าเสียหายจะขึ้นอยู่กับดุลพินิจของศาลในแต่ละกรณี นอกจากนี้ หากมีการให้ข้อมูลการรับประกันที่หลอกลวงหรือไม่ชัดเจน FTC คำสั่งให้ยุติหรือห้ามมิให้กระทำการใด ๆ อันเป็นการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค (Cease and Desist Order) โทษปรับสูงสุด 46,517 ดอลลาร์สหรัฐต่อการละเมิดหนึ่งครั้ง หากฝ่าฝืนคำสั่งของ FTC อาจถูกปรับเพิ่มเติมได้ เนื่องจากการกระทำที่มีลักษณะเป็นการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม³⁵

ในทางปฏิบัติแม้จะพบว่า ผู้ประกอบการบางรายในประเทศไทยได้เริ่มนำระบบการรับประกันในรูปแบบดิจิทัลมาใช้ เช่น การลงทะเบียนผ่านเว็บไซต์หรือ QR Code บนบรรจุภัณฑ์สินค้า แต่อย่างไรก็ดี การดำเนินการดังกล่าวยังขาดมาตรฐานกลางและกลไกทางกฎหมายที่ชัดเจน ส่งผลให้ผู้บริโภคอาจประสบปัญหาในการเข้าถึงข้อมูล หรือใช้สิทธิในการรับประกันได้ไม่เต็มที่ โดยเฉพาะในกรณีที่ระบบดิจิทัลไม่สามารถใช้งานได้จริง เช่น เว็บไซต์ไม่อัปเดต หรือผู้บริโภคไม่เข้าใจเงื่อนไขที่ซ่อนอยู่ในข้อมูลรับประกัน นอกจากนี้ ยังขาดการควบคุมในเรื่องความชัดเจนของเนื้อหาที่ปรากฏในคำรับประกัน เช่น ข้อยกเว้นหรือเงื่อนไขที่ก่อให้เกิดภาระโดยไม่สมควรต่อผู้บริโภค ซึ่งแตกต่างจากระบบของสหรัฐอเมริกาที่มีกฎหมายกำหนดแนว

³⁵ The Clayton Act, 15 U.S.C. § 7A(g)(1).



ทางการคุ้มครองผู้บริโภคไว้อย่างชัดเจน ทั้งในด้านเนื้อหา รูปแบบ และการเข้าถึงข้อมูลรับประกัน โดยกำหนดให้มีมาตรฐานขั้นต่ำสำหรับข้อมูลที่ผู้บริโภคต้องได้รับก่อนการตัดสินใจซื้อสินค้า เช่น เงื่อนไข ระยะเวลา และข้อจำกัดยกเว้นความรับผิด ดังนั้น การพัฒนากฎหมายไทยควรนำหลักการตามกฎหมายของสหรัฐอเมริกาไปใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขปรับปรุงกฎหมายทั้งในเรื่องหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการรับประกัน อิเล็กทรอนิกส์และกลไกการเข้าถึงข้อมูลการรับประกัน เพื่อให้สามารถเติมเต็มช่องว่างทางกฎหมายที่ยังคงมีอยู่ และยกระดับการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลอย่างแท้จริง

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

แม้ว่ากฎหมายไทยในปัจจุบันจะมีบทบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคและการรับประกันสินค้า แต่ยังขาดการเชื่อมโยงที่ชัดเจนกับระบบการให้ข้อมูลรับประกันในยุคดิจิทัล ทั้งในด้านการเปิดเผย เงื่อนไข การเข้าถึงข้อมูลก่อนการซื้อ และช่องทางการเรียกร้องสิทธิของผู้บริโภค ซึ่งต่างจากกฎหมายสหรัฐที่มีกรอบกฎหมายชัดเจน ซึ่งการพัฒนากฎหมายเกี่ยวกับการรับประกันอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยจะช่วยส่งเสริมความคุ้มครองผู้บริโภคและเพิ่มความสะดวกสบายให้กับธุรกิจในยุคดิจิทัล เนื่องจากการรับประกันอิเล็กทรอนิกส์ข้อดีหลายประการ กล่าวคือ ผู้บริโภคไม่จำเป็นต้องเก็บเอกสารหรือใบรับประกันกระดาษอีกต่อไป อีกทั้ง การแสดงข้อมูลผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลช่วยให้ผู้บริโภคตรวจสอบข้อมูลการรับประกันได้เอง ก่อนตัดสินใจซื้อสินค้า ซึ่งมีความโปร่งใสและเชื่อถือได้ ซึ่งกฎหมาย E-Warranty 2015 ของสหรัฐอเมริกามีความชัดเจนและครอบคลุมทั้งรูปแบบและเนื้อหาของคำรับประกันสินค้า ในขณะที่พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ของไทยยังขาดรายละเอียดในหลายด้าน ดังนั้น สมควรพิจารณาพัฒนากฎหมายไทยให้รองรับการรับประกันอิเล็กทรอนิกส์และกำหนดมาตรฐานที่ชัดเจนสำหรับรายละเอียดในคำประกัน และการเข้าถึงการรับประกันอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงบทลงโทษสำหรับการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามกฎหมายในเรื่องดังกล่าว จะช่วยยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคและเพิ่มความน่าเชื่อถือในธุรกิจสินค้าและบริการ โดยเสนอกลไกในการตรากฎหมายลำดับรองเกี่ยวกับการรับประกันอิเล็กทรอนิกส์ ดังนี้

1. กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจต้องให้ข้อมูลที่ครบถ้วนและชัดเจนเกี่ยวกับเงื่อนไขการรับประกัน โดยออกกฎกระทรวงตามมาตรา 37 แห่งพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และที่แก้ไขเพิ่มเติม เพื่อกำหนดรูปแบบ เนื้อหา และช่องทางของคำรับประกันอิเล็กทรอนิกส์ เช่น การระบุ ระยะเวลา การรับประกัน ข้อยกเว้นความรับผิด วิธีการใช้สิทธิเรียกร้อง และการเข้าถึงข้อมูลการรับประกันผ่านช่องทางดิจิทัล

2. การรองรับการรับประกันอิเล็กทรอนิกส์ เพิ่มบทบัญญัติเพื่อบริการรับประกันอิเล็กทรอนิกส์ โดยกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจสามารถใช้ QR Code หรือแพลตฟอร์มดิจิทัล เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงข้อมูล



การรับประกัน ซึ่งจะก่อให้เกิดความโปร่งใสและช่วยให้ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบข้อมูลการรับประกันได้ก่อนตัดสินใจซื้อสินค้า

3. การกำหนดบทลงโทษที่ชัดเจน กำหนดบทลงโทษสำหรับผู้ประกอบธุรกิจที่ละเมิดข้อกำหนด เช่น การไม่จัดทำเอกสารรับประกันหรือการให้ข้อมูลที่ไม่โปร่งใส

4. สนับสนุนการจัดตั้งระบบกลางสำหรับการจัดการการรับประกันอิเล็กทรอนิกส์ภายใต้การกำกับของหน่วยงานกลาง เช่น สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA) หรือสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) เพื่อทำหน้าที่เป็นฐานข้อมูลกลางในการลงทะเบียนคำรับประกัน และเปิดให้ผู้บริโภคสามารถสืบค้นและตรวจสอบสิทธิของตนได้อย่างสะดวกและโปร่งใส

บรรณานุกรม

ธีรวัฒน์ จันทรมบูรณ์. (2564). คำอธิบายและสาระสำคัญของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ.

2545 (พิมพ์ครั้งที่ 3). สำนักพิมพ์นิติธรรม.

ไพฑูริย์ เอกจริยากร. (2562). ซื้อขาย แลกเปลี่ยน ให้ (พิมพ์ครั้งที่ 10). สำนักพิมพ์วิญญูชน.

พินัย ณ นคร. (2561). กฎหมายเกี่ยวกับธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ในยุคดิจิทัล. สำนักพิมพ์วิญญูชน.

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. (2567). โฆษณาใช้เป็นส่วนหนึ่งของสัญญาได้.

<https://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTER3/DRAWER088/GENERAL/DATA0003/0003344.PDF>

Federal Trade Commission. (2015). *FTC proposes rules to enforce the E-Warranty Act of 2015*. <https://casetext.com/analysis/ftc-proposes-rules-to-enforce-the-e-warranty-act-of-2015>

Federal Trade Commission. (2018). *Businessperson's guide to federal warranty law*. <https://www.ftc.gov/business-guidance/resources/businesspersons-guide-federal-warranty-law>.

Jenner & Block LLP. (2015). *E-Warranty Act brings warranty disclosures into the digital era*. <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=77d5b290-6a46-404a-942d-be684e9ba1f2>.

Kutner, W. R. (1977). Consumer product warranties under the Magnuson-Moss Warranty Act and the Uniform Commercial Code. *Cornell Law Review*, 62(4), 593-627. <https://scholarship.law.cornell.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=4117&context=clr>



- Reinhart LLP. (2015). E-Warranty Act allows manufacturers to go online with warranty disclosures. *Reinhart Law*. Retrieved January 2, 2025, from <https://www.reinhartlaw.com/news-insights/e-warranty-act-allows-manufacturers-to-go-online-with-warranty-disclosures>
- Steingold, D. M. (2023). UCC sales contracts: Warranties. *Nolo*. Retrieved December 11, 2024, from <https://www.nolo.com/legal-encyclopedia/the-ucc-sales-contract-warranties.html>