

ปัญหาการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่ประชาชนในกระบวนการยุติธรรม กรณีศึกษา
ร่างพระราชบัญญัติยกเลิกพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ. 2534

Communication problems in creating awareness among the public in the
justice process from a case study of the draft bill to repeal the Act on
Offenses Relating to the Use of Checks B.E. 2534

กาญจนากร อารยะสันติภาพ¹, คณิศร พึ่งกล่อม, จิตยา พุกษามะธานันท์, สุริสา แก้วสมชาติ
ฉัตรชัย ฉัตรชัยการ, ขวลิท วงศ์ใหญ่, ชุตยารัตน์ เด็ดขาด, ญาณกร โท้ประยูร,
ร.ต. ธนา ภัทรภาสิต, ว่าที่ พ.ต.ท. ตรีศักดิ์ เจตสุรกันต์, นราวิชญ์ ทักษนศร, วิรุยุทธ ชูสุวรรณ
Kanthayakorn Arayasantiparb, Khanit Puengklom, Jitiya Purksametanan, Surisa Keawsomchat
Chatchai Chatchaikarn, Chawowalit Wongyai, Chuttayarat Dedkad, Yannakorn Toprayoon,
Pol. Lieutenant Thana Pattarapasit, Acting Pol. Lieutenant Colonel Trisak Chetsurakarn,
Narawit Tassanasorn, Wirayut Choosuwan
Receive October 6, 2024 ; Retrieved December 27, 2024; Accepted December 29, 2024

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสื่อสารของหน่วยงานในกระบวนการยุติธรรมต่อ
ประชาชนของร่างพระราชบัญญัติการยกเลิกพรบ.ว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ. 2534 และ
นำเสนอข้อเสนอแนะเชิงนวัตกรรมการแก้ปัญหา ใช้การศึกษาเชิงคุณภาพ ที่เป็นการสังเคราะห์เอกสาร และ
การสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ อาทิเช่น ประชาชนทั่วไป ผู้ที่เคยถูกดำเนินคดีในคดีเช็ค เจ้าหน้าที่บังคับ
ใช้กฎหมาย นักกฎหมาย สื่อมวลชน และกลุ่มตัวอย่างคือ ประชาชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องจำนวน 101 คน
วิเคราะห์และนำเสนอผลแบบสถิติเชิงพรรณนา ผลการศึกษาพบว่าการสื่อสารของหน่วยงานในกระบวนการ

¹ หลักสูตรยุติธรรมระดับกลาง รุ่นที่ 19, สถาบันพัฒนาบุคลากรในกระบวนการยุติธรรม สำนักงานกิจการยุติธรรม
ประจำปี 2567

Intermediate Justice Course, Class 19, Institute for the Development of Justice Personnel, Office
of Justice Affairs 2024

Email: yannakorn1978@gmail.com



ยุติธรรมต่อประชาชนของร่างพระราชบัญญัติผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากกว่าครึ่ง ไม่ทราบ และไม่รู้ว่ร่างพระราชบัญญัติยกเลิกพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ. 2534ฯ อยู่ในขั้นตอนไหน แนวทางแก้ไขโดยใช้”นวัตกรรมการแก้ไขปัญหา” ควรมีการเพิ่มพันธกิจให้กับฝ่ายที่รับผิดชอบการประชาสัมพันธ์และสื่อสารที่ต้องมีความรู้ความสามารถทางด้าน Digital Marketing มาใช้ในการวัดผล โดยนวัตกรรมประกอบไปด้วย 1) นวัตกรรมเชิงกระบวนการหน่วยงานที่รับผิดชอบในการประชาสัมพันธ์และสื่อสาร ทั้งก่อนและหลังออกกฎหมาย ในรูปแบบที่ผู้รับสารสามารถเข้าใจได้ในทุกช่องทาง เช่น สื่ออิเล็กทรอนิกส์ โซเชียลมีเดีย ต้องมีการสร้างและส่งเสริมบุคลากรภาครัฐที่ทำหน้าที่สื่อสารข้อมูลให้มีทักษะการสื่อสารที่ดี เช่น ความรู้ Digital Marketing 2) นวัตกรรมเชิงเทคโนโลยี การประชาสัมพันธ์ของกระทรวงยุติธรรม ควรมีช่องทางในการประชาสัมพันธ์และสื่อสารก่อน-หลังออกกฎหมาย โดยสร้างแอปพลิเคชันสำหรับการถามตอบกฎหมายออนไลน์เพื่อช่วยให้ประชาชนทั่วไป เช่น AI, Chat GPT และ Machine Learning ขอความร่วมมือไปยังเครือข่ายโทรศัพท์มือถือทุกค่ายให้มีการแจ้งเตือนทุกครั้ง ซึ่งมีการกำหนดกรอบระยะเวลาและตัวชี้วัด

คำสำคัญ: การสื่อสาร, สร้างการรับรู้ให้แก่ประชาชน, กระบวนการยุติธรรม, ร่างพระราชบัญญัติยกเลิกพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ. 2534

Abstract

This research aims to study the communication of agencies in the justice process to the public of the draft bill on the repeal of the Act on Offenses Relating to Cheques B.E. 2534 and present innovative solutions to the problem. A qualitative study was conducted, which was a synthesis of documents and in-depth interviews with key informants, such as the general public, those who had been prosecuted in cheque cases, law enforcement officers, lawyers, the media, and a sample group of 101 people involved in the case. The analysis and presentation of the results were descriptive statistics. The results of the study found that more than half of the respondents did not know and did not know what stage the draft bill on the repeal of the Act on Offenses Relating to Cheques B.E. 2534 was in. The solution using “innovative solutions” should increase the missions of the department responsible for public relations and communication, which must have knowledge and skills in Digital Marketing to use in measuring results. The innovation consists of 1) process



innovation, agencies responsible for public relations and communication, both before and after the law is enacted, in a format that recipients can understand through all channels, such as electronic media, social media. There must be the creation and promotion of government personnel responsible for communicating information to have good communication skills, such as knowledge of Digital Marketing. 2) technological innovation The Ministry of Justice's public relations should have channels for public relations and communication before and after legislation is enacted by creating an application for online legal Q&A to help the general public, such as AI, Chat GPT, and Machine Learning. We request cooperation from all mobile phone networks to provide notifications every time, which have a time frame and indicators.

Keywords: Communication, public awareness, justice process, draft bill to repeal the 1991 Cheque Offenses Act

บทนำ

สืบเนื่องจากปัญหา “ประชาชนขาดความรู้ความเข้าใจด้านกฎหมายและกระบวนการยุติธรรม” คณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ 13 ตุลาคม 2558 เห็นชอบกับนโยบายเร่งด่วน ตามแผนแม่บทการบริหารงานยุติธรรมแห่งชาติ ฉบับที่ 2 ได้แก่ นโยบายเร่งด่วนที่ 1 การเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจกฎหมายและกระบวนการยุติธรรมแก่ประชาชน โดยให้มีการพัฒนารูปแบบ วิธีการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ความรู้ทางกฎหมายและกระบวนการยุติธรรมให้มีประสิทธิภาพ และเหมาะสมกับแต่ละกลุ่มเป้าหมาย ประกอบกับในประเทศไทยมีกฎหมายเป็นจำนวนมาก ทั้งกฎหมายที่มีอยู่เดิม กฎหมายที่มีการปรับปรุงแก้ไข และกฎหมายใหม่ ซึ่งประชาชนไม่สามารถแยกแยะเพื่อศึกษาให้เกิดการรับรู้ ไม่ทราบแหล่งเพื่อการศึกษาค้นคว้า นอกจากนี้ภาษาในตัวบทกฎหมายเป็นภาษาที่ยากแก่การตีความและสร้างความเข้าใจ หน่วยงานที่ออกกฎหมายหรือเป็นผู้ถือกฎหมายมิได้ดำเนินการเพื่อเผยแพร่กฎหมายสู่ประชาชนหรือดำเนินการแล้วแต่ยังไม่สามารถเข้าถึงประชาชนได้อย่างทั่วถึงและเพียงพอ รวมทั้งกฎหมายที่มีการเผยแพร่ยังไม่ได้รับการปรับปรุงแบบให้ง่ายและเป็นที่จดจำของประชาชน นอกจากนั้นหน่วยงานที่มีการเผยแพร่สร้างการรับรู้ด้านกฎหมายดำเนินการด้วยวิธีการหรือช่องทางที่เห็นว่าเหมาะสมโดยไม่มีระเบียบแบบแผนและวิธีการที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละประเภท รวมทั้งไม่มีการประเมินผลว่าสามารถสร้างการรับรู้ได้เพียงใด อีกทั้งหน่วยงานภาคีมวลชนมี



บทบาทในการเผยแพร่ความรู้ทางกฎหมายแก่ประชาชนได้มากกว่าหน่วยงานภาครัฐ แต่พบว่าสื่อมวลชนเองยังขาดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง และยังไม่มีการกำหนดนโยบายหรือแนวทางการปฏิบัติให้แก่สื่อมวลชน อีกทั้งประชาชนไม่สนใจที่จะรับรู้กฎหมายแต่จะสนใจเฉพาะเมื่อตนถูกผลกระทบ ประชาชนบางกลุ่มสามารถชวนขอความช่วยเหลือหรือหาที่ปรึกษาได้เอง ในขณะที่ประชาชนบางกลุ่มไม่สามารถทำได้ และยังไม่มีการบูรณาการด้านการเผยแพร่กฎหมายระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ (Senate, (2024) Online

นอกจากนี้ การประกาศใช้กฎหมายไม่สอดคล้องกับบริบทการพัฒนาประเทศ และการนำกฎหมายไปปฏิบัติยังขาดประสิทธิภาพและความโปร่งใส ทำให้เกิดปัญหาในการดำเนินงานของภาครัฐและภาคส่วนอื่นที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งปัญหากระบวนการยุติธรรมของประเทศที่ขาดความโปร่งใส อันเกิดจากหน่วยงานในกระบวนการยุติธรรมที่ยังไม่สามารถดำเนินการอย่างสอดคล้องกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ขาดความเป็นธรรมและเลือกปฏิบัติ อันสามารถสะท้อนได้จากดัชนีนิติธรรม จัดทำโดย World Justice Project (WJP) ของประเทศไทยในปี พ.ศ.2560 ซึ่งมีคะแนนเฉลี่ย 0.5 และลำดับที่ 71 จาก 133 ประเทศ(<https://www.oja.go.th/>: Online)

ด้วยเหตุผลดังกล่าวมาแล้วข้างต้น คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาปัญหาการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่ประชาชนในกระบวนการยุติธรรม โดยใช้กรณีศึกษาจากร่างพระราชบัญญัติยกเลิกพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ. 2534 ซึ่งเดิมพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ. 2534 มีวัตถุประสงค์หลักในการส่งเสริมการใช้เช็คในการทำธุรกรรม โดยมีการกำหนดโทษให้เป็นโทษทางอาญาสำหรับผู้ซึ่งไม่สามารถชำระเงินตามเช็คได้ อันเป็นการนำโทษทางอาญามาใช้บังคับกับการผิดนัดทางแพ่ง ซึ่งไม่สอดคล้องกับมาตรา 77 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ที่กำหนดให้พึงกำหนดโทษอาญาเฉพาะความผิดร้ายแรง และไม่สอดคล้องกับข้อ 11 ของกติการะหว่างประเทศว่าด้วยสิทธิพลเมืองและสิทธิทางการเมืองที่กำหนดว่าบุคคลจะถูกจำคุกเพียงเพราะว่าไม่สามารถปฏิบัติตามภาระหนี้ตามสัญญาไม่ได้ (Arunpoonthap K. (2024) โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการเสนอร่างพระราชบัญญัติยกเลิก ฯ ดังกล่าว ได้มีกระบวนการศึกษาข้อมูลทั้งในและต่างประเทศ เพื่อประกอบการยกร่างกฎหมาย และจัดให้มีการรับฟังความคิดเห็นจากผู้เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนทั่วไป ซึ่งมีข้อเสนอแนะในสาระสำคัญว่า เมื่อมีการยกเลิกกฎหมายแล้วหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรที่จะมีการจัดหามาตรการอื่นมาทดแทน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกรณีผู้ออกเช็คมีเจตนาทุจริต เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้รับเช็คและเพื่อเป็นหลักประกันการชำระหนี้ระหว่างเจ้าหนี้และลูกหนี้ อย่างไรก็ตามปัจจุบันร่างพระราชบัญญัติยกเลิก ฯ ดังกล่าวยังไม่มีผลบังคับใช้ทำให้ประชาชนยังมีความกังวลว่า การที่ผู้กระทำความผิดจะไม่ต้องรับโทษทางอาญาอีกต่อไปจะทำให้เกิดการทุจริตและการออกเช็คโดยไม่สุจริตมากขึ้น การทวงหนี้ทำได้ยากขึ้น อาจทำให้เจ้าหนี้สูญเสียทรัพย์สินได้ และอาจทำให้เกิดความไม่มั่นใจ



ในการทำธุรกรรมทางการเงิน อีกทั้งร่างพระราชบัญญัติยกเลิก ฯ ดังกล่าวยังทำให้ประชาชนเกิดความหลงผิดคิดว่าพระราชบัญญัติยกเลิกพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ. 2534 มีผลใช้บังคับแล้ว จากกรณีศึกษาดังกล่าวจะเห็นได้ว่า ภาครัฐได้ตระหนักถึงผลกระทบจากการยกเลิกพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ. 2534 อย่างรอบด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านงบประมาณ และด้านกฎหมาย โดยพยายามหามาตรการรองรับเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับประเทศชาติและประชาชน แต่เพราะเหตุใดประชาชนยังคงมีความกังวลในเรื่องดังกล่าว

การศึกษาวิจัยนี้จึงมีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาปัญหาการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่ประชาชนในกระบวนการยุติธรรม โดยเล็งผลให้เกิดการสรรสร้างนวัตกรรมสำหรับการสื่อสารในกระบวนการยุติธรรมให้มีความเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น อันจะก่อให้เกิดการสร้างการรับรู้และความเข้าใจในข้อมูลข่าวสารทางด้านกระบวนการยุติธรรมระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนทั้งในช่วงก่อนและหลังการประกาศบังคับใช้กฎหมาย การสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้ต้องมีประสิทธิภาพสูงที่สุดและนำไปสู่ การเลื่อนลำดับดัชนีนิติธรรม จาก World Justice Project (WJP)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการวิเคราะห์ลักษณะสภาพปัญหาของสถานการณ์การสื่อสารในกระบวนการยุติธรรมในยุคสมัยปัจจุบัน จากกรณีศึกษาร่างพระราชบัญญัติยกเลิกพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ. 2534
2. เพื่อนำเสนอ นวัตกรรมแนวทางการสื่อสารในกระบวนการยุติธรรม สำหรับพัฒนาต่อยอดเป็นแนวปฏิบัติด้านการสื่อสารของหน่วยงานต่างๆ ภายในกระบวนการยุติธรรม

ขอบเขตการวิจัย

ในการศึกษารั้งนี้มีการทบทวนวรรณกรรม ปัญหาของสถานการณ์การสื่อสารในกระบวนการยุติธรรมในยุคสมัยปัจจุบัน ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับร่างพระราชบัญญัติยกเลิกพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ. 2534 การสื่อสารในกระบวนการยุติธรรม สำหรับพัฒนาต่อยอดเป็นแนวปฏิบัติด้านการสื่อสารของหน่วยงานต่างๆ ภายในกระบวนการยุติธรรม



การทบทวนวรรณกรรม และแนวคิด

ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับร่างพระราชบัญญัติยกเลิกพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ. 2534

พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ. 2534 มีวัตถุประสงค์หลักในการส่งเสริมการใช้เช็คในการทำธุรกรรม และกำหนดให้การใช้เช็คที่ไม่ชอบด้วยกฎหมาย หรือในลักษณะที่เป็นการหลอกลวง เป็นการกระทำความผิดทางอาญา ทั้งนี้มีการกำหนดความผิดสำหรับการใช้เช็คที่ไม่ชอบด้วยกฎหมายในลักษณะที่เป็นการหลอกลวง ต้องระวางโทษปรับไม่เกิน 6,000 บาท หรือจำคุกไม่เกิน 1 ปี หรือทั้งจำทั้งปรับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับมาตรา 77 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ที่กำหนดหลักการให้พึงกำหนดโทษทางอาญาเฉพาะความผิดร้ายแรง และไม่สอดคล้องกับกติการะหว่างประเทศว่าด้วยสิทธิพลเมืองและสิทธิทางการเมืองข้อ 11 ที่กำหนดให้บุคคลจะถูกจำคุกเพียงเพราะเหตุว่าไม่สามารถปฏิบัติตามสัญญาไม่ได้ ประกอบกับปัจจุบันระบบการชำระเงินของประเทศได้มีการพัฒนาเครื่องมือที่หลากหลาย เช่น บัตรเครดิต บัตรเดบิต และระบบโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้กันอย่างแพร่หลายแล้ว กระทรวงยุติธรรมจึงเสนอยกเลิกกฎหมายฉบับดังกล่าว โดยให้มีผลใช้บังคับเมื่อพ้นกำหนด 120 วันนับแต่วันประกาศใช้ในราชกิจจานุเบกษา เป็นต้นไป กระทรวงการคลัง เตรียมยกเลิกโทษอาญาคดีเช็คเดิม ทำผิดต้องติดประวัติเครดิตบูโร วันที่ 28 มิถุนายน 2567 นายจุลพันธ์ อมรวิวัฒน์ รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงการคลัง เปิดเผยว่า กระทรวงการคลัง กำลังเตรียมหารือบริษัทข้อมูลเครดิตแห่งชาติ จำกัด หรือเครดิตบูโร เรื่องของ พ.ร.บ.ว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็คซึ่งขณะนี้ยังอยู่ในขั้นตอนพิจารณา โดยจะกำหนดให้เอาโทษทางอาญาออก หากมีการใช้เช็คแล้วไม่สามารถขึ้นเงินได้ หรือเช็คเดิม จะต้องมียุติในเครดิตบูโรด้วย เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจในการใช้เช็ค “เราต้องการสร้างความมั่นใจในการใช้เช็ค ให้สามารถมีธุรกรรมได้ ดังนั้น ตอนนี้เราได้เข้าไปดูเรื่อง พ.ร.บ. เช็คที่กำลังอยู่ในการพิจารณาของสภา โดยกำหนดให้เอาโทษทางอาญาออก เพื่อให้เป็นไปตามแนวทางของทั่วโลก โดยจะคุยกับเครดิตบูโรว่าต่อจากนี้หากใช้เช็คแล้วเช็คเดิมต้องเข้าเครดิตบูโรด้วย โดยเกณฑ์และระยะเวลา อาจจะแตกต่างจากการติดเครดิตบูโรปกติ(Bangkok Business,(online)

เมื่อศึกษาหลักการและเหตุผลในการตราพระราชบัญญัติของร่างพระราชบัญญัติยกเลิกพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ. 2534 สามารถหลักการและเหตุผลได้ตามตารางด้านล่าง



ตารางที่ 1 หลักการและเหตุผลร่างพระราชบัญญัติยกเลิกพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ.2534

กำหนด บทเฉพาะกาล	บรรดาคดีที่ฟ้องตามพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ. 2534 1) พระราชบัญญัติฉบับนี้ไม่มีผลกระทบต่อบรรดาคดีที่ฟ้องตามพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ. 2534 เฉพาะในส่วนที่ปรากฏในรายงานการพิจารณาของศาลว่าคู่กรณีตกลงยินยอมให้อีกฝ่ายหนึ่งผ่อนชำระเงินได้ และหากในวันที่พระราชบัญญัติฉบับนี้ใช้บังคับการผ่อนชำระยังไม่ครบถ้วน ให้ถือว่าความตกลงดังกล่าวเป็นสัญญาประนีประนอมยอมความ และหากลูกหนี้ผิดนัดชำระหนี้ตามสัญญาดังกล่าว เจ้าหนี้มีสิทธิขอให้ศาลออกคำสั่งบังคับตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่งโดยไม่ต้องฟ้องเป็นคดีใหม่ (ร่างมาตรา 4) 2) กรณีโจทก์รวมฟ้องคดีแพ่งเรียกเงินตามเช็คต่อศาลที่พิจารณาคดีอาญาถ้าศาลยังมิได้มีคำพิพากษา ให้ศาลสั่งจำหน่ายส่วนที่เป็นคดีอาญา และยังคงมีอำนาจพิจารณาและพิพากษาคดีในส่วนแพ่งต่อไป (ร่างมาตรา 5) ผลต่อผู้ต้องคำพิพากษาให้จำคุก/ผู้ถูกคุมประพฤติดูอยู่ระหว่างพักการลงโทษ 1) ให้กรมราชทัณฑ์มีอำนาจปล่อยตัวผู้ต้องคำพิพากษาให้จำคุกโดยเร็วและทันทีภายในวันที่พระราชบัญญัตินี้มีผลใช้บังคับ โดยไม่ต้องให้ศาลออกหมายปล่อย แล้วแจ้งให้ศาลทราบ(ร่างมาตรา 6 วรรคหนึ่ง) 2) ให้ผู้ถูกคุมประพฤติดูอยู่ระหว่างพักการลงโทษอันเนื่องมาจากการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ.2534 พ้นจากการคุมประพฤติดูอยู่หรือพ้นจากการพักการลงโทษโดยทันทีตั้งแต่วันที่พระราชบัญญัตินี้มีผลใช้บังคับ และให้เป็นหน้าที่ของผู้ออกคำสั่งที่จะเพิกถอนคำสั่งดังกล่าวโดยเร็ว (ร่างมาตรา 6) 3) กรณีผู้กระทำความผิดและรับโทษจำคุกในความผิดตามพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ.2534 และตามกฎหมายอื่นหลายกรรมต่างกัน ให้โทษที่รับไปแล้วเป็นโทษสำหรับการกระทำความผิดตามกฎหมายอื่น แต่ถ้าได้รับโทษไปแล้วเท่ากับหรือเกินโทษสำหรับความผิดตามกฎหมายอื่นแล้ว ให้ปล่อยตัวผู้นั้นทันที(ร่างมาตรา 7) ผู้รักษาการตามกฎหมาย ให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงยุติธรรมเป็นผู้รักษาการตามพระราชบัญญัติฉบับนี้ (ร่างมาตรา 8)
---------------------	--

ที่มา จาก <https://qr.senate.go.th/sh/f/?k=RA7HP> ; ออนไลน์)



การบังคับใช้โทษทางอาญากับความผิดอันเกิดจากการใช้เช็คตามพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ. 2534 ยังมีข้อพิจารณาถึงความเหมาะสมในการลงโทษที่ขาดความยืดหยุ่น อีกทั้งยังเป็นเครื่องมือของเจ้าหน้าที่ในการบังคับลูกหนี้ให้ชำระหนี้ซึ่งอาจไม่สอดคล้องกับเจตนารมณ์ของกฎหมาย และไม่สอดคล้องกับสภาพการณ์ในปัจจุบัน รวมทั้งบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย มาตรา 77 และพันธกรณีระหว่างประเทศ โดยเฉพาะข้อ 11 ของกติการะหว่างประเทศว่าด้วยสิทธิพลเมืองและสิทธิทางการเมือง ซึ่งเป็นสิทธิและเสรีภาพเด็ดขาดที่รัฐภาคีไม่สามารถเลี่ยงพันธกรณีได้ จึงมีความเห็นทางวิชาการว่าสมควรยกเลิกพระราชบัญญัติดังกล่าว ทั้งนี้ เพื่อการลดต้นทุนภาระค่าใช้จ่ายของรัฐที่ต้องจ่ายสำหรับการดำเนินคดีอาญาในเรื่องทางแพ่ง และเพื่อให้สอดคล้องกับกติกาสากลระหว่างประเทศว่าด้วยสิทธิพลเมืองและสิทธิทางการเมือง อย่างไรก็ตาม เมื่อได้มีการยกเลิกพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ. 2534 แล้ว เห็นสมควรกำหนดมาตรการเพื่อทดแทนการบัญญัติความรับผิดทางอาญาที่ถูกยกเลิกไป โดยพบว่าในต่างประเทศได้มีการใช้มาตรการอื่นแทนการลงโทษในทางอาญา เช่น ระบบการประกันเช็ค ระบบฐานข้อมูลลูกค้าสถาบันการเงิน และการห้ามประกอบอาชีพ ซึ่งมาตรการหรือแนวทางต่าง ๆ ดังกล่าวจะช่วยสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ประกอบการที่ได้รับเช็คอันจะส่งผลต่อความน่าเชื่อถือในการใช้เช็คและเศรษฐกิจของประเทศได้ต่อไป

แนวคิดทฤษฎีการสื่อสาร

การสื่อสาร คือกระบวนการส่งและรับข้อมูลข่าวสารจากบุคคลหนึ่งเรียกว่าผู้ส่งสารไปยังอีกบุคคลหนึ่งเรียกว่าผู้รับสาร ผ่านช่องทางใดช่องทางหนึ่งเพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันมีลักษณะเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องไปไม่มีที่สิ้นสุดในปัจจุบันการติดต่อสื่อสารขององค์กรประกอบด้วย 2 กลุ่มใหญ่ๆคือการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรและการติดต่อสื่อสารภายนอก โดยการสื่อสารภายในองค์กรสามารถแบ่งออกเป็น 4 รูปแบบคือ

- 1) การติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง (Downward Communication) ซึ่งเป็นการติดต่อจากผู้บังคับบัญชาไปยังผู้ใต้บังคับบัญชา
- 2) การติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Upward Communication) เป็นการสื่อสารจากบุคลากรไปยังผู้บริหาร เช่นการขอคำแนะนำการรายงานผลการปฏิบัติงานให้ผู้บริหารได้ทราบ
- 3) การสื่อสารในแนวนอน (Later หรือHorizontal Communication) เป็นการสื่อสารในแนวทางเดียวกันกลุ่มงานเดียวกันหรือในระดับเดียวกันจะมีความเป็นมิตร เป็นกันเอง

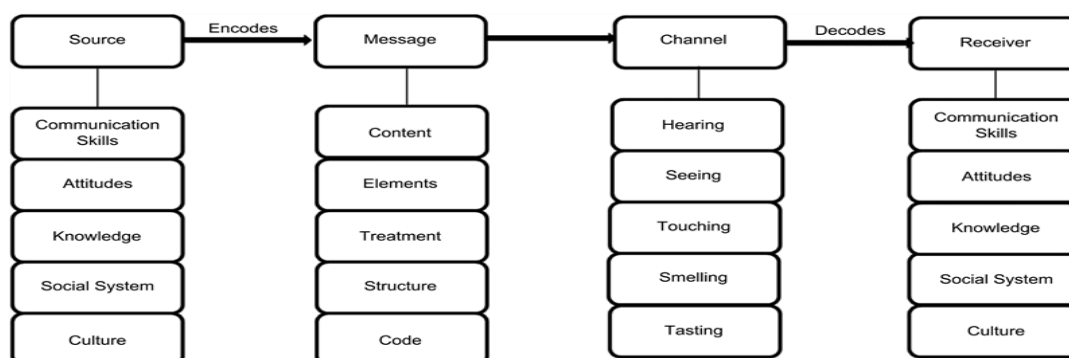


4) การติดต่อสื่อสารในแนวทแยง (Diagonal Communication) มักเป็นการสื่อสารข้ามแผนก และข้ามระดับโดยปกติมักจะเป็นการสื่อสารของฝ่ายให้คำแนะนำ (Staff) กับฝ่ายปฏิบัติการ (Line) (Kaewmanee W.& Porananon. D.(2024).

Berlo (1977) ได้พัฒนาทฤษฎีที่ผู้ส่งจะส่งสารอย่างไร และผู้รับจะรับแปลความหมาย และมีการโต้ตอบกับสารนั้นอย่างไร ทฤษฎี SMCR ประกอบด้วย 1) ผู้ส่ง(Source) การเข้ารหัส(Encode)” 2) ข้อมูลข่าวสาร (Message) เกี่ยวข้องด้านเนื้อหา สัญลักษณ์และวิธีการส่งข่าวสาร 3) ช่องทางในการส่ง(Channel) หมายถึงการที่จะส่งข่าวสารโดยการให้ผู้รับได้รับข่าวสาร ข้อมูลโดยผ่านประสาทสัมผัสทั้ง5 4) ผู้รับ(Receiver) ต้องเป็นผู้มีทักษะความชำนาญในการสื่อสารโดยมีความสามารถในการ “การถอดรหัส(Decode)” การสื่อสารนั้นได้ผลตามลักษณะของทฤษฎี SMCR นี้โดยปัจจัยที่มีความสำคัญต่อขีดความสามารถของผู้ส่งและรับที่จะทำการสื่อสารความหมายนั้นได้ผลสำเร็จหรือไม่เพียงใด (Berlo, D. K., 1977)ได้แก่

- (1) ทักษะในการสื่อสาร (Communication Skills) หมายถึงทักษะซึ่งทั้งผู้ส่งและผู้รับควรจะมี ความชำนาญในการส่งและการรับสาร เพื่อให้เกิดความเข้าใจกันได้อย่างถูกต้อง
- (2) ทศนคติ(Attitudes) เป็นทัศนคติของผู้ส่งและผู้รับซึ่งมีผลต่อการสื่อสาร ถ้าผู้ส่งและผู้รับมีทัศนคติที่ดีต่อกันจะทำให้การสื่อสารได้ผลดี
- (3) ระดับความรู้(Knowledge Levels) ถ้าผู้ส่งและผู้รับมีระดับความรู้เท่าเทียมกันก็จะทำให้การสื่อสารนั้นลุล่วงไปด้วยดีแต่ถ้าหากความรู้ของผู้ส่งและผู้รับมีระดับที่แตกต่างกันย่อมจะต้องมีการปรับปรุงความยากง่ายของข้อมูล
- (4) ระบบสังคมและวัฒนธรรม (Socio - culture Systems) ระบบสังคมและวัฒนธรรมในแต่ละชาติ เป็นสิ่งที่มีส่วนกำหนดพฤติกรรมของประชาชนในประเทศนั้นๆ ซึ่งเกี่ยวข้องไปถึงขนบธรรมเนียมประเพณีที่ยึดถือปฏิบัติสังคมและวัฒนธรรมในแต่ละชาติ

รูปแบบจำลอง S M C R Model ทฤษฎีทางการศึกษา เบอร์โล (Berlo) เป็นผู้คิดค้นกระบวนการของการติดต่อสื่อสารไว้ในลักษณะรูปแบบจำลอง S M C R Model ที่มา Berlo's SMCR Model (1960). ซึ่งประกอบด้วย



ภาพที่ 1 รูปแบบจำลอง S M C R Model



การสื่อสารการเผยแพร่กฎหมายเพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่ประชาชนและหน่วยงานของรัฐโดย คณะอนุกรรมการกำหนดนโยบายขับเคลื่อนและสร้างการรับรู้ด้านกฎหมายได้ดำเนินการศึกษาวิเคราะห์ สาเหตุของปัญหาการที่ประชาชนขาดความรู้ความเข้าใจด้านกฎหมายและกระบวนการยุติธรรมด้วยการ รวบรวมข้อมูลทางวิชาการจากการศึกษาวิจัยการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อการวิเคราะห์ปัญหาและได้จัดทำ แนวทางการเผยแพร่กฎหมายเพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่ประชาชนและหน่วยงานภาครัฐมีสาระสำคัญ ดังนี้ เมื่อ กฎหมายฉบับใดมีการประกาศในราชกิจจานุเบกษาแล้ว หน่วยงานที่เป็นผู้เสนอให้มีหรือปรับปรุงกฎหมาย จะต้องจัดทำแบบตรวจสอบการเผยแพร่กฎหมายเพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่ประชาชนและหน่วยงานของรัฐแล้ว รายงานผลการดำเนินการดังกล่าวให้แก่สำนักงานกิจการยุติธรรม ในฐานะศูนย์ข้อมูลเผยแพร่กฎหมาย ซึ่งมีการแบ่งการดำเนินการเผยแพร่กฎหมายออกเป็น 2 ระยะ ได้แก่

ระยะที่ 1 ให้แต่ละหน่วยงานดำเนินการเผยแพร่กฎหมายของกระทรวงตนเองหรือกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ในการปฏิบัติงาน และ

ระยะที่ 2 ให้แต่ละหน่วยงานดำเนินการเผยแพร่กฎหมายอื่น ๆ ตามที่เห็นสมควร โดยมีการกำหนด แผนปฏิบัติการเผยแพร่กฎหมายเพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่ประชาชนและหน่วยงานภาครัฐ แบ่งออกเป็น 3 แผน ประกอบด้วย

แผนปฏิบัติการที่ 1 การเผยแพร่กฎหมายใหม่และที่แก้ไขเพิ่มเติม และกฎหมายที่ประชาชนควรรู้

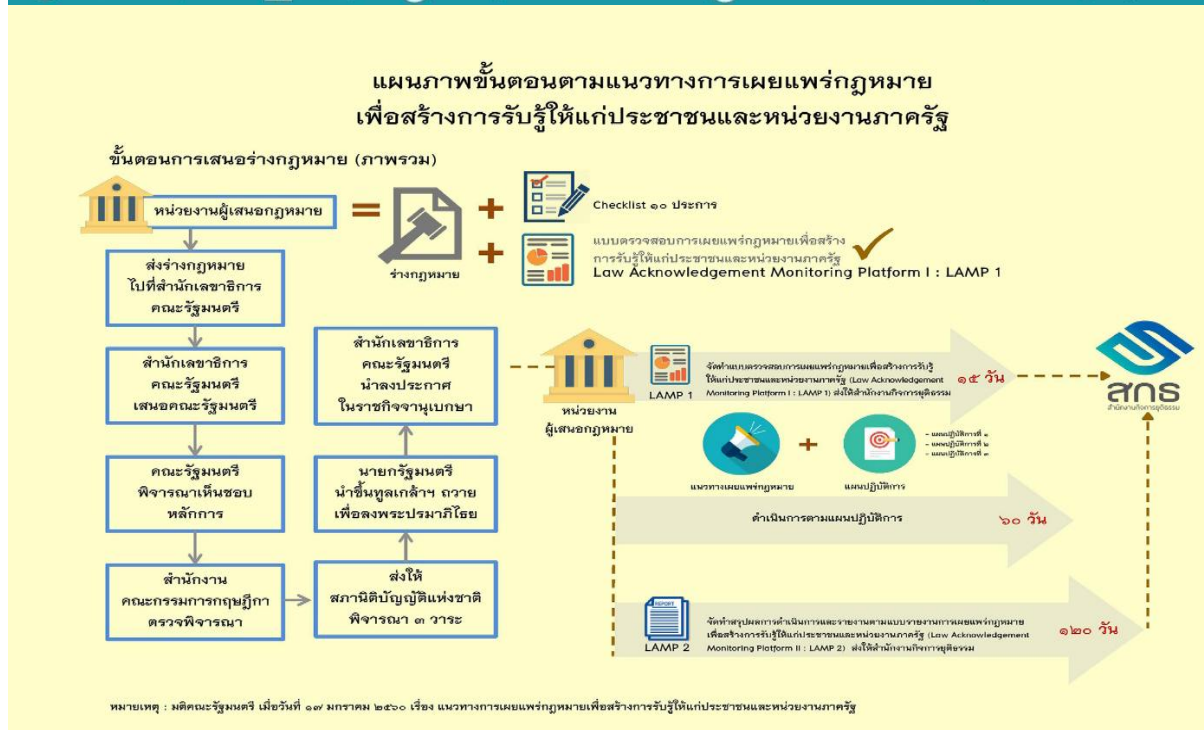
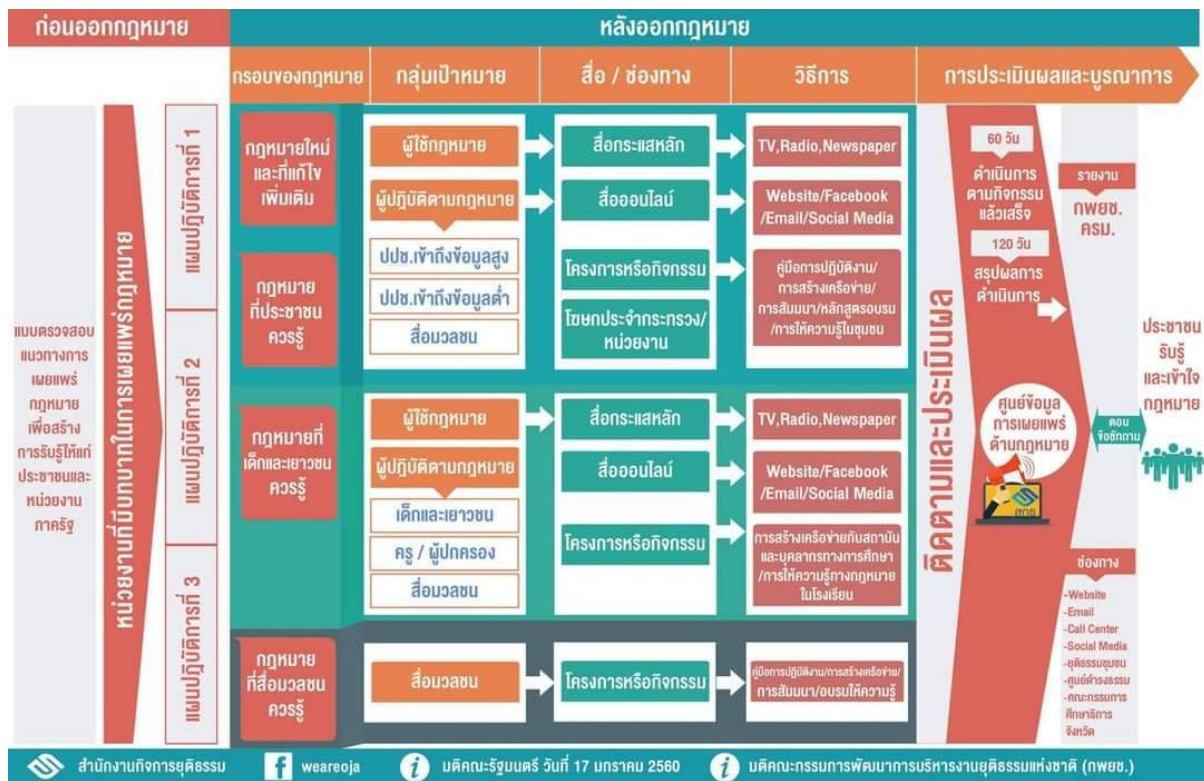
แผนปฏิบัติการที่ 2 การเผยแพร่กฎหมายที่เด็กและเยาวชนควรรู้ และ

แผนปฏิบัติการที่ 3 การเผยแพร่กฎหมายที่สื่อมวลชนควรรู้

โดยให้หน่วยงานที่มีบทบาทในการเผยแพร่กฎหมาย ทั้งหน่วยงานผู้เสนอกฎหมาย หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กับการบังคับใช้กฎหมาย หน่วยงานผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการเผยแพร่กฎหมายหน่วยงานที่เป็นภาคีเครือข่ายที่ สนับสนุนการใช้กฎหมาย และสื่อมวลชนเป็นผู้เผยแพร่ความรู้ทางกฎหมายแก่ประชาชนต่อไป ซึ่งทั้ง 3 แผนปฏิบัติการข้างต้นนั้น เป็นเพียงแผนปฏิบัติการต้นแบบที่หน่วยงานสามารถนำไปเป็นแนวทางในการ ปฏิบัติงานได้โดยคณะอนุกรรมการกำหนดนโยบายขับเคลื่อนและสร้างการรับรู้ด้านกฎหมายได้ร่วมกัน พิจารณาและกำหนดแผนปฏิบัติการขึ้นมา ซึ่งเห็นว่าจะมีความเหมาะสม ครอบคลุมไปยังการปฏิบัติงานของ หน่วยงานที่สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางได้ ซึ่งการจัดทำแผนปฏิบัติการ การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย สื่อ/ ช่องทาง วิธีการ และการประเมินผล ประกอบกับคณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบตามแนวทางและแผนปฏิบัติ การข้างต้นแล้ว ดังนั้น หากหน่วยงานยังไม่ได้มีการกำหนดแผนปฏิบัติการที่จะใช้ในการเผยแพร่กฎหมาย หรือ มีแผนปฏิบัติการที่จะใช้ในการเผยแพร่กฎหมายของหน่วยงานอยู่แล้วและเห็นว่าจะมีความสอดคล้อง หรือ



สามารถปรับเข้ากับแผนปฏิบัติการต้นแบบข้างต้นได้ หน่วยงานสามารถดำเนินการตามแผนปฏิบัติการนั้นๆ ในการเผยแพร่กฎหมายได้เช่นกัน



ภาพที่ 2 แนวทางการเผยแพร่กฎหมายเพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่ประชาชน และหน่วยงานภาครัฐ
ที่มา สำนักงานกิจการยุติธรรม (Office of Justice Affairs, (2024).

แบบตรวจสอบการเผยแพร่กฎหมายเพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่ประชาชนและหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานของรัฐที่เสนอให้มีหรือปรับปรุงกฎหมายต้องดำเนินการจัดทำแบบตรวจสอบแนวทางการเผยแพร่กฎหมายเพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่ประชาชนและหน่วยงานภาครัฐ โดยบรรจุเป็นส่วนหนึ่งของการเสนอหรือปรับปรุงร่างกฎหมายก่อนเสนอคณะรัฐมนตรี และเมื่อกฎหมายนั้นๆ ได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษาแล้วให้หน่วยงานของรัฐที่เสนอให้มีหรือปรับปรุงกฎหมาย จัดส่งแบบตรวจสอบแนวทางการเผยแพร่กฎหมายดังกล่าวให้สำนักงานกิจการยุติธรรม เพื่อให้ทราบแนวทางการดำเนินการเมื่อกฎหมายมีผลบังคับใช้แล้วนั้น หน่วยงานของรัฐที่เสนอให้มีหรือปรับปรุงกฎหมายมีแนวทางหรือมีแผนปฏิบัติการในการเผยแพร่กฎหมายอย่างไร และต้องดำเนินการตามแผนปฏิบัติการเผยแพร่กฎหมายนั้น ภายใน 60 วัน นับแต่วันที่กฎหมายนั้นๆ ได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา พร้อมทั้งให้หน่วยงานของรัฐที่เสนอให้มีหรือปรับปรุงกฎหมายรวบรวมและสรุปผลการดำเนินการเผยแพร่กฎหมาย และรายงานผลการดำเนินการในภาพรวมตาม "แบบรายงานการเผยแพร่กฎหมายเพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่ประชาชนและหน่วยงานภาครัฐ จัดส่งให้สำนักงานกิจการยุติธรรม ภายใน 120 วัน นับแต่วันที่กฎหมายนั้นๆ ได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เพื่อติดตามประเมินผลการดำเนินการตามแนวทางการเผยแพร่กฎหมายเพื่อสร้างการรับรู้ของแต่ละหน่วยงานต่อไป ทั้งนี้ เพื่อให้การดำเนินงานตามแนวทางการเผยแพร่กฎหมายเพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่ประชาชนและหน่วยงานภาครัฐเป็นไปในทิศทางเดียวกัน สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพเกิดประสิทธิผล ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อกฎหมายและกระบวนการยุติธรรม สำนักงานกิจการยุติธรรมในฐานะฝ่ายเลขานุการคณะกรรมการพัฒนาการบริหารงานยุติธรรมแห่งชาติ จึงได้จัดทำคู่มือแนวทางการเผยแพร่กฎหมายเพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่ประชาชนและหน่วยงานภาครัฐขึ้น เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติตามแนวทางทางการเผยแพร่กฎหมายเพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่ประชาชนและหน่วยงานภาครัฐต่อไป

โดยในขั้นตอนก่อนออกกฎหมาย หน่วยงานของรัฐที่จะเสนอให้มีการตรากฎหมายขึ้นใหม่หรือแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายที่ใช้บังคับอยู่ในปัจจุบัน เพื่อให้คณะรัฐมนตรีพิจารณาจะต้องจัดทำเป็นร่างกฎหมายและดำเนินการตรวจสอบความจำเป็นในการตรากฎหมายประกอบร่างกฎหมายทุกครั้ง ปราบกฎหมายคู่มือการตรวจสอบความจำเป็นในการตรากฎหมาย และระเบียบว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการเสนอเรื่องต่อคณะรัฐมนตรี พ.ศ.2548 ที่กำหนดให้หน่วยงานของรัฐต้องจัดทำคำชี้แจงตามหลักเกณฑ์การตรวจสอบความจำเป็นในการตราพระราชบัญญัติ (Checklist 10 ประการ) ซึ่งประกอบด้วยหลักเกณฑ์รวม 10 ประการ ได้แก่ วัตถุประสงค์และเป้าหมายของภารกิจ ใครควรเป็นผู้ทำภารกิจ ความจำเป็นในการตรากฎหมาย ความซ้ำซ้อนของกฎหมาย ภาระต่อบุคคลและความคุ้มค่า ความพร้อมของรัฐ หน่วยงานที่รับผิดชอบ วิธีการทำงานและการตรวจสอบอำนาจในการตราอนุบัญญัติ และการรับฟังความคิดเห็น โดยให้จัดทำเป็นเอกสารประกอบร่างกฎหมายที่เสนอต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อเป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาอนุมัติในหลักการของร่างกฎหมายนั้น



ทั้งนี้ ในขั้นตอนของการเสนอร่างกฎหมายหน่วยงานของรัฐที่เป็นผู้เสนอให้มีการตรากฎหมายหรือแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมาย นอกจากจะต้องดำเนินการตรวจสอบความจำเป็นในการตรากฎหมาย แล้วนั้น ยังต้องดำเนินการจัดทำแบบตรวจสอบแนวทางการเผยแพร่กฎหมายเพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่ประชาชนและหน่วยงานภาครัฐ (Law Acknowledgement Monitoring Platform I : LAMP 1) (แบบรายงานการเผยแพร่กฎหมายเพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่ประชาชนและหน่วยงานภาครัฐ (Law Acknowledgement Monitoring Platform II : LAMP) ควบคู่กันไปด้วยในการเสนอร่างกฎหมาย โดยบรรจุเป็นส่วนหนึ่งของการเสนอหรือปรับปรุงร่างกฎหมายก่อนเสนอต่อคณะรัฐมนตรี ซึ่งยังพบว่าตัว LAMP 1 ที่มี Checklist 10 ประการนั้นยังไม่เป็นการบ่งบอกถึงตัวชี้วัดของการรับรู้ให้แก่ประชาชนในกระบวนการยุติธรรมควรมีการปรับปรุงโดยการเพิ่มเกณฑ์ชี้วัด เช่น สื่อออนไลน์ ประเภท(1) Website (2) Facebook (3) E-mail (4) Twitter (อื่นๆ) เช่น Instagram, Line, TikTok ซึ่งจะต้องนำหลักการของ Digital Marketing มาใช้ในการวัดผล ซึ่งไม่ปรากฏ LAMP 1 และ LAMP 2 หลักปฏิบัติข้อนี้เป็นสิ่งนักการตลาดหรือแม้แต่ธุรกิจทั้งหลายต่างให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะมันจะชี้ให้เห็นถึงการพัฒนาของธุรกิจ หรือแม้แต่การวัดประสิทธิภาพของแคมเปญต่างๆ ไปจนถึงกลยุทธ์ทางการตลาดเช่นกัน ซึ่งหลักๆ แล้ว ในกระบวนการวัดผลของ Digital Marketing นั้นสามารถแบ่งออกมาหลักๆ ได้แก่ Reach / Impressions / View ทั้ง 3 ข้อนี้ก็มีความหมายที่แตกต่างกันโดยสิ้นเชิง แต่ก็มีมีความคล้ายกันจนทำให้ใครต่อใครเกิดความเข้าใจผิดและอาจทำให้การวัดผลไม่ได้มีความถูกต้องเท่าที่ควร ซึ่งอาจส่งผลเสียต่อกระบวนการทางการตลาดโดยทั้ง 3 ข้อนี้ถือว่าเป็นพื้นฐานของการทำ Digital Marketing เลยก็ได้ ซึ่งความจริงแล้วยังคงมีอีกหลายปัจจัยในการวัดผลของคอนเทนต์หรือแคมเปญต่างๆ อีกทั้งตัวเลขเหล่านี้ก็เชื่อว่าจะเป็นข้อมูลที่สามารถวัดผลได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ยังคงมีสูตรการคำนวณต่างๆ ที่สามารถวัดผลข้อมูลเหล่านี้ได้ตามความต้องการของผู้ที่มีข้อมูล เช่น การวัดผลรายวัน, วันผลรายอาทิตย์, หรือแม้แต่การวัดผลแบบ Real Time ก็สามารถทำได้เช่นกัน ขึ้นอยู่กับวิธีการใช้ Data (Guntit Horthong, (2020) Online) อย่างไร ซึ่ง LAMP 1 ที่มี Checklist เกณฑ์ชี้วัด เช่น สื่อออนไลน์ ควรนำ Digital Marketing มาใช้ในการชี้วัด เป็นต้น

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ใช้การศึกษาแบบผสม Mix Methods โดยการประยุกต์วิจัย การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

การวิจัยเชิงคุณภาพโดยวิธีการวิจัยรูปแบบการทบทวนเอกสาร (Document Research) จากแหล่งข้อมูลทั้งในภาคส่วนราชการและเอกชน ได้แก่ รายงานการวิจัย งานวิจัย บทความวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศหนังสือและคู่มือแนวทางการเผยแพร่กฎหมาย ฯ และเอกสารข่าวที่ออกโดยหน่วยงานราชการและเอกชน จำนวน 5 แหล่งข่าว คณะผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 10 ประกอบไปด้วย ตามตารางที่ 2



ตารางที่ 2 แสดงผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 10 คน

ชื่อ ย่อ	ตำแหน่ง
1.A.	ทนายความ
2.B.	ทนายความ
3.C.	อัยการจังหวัดประจำสำนักงานอัยการสูงสุด จังหวัดมหาสารคาม
4.D.	อดีตอัยการจังหวัดนครนายก
5.E	อดีตจำเลยคดีใช้ค
6.F.	อดีตจำเลยคดีใช้ค
7.G	อาจารย์ หลักสูตรนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
8.H	ข้าราชการเกษียณ คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
9.I	เจ้าของบริษัท ในเครือ ส.สุนันทาฟาร์ม
10.J	ประกอบธุรกิจแผงขายไก่สด

การวิเคราะห์และสรุปผลในการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เอกสารและสกัดเฉพาะสาระสำคัญที่เกี่ยวข้อง (Content Analysis)และนำมาประมวลสรุปพร้อมทั้งนำผลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก นำเสนอในลักษณะข้อความตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย ในประเด็นเกี่ยวข้องกับและตรวจสอบยืนยันเป็นผลสรุปการวิจัยในช่วงสุดท้าย นำเสนอผลแบบเชิงพรรณนา นอกจากนี้คณะผู้วิจัยยังใช้การศึกษาการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งใช้เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Closed-End Questionnaire) google Form มีข้อความจำนวน 7 ข้อคำถามกลุ่มตัวอย่าง ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชาชนในกรุงเทพและปริมณฑล ประกอบไปด้วยสาขาอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ พนักงานของรัฐ รับจ้างเอกชน การวิเคราะห์และสรุปผลใช้วิธีการวิเคราะห์เอกสารโดยการสกัดเฉพาะสาระสำคัญและข้อมูลสถิติที่เกี่ยวข้อง นำเสนอในลักษณะของการเปรียบเทียบข้อมูลที่เผยแพร่กับทฤษฎีของการเผยแพร่สื่อ ในส่วนการวิเคราะห์และสรุปผลในการวิจัยเชิงปริมาณเป็นการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) นำเสนอผลโดยใช้ค่าสถิติร้อยละ ในการศึกษาครั้งนี้ยังมีการรวมผลการศึกษาจากทั้งสองส่วนเพื่อนำเสนอแนะนวัตกรรมเพื่อเป็นแนวทางการแก้ไขปัญหาให้การเผยแพร่และการสื่อสารในกระบวนการยุติธรรม

ผลการวิจัย

1.วิเคราะห์ลักษณะสภาพปัญหาของสถานการณ์การสื่อสารในกระบวนการยุติธรรมในยุคสมัยปัจจุบัน จากกรณีศึกษาร่างพระราชบัญญัติยกเลิกพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ. 2534 พบว่า



ตารางที่ 3 แนวทางการสื่อสารที่มีอยู่ในปัจจุบัน

S-SENDER	M-Message	C-CHANNEL	R-RECEIVER
ผู้ส่งสาร	สารที่จะให้ผู้รับ	ช่องทางการสื่อสาร	ผู้รับสาร
สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา(Office of the Secretary-General of the Senate (2024))	สภาพปัญหาเกี่ยวกับพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ. 2534 มาตรการทางกฎหมายเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในการใช้เช็คของต่างประเทศ	senate.go.th/view/38 6/รายละเอียดข่าว/ThaiLaw/150/TH-TH#_ednref1	ประชาชนทั่วไป/ผู้ที่เคยถูกดำเนินคดีในคดีเช็ค/เจ้าหน้าที่บังคับใช้กฎหมาย/นักกฎหมาย/สื่อมวลชน/องค์กรภาคประชาสังคม/ภาคธุรกิจ
สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร	หลักการ เหตุผล และมติรับหลักการร่างพระราชบัญญัติยกเลิกพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ. 2534	สรุปข่าวรัฐสภา	ประชาชนทั่วไป/ผู้ที่เคยถูกดำเนินคดีในคดีเช็ค/เจ้าหน้าที่บังคับใช้กฎหมาย/นักกฎหมาย/สื่อมวลชน/องค์กรภาคประชาสังคม/ภาคธุรกิจ
กระทรวงยุติธรรม	ร่างพระราชบัญญัติยกเลิกพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็คพ.ศ. 2534		ประชาชนทั่วไป/ผู้ที่เคยถูกดำเนินคดีในคดีเช็ค/เจ้าหน้าที่บังคับใช้กฎหมาย/นักกฎหมาย/สื่อมวลชน/องค์กรภาคประชาสังคม/ภาคธุรกิจ
สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี	ร่างพระราชบัญญัติยกเลิกพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็คพ.ศ. 2534	หนังสือราชการ	หน่วยงานภาครัฐ ที่เกี่ยวข้อง
สื่อสารมวลชน	เป็นการวิเคราะห์โดยทีมข่าวและกองบรรณาธิการ	ทุกPlatform และช่องทางของสื่อ เช่น สื่อออนไลน์ ประเภท (1) Website	ประชาชนหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง



ตารางที่ 3 แนวทางการสื่อสารที่มีอยู่ในปัจจุบัน (ต่อ)

S-SENDER	M-Message	C-CHANNEL	R-RECEIVER
ผู้ส่งสาร	สารที่จะให้ผู้รับ	ช่องทางการสื่อสาร	ผู้รับสาร
		(2) Facebook	
		(3) E-mail	
		(4) Twitter (อื่นๆ) เช่น	
		Instagram, Line,	
		TikTok	

จากการสำรวจพบว่า การสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้ทางกฎหมายในปัจจุบัน เน้นการสื่อสารภายหลังจากที่กฎหมายออกมาแล้ว โดยไม่มีการสื่อสารให้แก่ประชาชนทราบก่อนออกกฎหมาย ซึ่งทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ต้องการทราบความคืบหน้า และสาระสำคัญของกฎหมายเกิดความกังวล และเกิดปัญหาการหาข้อมูล/ตีความข้อมูลผิดพลาดและอาจทราบข้อมูลคลาดเคลื่อนหากไม่มีการควบคุมในบางครั้งที่การบรรยายข่าววิเคราะห์สถานะของกฎหมายยังไม่ใช้บทสรุปของกฎหมายที่อาจให้ประชาชนหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเข้าใจคลาดเคลื่อน นวัตกรรมสื่อสารกฎหมายสู่ภาคประชาชน และภาคธุรกิจ การสื่อสารองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในระยะก่อน ระหว่าง และหลังการออกกฎหมาย ช่องทางกลางในการสื่อสารกับประชาชนในลักษณะภาพรวม และมีการประชาสัมพันธ์ให้ทราบว่าจะเข้าถึงได้อย่างไร รูปแบบในการสื่อสารที่เป็นรูปแบบเดียวกัน /น่าเชื่อถือ/เข้าใจง่ายใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการเข้าถึงที่รวดเร็ว

จะเห็นได้ว่า หน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการส่งสารก่อนออกกฎหมาย ได้แก่ สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร กระทรวงยุติธรรม สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี และสื่อสารมวลชน ไม่มีความเชี่ยวชาญในการประชาสัมพันธ์และสื่อสารกับประชาชน ทำให้ไม่ตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายได้อย่างครบถ้วน และส่งผลต่อความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างภาครัฐและประชาชน เนื่องจากร่างพระราชบัญญัติยกเลิกพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ. 2534 มีกลุ่มเป้าหมายหลายกลุ่ม ได้แก่ ประชาชนทั่วไป ผู้ที่เคยถูกดำเนินคดีในคดีเช็ค เจ้าหน้าที่บังคับใช้กฎหมาย นักกฎหมาย สื่อมวลชน องค์กรภาคประชาสังคม และภาคธุรกิจ เช่น การกำหนดบทเฉพาะกาลที่รองรับกรณีกฎหมายมีผลบังคับใช้แล้ว เช่น วิธีการคำนวณโทษจำคุกในกรณีที่ผู้ต้องโทษจำคุกตามกฎหมายนี้และกฎหมายอื่น เรื่องการรองรับอำนาจศาลที่อยู่ระหว่างการพิจารณาคดีให้พิจารณาคดีพิพากษาในส่วนของแพ่งต่อไป หลังจากมีการส่งจ่ายคดีในส่วนคดีอาญาออกไปแล้ว การเร่งรัดให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องปล่อยตัวผู้ต้องโทษจำคุกในความผิดตามกฎหมายนี้



และอยู่ระหว่างคุมประพฤติและพักโทษโดยเร็ว เรื่องการรองรับสิทธิและหน้าที่ของเจ้าหน้าที่และลูกหนี้ที่ได้ตกลงผ่อนชำระตามเช็ค ไม่ได้มีการสื่อสารหรืออธิบายให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้ทราบรายละเอียดในแต่ละประเด็นที่ชัดเจนว่าตนมีสิทธิและหน้าที่อย่างไร หากกฎหมายฉบับนี้มีผลบังคับใช้ เพื่อ feedback ให้กับรัฐบาลทราบและหาแนวทางในการแก้ไขอย่างเหมาะสมกับสถานการณ์ต่อไป

นอกจากนั้น จากการสำรวจข้อมูลของประชาชนจำนวน ๑๐๑ คน พบว่า ร้อยละ 52.50 ไม่ทราบร่างพระราชบัญญัติยกเลิกพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ. 2534 มีการยกเลิกกฎหมายอาญา ร้อยละ 48.50 การเข้าถึงร่างพระราชบัญญัติยกเลิกพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ. 2534 จากสื่อสิ่งพิมพ์/ออนไลน์ ร้อยละ 48.50 และเว็บไซต์ของหน่วยงานในกระทรวงยุติธรรม ร้อยละ 28.70 ประชาชนไม่ทราบว่าหน่วยงานใดในกระทรวงยุติธรรมรับผิดชอบเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ การปรับปรุง แก้ไข ยกเลิกกฎหมาย ร้อยละ 62.40 ประชาชนทราบว่าหน่วยงานใดในกระทรวงยุติธรรมรับผิดชอบเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ การปรับปรุง แก้ไข ยกเลิกกฎหมายร้อยละ 23.80 และประชาชนไม่แน่ใจว่าหน่วยงานใดในกระทรวงยุติธรรมรับผิดชอบเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ การปรับปรุง แก้ไข ยกเลิกกฎหมาย ร้อยละ 13.90 จึงเป็นที่ยืนยันได้ว่าการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่ประชาชนในกระบวนการยุติธรรม จากกรณีศึกษาร่างพระราชบัญญัติยกเลิกพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ. 2534 ยังไม่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริง บ่งบอกว่าหากไม่ใช่บุคคลที่เกี่ยวข้องกับกฎหมาย เช่น นักกฎหมาย ทนายความ อัยการ ผู้พิพากษา ฯลฯ จะไม่สามารถทราบสถานะการเข้าถึงร่างพระราชบัญญัติยกเลิกพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ. 2534 และเจตนารมณ์ของกฎหมายเลย

ในทิศทางเดียวกันผู้ให้ข้อมูลสำคัญประกอบไปด้วย ทนายความ A,B อัยการจังหวัด C,D อาจารย์นิติศาสตร์,G ข้าราชการเกษียณ คณะนิติศาสตร์ และเจ้าของบริษัท H, ได้ระบุตรงกันว่าทราบถึงร่าง และการเข้าถึงร่างพระราชบัญญัติยกเลิกพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ. ๒๕๓๔ จากสื่อสิ่งพิมพ์/ออนไลน์ ส่วนใหญ่ไม่ได้เข้าไปดูในเว็บไซต์ของหน่วยงานในกระทรวงยุติธรรม และทราบว่าหน่วยงานใดในกระทรวงยุติธรรมรับผิดชอบเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ เพราะส่วนใหญ่อยู่ในอาชีพนักกฎหมาย และต้องเกี่ยวข้องทางด้านกฎหมาย

ส่วนอดีตจำเลยคดีเช็คE,F และผู้ประกอบการธุรกิจ I, ระบุว่าไม่ทราบถึงร่าง และการเข้าถึงร่างพระราชบัญญัติยกเลิกพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ. 2534 ส่วนใหญ่ไม่ได้เข้าไปดูในเว็บไซต์ของหน่วยงานในกระทรวงยุติธรรม และไม่ทราบว่าหน่วยงานใดในกระทรวงยุติธรรมรับผิดชอบเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ เพราะไม่สามารถเข้าถึงได้โดยง่ายอีกทั้ง การประชาสัมพันธ์การเผยแพร่ยังการ



สื่อสารในกระบวนการยุติธรรมยังไม่สามารถเข้าถึงได้ จะต้องตั้งใจค้นหาจริง ๆ ส่วนใหญ่จะเป็นข้อมูลที่ถูกเผยแพร่จากสื่อมวลชน และเป็นการวิเคราะห์ข่าว แต่ไม่ทราบถึงสถานะของกฎหมายว่าประกาศแล้วหรือไม่ หรือในช่วงขั้นตอนใด

สรุปการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่ประชาชนในกระบวนการยุติธรรม จากกรณีศึกษาร่างพระราชบัญญัติยกเลิกพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ. 2534 ยังไม่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริงบ่งบอกว่าหากไม่ใช่บุคคลที่เกี่ยวข้องกับกฎหมาย เช่น นักกฎหมาย ทนายความ อัยการ ผู้พิพากษา ฯลฯ จะไม่สามารถทราบสถานะการเข้าถึงร่างพระราชบัญญัติยกเลิกพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ. 2534 และเจตนารมณ์ของกฎหมายเลย ผลจากการศึกษาโดยใช้แบบสอบถามยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่ทราบ ไม่รู้ถึงการสื่อสารสอดคล้องกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์ที่มีทิศทางไปในแนวทางเดียวกันยกเว้นกลุ่ม ทนายความ หรือบุคคลที่อยู่หน่วยงานในกระทรวงยุติธรรม ที่ทราบ

2. นวัตกรรมแนวทางการสื่อสารในกระบวนการยุติธรรม สำหรับพัฒนาต่อยอดเป็นแนวปฏิบัติด้านการสื่อสารของหน่วยงานต่างๆ ภายในกระบวนการยุติธรรม พบว่า

1. นวัตกรรมการแก้ไขปัญหา

จากการวิเคราะห์ปัญหาการสื่อสารจากข้อมูลจากการสำรวจและข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ยังพบอุปสรรคในการสื่อสารในกระบวนการยุติธรรมจากหน่วยงานของกระทรวงยุติธรรมที่ไม่ครอบคลุมไม่ทั่วถึงนับเป็นค่าเฉลี่ยเพียง 52.50 ที่ไม่ทราบร่างพระราชบัญญัติยกเลิกพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ. 2534 และประชาชนไม่ทราบว่าหน่วยงานใดในกระทรวงยุติธรรมรับผิดชอบเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ การปรับปรุง แก้ไข ยกเลิกกฎหมาย ร้อยละ 62.40 ฉะนั้นการสร้างการรับรู้ให้แก่ประชาชนในกระบวนการยุติธรรม กรณีศึกษาร่างพระราชบัญญัติยกเลิกพระราชบัญญัติฯ ดังกล่าวนี้นี้ ควรมีการเพิ่มพันธกิจ (Mission) ให้กับฝ่ายที่รับผิดชอบการประชาสัมพันธ์และสื่อสารที่ต้องมีความรู้ความสามารถทางด้าน Digital Marketing มาใช้ในการวัดผล คณะผู้วิจัยจึงขอเสนอนวัตกรรมในการแก้ไขปัญหา เชิงกระบวนการและเชิงเทคโนโลยี

(1) **เชิงกระบวนการ** โดยต้องมีหน่วยงานที่รับผิดชอบในการประชาสัมพันธ์และสื่อสารก่อนออกกฎหมาย ควรเริ่มต้นจากการวิเคราะห์ผู้รับสารซึ่งอาจเป็นผู้ได้รับผลกระทบจากการออกกฎหมาย เป็นขั้นตอนแรกของกระบวนการสื่อสาร จากนั้นผู้ส่งสารควรมีการแปลงสารที่ได้รับจากผู้ส่งสารให้เป็นรูปแบบที่สามารถเข้าใจได้ โดยใช้ภาษาและรูปแบบที่ผู้รับสารสามารถเข้าใจได้ง่าย และส่งสารที่ได้รับการแปลงในรูปแบบที่ผู้รับ



สารสามารถเข้าใจได้ไปยังผู้รับสารในทุกช่องทาง เช่น สื่ออิเล็กทรอนิกส์ โซเชียลมีเดีย **นำองค์ความรู้ทางด้าน Digital Marketing เป็นต้นที่เน้นในการค้นหา(search engine) ที่มีการช่องทางดังกล่าวนี้มีการใช้มาก** ที่สุดมากกว่าช่องทางอื่นๆ จะทำให้ผู้รับสารได้รับสารที่เหมาะสมกับความต้องการและความเข้าใจของตนเอง **คณะผู้วิจัยเห็นว่าควรมีปรับรูปแบบหรือวิธีการทำงานของหน่วยงานที่รับผิดชอบในการสื่อสารเพื่อสร้างความ** ไว้วางใจและความเชื่อมั่นของประชาชน โดยสร้างและส่งเสริมบุคลากรภาครัฐที่ทำหน้าที่สื่อสารข้อมูลให้มี **ทักษะการสื่อสารที่ดี เช่น ความรู้ทางด้าน Digital Marketing สามารถสื่อสารได้ชัดเจน กระชับ และเข้าใจ** ง่าย ทั้งการสื่อสารด้วยวาจาและการเขียน สามารถรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากประชาชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อให้เข้าใจและตอบสนองได้อย่างเหมาะสม สามารถเขียนข้อมูลและข่าวสารอย่างชัดเจน เข้าใจง่าย และถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ สามารถวิเคราะห์ข้อมูลและตีความผลการวิเคราะห์เพื่อสื่อสารข้อมูลที่ถูกต้องและมีประโยชน์ต่อประชาชน สามารถจัดการและสื่อสารในสถานการณ์วิกฤตได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ประชาชนได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและทันเวลา มีความรู้และความสามารถในการใช้เทคโนโลยีและสื่อดิจิทัล เช่น เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย และเครื่องมือการสื่อสารอื่น ๆ สามารถสร้างและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีระหว่าง ภาครัฐและประชาชน สามารถวิเคราะห์ปัญหาและหาแนวทางการแก้ไขอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการ ฝึกอบรมเพิ่มสมรรถนะทักษะการทำงานที่มีความเชี่ยวชาญทางด้าน Digital Marketing การทำงานเป็น ทีม ทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างราบรื่น เพื่อให้การสื่อสารเป็นไปในทิศทางเดียวกัน อีกทั้งต้อง **รับคนที่มีความ** เชี่ยวชาญทางด้าน Digital Marketing คนผลิตคอนเทนต์ ทั้ง Blogger หรือ Vlogger รวมถึงผู้ใช้ Social Media ในยุคสมัยที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิตมนุษย์ทุกคน และ **บูรณาและสร้างเครือข่ายกับ** องค์กรต่างๆ และสื่อมวลชน เพื่อช่วยในการเผยแพร่ข้อมูลและข่าวสาร รวมทั้งมีความเข้าใจในบริบททาง วัฒนธรรมและสังคม มีความเข้าใจในวัฒนธรรมและสังคมของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้การสื่อสารมีความ เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

(2) **เชิงเทคโนโลยี** เนื่องจากในขณะทำการศึกษา ทางคณะทำงานได้พยายามค้นหาข้อมูลในทาง ดิจิทัลแล้วพบว่าข้อมูลที่มีการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงยุติธรรมค้นพบได้ยาก ดังนั้น จึงเห็นว่าควรจะต้องมี ช่องทางในการประชาสัมพันธ์และสื่อสารก่อนออกกฎหมาย โดย **สร้างแอปพลิเคชันสำหรับการถามตอบ** กฎหมายออนไลน์เพื่อช่วยให้ประชาชนทั่วไปที่อาจได้รับผลกระทบสามารถปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญด้าน กฎหมายได้ผ่านวิดีโอคอลหรือแชทบแบบเรียลไทม์ **สร้างแพลตฟอร์มที่สามารถสื่อสารกับประชาชนผ่าน** ระบบออนไลน์ การใช้ AI, Chat GPT และ Machine Learning ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางกฎหมาย หรือการให้คำแนะนำด้านกฎหมายเบื้องต้น การใช้ E-discovery ช่วยในการค้นหาและวิเคราะห์ข้อมูลที่ จำเป็นจากฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งให้มีการใช้ Chatbots ในการตอบคำถามเบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมาย



หรือการให้ข้อมูลทั่วไปด้านกฎหมายแก่ประชาชน เพื่อเป็นการลดภาระงานและช่วยให้ประชาชนได้รับข้อมูลที่
ต้องการอย่างรวดเร็ว หรือขอความร่วมมือไปยังเครือข่ายโทรศัพท์มือถือทุกค่าย ให้มีการแจ้งเตือนทุกครั้ง
ที่มีการผลักดันร่างกฎหมาย การผ่านร่างกฎหมาย การประกาศใช้กฎหมาย ที่สามารถเข้าถึงโดยทันทีจาก
ข้อมูลผู้ใช้3 ค่าไตรมาสแรกรวม 93.52 ล้านเลขหมาย (Bangkok Business,(online) โดยนวัตกรรมเหล่านี้
เป็นเพียงส่วนหนึ่งที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน และคาดว่าจะมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองต่อความ
ต้องการที่เปลี่ยนแปลงในอนาคต ที่หน้าที่ดังกล่าวนี้ควรเป็นหน้าที่ของเชี่ยวชาญทางด้าน Digital
Marketing คนผลิตคอนเทนต์ ทั้ง Blogger หรือ Vlogger การสื่อสารทุกระยะ อย่างไรก็ตาม บุคคลากร
ควรต้องมีความรู้และความสามารถในการบริหารจัดการ ดูแลระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับการ
จัดทำช่องทางการสื่อสารดังกล่าว

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุป

ผู้ตอบแบบสอบถามมากกว่าครึ่ง ไม่ทราบ และไม่รู้ว่าร่างพระราชบัญญัติยกเลิกพระราชบัญญัติว่า
ด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ. 2534 มีการยกเลิกกฎหมายอาญา และอยู่ในขั้นตอนไหน แนว
ทางแก้ไขโดยใช้”นวัตกรรมการแก้ไขปัญหา” ควรมีการเพิ่มพันธกิจ(Mission) ให้กับฝ่ายที่รับผิดชอบการ
ประชาสัมพันธ์และสื่อสารที่ต้องมีความรู้ความสามารถทางด้าน Digital Marketing มาใช้ในการวัดผล โดย
นวัตกรรมประกอบไปด้วย

1) นวัตกรรมเชิงกระบวนการหน่วยงานที่รับผิดชอบในการประชาสัมพันธ์และสื่อสาร ทั้งก่อนและ
หลังออกกฎหมาย ในรูปแบบที่ผู้รับสารสามารถเข้าใจได้ในทุกช่องทาง เช่น สื่ออิเล็กทรอนิกส์ โซเชียลมีเดีย
ต้องมีการสร้างและส่งเสริมบุคลากรภาครัฐที่ทำหน้าที่สื่อสารข้อมูลให้มีทักษะการสื่อสารที่ดี เช่น ความรู้
Digital Marketing

2) นวัตกรรมเชิงเทคโนโลยี การประชาสัมพันธ์ของกระทรวงยุติธรรม ควรมีช่องทางในการ
ประชาสัมพันธ์และสื่อสารก่อน-หลังออกกฎหมาย โดยสร้างแอปพลิเคชันสำหรับการถามตอบกฎหมาย
ออนไลน์เพื่อช่วยให้ประชาชนทั่วไป เช่น AI, Chat GPT และ Machine Learning ขอความร่วมมือไปยัง
เครือข่ายโทรศัพท์มือถือทุกค่ายให้มีการแจ้งเตือนทุกครั้ง ซึ่งมีการกำหนดกรอบระยะเวลา และตัวชี้วัด

อภิปรายผล

1.วิเคราะห์ลักษณะสภาพปัญหาของสถานการณ์การสื่อสารในกระบวนการยุติธรรมในยุคสมัย
ปัจจุบัน จากกรณีศึกษาร่างพระราชบัญญัติยกเลิกพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ.
2534 พบว่าหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการส่งสารก่อนออกกฎหมาย ได้แก่ สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา
สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร กระทรวงยุติธรรม สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี และสื่อสารมวลชน



ไม่มีความเชี่ยวชาญในด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารกับประชาชน ทำให้ไม่ตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายได้อย่างครบถ้วน และส่งผลต่อความสัมพันธ์ที่ระหว่างภาครัฐและประชาชน รายละเอียดในแต่ละประเด็นที่ชัดเจนว่าตนมีสิทธิและหน้าที่อย่างไร หากกฎหมายฉบับนี้มีผลบังคับใช้ เพื่อ feedback ให้กับรัฐบาลทราบ และหาแนวทางในการแก้ไขอย่างเหมาะสมกับสถานการณ์ต่อไป ข้อมูลจากการสำรวจตามภาพด้านล่างผลของการสื่อสารยังมีปัญหาที่ต้องแก้ไขในหลายส่วนคือการสื่อสารยังไม่สามารถทำให้ประชาชนได้รับข้อมูลอย่างครบถ้วน และครอบคลุมในทุกมิติ ต้องปรับปรุงกระบวนการสื่อสารใหม่และต้องให้มีอาชีพเข้ามามีบทบาทในการขับเคลื่อนโดยใช้องค์ความรู้ทางด้าน Digital Marketing สอดคล้องกับ Nuanyaisawan, K. et al.(2023). ที่ระบุว่าตลาดดิจิทัลและการใช้เทคโนโลยีรวมถึงสื่อออนไลน์ เนื่องจากการตลาดดิจิทัลมีการพัฒนาอย่างก้าวกระโดดเพื่อตอบสนองผู้บริโภคยุคใหม่ที่มีความต้องการสินค้าและบริการที่สร้างสรรค์เพื่อตอบโจทย์ลูกค้า โดยการใช้อินเทอร์เน็ตในยุคตลาดดิจิทัล เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย แอปพลิเคชัน ไปจนถึงแพลตฟอร์มต่าง ๆ ซึ่งการตลาดต้องเปลี่ยนแปลงตามพฤติกรรมผู้บริโภค “Digital Marketing” (การตลาดดิจิทัล) ซึ่ง Ilic et al., (2014)ระบุว่าในปัจจุบันกลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมายสำคัญในการทำกำไรให้กับผู้ประกอบการนั้นจะมีพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าและบริการ รวมถึงการแสวงหาสื่อที่เปลี่ยนแปลงไปโดยนิยมซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้นเนื่องจากความสะดวกสบาย และการเข้าถึงโลกภายนอกด้วยเพียงปลายนิ้วสัมผัส พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ผู้ประกอบการหรือองค์กรธุรกิจที่ไม่ปรับตัวให้เข้ากับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไปก็จะเลือนหายไปตามกาลเวลา โดยสิ่งสำคัญในปัจจุบัน คือ การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีการสื่อสารในรูปแบบใหม่ ๆ

2.นวัตกรรมแนวทางการสื่อสารในกระบวนการยุติธรรม สำหรับพัฒนาต่อยอดเป็นแนวปฏิบัติด้านการสื่อสารของหน่วยงานต่างๆ ภายในกระบวนการยุติธรรม พบว่า

2.1. นวัตกรรมแก้ไขปัญหการเพิ่มพันธกิจ(Mission)ให้กับฝ่ายที่รับผิดชอบการประชาสัมพันธ์และสื่อสารที่ต้องมีความรู้ความสามารถทางด้าน Digital Marketing มาใช้ในการวัดผล คณะผู้วิจัยจึงขอเสนอนวัตกรรมในการแก้ไขปัญหา เชิงกระบวนการและเชิงเทคโนโลยี

(1)เชิงกระบวนการ โดยต้องมีหน่วยงานที่รับผิดชอบในการประชาสัมพันธ์และสื่อสารก่อนและหลังออกกฎหมาย ส่งสารที่ได้รับการแปลงในรูปแบบที่ผู้รับสารสามารถเข้าใจได้ไปยังผู้รับสารในทุกช่องทาง เช่น สื่ออิเล็กทรอนิกส์ โซเชียลมีเดีย นำองค์ความรู้ทางด้าน Digital Marketing บุคลากรภาครัฐที่ทำหน้าที่สื่อสารข้อมูลให้มีทักษะการสื่อสารที่ดี เช่น ความรู้ทางด้าน Digital Marketing ฝึกอบรมเพิ่มสมรรถนะทักษะการทำงานที่มีความเชี่ยวชาญทางด้าน Digital Marketing การทำงานเป็นทีม รวมทั้งมีความเข้าใจในบริบททางวัฒนธรรมและสังคม มีความเข้าใจในวัฒนธรรมและสังคมของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้การสื่อสารมีความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ในทิศทางเดียวกัน Goolsbee & Klenow, (2018) ระบุว่า การใช้และการเข้าถึง



เทคโนโลยีที่มากขึ้นหรือการใช้การตลาดดิจิทัลนอกจากจะทำให้เกิดการแข่งขันในตลาดที่สูงขึ้นแล้วยังส่งผลถึงความคาดหวังของผู้บริโภคที่จะได้รับจากสินค้าและบริการที่เพิ่มสูงขึ้นด้วย

(2)เชิงเทคโนโลยี โดยสร้างแอปพลิเคชันสำหรับการถามตอบกฎหมายออนไลน์เพื่อช่วยให้ประชาชนทั่วไปที่อาจได้รับผลกระทบสามารถปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมายได้ผ่านวิดีโอคอลหรือแชทบแบบเรียลไทม์ สร้างแพลตฟอร์มที่สามารถสื่อสารกับประชาชนผ่านระบบออนไลน์ การใช้ AI, Chat GPT และ Machine Learning ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางกฎหมาย หรือการให้คำแนะนำด้านกฎหมายเบื้องต้น การใช้ E-discovery ช่วยในการค้นหาและวิเคราะห์ข้อมูลที่จำเป็นจากฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งให้มีการใช้ Chatbots ในการตอบคำถามเบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมาย หรือการให้ข้อมูลทั่วไปด้านกฎหมายแก่ประชาชน สอดคล้องกับ Ashish et al., (2018) ระบุว่า การนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการจัดการข้อมูลเกี่ยวกับตัวลูกค้า (Artificial Intelligence : AI) และ (Internet of Things : IoT) เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางให้ลูกค้าสามารถซื้อและรับบริการผ่าน ออนไลน์ เพื่อสามารถทำให้เข้าถึงข้อมูลและพฤติกรรมลูกค้าได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.กระทรวงยุติธรรม ควรมีการเพิ่มพันธกิจ (Mission) ให้กับฝ่ายที่รับผิดชอบการประชาสัมพันธ์และสื่อสารที่ต้องมีความรู้ความสามารถทางด้าน Digital Marketing เพื่อปรับเปลี่ยนทิศทางการสื่อสารในกระบวนการยุติธรรม สำหรับพัฒนาต่อยอดเป็นแนวปฏิบัติด้านการสื่อสารของหน่วยงานต่างๆ ภายในกระบวนการยุติธรรมให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2.บุคลากรประชาสัมพันธ์ของทุกหน่วยงานที่สังกัดกระทรวงยุติธรรม ควรมีการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความเข้าใจทางด้าน Digital Marketing ที่จะต้องทราบ ได้แก่ Reach / Impressions / View เพื่อปรับเปลี่ยนทิศทางการสื่อสารในกระบวนการยุติธรรม

3.เพิ่มบุคลากรประชาสัมพันธ์ของทุกหน่วยงานที่สังกัดกระทรวงยุติธรรมที่มีความรู้ความเข้าใจทางด้าน Digital Marketing ที่มีความชำนาญ Reach / Impressions / View เพื่อผลิตคอนเทนต์ ทั้ง Blogger หรือ Vlogger ที่เน้นในการค้นหา(search engine) เพื่อสร้างแพลตฟอร์มที่สามารถสื่อสารกับประชาชนผ่านระบบออนไลน์ การใช้ AI, Chat GPT และ Machine Learning ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางกฎหมาย หรือการให้คำแนะนำด้านกฎหมายเบื้องต้น การใช้ E-discovery ช่วยในการค้นหาและวิเคราะห์ข้อมูลที่จำเป็นจากฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งให้มีการใช้ Chatbots

4.แนวทางการเผยแพร่กฎหมายเพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่ประชาชน และหน่วยงานภาครัฐ ของสำนักงานกิจการยุติธรรมในส่วนการประเมินผลมีการกำหนดกรอบระยะเวลา และขาดตัวชี้วัด ควรมีการกำหนดเกณฑ์ในการชี้วัดเพื่อให้การเผยแพร่นั้นมีประสิทธิภาพมากขึ้น



ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1.ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้การศึกษาแบบผสม Mix Methods โดยการประยุกต์วิจัย การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) แต่กรอบระยะเวลาในการศึกษาจำกัด ควรมีระยะเวลาในการศึกษามากกว่านี้

2.ในการศึกษาค้นคว้านี้มีการวิเคราะห์ลักษณะสภาพปัญหาของสถานการณ์การสื่อสารในกระบวนการยุติธรรมในยุคสมัยปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ Digital Marketing ควรมีการศึกษาเพื่อสร้างแพลตฟอร์มที่สามารถสื่อสารกับประชาชนผ่านระบบออนไลน์ การใช้ AI, Chat GPT และ Machine Learning การให้คำแนะนำด้านกฎหมายเบื้องต้น การใช้ E-discovery ที่เหมาะสมและตอบสนองต่อความต้องการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับหน่วยงานที่สังกัดกระทรวงยุติธรรม และประชาชน

3.หน่วยงานที่สังกัดกระทรวงยุติธรรมควรศึกษาความต้องการรูปแบบการรับรู้อยู่ในกระบวนการยุติธรรมที่มีต่อประชาชนเพื่อค้นหารูปแบบที่ประชาชนต้องการมากที่สุด หรือเข้าถึงประชาชนได้มากที่สุด ที่เหมาะสมกับสถานการณ์ในยุคปัจจุบัน

เอกสารอ้างอิง

- กรุงเทพธุรกิจ, เปิดสถิติเบอร์มือถือ 3 ค่ายไตรมาสแรกรวม 93.52 ล้านเลขหมาย, 16 พ.ค. 2564 จาก <https://www.bangkokbiznews.com/business/938282> สืบค้นเมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม 2567
- กิตติมา อรุณพลทรัพย์(2567) การยกเลิกกฎหมายว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค, สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา. สืบค้นจาก<https://www.senate.go.th/view/386> เมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2567.)
- เกศศิริ นวลไยสุวรรณ และคณะ(2567).การตลาดดิจิทัลในยุคที่ท้าทาย บทบาทความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการไทย,วารสารวิจัยวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์,7(1) 193-207
- แบบรายงานการเผยแพร่กฎหมายเพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่ประชาชนและหน่วยงานภาครัฐ (Law Acknowledgement Monitoring Platform II : LAMP 1)
- บันทึกวิเคราะห์สรุปสาระสำคัญของร่างพระราชบัญญัติยกเลิกพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ. 2534 พ.ศ., จาก <https://qr.senate.go.th/sh/f/?k=RA7HP> สืบค้นเมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม 2567
- สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา(2567) senate.go.th/view/386/รายละเอียดข่าว/ThaiLaw/150/TH-TH#_ednref1
- สำนักงานกิจการยุติธรรม,(2567).แนวทางการสร้างการรับรู้กฎหมาย justice infographic, 2567, กระทรวงยุติธรรม
- วุฒิสภา,(2567) การยกเลิกกฎหมายว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค จาก <https://www.senate.go.th/view/386> สืบค้นเมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม 2567



วรวิทย์ แก้วมณี และต้นดุสิต โปราณานนท์.(2567) ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารในการบริหาร
โครงการ: กรณีศึกษา สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์, วารสารกลยุทธ์และความสามารถ
ทางการแข่งขันองค์กร, 2(4).48-66

Ashish, G., Debasrita, C., and Anwesha, L. (2018). Artificial Intelligence in Internet of Things.
Journal of Institution of Engineering and Technology, 3(4), 208-218.

Berlo, D. K. The process of communication. (1977). New York: Rinehart & Winston. Retrieved
from <http://communicationtheory.org/berlos-smcr-model-of-communication/> สืบค้นเมื่อ
วันที่ 7 กรกฎาคม 2567

Berlo, D. K. Communication as process: Review and commentary. Annals of the International
Communication Association, (1977). 1(1),page 11-27.

Goolsbee, A. D. and Klenow, P. J. (2018). Internet Rising, Prices Falling: Measuring inflation in
a World of E-Commerce. AEA Papers and Proceedings 2018, 108(May 2018), 488-92.

Guntitatt Horthong, Reach / Impressions / View ต่างกันอย่างไร 3 ตัววัดผลที่จะนำไปสู่การทำ Digital
Marketing อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (2563) ที่มา<https://adadictth.com/knowledge/Reach-Impressions-View>, สืบค้นเมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม 2567

Ilic, D., Ostojic, S., and Damjanovic, N. (2014). The Importance of Marketing Innovation in
New Economy. Singidunum Journal of Applied Sciences, 11(1), 34–42.

Personal Data Protection Act B.E. 2562 (2019)

เว็บไซต์

กรุงเทพธุรกิจ (ออนไลน์)<https://www.bangkokbiznews.com/finance/investment/1106709> สืบค้น
เมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม 2567

<https://www.oja.go.th/>เมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2567)

<https://www.senate.go.th/view/386> สืบค้นเมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม 2567

Translated Thai References

Arunpoonthap K. (2024) Repeal of the law on offences arising from the use of cheques,
Office of the Senate Secretariat. Retrieved from <https://www.senate.go.th/view/386> on
August 10, 2024.) (in Thai)



- Bangkok Business,(online) reveals mobile phone number statistics of 3 mobile operators in the first quarter, totaling 93.52 million numbers, 16 May 2021, from <https://www.bangkokbiznews.com/business/938282>, retrieved on 7 July 2024. (in Thai)
- Kaewmanee W.& Porananon. D.(2024). Factors affecting communication efficiency in project management: A case study of the Accountancy Professional Council under Royal Patronage, *Journal of Organizational Strategy and Competitiveness*, 2(4).48-66. (in Thai)
- Law Acknowledgement Monitoring Platform II (LAMP 1) (in Thai)
- Nuanyaisawan, K.et al.(2023). Digital Marketing in The Challenging Age : The Role of Competitive Advantage Thai Entrepreneurs. *Journal of Management Science Research, Surindra Rajabhat University*, ,7(1) 193-207 (in Thai)
- Office of the Secretary-General of the Senate (2024) senate.go.th/view/386/news/ThaiLaw/150/TH-TH#_ednref1(in Thai)
- Office of Justice Affairs, (2024). Guidelines for Creating Awareness of the Law justice infographic, 2024, Ministry of Justice(in Thai)
- Senate, (2024) Repeal of the Law on Offenses Relating to the Use of Checks From <https://www.senate.go.th/view/386> Retrieved on July 7, 2024 (in Thai)
- Summary analysis of the main points of the draft bill to repeal the Act on Offenses Arising from the Use of Checks B.E., from <https://qr.senate.go.th/sh/f/?k=RA7HP> retrieved on 7 July 2024. (in Thai)

