



# วารสารร่วมพหุภคย์

## ROMPHRUEK JOURNAL

ปีที่ 38 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม - สิงหาคม 2563 : Vol. 38 No. 2 May - August 2020



## กฎหมายและความสัมพันธ์ทางธุรกิจ

### LAW AND BUSINESS RELATIONSHIP

ISSN 0125-7609



สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเกริก : KRIRK UNIVERSITY



<b>เจ้าของ</b>	มหาวิทยาลัยเกริก
<b>บรรณาธิการ</b>	สังกัด
ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัสรินทร์ พันธุ์แน่น	มหาวิทยาลัยเกริก ประเทศไทย
<b>ที่ปรึกษา</b>	
ศาสตราจารย์ ดร.นายแพทย์กระแส ชนะวงศ์ รองศาสตราจารย์สุพัฒน์ อีร์เวจเจริญชัย อาจารย์ ดร.ผกาพันธ์ ภูมิจิตร	
<b>กองบรรณาธิการ</b>	
ศาสตราจารย์ ดร.สมศักดิ์ สามัคคีธรรม	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ประเทศไทย
ศาสตราจารย์ ดร.บรรเจิด ลิงคะเนติ	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ประเทศไทย
ศาสตราจารย์ ดร.จำลอง โพธิ์บุญ	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ประเทศไทย
รองศาสตราจารย์ ดร.ประภาส ปิ่นตบแต่ง	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ประเทศไทย
รองศาสตราจารย์ ดร.สยาม อรุณศรีมรกต	มหาวิทยาลัยมหิดล ประเทศไทย
รองศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญประภา ภัทรานุกรม	มหาวิทยาลัยเกริก ประเทศไทย
รองศาสตราจารย์ ดร.เฉินนทร์ เซน (Chenin Chen)	มหาวิทยาลัยเกริก ประเทศไทย
รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต สุวรรณโนภาส	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ประเทศไทย
รองศาสตราจารย์ ดร.สมหมาย แจ่มกระจ่าง	มหาวิทยาลัยบูรพา ประเทศไทย
รองศาสตราจารย์ ดร.สุปรียา แก้วละเอียด	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ประเทศไทย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรากล สุโคตรพรหมมี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ประเทศไทย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วุฒิ สุขเจริญ	สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น ประเทศไทย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวิมล วงศ์สิงห์ทอง	มหาวิทยาลัยเกริก ประเทศไทย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ	มหาวิทยาลัยเกริก ประเทศไทย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิพัฒน์ นนทนาธรณ์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ประเทศไทย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนิรุทธิ์ สติมัน	มหาวิทยาลัยศิลปากร ประเทศไทย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลี ชิ อู (Wu Li-His)	Jinwen University Taiwan
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อี ซิน ลิว (Liu Yi-Hsin)	Ching-Kuo University Taiwan
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุจิตรา สามัคคีธรรม	มหาวิทยาลัยเกริก ประเทศไทย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.หวันคุน เซนทร์ (Chen, Wang-Kun)	มหาวิทยาลัยเกริก ประเทศไทย
อาจารย์ ดร.ปรางทิพย์ ยวนานท์	มหาวิทยาลัยเกริก ประเทศไทย
อาจารย์ ดร.ดาวพระศุภร์ ทองกลิ่น	มหาวิทยาลัยเกริก ประเทศไทย
<b>สำนักงาน</b>	ศูนย์วิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเกริก เลขที่ 3 ซอยรามอินทรา 1 ถนนรามอินทรา แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพฯ 10220 ประเทศไทย
<b>โทรศัพท์</b>	0-2552-3500-9 ต่อ 402
<b>e-mail</b>	romphruek.kru@gmail.com

- ทุกบทความที่ตีพิมพ์ในวารสารร่มพฤกษ์ เป็นทัศนะและข้อคิดเห็นของผู้เขียน มิใช่ทัศนะของมหาวิทยาลัยเกริกหรือกองบรรณาธิการ
- กองบรรณาธิการไม่สงวนสิทธิ์ในการคัดลอก แต่ต้องอ้างอิงแสดงที่มาชัดเจน
- ทุกบทความที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารร่มพฤกษ์ ผ่านการตรวจและประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิ



วารสารร่วมพฤษภ มหาวิทยาลัยเกริก เป็นวารสารวิชาการที่รองรับการเผยแพร่ผลงานด้านมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ โดยให้ความสำคัญกับศาสตร์ทางด้าน การบริหารการจัดการ สังคมศาสตร์ นิเทศศาสตร์ นิติศาสตร์ และศิลปศาสตร์ ซึ่งตีพิมพ์มากกว่าสามทศวรรษ เน้นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงของปัจจัย อันมีผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตและ สังคมไทย สร้างองค์ความรู้ใหม่ โดยมุ่งเน้นให้เกิดการพัฒนางานวิจัยที่มี คุณภาพทางวิชาการเพื่อสังคม อีกทั้งตระหนักถึงความสำคัญของการขยายบทบาททางวิชาการต่อสังคมวงกว้าง และ การพัฒนามหาวิทยาลัยให้เป็นแหล่งความรู้ที่มาจากผลงานวิจัยของอาจารย์ นักวิจัย นักวิชาการ และ นักศึกษา เพื่อเข้าสู่การเป็นสังคมฐานความรู้ (Knowledge Based Society) โดยจัดพิมพ์ปีละ 3 ฉบับ ฉบับละ 6 - 12 บทความ และเผยแพร่ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์

กองบรรณาธิการวารสารร่วมพฤษภมีนโยบายและเกณฑ์การรับพิจารณาและตีพิมพ์บทความซึ่งไม่เคย เสนอเพื่อขอตีพิมพ์ และไม่เคยเผยแพร่ในเอกสารฉบับอื่นๆ มาก่อนหน้านี้ และไม่ใช้บทความวิจัยจากงาน วิจัยในชั้นเรียน ไม่ใช้บทความวิจัยจากงานวิจัยสถาบัน โดยบทความที่จะได้รับการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสาร ร่วมพฤษภนั้นต้องผ่านการประเมินบทความจากผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งไม่ทราบชื่อผู้แต่งและผู้แต่งไม่ทราบชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ (Double Blind Peer Review) จากสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องอย่างน้อย 2 ท่าน บทความทั้งหมดที่ตีพิมพ์ในวารสาร ร่วมพฤษภ มหาวิทยาลัยฯ สงวนลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ.2537

#### วัตถุประสงค์

1. เพื่อเผยแพร่วิชาการ และความรู้ใหม่ ๆ ในสาขาวิชาที่เปิดการเรียนการสอนในมหาวิทยาลัย
2. เพื่อส่งเสริมอาจารย์ผู้สอนในสาขาวิชาต่าง ๆ ตลอดจนผู้ทรงคุณวุฒิในการนำเสนอผลงานทางวิชาการ
3. เพื่อเป็นเอกสารประกอบการศึกษาในระดับอุดมศึกษา

#### กำหนดการออกวารสาร

ปีการศึกษาละ 3 ฉบับ

ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน

ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม

ฉบับที่ 3 กันยายน – ธันวาคม

ปี พ.ศ. 2562 วารสารร่วมพฤษภรับตีพิมพ์บทความในประเด็นด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ผู้สนใจ ส่งบทความโดย ลงเบียนสมาชิกวารสารร่วมพฤษภที่ <https://www.tci-thaijo.org/index.php/romphruek/juser/register> หรือ สมาชิกเดิม ThaiJO ใช้ username และ password ที่มีสมัครสมาชิกวารสารร่วมพฤษภได้ หรือติดต่อสอบถามรายละเอียดที่ 02-552-3500-9 ต่อ 402



## บทบรรณาธิการ

วารสารร่วมพฤษภ ปีที่ 38 ฉบับที่ 2 ของ ปี 2563 มาพร้อมๆ กับข่าวดีเรื่องศักยภาพของสาธารณสุขไทยที่สามารถควบคุมการแพร่ระบาดของโควิด 19 ได้เป็นอย่างดี ในขณะที่สถานการณ์ในต่างประเทศอาจจะยังไม่น่าไว้วางใจ อย่างไรก็ตามวารสารเล่มนี้ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะสามารถสร้างบรรยากาศที่ดีด้านวิชาการให้ผู้อ่านคลายกังวลใจจากภัยคุกคามของโรคระบาด โดยเนื้อหาสาระในเล่ม เกี่ยวข้อง กับ **“กฎหมายและความสัมพันธ์ทางธุรกิจ”** ที่ครอบคลุมแนวคิดการพัฒนาตั้งแต่ระดับชุมชน จนถึงระดับประเทศ ประกอบด้วยบทความทางวิชาการ 5 เรื่อง และบทความวิจัย 5 เรื่อง ที่แน่นอนว่ายังอัดแน่นด้วยเนื้อหาสาระที่ตรงใจผู้อ่าน ที่ต้องการนำองค์ความรู้ไปพัฒนาต่อยอดในอนาคต

**บทความที่ 1** เป็นบทความวิชาการ เรื่อง **“หลักธรรมาภิบาลในพระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พ.ศ.2546”** โดย นพดล ปกรณ์นิมิตดี ที่อธิบายหลักธรรมาภิบาล ซึ่งแทรกซึมอยู่ในพระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พ.ศ.2546 ได้อย่างลงตัว **บทความที่ 2** เป็นบทความวิจัย เรื่อง **“การวิเคราะห์ปัจจัยความพร้อมของเมืองรองต่อการตัดสินใจจัดงานไมซ์ของประเทศไทย : มุมมองผู้ประกอบการธุรกิจภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้”** โดย ศุภวรรณ ติระรัตน์ และ ประสพชัย พสุนนท์ ซึ่งเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านความพร้อมและปัจจัยที่ส่งต่อการตัดสินใจของเมืองรองในการใช้เป็นสถานที่จัดงานไมซ์ของประเทศไทย **บทความที่ 3** เป็นบทความวิชาการ เรื่อง **“การจัดการเรียนรู้แบบเพื่อนช่วยเพื่อนของผู้เรียนที่มีความบกพร่องทางการได้ยินและผู้เรียนปกติ”** โดย สายสุดา ปันตระกูล ที่วิเคราะห์แนวคิดของการเรียนรู้แบบเพื่อนช่วยเพื่อน โดยวิธีการเรียนรู้แบบทีมที่ผสมผสานทักษะของผู้เรียนที่มีความบกพร่องทางการได้ยินและผู้เรียนปกติ ผ่านการฝึกจับคู่ที่ผู้เรียนแบ่งปันความรู้

**บทความที่ 4** เป็นบทความวิจัย เรื่อง **“มาตรการทางกฎหมายเพื่อส่งเสริมเกษตรกรรมในเมืองในกรุงเทพมหานคร”** โดย เปี่ยมศศิมาศ ชูวงศ์ เพื่อศึกษามาตรการทางกฎหมายในการส่งเสริมการทำเกษตรกรรมเมืองในพื้นที่กรุงเทพมหานครอย่างเป็นรูปธรรม **บทความที่ 5** เป็นบทความวิจัย เรื่อง **“企业伪善行为的信息沟通策略, 伪善感知与消费信任” (Information Communication Strategy of Hypocritical Behavior, Hypocrisy and Consumer trust)** โดย 吴薇 和 陈王琨 (Wei Wu and Colin W.K.Chen) ที่วิเคราะห์กลยุทธ์ขององค์กรในการสื่อสารข้อมูลไปยังผู้บริโภค 2 ประเภท คือ กลยุทธ์ “พูดก่อนทำ” และกลยุทธ์ “ทำก่อนพูด” ว่าส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคอย่างไร **บทความที่ 6** เป็นบทความวิชาการ เรื่อง **“ผลกระทบที่เกิดจากการรายงานข้อมูลบุคคลที่มีธุรกรรมลักษณะเฉพาะ”** โดย ปิยนันท์ ศรีทองทิพย์ และ พิษณุสินี ศรีสวัสดิ์ ที่สังเคราะห์กระบวนการอำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชนในการทำรายการที่เกี่ยวข้องกับภาษีอากร ว่าส่งผล กระทบต่อผู้ประกอบการที่ขายสินค้าออนไลน์อย่างไร



**บทความที่ 7** เป็นบทความวิชาการ เรื่อง “*Differential Application of OMO Model in Tourism Shopping*” (ความแตกต่างของการประยุกต์ใช้แบบจำลองทางธุรกิจ OMO ในตลาดการท่องเที่ยว) โดย Fu Bing and Ming Hsun Hsieh (ฟู ปิง และ หมิง ซุน เซีย) ศึกษาความแตกต่างของการประยุกต์ใช้แบบจำลองทางธุรกิจ OMO (Online-Merge-Offline) ในตลาดการท่องเที่ยวผ่านการจำแนกและการ บูรณาการ

**บทความที่ 8** เป็นบทความวิชาการ เรื่อง “*กฎหมายว่าด้วยการประกันภัยเพื่อความรับผิดชอบทางแพ่งจากความเสียหายทางนิวเคลียร์ : มาตรการที่ประเทศไทยต้องเตรียมพร้อมก่อนเข้าเป็นภาคีอนุสัญญาและพิธีสารที่เกี่ยวข้อง*” โดย ดลนภา นันทวโรไพโร และ คำรณ สุขบาล ศึกษาเรื่องการสร้างหลักประกันในการนำพลังงานนิวเคลียร์มาใช้งานในประเทศไทย ที่ครอบคลุมถึงความรับผิดชอบของรัฐต่อการรับประกันภัยจากอุบัติเหตุ นิวเคลียร์

**บทความที่ 9** เป็นบทความวิจัย เรื่อง “*ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away ของกลุ่มนักศึกษา ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ*” โดย บรรณณ์ ทาสอน ศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away และปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อ ด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ

**บทความที่ 10** เป็นบทความวิจัย เรื่อง “*การจัดกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์เพื่อสร้างสัมพันธ์ภาพระหว่างนักศึกษา อาจารย์ผู้สอนและพี่เลี้ยงโดยใช้เทคนิคการให้คำปรึกษาของนักศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ระบบทวิภาคี วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคตะวันออก (อี.เทค)*” โดย ไพเราะราชสมบุรณ์ สุมิตรา ยาประดิษฐ์ เชษฐภณัญญ์ ลีลาศรีศิริ และ ไตรรัตน์ สิทธิกุล ที่ศึกษาความพึงพอใจและผลของนักศึกษาที่เข้าร่วมกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์เพื่อสร้างสัมพันธ์ภาพระหว่างนักศึกษา อาจารย์ผู้สอนและพี่เลี้ยงโดยใช้เทคนิคการให้คำปรึกษาของนักศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง

ท้ายนี้ กองบรรณาธิการวารสารร่วมพถกษ หวังเป็นอย่างยิ่งว่า วารสารฉบับนี้จะเป็นประโยชน์กับผู้อ่านในการสร้างความเข้าใจ “*กฎหมายและความสัมพันธ์ทางธุรกิจ*” ทั้งระดับย่อยและระดับประเทศ และจะได้รับการตอบรับและข้อเสนอแนะดีๆ จากท่านผู้อ่านตลอดไป

บทความประจำฉบับ

หลักธรรมาภิบาลในพระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พ.ศ.2546

Good Governance in Private Institution of Higher Education Act., B.E. 2546

7

นพดล ปกรณ์นิมิตดี

Noppadon Pakonnimiddee

การวิเคราะห์ปัจจัยความพร้อมของเมืองรองต่อการตัดสินใจจัดงานไมซ์ของประเทศไทย :

มุมมองผู้ประกอบการธุรกิจภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้

21

The Analysis of Second Tier City's Readiness for Decision Making of MICE Events

in Thailand : Viewpoints of Stakeholders in Central, Northeastern and Southern regions

ศุภวรรณ ตีระรัตน์ และ ประสพชัย พสุนนท์

Supawan Teerarat and Prasopchai Pasunon

การจัดการเรียนรู้แบบเพื่อนช่วยเพื่อนของผู้เรียนที่มีความบกพร่องทางการได้ยินและผู้เรียนปกติ

Peer-assisted Learning Associated of hearing-impaired and normal-hearing students

35

สายสุดา ปันตระกูล

Saisuda Pantrakool

มาตรการทางกฎหมายเพื่อส่งเสริมเกษตรกรรมในเมืองในกรุงเทพมหานคร

Legal Measures of Promoting Urban Agriculture in Bangkok

49

เปี่ยมศศิมาศ ชวงค์

Piamsasimas Chuvongs

企业伪善行为的信息沟通策略 · 伪善感知与消费信任

Information Communication Strategy of Hypocritical Behavior,

63

Hypocrisy and Consumer trust

吴薇 和 陈王琨

Wei Wu and Colin W.K.Chen

ผลกระทบที่เกิดจากการรายงานข้อมูลบุคคลที่มีธุรกรรมลักษณะเฉพาะ

The Impact of the Information Report about Persons with Specifics Transactions

81

ปิยนันท์ ศรีทองทิม และ พิชญ์สินี ศรีสวัสดิ์

Piyanan Srithongtim and Pitchsinee Srisawad

Differential Application of OMO Model in Tourism Shopping

ความแตกต่างของการประยุกต์ใช้แบบจำลองทางธุรกิจ OMO ในตลาดการท่องเที่ยว

Fu Bing and Ming Hsun Hsieh

ฟู บิง และ หมิง ฮุน ฮีเย่

95

กฎหมายว่าด้วยการประกันภัยเพื่อความรับผิดชอบที่เสียหายจากความเสียหายทางนิวเคลียร์ :

มาตรการที่ประเทศไทยต้องเตรียมพร้อมก่อนเข้าเป็นภาคีอนุสัญญาและพิธีสารที่เกี่ยวข้อง

Laws on Civil Liability for Nuclear Damages : The Measures that Thailand

has to Prepare before Becoming a Party to Relevant Conventions and Protocols

ดลนภา นันทวโรไพโร และ คัมธรณ์ สุขบาล

Dolnapa Nantawaroprai and Khamron Sukban

113

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away ของกลุ่มนักศึกษาในเขต

จังหวัดสมุทรปราการ

Factors Affecting Purchase Behavior About Bakery Take Away of

Student Groups in Samut Prakan Province

บรกรณ์ ทาสอน

Borakorn Thasorn

127

การจัดกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์เพื่อสร้างสัมพันธ์ภาพระหว่างนักศึกษา อาจารย์ผู้สอนและพี่เลี้ยง

โดยใช้เทคนิคการให้คำปรึกษาของนักศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)

ระบบทวิภาคี วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคตะวันออก (อี.เทค)

Group Relation Activity to Build Relationship Among Students, Instructors, and

Mentors Using Advice Giving Technique of High Vocational Certificate Students

(High Voc. Cert.), Bilateral System, Eastern Technological College (E.TECH)

ไพเราะ ราชสมบุญ สุมิตรา ยาประดิษฐ์ เชษฐภณัญญ์ ลีลาศรีศิริ และ ไตรรัตน์ สิทธิทูล

Phairoh Rachsombun Sumitra Yapradit Chetphanat Leelasrisiri and Trirath Sithitool

139

# 1

## หลักธรรมาภิบาลในพระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พ.ศ.2546 Good Governance in Private Institution of Higher Education Act., B.E. 2546

---

นพดล ปกรณ์นิมิตดี

Noppadon Pakonnimiddee







# หลักธรรมาภิบาลในพระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พ.ศ.2546

Good Governance in Private Institution of Higher Education Act,. B.E. 2546

นพดล ปกรณ์นิมิตดี<sup>1</sup>

Noppadon Pakonnimiddee

<sup>1</sup> คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ 19/1 ถนนเพชรเกษม (ติดซอยเพชรเกษม 106) เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร 10160  
ประเทศไทย โทรฯ : 089-7992715 e-mail : noppadonp@sau.ac.th

Faculty of Law Southeast Asia University 19/1 Petchkasem Road, Nongkhaphlu Subdistrict, Nongkhaem District, Bangkok 10160, Thailand Tel : 089-7992715 e-mail : noppadonp@sau.ac.th

*Received : April 4, 2020 Revised : June 9, 2020 Accepted : June 11, 2020*

## บทคัดย่อ

หลักธรรมาภิบาลได้ถูกนำมาใช้ในประเทศไทยหลังวิกฤตเศรษฐกิจอันเกิดในปี พ.ศ.2540 ทั้งในหน่วยงานภาครัฐและภาคธุรกิจเอกชน เกิดกระแสการนำหลักธรรมาภิบาลไปปรับใช้ในรูปแบบคำที่แตกต่างกัน ในบทความนี้ผู้เขียนจึงต้องการอธิบายหลักธรรมาภิบาล ซึ่งปรากฏซ่อนอยู่ในพระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พ.ศ. 2546 และในทางปฏิบัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชนหลายแห่งก็ได้นำมาปรับใช้ได้เป็นอย่างดีมานานแล้ว

**คำสำคัญ :** หลักธรรมาภิบาล; สถาบันอุดมศึกษาเอกชน

## Abstract

Good governance principles have been implemented in Thailand after the economic crisis that occurred in 1997, both in government agencies and the private sector, resulting in the adoption of good governance principles. In this article, the author wants to explain the principles of good governance which can be found in the Private Institution of Higher Education Act,. B.E. 2546. In practice, many private higher education institutions have adapted it for a long time.

**Keywords :** Good Governance; Private higher education institution

## บทนำ

ด้วยในภาพรวมสถาบันอุดมศึกษาบางแห่งในประเทศไทย ในห้วงเวลาหลายปีที่ผ่านมา ยังคงประสบปัญหาความขัดแย้งภายในสถาบันอุดมศึกษาจนไม่อาจที่จะแก้ไขปัญหาให้คล่องตัวไปด้วยมาตรการปกติ ซึ่งหากปล่อยให้การแก้ไขปัญหาล่าช้าออกไปจะทำให้เกิดความเสียหายต่อระบบการศึกษาหรือนิสิตนักศึกษาจำนวนมากอันเป็นที่มา ทำให้ภาครัฐ ในปี พ.ศ.2559 ต้องบัญญัติกฎหมายพิเศษเพื่อแก้ไขเฉพาะหน้า ในเรื่องการขาดธรรมาภิบาล นักวิชาการบางท่านได้เคยสรุปปัญหาธรรมาภิบาลในสถาบันอุดมศึกษาไทย ไว้ดังนี้

- 1) ความไม่โปร่งใสในการบริหาร
- 2) ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการได้มาซึ่งผู้บริหารระดับสูงของสถาบันอุดมศึกษา
- 3) ปัญหาจากโครงสร้างฝ่ายบริหารและสภามหาวิทยาลัย ตามที่กฎหมายสถาบันอุดมศึกษานั้นๆ กำหนดไว้
- 4) ขาดผู้รับผิดชอบในการกำกับดูแลธรรมาภิบาลของสถาบันอุดมศึกษา (ณดา จันทร์สม, 2559)

ที่ผ่านมาการแก้ไขปัญหาคณาจารย์ขาดธรรมาภิบาล โดยกลไกทางกฎหมาย หัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ได้มีคำสั่งที่ 39/2559 เรื่อง การจัดระเบียบและแก้ไขปัญหาธรรมาภิบาลในสถาบันอุดมศึกษา ลงวันที่ 12 กรกฎาคม 2559 เพื่อแก้ไขสถานการณ์ความไม่ถูกต้องและไม่ชอบธรรมของการดำเนินการของสถาบันอุดมศึกษาความหมายของ “สถาบันอุดมศึกษา” ตามประกาศนี้ มีความหมายรวมถึงสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ตามกฎหมายว่าด้วยสถาบันอุดมศึกษาเอกชนด้วยทำให้เกิดประเด็นข้อคำถามต่อว่า หลักธรรมาภิบาลว่าได้ถูกนำมาใช้ โดยมีแนวคิดอยู่ในเบื้องหลังแห่งบทบัญญัติพระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พ.ศ. 2546 มากหรือน้อยเพียงใด

ต่อมา กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ได้เกิดขึ้นตามพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม (ฉบับที่ 19) พ.ศ.2562 และได้มีการออกกฎหมายที่สำคัญตามมาอีก 8 ฉบับและหนึ่งในแปดกฎหมายสำคัญนั้น คือ พระราชบัญญัติการอุดมศึกษา พ.ศ.2562 กฎหมายฉบับนี้ได้วางหลักการ การจัดการอุดมศึกษาไว้ 6 ข้อ โดยข้อ 5 มีการระบุชัดเจนถึงหลักธรรมาภิบาล ปรากฏไว้ด้วย ดังนั้น บทความวิชาการนี้ได้แบ่งการศึกษาออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ความหมายของธรรมาภิบาลจากทั่วไปสู่มุมการศึกษา ส่วนที่ 2 กฎหมายของประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับธรรมาภิบาลในสถาบันอุดมศึกษา ส่วนที่ 3 อันเป็นเนื้อหาหลักของบทความ คือ การวิเคราะห์หลักธรรมาภิบาลในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนตามพระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พ.ศ.2546 อันนำไปสู่บทสรุปและข้อเสนอแนะต่อไป

### ความหมายของธรรมาภิบาล

เพื่อประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้า เรื่อง “ธรรมาภิบาลในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน” จึงเห็นว่าควรศึกษาคำว่า หลักธรรมาภิบาล ในพื้นฐานทั่วไปก่อน ธรรมาภิบาลอันเป็นหลักการบริหารจัดการที่ดี ซึ่งได้ถูกกล่าวถึงโดยตลอดในระยะเวลาที่ผ่านมา และถูกให้ความสำคัญในกฎหมายสูงสุดของประเทศ ดังความที่ปรากฏในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2560 มาตรา 65

ความหมายของธรรมาภิบาลในภาครัฐ สามารถค้นหาคำนิยามได้โดยดูจากระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการสร้างระบบบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดี พ.ศ.2542 โดยอาจสรุปสาระสำคัญของนิยามได้ว่า คือ แนวทางสำคัญการบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดี ของ 3 ฝ่าย อันได้แก่ ภาครัฐ ภาคธุรกิจ และภาคประชาชน ซึ่งครอบคลุมถึงฝ่ายวิชาการ ฝ่ายปฏิบัติการฝ่ายราชการ และฝ่ายธุรกิจ สามารถอยู่ร่วมกันเป็นพลังก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน และส่งเสริมความเข้มแข็งหรือสร้างภูมิคุ้มกันแก่ประเทศเพื่อบรรเทาป้องกัน หรือแก้ไขเยียวยาภาวะวิกฤตภัยอันตรายที่หากจะมีในอนาคต (อริย์ธัช แก้วเกาะสะบ้า, 2560)

ฉะนั้น “ธรรมาภิบาล” เป็นคำที่ มาจากภาษาอังกฤษคำว่า Good Governance ซึ่งศาสตราจารย์ ดร. บวรศักดิ์ อุวรรณโณ อธิบาย คำว่า ธรรมาภิบาล หมายถึง วิธีการใช้อำนาจเพื่อบริหารทรัพยากรขององค์กร (บวรศักดิ์ อุวรรณโณ, 2562)

ส่วนหลักธรรมาภิบาลในมิติด้านองค์กรภาคเอกชน จะมีการใช้คำที่แตกต่างกัน เช่น บริษัทภิบาล หรือการกำกับดูแลกิจการที่ดี

คณะกรรมการการเศรษฐกิจและสังคมแห่งสหประชาชาติสำหรับเอเชียและแปซิฟิก ได้ให้นิยาม คำว่า ธรรมาภิบาล (Good Governance) ว่ามีองค์ประกอบ 8 ประการ ดังนี้ 1) การมีส่วนร่วม 2) หลักนิติธรรม 3) โปร่งใส 4) การตอบสนอง 5) เน้นฉันทามติ 6) ความเสมอภาค/ความเที่ยงธรรม 7) ประสิทธิภาพและประสิทธิผล 8) การระับผิดชอบ (คณะทำงานส่งเสริมธรรมาภิบาล, 2552)



## ธรรมาภิบาลในมิติด้านอุดมศึกษา

ความคิดริเริ่มที่ต้องการให้แนวคิดเรื่อง ธรรมาภิบาลเป็นกลไก พัฒนาและขับเคลื่อนสถาบันอุดมศึกษาของประเทศสู่ภาคการปฏิบัติในประเทศไทย เริ่มมาจากสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) ที่ได้สนับสนุนให้มีโครงการจัดตั้งสถาบันส่งเสริมธรรมาภิบาลมหาวิทยาลัย (University Governance Program : UGP) ภายใต้สถาบันคลังสมองของชาติ ซึ่งสถาบันดังกล่าว ดำเนินการจัดอบรม ในหลักสูตรธรรมาภิบาลเพื่อการพัฒนาอุดมศึกษามาแต่ในปี พ.ศ.2552 สถาบันคลังสมองของชาติ (2559) ทิศทางของการนำธรรมาภิบาลมาใช้กับการอุดมศึกษาจึงสอดคล้องกับทิศทางกระแสการนำหลักธรรมาภิบาลมาใช้ในประเทศไทย หลังจากที่เกิดปัญหาวิกฤตด้านเศรษฐกิจในประเทศไทย เมื่อปี พ.ศ.2540 การนำธรรมาภิบาลมาใช้ในมหาวิทยาลัย (ศรีพัชรา สิทธิกำจร แก้วพิจิตร, 2551) ก่อนหน้าที่จะมีการนำธรรมาภิบาลไปปรับปรุงใช้ในการบริหารงานในสถาบันอุดมศึกษาหรือมหาวิทยาลัย นายอนันท์ ปันยารชุน ได้แสดงทรรศนะเกี่ยวกับธรรมาภิบาลในมหาวิทยาลัย ควรมีองค์ประกอบ ดังต่อไปนี้

- 1) ความเป็นอิสระในการบริหารจัดการ และความเป็นอิสระในนโยบายการศึกษา
- 2) ความรับผิดชอบในการตัดสินใจของตนเอง
- 3) คุณภาพการศึกษาหมายถึงคุณภาพของอาจารย์นักศึกษาและหลักสูตร มีงบประมาณรายได้และรายจ่าย (อนันท์ ปันยารชุน, 2542)

## กฎหมายของประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับธรรมาภิบาลในสถาบันอุดมศึกษา

ด้วยบทบัญญัติในกฎหมายหลายฉบับของประเทศไทย จะมีหลายมาตราเกี่ยวข้องกับสถาบันอุดมศึกษา และโดยเฉพาะเจาะจงไปที่ คำว่า ธรรมาภิบาล โดยหากใช้วิธีตรวจสอบถ้อยคำจะปรากฏพบคำว่า ธรรมาภิบาลในกฎหมายบางฉบับที่สามารถนำมาศึกษาควบคู่กับประเด็นหลักธรรมาภิบาลในกฎหมายสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ได้อันจะนำเสนอตามลำดับ ดังนี้

### รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560

รัฐธรรมนูญนี้มุ่งหวังจะทำให้เกิดยุทธศาสตร์ชาติ นโยบายและการปฏิรูป ที่นำไปสู่สังคมสงบสุข โดยเป้าหมายการปฏิรูปประเทศ ก็คือ การพัฒนาอย่างยั่งยืนตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง สังคมมีความสงบสุข เป็นธรรมและมีโอกาสทัดเทียมกัน เพื่อจัดความเหลื่อมล้ำประชาชนมีความสุข มีคุณภาพชีวิตที่ดี มีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ตามมาตรา 65 แห่งรัฐธรรมนูญราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2560 โดยมีเป้าหมายการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนตามหลักธรรมาภิบาล (สถาบันพระปกเกล้า, 2561) สถาบันอุดมศึกษาของรัฐและเอกชน ก็คือ หนึ่งในพลังผลักดันร่วมกันไปสู่เป้าหมายการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนตามหลักธรรมาภิบาลในยุทธศาสตร์ ดังกล่าว

### พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ.2546

เนื่องด้วยงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในประเด็นหลักธรรมาภิบาล เท่าที่ค้นพบ ได้นำพระราชกฤษฎีกา ดังกล่าว มาเป็นหลักในการวิเคราะห์เรื่องธรรมาภิบาลในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนด้วย แต่สำหรับผู้เขียน จะศึกษาคำอธิบายบทบัญญัติบางส่วนในพระราชกฤษฎีกานี้ เพื่อนำมาศึกษาเปรียบเทียบกับบทบัญญัติบางมาตราในพระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พ.ศ.2546 เพียงเท่าที่เกี่ยวกับหลักธรรมาภิบาล

## หลักความโปร่งใส

การกำหนดให้ส่วนราชการ (ในที่นี่ หมายถึง สถาบันอุดมศึกษาของรัฐก่อน แต่จะนำไปศึกษาเปรียบเทียบกับสถาบันอุดมศึกษาเอกชนด้วย) ต้องใช้หลักความโปร่งใสนั้น เพื่อเป็นการแสดงให้เห็นถึงความมีประสิทธิภาพในการบริหารงานที่สามารถเปิดเผยให้บุคคลทั่วไป ตรวจสอบประสิทธิภาพในการทำงานได้ พระราชกฤษฎีกานี้ จึงกำหนดเรื่องดังกล่าวไว้ในมาตรา 20 ซึ่งมีสาระสำคัญ ดังนี้

ส่วนราชการต้องประกาศกำหนดเป้าหมาย และแผนการทำงาน ระยะเวลาแล้วเสร็จ และงบประมาณที่ต้องใช้เพื่อให้ข้าราชการและประชาชนทราบ ซึ่งจะทำให้การทำงานมีความโปร่งใสสามารถตรวจสอบแผนการทำงานได้ (สถาบันส่งเสริมการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี, 2546 : 47-48)

## หลักความคุ้มค่า

หลักความคุ้มค่าเป็นการแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของการบริหารราชการ ซึ่งสามารถวัดผลได้ และจะเป็นข้อมูลสำคัญในการนำมาใช้ปรับปรุงวิธีการทำงาน หลักความคุ้มค่าจะปรากฏอยู่ในมาตรา 21-23

1) ส่วนราชการต้องจัดทำบัญชีต้นทุนในงานบริการสาธารณะแต่ละประเภท และรายจ่ายต่อหน่วย เพื่อการเปรียบเทียบความคุ้มค่าระหว่างปัจจัยนำเข้ากับผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น

2) สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ จะเป็นผู้ตรวจสอบความคุ้มค่าในการปฏิบัติการกิจแห่งรัฐเพื่อรายงานต่อคณะรัฐมนตรี เพื่อประเมินว่าภารกิจใดสมควรทำหรือไม่ทำต่อ โดยคำนึงถึงประโยชน์ที่รัฐและประชาชนพึงได้

3) การจัดซื้อจัดจ้างต้องเปิดเผยและเที่ยงธรรม โดยต้องมีการชั่งน้ำหนักประโยชน์และผลเสียต่อสังคม เพื่อให้ต้นทุนการบริการสาธารณะต่ำลงได้ โดยจะต้องมีการปรับปรุงระเบียบว่าด้วยการพัสดุ เพื่อให้เป็นไปตามหลักการดังกล่าว (มาตรา 23) (สถาบันส่งเสริมการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี, 2546 : 49-50)

## หลักความชัดเจนในการปฏิบัติราชการ (หลักความรับผิดชอบ)

หลักความรับผิดชอบมีขึ้นเพื่อให้การปฏิบัติราชการในระยะต่อไป มีผู้รับผิดชอบต่อผลของงานที่เกิดขึ้น จากความล่าช้าหรือละเลยไม่ยอมปฏิบัติหน้าที่ ซึ่งส่งผลให้เกิดความเสียหายในการบริหารราชการ และประชาชนได้รับความเดือดร้อน เพื่อแก้ไข้ปัญหาที่เกิดขึ้นบ่อยครั้งในการปฏิบัติราชการที่ผ่านมาพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ.2546 กำหนดหน้าที่ในการปฏิบัติราชการให้เกิดความรับผิดชอบขึ้นในมาตรา 24-26 โดยมีสาระสำคัญ ดังต่อไปนี้

1) ในการปฏิบัติราชการระหว่างส่วนราชการด้วยกัน ถ้าการปฏิบัติงานของส่วนราชการหนึ่งต้องได้รับความเห็นชอบ หรืออนุญาตจากอีกส่วนราชการหนึ่ง ส่วนราชการผู้เห็นชอบหรืออนุญาตต้องดำเนินการภายใน 15 วัน เว้นแต่จะได้ประกาศกำหนดเวลาไว้ล่วงหน้าแล้วว่า ต้องเกินกว่า 15 วัน เพราะต้องปฏิบัติตามขั้นตอนของกฎหมาย (มาตรา 24)

2) การวินิจฉัยชี้ขาดปัญหาใดๆ ส่วนราชการต้องเป็นผู้พิจารณาวินิจฉัยโดยเร็วและหลีกเลี่ยงการแต่งตั้งคณะกรรมการขึ้นพิจารณา ทั้งนี้เพื่อให้เกิดหลักที่ชัดเจนในการรับผิดชอบของส่วนราชการและมีให้ใช้เวลานานในการพิจารณาในรูปแบบคณะกรรมการ (มาตรา 25 วรรคหนึ่ง)

3) ในกรณีที่เป็นการพิจารณาในรูปแบบคณะกรรมการให้มีผลผูกพันผู้แทนส่วนราชการ แม้จะมีได้เข้าร่วมประชุมและจะต้องมีการบันทึกฝ่ายข้างน้อยไว้ด้วย ทั้งนี้เพื่อให้เกิดหลักที่ชัดเจนในความรับผิดชอบของ



ผู้ปฏิบัติหน้าที่แทนส่วนราชการในคณะกรรมการ (มาตรา 25 วรรคสอง) การสั่งราชการต้องเป็นลายลักษณ์อักษร ถ้ามีการสั่งการด้วยวาจาต้องบันทึกคำสั่งนั้นไว้ (มาตรา 26) (สถาบันส่งเสริมการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี, 2546 : 53-54)

จากบทความวิจัยของ อารัง รัตนภานุเดช และ อภิภา ปรัชญพฤทธิ (2555 : 59-72) สามารถสรุปข้อค้นพบส่วนหนึ่งได้ว่า การบริหารงานสถาบันอุดมศึกษาเอกชนของไทยมีการใช้หลักธรรมาภิบาลตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการสร้างระบบบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดี ก็จริงแต่ก็ยังไม่เป็นรูปธรรมเท่าที่ควร

อันเนื่องจากพระราชกฤษฎีกา ว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ.2546 เป็นหลักธรรมาภิบาลที่นำไปใช้กับทุกส่วนราชการ แต่โดยที่สถาบันอุดมศึกษา อาจมีลักษณะที่พิเศษและแตกต่างจากหน่วยงานอื่นๆ และเมื่อเกิดปัญหาการขาดธรรมาภิบาลที่แก้ไขไม่ได้รัฐบาลที่ผ่านมาจึงได้มีคำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติที่ 39/2559 เรื่อง การจัดระเบียบและแก้ไขปัญหาธรรมาภิบาลในสถาบันอุดมศึกษา (ราชกิจจานุเบกษา, 2559 : 21-24) คำสั่งดังกล่าวนี้มีอยู่ทั้งหมด 15 ข้อ โดยใจความสำคัญของคำสั่งน่าจะอยู่ที่ข้อที่ 2 และข้อที่ 4 จึงมีอยู่ 2 ประเด็น ที่ต้องพิจารณาศึกษา คือ

- การได้มาซึ่งผู้ดำรงตำแหน่งนายกสภาสถาบัน หรือ ผู้บริหาร หรือ กรรมการสภาสถาบัน
- การแก้ไขปัญหากรณีขาดธรรมาภิบาลใน 4 เหตุ

### บทวิเคราะห์ คำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติที่ 39/2559

การศึกษาคำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติที่ 39/2559 จะเป็นการศึกษาคำสั่งเพียงบางข้อที่สามารถนำไปศึกษาปรับใช้กับสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

ข้อ1 ในคำสั่งนี้ “สถาบันอุดมศึกษา” หมายความว่า สถาบันอุดมศึกษาของรัฐที่อยู่ในสังกัดและในกำกับดูแลของกระทรวงศึกษาธิการ และให้หมายความรวมถึงสถาบันอุดมศึกษาเอกชนตามกฎหมายว่าด้วยสถาบันอุดมศึกษาเอกชนด้วย **บทวิเคราะห์** ด้วยเพราะนิยามของ “สถาบันอุดมศึกษา” หมายความว่า “สถาบันอุดมศึกษาเอกชน” ผู้เขียนจึงมีความเห็นว่าการศึกษา เรื่อง ธรรมาภิบาลตามกฎหมายสถาบันอุดมศึกษาเอกชน จึงมีเหตุผลที่ควรต้องนำคำสั่งนี้มาศึกษาประกอบ

ข้อ2 ในกรณีที่น่าปรากฏว่าการดำเนินการเพื่อให้ได้มาซึ่งผู้ดำรงตำแหน่งนายกสภาสถาบันอุดมศึกษา กรรมการสภาสถาบันอุดมศึกษาหรืออธิการบดีก่อให้เกิดความขัดแย้งขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชนหรือฝ่าฝืนบทบัญญัติแห่งกฎหมายให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการมีอำนาจยับยั้งการแต่งตั้งหรือการดำเนินการเพื่อให้ได้มาซึ่งผู้ที่จะดำรงตำแหน่งดังกล่าว

**บทวิเคราะห์** คือ การแก้ไขปัญหาการได้มาซึ่งนายกสภาสถาบันและกรรมการสภาสถาบัน หรืออธิการบดีที่มีปัญหาการไม่ได้รับการยอมรับ และมีลักษณะการเข้าสู่ตำแหน่ง อันก่อให้เกิดการขาดหลักธรรมาภิบาลในสถาบันอุดมศึกษาได้ในส่วนนี้ มีความเห็นว่าการแต่งตั้งอธิการบดีของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน อาจมีความแตกต่าง กับการแต่งตั้งอธิการบดีสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ ได้ด้วยเหตุผลบางประการ เพราะมาจากรูปแบบการขอจัดตั้งสถาบันอุดมศึกษาที่แตกต่างกัน แต่อย่างไรก็ตามในตำแหน่งอื่นๆ เห็นว่า น่าจะสามารถปฏิบัติตามหลักธรรมาภิบาลในหลักการเดียวกับสถาบันอุดมศึกษาของรัฐได้

ข้อ 3 เพื่อให้การดำเนินการของสถาบันอุดมศึกษามีประสิทธิภาพสูงสุดการแต่งตั้งบุคคลให้ดำรงตำแหน่งนายกสภาสถาบันอุดมศึกษาหรือกรรมการสภาสถาบันอุดมศึกษาให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ ดังต่อไปนี้

(1) ผู้ดำรงตำแหน่งนายกสภาสถาบันอุดมศึกษาจะดำรงตำแหน่งนายกสภาสถาบันอุดมศึกษาในเวลาเดียวกันเกินสามแห่งไม่ได้

(2) ผู้ดำรงตำแหน่งนายกสภาสถาบันอุดมศึกษาจำนวนสองแห่งแล้วอาจได้รับแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งนายกสภาสถาบันอุดมศึกษาหรือกรรมการสภาสถาบันอุดมศึกษาอีกได้ไม่เกินหนึ่งแห่ง

(3) ผู้ดำรงตำแหน่งนายกสภาสถาบันอุดมศึกษาจำนวนหนึ่งแห่งแล้วอาจได้รับแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งนายกสภาสถาบันอุดมศึกษาหรือกรรมการสภาสถาบันอุดมศึกษาอีกได้ไม่เกินสองแห่ง

(4) ผู้ดำรงตำแหน่งกรรมการสภาสถาบันอุดมศึกษาจำนวนสี่แห่งแล้วไม่อาจได้รับแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งนายกสภาสถาบันอุดมศึกษาหรือกรรมการสภาสถาบันอุดมศึกษาในเวลาเดียวกันนั้นได้อีก

ผู้ดำรงตำแหน่งนายกสภาสถาบันอุดมศึกษาหรือกรรมการสภาสถาบันอุดมศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐตามวรรคหนึ่งไม่มีสิทธิได้รับค่าตอบแทนเบี้ยประชุมหรือสิทธิประโยชน์อื่นใดนอกเหนือจากในฐานะนายกสภาสถาบันอุดมศึกษาหรือกรรมการสภาสถาบันอุดมศึกษาจากสถาบันอุดมศึกษาแห่งนั้นเว้นแต่เป็นไปตามระเบียบหรือหลักเกณฑ์ที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการกำหนดหรือให้ความเห็นชอบ

ความในวรรคหนึ่งและวรรคสองไม่นำมาใช้บังคับแก่ผู้ซึ่งได้รับแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งนายกสภาสถาบันอุดมศึกษาหรือกรรมการสภาสถาบันอุดมศึกษาอยู่ในวันก่อนวันที่คำสั่งนี้มีผลใช้บังคับ

**บทวิเคราะห์** คำสั่งข้อนี้เป็นการแก้ไขปัญหาการดำรงตำแหน่งนายกสภาสถาบันอุดมศึกษามากกว่า 1 แห่ง ซึ่งแม้ในพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยอื่นๆ จะไม่ได้ห้ามแต่การที่บุคคลหนึ่งบุคคลใดดำรงตำแหน่งนายกสภาสถาบัน ซึ่งจะมีสิทธิรับรู้ข้อมูลของสถาบันอุดมศึกษานั้น และไปเป็นในอีกสถาบันอุดมศึกษาอีกแห่งในตำแหน่งเดียวกันแม้จะมีความเชื่อมั่นในตัวบุคคล แต่ก็เป็นเรื่องเฉพาะตัว ประเด็นปัญหาที่ถือคือ การดำรงตำแหน่งมากกว่า 1 แห่ง อาจก่อให้เกิดผลประโยชน์ที่ขัดกันได้

ข้อ 4 ให้คณะกรรมการการอุดมศึกษารายงานต่อรัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการเมื่อปรากฏว่าสภาสถาบันอุดมศึกษาหรือสถาบันอุดมศึกษาแห่งใดมีกรณี ดังต่อไปนี้

(1) จัดการศึกษาไม่เป็นไปตามมาตรฐานการอุดมศึกษาหรือมาตรฐานหลักสูตรจนอาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่นิสิตนักศึกษาระบบการศึกษาสังคมหรือประเทศชาติ

(2) จงใจหลีกเลี่ยงหรือประวิงการปฏิบัติตามกฎหมายกฎระเบียบข้อบังคับของสถาบันอุดมศึกษาหรือคำสั่งของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการที่สั่งการตามคำสั่งนี้หรือตามกฎหมาย

(3) นายกสภาสถาบันอุดมศึกษากรรมการสภาสถาบันอุดมศึกษาหรือผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษามีพฤติการณ์ส่อไปในทางทุจริต

(4) ก่อให้เกิดปัญหาความขัดแย้งภายในสถาบันอุดมศึกษาจนสภาสถาบันอุดมศึกษาหรือสถาบันอุดมศึกษาไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้

ในการดำเนินการตามวรรคหนึ่งคณะกรรมการการอุดมศึกษาอาจแต่งตั้งคณะกรรมการ คณะอนุกรรมการ คณะทำงานหรือมอบหมายบุคคลใดบุคคลหนึ่งหรือหลายคนตรวจสอบข้อเท็จจริงก่อน

**บทวิเคราะห์** คำสั่งข้อนี้การแก้ไขปัญหาคณาจารย์ขาดธรรมาภิบาลทั้งในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐและสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ใน 4 เหตุการณ์ เหตุผลในการตั้งคณะกรรมการ อนุกรรมการ หรือคณะทำงานตามที่กล่าวข้างต้น คือ การตรวจสอบสถาบันอุดมศึกษาเอกชนจากคณะกรรมการการอุดมศึกษา



(หมายเหตุ เนื่องจากคำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติที่ 39/2559 ได้บังคับใช้ก่อนมีพระราชบัญญัติปรับปรุง กระทรวง ทบวง กรม (ฉบับที่ 19) พ.ศ.2562 ตำแหน่งรัฐมนตรี และคณะกรรมการตามคำสั่ง คสช. ที่ 39/2539 จึงต้องมีการเปลี่ยนแปลง (ราชกิจจานุเบกษา, 2562 : 1- 6)

ดังที่กล่าวไว้ข้างต้นว่า การศึกษากฎหมายในส่วนของคำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติที่ 39/2559 จะเป็นเพียงการศึกษาคำสั่งเพียงบางข้อเท่านั้น ผู้เขียนจึงขอขอบทวิเคราะห์เพียงแค่ข้อที่ 4 เท่านั้น ด้วยมีคำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติที่ 9/2562 เรื่อง การยกเลิกประกาศคณะรักษาความสงบแห่งชาติ คำสั่งคณะรักษาความสงบแห่งชาติและคำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ บางฉบับที่หมดความจำเป็น โดยคำสั่งฉบับที่ 9/2562 ข้อ6 ได้บัญญัติ ให้ยกเลิกความในข้อ13 แห่งคำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ที่ 39/2559 เรื่อง การจัดระเบียบและแก้ไขปัญหาธรรมาภิบาลในสถาบันอุดมศึกษาโดยให้ใช้ความต่อไปนี้แทน ข้อ13 ในกรณีรัฐธรรมนูญว่าการกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม เห็นว่าสถาบันอุดมศึกษาใดตามข้อ 12 ได้รับการแก้ไขปัญหาอันเป็นเหตุสำคัญในการใช้บังคับคำสั่งนี้แล้วให้ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม โดยความเห็นชอบของคณะรัฐมนตรี มีอำนาจประกาศกำหนดการยกเลิกการใช้บังคับคำสั่งนี้แก่สถาบันอุดมศึกษานั้นต่อไป (ราชกิจจานุเบกษา, 2562 : 22-24)

### พระราชบัญญัติการอุดมศึกษา พ.ศ.2562 (ราชกิจจานุเบกษา, 2562 : 54-78)

ตอนต้นของกฎหมายฉบับนี้ได้กล่าวถึงเหตุผลและความจำเป็นในการตรากฎหมายฉบับนี้เพื่อความโดยสรุป คือ เพื่อให้การจัดการอุดมศึกษาของสถาบันอุดมศึกษาเป็นไปเพื่อประโยชน์แก่ประชาชน ลดความเหลื่อมล้ำและเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงการศึกษาได้อย่างทั่วถึงพระราชบัญญัติการอุดมศึกษา พ.ศ.2562 มีอยู่ 9 หมวด ดังนี้ หมวด 1 บททั่วไป หมวด 2 หลักการของการจัดการอุดมศึกษา หมวด 3 ประเภทและกลุ่มของสถาบันอุดมศึกษา หมวด 4 หน้าที่และอำนาจของสถาบันอุดมศึกษา หมวด 5 ข้อมูลการอุดมศึกษา หมวด 6 ทรัพยากรอุดมศึกษา หมวด 7 การควบคุมและกำกับดูแลสถาบันอุดมศึกษาหมวด 8 การคุ้มครองผู้เรียน และหมวด 9 บทกำหนดโทษ

หลักการของการจัดการอุดมศึกษา มาตรา 9 พระราชบัญญัติการอุดมศึกษา พ.ศ.2562 การจัดการอุดมศึกษาต้องเป็นไปตามหลักการ ดังต่อไปนี้ 1) หลักความรับผิดชอบต่อสังคม 2) หลักเสรีภาพทางวิชาการ 3) หลักความเป็นอิสระ 4) หลักความเสมอภาค และ 5) หลักธรรมาภิบาล กรณีการจัดการอุดมศึกษาให้เป็นไปตามหลักธรรมาภิบาล อาจแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่ม 1 คือ สภาสถาบันอุดมศึกษา นายกสภาสถาบันอุดมศึกษาและกรรมการสภาสถาบันอุดมศึกษา กลุ่ม 2 คือ สถาบันอุดมศึกษาและบุคลากร

กลุ่ม 1 สภาสถาบันอุดมศึกษา นายกสภาสถาบันอุดมศึกษาและกรรมการสภาสถาบันอุดมศึกษา หน้าที่ตามกฎหมาย ของสภาสถาบันอุดมศึกษาต้องจัดให้มีประมวลจริยธรรมของผู้ปฏิบัติงานในสถาบันอุดมศึกษา (มาตรา 20) โดยการนี้ นายกสภาสถาบันอุดมศึกษาและกรรมการสภาสถาบันอุดมศึกษาต้องเป็นแบบอย่างในการปฏิบัติหน้าที่อย่างมีธรรมาภิบาลด้วย (มาตรา 21)

กลุ่ม 2 สถาบันอุดมศึกษาและบุคลากรหน้าที่ตามกฎหมายของสถาบันอุดมศึกษา (ทั้งรัฐและเอกชน) และบุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาทั้งของรัฐและเอกชน จะต้องปฏิบัติหน้าที่ตามหลักธรรมาภิบาล (มาตรา 19) สถาบันอุดมศึกษาจะต้องสร้างความโปร่งใสตามหลักธรรมาภิบาล โดยต้องจัดให้มีระบบควบคุมภายในและระบบการตรวจสอบที่มีประสิทธิภาพเพื่อประโยชน์ในการป้องกันและขจัดการขัดกันแห่งผลประโยชน์

และการทุจริตและประพฤติมิชอบ (มาตรา 19 วรรคสอง) สถาบันอุดมศึกษาซึ่งรวมถึงสถาบันอุดมศึกษาเอกชน มีหน้าที่ต้องให้เกิดการมีส่วนร่วมของผู้เรียน บุคลากรของสถาบัน สังคม และประเทศชาติต่อสถาบันอุดมศึกษา ด้วยวิธีการกำหนดพันธกิจของตนต่อผู้มีส่วนได้เสีย โดยพันธกิจดังกล่าว ต้องผ่านการรับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้เสียด้วย และประกาศต่อสาธารณะเพื่อให้รับทราบกันอย่างกว้างขวาง และสุดท้ายสถาบันอุดมศึกษา และบุคลากรของสถาบันเอง จะต้องยึดถือและปฏิบัติตามพันธกิจที่ได้ประกาศไปแล้วด้วย (มาตรา 22)

### พระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พ.ศ.2546

ความเป็นมาที่สำคัญของกฎหมายสถาบันอุดมศึกษาเอกชนฉบับนี้ มาจากการปฏิรูปการศึกษาโดยผลของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2540 และตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542 ทำให้มีการปรับปรุงแก้ไขพระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พ.ศ.2522 มาสู่การยกร่างใหม่เป็นพระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พ.ศ.2546 ที่บังคับใช้มาถึงปัจจุบัน (ดิเรก ควรสมาคม, 2558 : 15)

#### เหตุผลในการประกาศใช้พระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พ.ศ.2546

ด้วยเหตุที่บทความนี้มีเจตนาจะศึกษาเปรียบเทียบกฎหมายที่ใช้กำกับดูแลสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ กับกฎหมายสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ในเรื่องธรรมาภิบาล จึงเห็นควรนำเพียงบางตอนมาพิจารณาศึกษาดังความว่า “ดังนั้น เพื่อให้สถาบันอุดมศึกษาของรัฐและสถาบันอุดมศึกษาของเอกชนอยู่ภายใต้การกำกับติดตามการประเมินคุณภาพและมาตรฐานการศึกษาเดียวกัน จึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัตินี้”

ข้อความเน้นดังกล่าวข้างต้น ที่ว่าอยู่ภายใต้การกำกับติดตามการประเมินคุณภาพและมาตรฐานการศึกษาเดียวกัน น่าจะตีความได้ว่า หลักการธรรมาภิบาลที่หากมีในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐก็ควรมีและนำมาใช้ในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนบางส่วนได้เพราะมาตรฐานการศึกษาต้องมาจากการบริหารงานของฝ่ายบริหารที่ปฏิบัติตามแผนประกันคุณภาพการศึกษา ซึ่งเป็นหลักการเดียวกับสถาบันอุดมศึกษาของรัฐฉะนั้นการศึกษาเหตุผลในการประกาศใช้กฎหมายน่าจะตีความได้ไปถึงความสอดคล้องเท่าที่ทำได้ระหว่างสถาบันอุดมศึกษาของรัฐกับเอกชนในเรื่องส่งเสริมและสนับสนุนหลักธรรมาภิบาลด้วย

### บทวิเคราะห์ ธรรมาภิบาลในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ตามพระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พ.ศ.2546

ด้วยบทความนี้จะมุ่งเน้นการศึกษากฎหมายสถาบันอุดมศึกษาเอกชนเฉพาะมาตราที่มีความสัมพันธ์กับเรื่องธรรมาภิบาลในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน องค์ประกอบในการศึกษาเรื่องธรรมาภิบาลในกฎหมายสถาบันอุดมศึกษาเอกชน จะมีอยู่ 2 ส่วน คือ สภาสถาบัน หรือ สภามหาวิทยาลัย กับ อธิการบดี ในฐานะผู้บริหารสูงสุดของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

องค์ประกอบของสภาสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

มาตรา 28 แห่งพระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พ.ศ.2546 เป็นเรื่ององค์ประกอบของสภาสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

(1) นายกสภาสถาบัน ซึ่งผู้รับใบอนุญาตเสนอชื่อ

(2) อธิการบดี เป็นกรรมการสภาสถาบันโดยตำแหน่ง

(3) กรรมการสภาสถาบันผู้ทรงคุณวุฒิจำนวนไม่น้อยกว่าเจ็ดคนแต่ไม่เกินสิบสี่คนซึ่งผู้รับใบอนุญาตเสนอชื่อ ทั้งนี้ ให้มีคณาจารย์ประจำอย่างน้อยหนึ่งคน





(4) กรรมการสภาสถาบันผู้ทรงคุณวุฒิจำนวนไม่เกินสามคนซึ่งรัฐมนตรีเลือกจากบัญชีรายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิที่คณะกรรมการเห็นชอบ

ให้รัฐมนตรีแต่งตั้งนายกสภาสถาบันตาม (1) และกรรมการสภาสถาบันผู้ทรงคุณวุฒิตาม (3) และ (4)

ให้สภาสถาบันเลือกกรรมการสภาสถาบันผู้ทรงคุณวุฒิคนหนึ่งเป็นอุปนายกสภาสถาบันเพื่อทำหน้าที่แทนนายกสภาสถาบัน เมื่อนายกสภาสถาบันไม่อาจปฏิบัติหน้าที่ได้หรือไม่มีผู้ดำรงตำแหน่งนายกสภาสถาบัน

ให้สภาสถาบันแต่งตั้งผู้บริหารของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนคนหนึ่งเป็นเลขานุการ โดยคำแนะนำของอธิการบดี (ราชกิจจานุเบกษา, 2546)

**บทวิเคราะห์** ธรรมนูญสถาบันอุดมศึกษาในส่วนของมาตรา 28 ศึกษาเฉพาะประเด็นเรื่องที่มาของกรรมการสภาสถาบันนั้นจะขอวิเคราะห์เพียงมาตรา 28 (3) ในส่วนการมีส่วนร่วมของคณาจารย์ประจำ โดยมีหลักธรรมนูญสองหลักที่ผู้เขียนขอนำมาใช้ คือ หลักการมีส่วนร่วมและหลักความโปร่งใสในสัดส่วนกรรมการสภาสถาบันผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ให้มีคณาจารย์ประจำอย่างน้อย 1 คน ในเรื่องที่มาของกรรมการสภาสถาบันนั้น หลักการมีส่วนร่วม เบื้องต้นที่ให้มีตัวแทนของคณาจารย์ด้วยนั้นถือเป็นสิ่งที่ดีอันมีในกฎหมายแต่เรื่องความโปร่งใสในเรื่องที่มาของตัวแทนคณาจารย์อาจเป็นเรื่องที่มองได้ต่างมุมหากจะพิจารณาศึกษาเทียบเคียงกับกรณีกฎหมายสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ

### ธรรมนูญสถาบันในส่วนบทบัญญัติอำนาจหน้าที่ของสภาสถาบัน

มาตรา 34 แห่งพระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พ.ศ. 2546 บัญญัติว่า สภาสถาบันมีอำนาจหน้าที่วางนโยบายและควบคุมดูแลกิจการทั่วไปของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน อำนาจหน้าที่เช่นนี้ให้รวมถึง

- (1) อนุมัติแผนพัฒนาของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน
- (2) ออกข้อกำหนด ระเบียบ และข้อบังคับเกี่ยวกับการดำเนินงานในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน
- (3) จัดสรรทุนออกเป็นกองทุนประเภทต่าง ๆ และออกข้อบังคับเกี่ยวกับการใช้จ่ายเงินของกองทุน
- (4) อนุมัติแผนการเงิน งบดุล งบการเงินประจำปีของกองทุนประเภทต่าง ๆ
- (5) อนุมัติการโอนเงินของกองทุนประเภทหนึ่งไปเป็นของกองทุนอีกประเภทหนึ่ง
- (6) อนุมัติหลักสูตรและการปรับปรุงหลักสูตรตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการกำหนด
- (7) อนุมัติการรับนักศึกษา การให้ประกาศนียบัตร อนุปริญญา ปริญญา หรือประกาศนียบัตรบัณฑิต
- (8) อนุมัติการให้ปริญญาเกิตติมศักดิ์แก่ผู้ทรงคุณวุฒิ
- (9) อนุมัติการจัดตั้ง ยุบ รวม และเลิกส่วนงานภายใน
- (10) อนุมัติความร่วมมือทางวิชาการหรือความร่วมมืออื่นกับสถาบันการศึกษาหรือบุคคลใดตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการกำหนด

(10/1) อนุมัติการลงทุนหรือร่วมลงทุนกับนิติบุคคลหรือหน่วยงานอื่นเพื่อดำเนินกิจการที่เกี่ยวข้องหรือต่อเนื่องกับกิจการของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน หรือนำผลการค้นคว้าวิจัยไปเผยแพร่หรือหาประโยชน์เพื่อเป็นรายได้ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

(11) สนับสนุนให้สถาบันอุดมศึกษาเอกชนมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาโดยระดมทรัพยากรบุคคลจากในประเทศและต่างประเทศ การนำประสบการณ์ ความรอบรู้ ความชำนาญและภูมิปัญญาของบุคคลดังกล่าวมาใช้เพื่อเพิ่มคุณภาพบัณฑิต

(12) อนุมัติการรับหรือการเข้าสมทบกับสถาบันการศึกษาในประเทศหรือต่างประเทศตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการกำหนด

(13) พิจารณาเสนอความเห็นต่อคณะกรรมการในการแก้ไขข้อกำหนดตามมาตรา 11 วรรคสาม

(14) พิจารณาเสนอความเห็นต่อคณะกรรมการเพื่อนำความกราบบังคมทูลเพื่อทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ แต่งตั้งและถอดถอนศาสตราจารย์และศาสตราจารย์พิเศษ

(15) แต่งตั้งและถอดถอนอธิการบดี ศาสตราจารย์เกียรติคุณ และถอดถอนคณาจารย์ประจำตามมาตรา 97

(16) ให้ความเห็นชอบการแต่งตั้งและถอดถอนรองอธิการบดี และผู้ดำรงตำแหน่งเทียบเท่า

(17) ให้ความเห็นชอบการแต่งตั้งและถอดถอนรองศาสตราจารย์ รองศาสตราจารย์พิเศษ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษ

(18) ส่งเสริมสนับสนุนการศึกษาหรือให้ทุนการศึกษาแก่ผู้ด้อยโอกาสและบุคคลผู้มีความสามารถพิเศษ

(19) ออกข้อบังคับว่าด้วยการบริหารงานบุคคลของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนเกี่ยวกับการกำหนดตำแหน่ง อัตราเงินเดือน ค่าจ้าง ค่าตอบแทน สวัสดิการ ประโยชน์เกื้อกูลอื่น วินัย หลักเกณฑ์การจ้าง และการเลิกจ้างของผู้บริหาร คณาจารย์ ผู้ช่วยอาจารย์และเจ้าหน้าที่

(20) พัฒนาความสามารถของคณาจารย์ บุคลากรและคุณภาพของบัณฑิตเพื่อการผลิตบุคลากรที่สอดคล้องกับความต้องการของประเทศ

(21) ส่งเสริมการศึกษา การวิจัย การฝึกอบรมคณาจารย์และบุคลากรให้สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน เพื่อนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน

(22) ส่งเสริมสนับสนุนการผลิตบัณฑิตให้สอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการ และประสานความร่วมมือทางวิชาการระหว่างสถานประกอบการกับสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

(23) ให้มีระบบประกันคุณภาพภายในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน โดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมในการประเมินคุณภาพสถาบันอุดมศึกษาตามข้อบังคับของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

(24) พิจารณาวิธีที่จะทำให้การศึกษา การวิจัย และการฝึกอบรมของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนเจริญก้าวหน้าและมีคุณภาพทางวิชาการยิ่งขึ้น

(25) ปฏิบัติหน้าที่อื่นเกี่ยวกับกิจการของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่มีได้ระบุให้เป็นหน้าที่ของผู้ใดโดยเฉพาะ

**บทวิเคราะห์** หลักธรรมาภิบาลที่ซ่อนอยู่ในมาตรา 34 แห่งพระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พ.ศ.2546 เนื่องด้วยรูปแบบในกฎหมายสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ทั้งฉบับปัจจุบันและฉบับก่อน กำหนดให้มีองค์กร สภาสถาบัน หรือสภามหาวิทยาลัย เป็นองค์กรหลักเดียว ในการอนุมัติพิจารณาให้ความเห็นชอบการแต่งตั้งผู้บริหารและตำแหน่งทางวิชาการ บางสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ก่อนการอนุมัติหรือพิจารณาให้ความเห็นชอบการแต่งตั้งผู้บริหาร หรือการแต่งตั้งคณาจารย์เข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการ ซึ่งแม้จะมีคณะกรรมการพิจารณาตำแหน่งทางวิชาการ อันถูกกำหนดไว้ในกฎหมายแล้วแต่ด้วยต้องการให้เกิดการมีส่วนร่วมและความโปร่งใสมากขึ้น จึงได้จัดตั้งคณะกรรมการเสริม ซึ่งบางแห่งเรียกชื่อ สภาวิชาการ อันมีลักษณะคล้ายคลึงกับแบบอย่างตามกฎหมายสถาบันอุดมศึกษาของรัฐทั้งเนื้อหาและวิธีการปฏิบัติอันอาจแสดงให้เห็นเจตนาที่ต้องการให้เกิดธรรมาภิบาลในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน



## ความโปร่งใสในเรื่องการเงินของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

ก่อนที่จะทำความเข้าใจเรื่อง ความโปร่งใสในเรื่องการเงินของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ควรที่จะได้ศึกษาความหมายของความโปร่งใสในแง่ของหลักธรรมาภิบาลเป็นเบื้องต้นก่อน OECD องค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา ได้ให้ความหมายของ “ความโปร่งใส” คือ การให้สาธารณะสามารถเข้าถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่างๆ ของภาคสาธารณะ ทั้งในแง่ของขอบเขต ความถูกต้องและทันสมัยจากหน่วยงานของรัฐ (OECD, 2008; Arndt and Oman, 2006)

ผู้รับผิดชอบในการจัดทำงบการเงินประจำปีของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนของไทย กฎหมายสถาบันอุดมศึกษาเอกชนกำหนดให้ให้อธิการบดีเป็นผู้รับผิดชอบในการจัดทำงบการเงินประจำปีให้ผู้สอบบัญชีตรวจสอบและเมื่อผู้สอบบัญชีตรวจสอบแล้วให้อธิการบดีนำเสนอต่อสภาสถาบันเมื่อสภาสถาบันได้อนุมัติงบการเงินประจำปีแล้วให้อธิการบดีส่งงบการเงินพร้อมรายงานการสอบบัญชีไปยังสำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษาภายในกำหนดหนึ่งร้อยยี่สิบวันนับแต่วันสิ้นรอบระยะเวลาบัญชี (มาตรา 67 พ.ร.บ สถาบันอุดมศึกษาเอกชน พ.ศ. 2546)

ผู้แต่งตั้งผู้สอบบัญชีรับอนุญาตให้กับสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ตามกฎหมายสถาบันอุดมศึกษาเอกชน กำหนดให้สภาสถาบันแต่งตั้งผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเป็นผู้สอบบัญชีสถาบันอุดมศึกษาเอกชนประจำปีทุกปี (มาตรา 68)

**บทวิเคราะห์** หลักธรรมาภิบาล หัวข้อความโปร่งใสในกรณีเรื่องการเงินของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน (การจัดการศึกษาของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนถือเป็นบริการสาธารณะที่เอกชนเข้ามามีส่วนร่วม) คือ การที่กฎหมายได้บังคับให้ส่งงบการเงินพร้อมรายงานการสอบบัญชีไปยังสำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษาและการกำหนดอำนาจในการตรวจสอบให้กับผู้สอบบัญชี อันเป็นบทบัญญัติที่มีในกฎหมายสถาบันอุดมศึกษาเอกชน มาตรา 67-69 ถือได้ว่าเป็นการแสดงถึงความโปร่งใสที่สถาบันอุดมศึกษาเอกชนได้กระทำอยู่แล้วโดยสอดคล้องกับหลักธรรมาภิบาล เพราะผู้สอบบัญชีรับอนุญาตอยู่ในภายใต้การกำกับดูแลสภาวิชาชีพซึ่งเป็นองค์กรภายนอกทำให้สถาบันอุดมศึกษามีการตรวจสอบจากภายนอก

## บทสรุป

จากการศึกษา พบว่า ประเทศไทยได้ให้ความสนใจกับเรื่องหลักธรรมาภิบาลมาตั้งแต่กรณีประสบปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจ บทสรุปความหมาย “หลักธรรมาภิบาล” ในระดับสากล คณะกรรมาธิการเศรษฐกิจและสังคมแห่งสหประชาชาติสำหรับเอเชียและแปซิฟิก United Nations Economic and Social Commission for Asia and the Pacific : UNESCAP ได้ให้นิยาม คำว่า ธรรมาภิบาล (Good Governance) อันมีองค์ประกอบ 8 ประการ ประเทศไทยได้รับ 8 ข้อ ดังกล่าว นำมาบัญญัติไว้ในกฎหมายและปรับใช้ให้สอดคล้องกับบริบทของสังคมไทยในหลายประเด็นตั้งแต่รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2560 ตลอดจนถึงพระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พ.ศ.2546 ธรรมาภิบาลได้เข้ามามีบทบาทในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน โดยผ่านช่องทางกฎหมาย ดังเห็นได้จาก การมีคำสั่งของคณะกรรมการรักษาความสงบแห่งชาติ อันเป็นกฎหมายที่เข้ามาส่งเสริมให้เกิดความสมบูรณ์ของการมีหลักธรรมาภิบาลในสถาบันอุดมศึกษา ซึ่งคำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติที่ 39/2559 ได้เข้ามามีส่วนเติมความสมบูรณ์ของหลักธรรมาภิบาลในภาคของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนอยู่ 2 เรื่อง ดังเนื้อหาที่กล่าวมาข้างต้น แต่อย่างไรก็ตามหลักธรรมาภิบาลในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนจากการศึกษา พบว่า ในตัวบทแห่งพระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พ.ศ.2546 มีบางมาตราที่

สอดคล้องกับหลักสูตรรามาภิบาลอยู่แล้ว และในทางปฏิบัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชนมีการเสริมหลักสูตรรามาภิบาลเข้ามาในระบบการบริหารของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนเองโดยภาคสมัครใจ เช่น การจัดตั้งสภาวิชาการ เป็นองค์กรเสริมจากกฎหมายสถาบันอุดมศึกษาเอกชน เป็นต้น

### ข้อเสนอแนะ

เพื่อส่งเสริมให้มีหลักสูตรรามาภิบาลในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน มีรูปธรรมมากขึ้น อย่างเช่นเดียวกับสากลที่ใช้กฎหมายเป็นเครื่องมือผลักดันรามาภิบาลเพื่อให้เกิดผลในทางปฏิบัติกฎหมายสถาบันอุดมศึกษาเอกชนจึงเป็นหนึ่งในกลไกสำคัญในการผลักดันให้หลักสูตรรามาภิบาลถูกนำไปใช้จริงในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนจึงเสนอว่าควรแก้ไขเพิ่มเติม มาตรา 8 ในพระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พ.ศ.2546 ดังนี้

“มาตรา 8 สถาบันอุดมศึกษาเอกชนเป็นสถานศึกษาและวิจัย มีวัตถุประสงค์ในการให้การศึกษาส่งเสริมวิชาการและวิชาชีพชั้นสูง ทำการสอน ทำการวิจัย ให้บริการทางวิชาการแก่สังคม ทำนุบำรุงศิลปและวัฒนธรรมของชาติ และสนับสนุนให้เกิดหลักสูตรรามาภิบาล”

### เอกสารอ้างอิง

- คณะกรรมการส่งเสริมรามาภิบาลของ สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี. (2556). *ที่มา ความหมาย และพัฒนาการของหลักสูตรรามาภิบาล*. (14 มกราคม 2562) สืบค้นจาก <http://www.socgg.soc.go.th/History1.htm>.
- คำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ที่ 39/2559. (2559). เรื่อง การจัดระเบียบและแก้ไขปัญหา รามาภิบาลในสถาบันอุดมศึกษา 2559/12/07. *ราชกิจจานุเบกษา*, 133 ตอนพิเศษ 155 ง, 21-24.
- คำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติที่ 9/2562. (2562). เรื่องการยกเลิกประกาศคณะรักษาความสงบแห่งชาติคำสั่งคณะรักษาความสงบแห่งชาติ และคำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ บางฉบับที่หมดความจำเป็น 2562/09/07. *ราชกิจจานุเบกษา*, 136 ตอนพิเศษ 174 ง, 22-24.
- ณดา จันท์สม. (2559). *รามาภิบาลกับการบริหารสถาบันอุดมศึกษาของไทย*. (20 มีนาคม 2563) สืบค้นจาก <http://econ-test.nida.ac.th/attachments/article/3213/nada.pdf>.
- ดิเรก ควรสมาคม. (2558). *คำอธิบายกฎหมายสถาบันอุดมศึกษาเอกชน*. กรุงเทพฯ : วิทยุชน.
- ธำรง รัตนภรรณเดชะ และ อภิภา ปรีชญพฤทธิ. (2555). ยุทธศาสตร์การบริหารงานสถาบันอุดมศึกษาเอกชนของไทยตามหลักสูตรรามาภิบาล. *วารสารเศรษฐศาสตร์*, 40(1), 59-72.
- บวรศักดิ์ อูวรรณโณ. (ม.ป.ป.). *โครงการการสำรวจข้อมูลรามาภิบาลในประเทศไทย*. (20 มีนาคม 2563) สืบค้นจาก <https://www.goodgovernance.kpi.ac.th/th/home>.
- พระราชบัญญัติปรับปรุง กระทรวง ทบวง กรม (ฉบับที่ 19) พ.ศ.2562.2562/01/05. (2562). *ราชกิจจานุเบกษา*, 136 ตอนที่ 57 ก, 1-6.
- พระราชบัญญัติการอุดมศึกษา พ.ศ.2562.2562/01/05. (2562). *ราชกิจจานุเบกษา*, 136 ตอนที่ 57 ก, 54-78.
- สถาบันคลังสมองของชาติ. (2559). *ประมวลผลรามาภิบาลเพื่อการพัฒนาอุดมศึกษา*. (10 กรกฎาคม 2562) สืบค้นจาก <http://www.knit.or.th/web/?p=31743>.



- ศรีพัชรา สิทธิกำจร แก้วพิจิตร. (2551). การใช้หลักธรรมาภิบาลในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน. ปรัชญาดุสิต  
บัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.
- สถาบันพระปกเกล้า. (2561). หลักธรรมาภิบาล : จากแนวคิดสู่การปฏิบัติในสังคมไทย. กรุงเทพฯ : บริษัท  
ศูนย์การพิมพ์แก่นจันทร์จำกัด.
- สถาบันส่งเสริมการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี. (2546). คู่มือคำอธิบายและแนวทางปฏิบัติตามพระราช  
กฤษฎีกาว่าด้วย หลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546. กรุงเทพฯ : สิริบุตร  
การพิมพ์.
- อานันท์ ปันยารชุน. (2542). มุมมองนายอานันท์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มติชน.
- United Nations ESCAP. (2009). *What is Good Governance? ESCAP Newsletter*. (July 10, 2019)  
Retrieved from <https://www.unescap.org/sites/default/files/good-governance.pdf>.

# 2

การวิเคราะห์ปัจจัยความพร้อมของเมืองรองต่อการตัดสินใจจัดงานไมซ์  
ของประเทศไทย : มุมมองผู้ประกอบธุรกิจภาคกลาง ภาคตะวันออก  
เฉียงเหนือ และภาคใต้

The Analysis of Second Tier City's Readiness for Decision Making  
of MICE Events in Thailand : Viewpoints of Stakeholders in Central,  
Northeastern and Southern regions

---

ศุภวรรณ ตีระรัตน์ และ ประสพชัย พสุนนท์  
Supawan Teerarat and Prasopchai Pasunon





# การวิเคราะห์ปัจจัยความพร้อมของเมืองรองต่อการตัดสินใจจัดงานไมซ์ ของประเทศไทย : มุมมองผู้ประกอบการธุรกิจภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้

The Analysis of Second Tier City's Readiness for Decision Making of MICE  
Events in Thailand : Viewpoints of Stakeholders in Central, Northeastern and  
Southern regions

ศุภวรรณ ตีระรัตน์<sup>1</sup> และ ประสพชัย พสุนนท์<sup>2</sup>  
Supawan Teerarat and Prasopchai Pasunon

<sup>1</sup>คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา อำเภอชะอำ เพชรบุรี 76120 ประเทศไทย

โทรฯ : 081-3090300 e-mail : supawan.phd2019@gmail.com

Faculty of Management Science Silpakorn University No. 1, Village No. 3, Sam Phraya Subdistrict, Cha-am  
District, Petchaburi 76120, Thailand Tel : 081-3090300 e-mail : supawan.phd2019@gmail.com

<sup>2</sup>คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร 1 หมู่ 3 ต.สามพระยา อ.ชะอำ จ.เพชรบุรี 76120 ประเทศไทย

โทรฯ : 032-594-043-50 e-mail : prasopchai@ms.su.ac.th

Faculty of Management Science Silpakorn University No. 1, Village No. 3, Sam Phraya Subdistrict, Cha-am  
District, Petchaburi 76120, Thailand Tel : 0-32594043-50 e-mail : prasopchai@ms.su.ac.th

*Received : February 22, 2020 Revised : June 25, 2020 Accepted : June 25, 2020*

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยความพร้อมของเมืองรองในการเป็นสถานที่ของการจัดงานไมซ์ของประเทศไทย และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยความพร้อมของเมืองรองที่ส่งผลต่อการตัดสินใจจัดงานไมซ์ในเมืองรอง เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจไมซ์ จำนวน 119 คน ด้วยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามที่ผ่านการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ และการวิเคราะห์ถดถอยถดถอยพหุคูณ เพื่อศึกษาต่อการตัดสินใจไปจัดงาน ผลการวิจัย พบว่า 1) ปัจจัยความพร้อมของเมืองรองประกอบด้วย 9 ปัจจัย คือ ด้านศักยภาพและการสนับสนุนของเมือง ด้านอุปสงค์และอุปทาน ด้านสถานที่จัดงานและที่พัก ด้านกระบวนการส่งเสริมการจัดงาน ด้านการอำนวยความสะดวกจากภาครัฐ ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านการบริการและประโยชน์สู่ชุมชน ด้านโอกาสทางธุรกิจ และด้านสถานที่จัดงานมีอุปกรณ์และเทคโนโลยีสารสนเทศ และ 2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจจัดงานไมซ์ในเมืองรองมากที่สุด มี 2 ปัจจัย คือ ด้านสถานที่จัดงานและที่พัก และด้านโครงสร้างพื้นฐาน

**คำสำคัญ :** อุตสาหกรรมไมซ์; เมืองรอง; ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ; ปัจจัยความพร้อมของเมือง

## Abstract

The objectives of this research were 1) To analyse the readiness of second-tier city for being venue of MICE events in Thailand and 2) To study factor of city's readiness that affects MICE events' decision making in the second-tier city. The study was based on questionnaire surveys collected from 119 MICE stakeholders, by using purposive sampling method. Research instrument used the systematic literature reviews, questionnaire, statistics for data analysis by frequency, percentage, mean, standard deviation, exploratory factor analysis and multiple regressive analysis accordingly. The study revealed that 1) Factors affecting the readiness of second-tier city consisted of 9 factors : City's capabilities and supports Demand & supply Venue and accommodation Process of event promotion Facilitation from governments Infrastructure Services and benefit to community Business opportunities and Offering equipments & information technology by venue 2) The factor influencing the highest level of decision making towards MICE events in second-tier city are The factor of venue and accommodation. and The factor of Infrastructure accordingly.

**Keywords :** MICE industry; Second-tier city; Decision-influenced factors; Readiness of the city

## บทนำ

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) อันประกอบด้วย การประชุมองค์กร (Meeting) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) การประชุมวิชาการ (Conference) และการแสดงสินค้า (Exhibition) เป็นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงธุรกิจและเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้รัฐบาลใช้อุตสาหกรรมไมซ์ในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี 2561 – 2580 ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันประเด็นท่องเที่ยวเชิงธุรกิจโดยมีเป้าหมายส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์เพื่อให้เกิดการสร้างรายได้สู่เศรษฐกิจภูมิภาคผ่านการจัดงานไมซ์ทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติ ทั้งนี้รัฐบาลมีวิสัยทัศน์ในการพัฒนาประเทศสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน โดยการกระจายรายได้สู่ภูมิภาคและการลดความเหลื่อมล้ำ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาสังคมและการเศรษฐกิจแห่งชาติ, 2561) และจากผลการวิจัยของ บริษัท ฟรอสต์ แอนด์ ซัลลิวัน (ไทยแลนด์) จำกัด ที่ได้ทำการศึกษาให้กับสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ พบว่า ในปี 2561 รายได้ที่เกิดจากการจัดกิจกรรมไมซ์นั้นมีมูลค่าถึง 251,400 ล้านบาท และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นถึงประมาณ 316,000 – 405,000 ล้านบาท ในปี พ.ศ.2565 โดยทำให้เกิดการจ้างงาน 181,000 อัตรา และสามารถจัดเก็บภาษีให้กับภาครัฐได้มากกว่า 23,400 ล้านบาท จากจำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศจำนวน 31 ล้านคน เฉลี่ยการใช้จ่ายต่อคนต่อทริปเท่ากับ 75,000 บาท (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน), 2561) นอกจากนี้ ปาจรีย์ ชัยชุมพล (2558) ได้กล่าวว่า อุตสาหกรรมไมซ์ยังสร้างประโยชน์ที่ไม่สามารถวัดเป็นตัวเงินได้จากการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านนวัตกรรม ด้านเทคโนโลยี การสร้างเครือข่าย และพันธมิตรทางธุรกิจซึ่งรวมถึงประโยชน์ทางอ้อมที่เกิดจากการกระจายรายได้สู่ชุมชน การซื้อของช่วย การท่องเที่ยว และการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้ประเทศ





อีกด้วย ส่วน เสรี วงษ์มณฑา และ วิชยานันท์ พอค้า (2560) ได้ชี้ให้เห็นว่าผลประโยชน์ที่จะได้จากนักเดินทางไมซ์ที่มาร่วมงานไม่ได้มาจากการประชุมเพียงอย่างเดียว แต่ได้จากการไปทำกิจกรรมอื่นๆ และการท่องเที่ยวในช่วงก่อนการจัดงานหรือหลังการร่วมงานไมซ์ โดย ประภัสสร เทพชาติ (2559) ได้กล่าวไว้ว่า ถ้านักเดินทางกลุ่มนี้เกิดความประทับใจ คนเหล่านี้ก็มีโอกาสที่จะกลับมาในฐานะนักท่องเที่ยวอีก นิโรธ เดชะกำแพง และ ชีระวัฒน์ จันทิก (2559) ได้สรุปไว้ว่า นักเดินทางไมซ์ถือว่าเป็นนักท่องเที่ยวคุณภาพที่สร้างรายได้สู่ระบบเศรษฐกิจได้ให้มากกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป ในปัจจุบันการจัดงานไมซ์ส่วนใหญ่จะจัดงานกระจุกตัวอยู่ในกรุงเทพมหานครเป็นหลักและ ดุษฎี ช่วยสุข (2558) ได้ชี้ให้เห็นว่า สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ได้มีการพัฒนาเมืองเศรษฐกิจหรือเมืองที่มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวและมีศักยภาพให้เป็นเมืองแห่งไมซ์ 5 เมือง คือ เชียงใหม่ กรุงเทพมหานคร พัทยา ขอนแก่น และภูเก็ต เพื่อเป็นเมืองต้นแบบของแต่ละภูมิภาคในการสร้างความพร้อมของเมืองในการรองรับการเป็นเมืองเจ้าภาพการจัดงานไมซ์

งานวิจัยส่วนใหญ่ศึกษาความพร้อมในการจัดงานไมซ์ของจุดหมายปลายทางในเมืองหลวง และเมืองเศรษฐกิจของภูมิภาค ด้วยปัจจุบันผู้จัดงานไมซ์นิยมไปจัดการประชุม หรืองานแสดงสินค้าเมืองรองเพราะมองว่าเมืองรองมีความท้าทายหลายด้าน และหลายเมืองยังภาพลักษณ์ที่แสดงถึงความไม่พร้อมด้านการคมนาคม การอำนวยความสะดวก ด้านสถานที่พัก สถานที่จัดงาน บุคลากรและห่วงโซ่อุปทานที่สามารถให้บริการได้ จึงมีการทำวิจัยเพื่อศึกษาในพื้นที่เมืองรองน้อยมาก กอปรกับรัฐบาลโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในปี 2561 ได้ประกาศการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง 55 จังหวัด และอยู่ในยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ด้านการท่องเที่ยวของประเทศ (กรมการท่องเที่ยว, 2561) จากความสำคัญดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการวิเคราะห์ปัจจัยด้านต่างๆ ที่จะสามารถสร้างความพร้อมให้กับเมืองรอง ปัจจุบันแนวโน้มของโลกให้ความสำคัญกับการเติบโตทางเศรษฐกิจ การขยายตัวของเมืองรองและการท่องเที่ยว (Jitpleecheep, P., 2019) สำหรับประเทศไทยเมืองรองหลายเมืองยังมีข้อจำกัดด้านภาพลักษณ์ของความพร้อมและศักยภาพในการจัดงาน ประโยชน์จากงานวิจัยนี้จะสามารถส่งเสริมเมืองรองในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจและกระจายรายได้สู่ชุมชน รวมถึงโอกาสในการพัฒนาเมืองรองด้านโครงสร้างพื้นฐานและการคมนาคมต่อไป

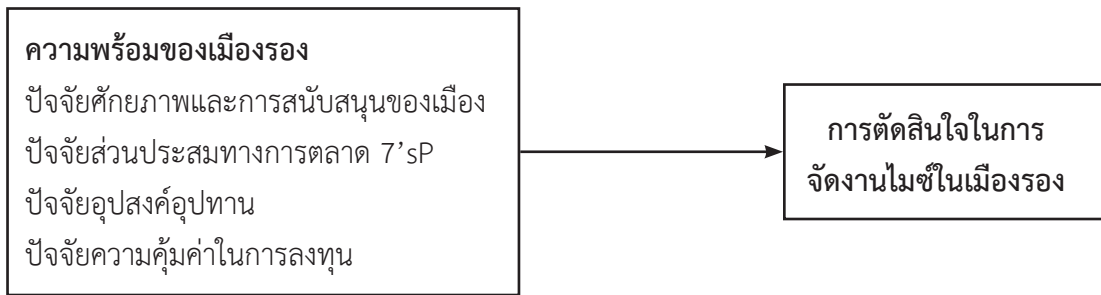
### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยความพร้อมของเมืองรองในการเป็นสถานที่ของการจัดงานไมซ์ของประเทศไทย จากมุมมองผู้ประกอบการธุรกิจภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้
2. เพื่อศึกษาปัจจัยความพร้อมของเมืองรองที่ส่งผลต่อการตัดสินใจจัดงานไมซ์ในเมืองรองจากมุมมองผู้ประกอบการธุรกิจภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้

### สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยความพร้อมของเมืองรองส่งผลต่อการตัดสินใจในการจัดงานไมซ์ในเมืองรอง

## กรอบแนวคิดการวิจัย



## นิยามศัพท์

**ผู้ประกอบการไมซ์** หมายถึง หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่สามารถจัดงาน หรือเป็นผู้ให้การสนับสนุน การจัดงาน หรือรับบริหารจัดการงานทั้งการประชุมองค์กร การจัดการประชุมวิชาการ การจัดการท่องเที่ยวเพื่อ เป็นรางวัล หรือการจัดงานแสดงสินค้า

**เมืองรองของไมซ์** หมายถึง เมืองอันดับสองโดยที่มีประชากรตั้งแต่ 1-5 ล้านคนขึ้นไป มีผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด GDP คิดเป็น 35% นอกเหนือจากกรุงเทพฯ และปริมณฑล ประกอบด้วย 18 จังหวัดทั่วประเทศ เชียงใหม่ เชียงราย นครสวรรค์ ชลบุรี นครราชสีมา อุบลราชธานี ขอนแก่น บุรีรัมย์ อุดรธานี ร้อยเอ็ด สกลนคร ชัยภูมิ นครศรีธรรมราช สงขลา สุราษฎร์ธานี ฉะเชิงเทรา ระยองและอยุธยา โดยคาดการณ์ว่าภายในปี 2025 อัตราการเติบโตของประชากรเมืองรองจะสูงขึ้นถึง 62% เมื่อเทียบกับกรุงเทพมหานครที่มีการเติบโตที่ 18% (Jitpleecheep, P., 2019; เพชรลัดดา เพ็ชรภักดี, 2562)

**ความพร้อมของเมือง** หมายถึง ความพร้อมของสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกของเมืองที่ให้เห็น ถึงศักยภาพทั้งด้านกายภาพ สิ่งอำนวยความสะดวก และการบริการในความพร้อมเป็นเมืองที่สามารถรองรับ การจัดงานไมซ์ คือ งานประชุม งานแสดงสินค้าและงานอีเวนท์

## ทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้รวบรวมและศึกษาวรรณกรรมต่างๆ ที่อ้างอิง และเกี่ยวข้องกับความพร้อมของเมืองรองต่อการ เป็นสถานที่ของการจัดงานไมซ์ในประเทศไทยได้ ดังนี้

### 1. แนวคิดในการตัดสินใจเลือกเมืองเจ้าภาพจัดงาน

กระบวนการตัดสินใจในการเลือกเมืองเจ้าภาพ คือ ส่วนสำคัญที่สุดของการจัดงานไมซ์ ผู้ประกอบการ ต้องค้นหาศักยภาพและปัจจัยความพร้อมของจุดหมายปลายทาง โดยเลือกคุณลักษณะของเมืองให้เหมาะสม กับประเภทของการจัดงานไมซ์ (García, J. A., Gómez, M., & Molina, A., 2012) การจัดงานประชุมวิชาการ จะตัดสินใจเลือกเมืองโดยให้ความสำคัญกับการเดินทางเข้าถึงเมืองมากที่สุด รองลงมา คือ ความเสี่ยงที่ไม่ สามารถจัดงานได้ และจำนวนที่พักรองรับตามลำดับ (Crouch, G. I., Del Chiappa, G., & Perdue, R. R., 2019) ในขณะที่ Jin, X., & Weber, K. (2016) กล่าวว่า สำหรับการจัดงานแสดงสินค้าผู้ประกอบการจะเลือก จุดหมายปลายทางที่สร้างโอกาสทางธุรกิจ มีอุตสาหกรรมเป้าหมายและการเดินทางสะดวกสบาย

### 2. แนวคิดความพร้อมและศักยภาพเมือง

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ(องค์การมหาชน) (2557) ได้สร้างคู่มือในการประเมิน เมืองสู่การเป็นเมืองไมซ์ที่ดี (MICE city) เพื่อสร้างความพร้อมของเมืองในการรองรับกิจกรรมไมซ์โดยเกณฑ์



ดังกล่าวแบ่งออกเป็น 8 ด้าน คือ 1) Accessibility ความสะดวกสบายในการเข้าถึงเมืองและสถานที่จัดงาน โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวไม่ชื่อนักธุรกิจ เมืองที่มีสนามบิน หรือมีความสะดวกในการคมนาคมในพื้นที่ที่จะสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน 2) Accommodation ความหลากหลายและจำนวนเพียงพอของสถานที่พัก ราคาที่เหมาะสม 3) Attraction แหล่งท่องเที่ยว และแหล่งสันทนาการ การซื้อของช้อปปิ้ง 4) Venue & facility ความพร้อมและจำนวนของสถานที่จัดงานที่สามารถรองรับงานไม่ชื่อนักได้อย่างมีประสิทธิภาพ 5) Local support การได้รับการสนับสนุนจากทุกหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนในพื้นที่ 6) City's image การมีภาพลักษณ์ที่ดีของเมือง การมีอัตลักษณ์ ความมีชื่อเสียงของเมืองในระดับประเทศและนานาชาติที่จะสร้างแรงจูงใจในการเดินทาง 7) Site environment สภาพแวดล้อมครอบคลุมโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่การให้บริการสาธารณะ อาทิ การบริการรถเช่า บริการเช่าอุปกรณ์WiFi การต้อนรับของคนในเมืองทุกภาคส่วน 8) Risk & security ความปลอดภัยในเมืองและความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในระหว่างการจัดงาน รวมถึงภัยทางธรรมชาติ และความสงบทางด้านการเมือง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดุษฎี ช่วยสุข (2558) ที่กล่าวว่า เมืองต้องมีการพัฒนาศักยภาพความพร้อมของเมืองหลายด้านเพื่อรองรับการเป็นเมืองแห่งไมซ์ ทั้งด้านการบริการของบุคคลากร การสร้างความร่วมมือในพื้นที่ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก และแหล่งท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Bornhorst, T., Ritchie, J. B., & Sheehan, L. (2010) ที่กล่าวถึง จุดหมายปลายทางที่จะประสบความสำเร็จต้องมีการตั้งการเข้าถึงสะดวกสบายสามารถนำเสนอการบริการและผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่นที่มีอัตลักษณ์และสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้มาเยือนรวมถึงมีการสนับสนุนร่วมมือจากชุมชน ท้องถิ่น ภาครัฐและเอกชนของเมือง

### 3. แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด

Philip Kotler (2003) และ Armstrong, G., Adam, S., Denize, S.M., Volkov, M. & Kotler, P. (2014) ได้วางแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาดสามารถนำมาวางกลยุทธ์ที่สร้างความโดดเด่นให้กับบริการ 7Ps โดยนำมาปรับการนำเสนอการตลาดให้กับเมืองได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังต่อไปนี้ 1) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Product/Service) จุดหมายปลายทางมีธุรกิจและการบริการที่เหมาะสมรองรับการจัดงาน 2) ด้านราคา (Price) ค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมของที่พัก สถานที่จัดงานและอื่นๆ ในพื้นที่ 3) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) การส่งเสริมสิทธิประโยชน์จากเมือง และภาพลักษณ์ที่แสดงความพร้อมของเมือง 4) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ทำเลที่ตั้งสถานที่จัดงาน สถานที่ที่ผู้ร่วมงานต้องเดินทางไปมีความสะดวก 5) ด้านสิ่งแวดล้อมทางภาพ (Physical environment) สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย สิ่งแวดล้อม 6) ด้านพนักงาน (People) ที่มีจิตใจรักการบริการและมีความเป็นมืออาชีพ 7) ด้านกระบวนการบริการ (Process) ผู้ให้บริการทั้งจากสถานที่จัดงาน ที่พักและธุรกิจที่เกี่ยวข้องมีประสิทธิภาพรวดเร็ว

### 4. แนวคิดอุปสงค์และอุปทาน

อุปสงค์และอุปทานเป็นกลไกสำคัญในการสร้างโอกาสทางธุรกิจจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดงาน โดยเฉพาะมีส่วนสำคัญมากขึ้นในอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าโดย Jin, X., & Weber, K. (2016) กล่าวถึง ธุรกิจงานแสดงสินค้าต้องอาศัยความสำคัญของยุทธศาสตร์อุตสาหกรรมในพื้นที่ซึ่งจะมีส่วนมากกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของงานฯ และกำหนดให้เมืองเจ้าภาพมีฐานะเป็นเมืองผู้นำของอุตสาหกรรมนั้นๆ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี Cluster ของ Porter (Porter, M. E. & Porter, M. P., 1998) ในการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มธุรกิจหรือกลุ่มอุตสาหกรรมที่มารวมตัวอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกันจะช่วยเชื่อมโยง เพิ่มผลิตผลให้สูงขึ้นและแสดงถึงความเป็นผู้นำของพื้นที่และอุตสาหกรรมนั้น

## 5. แนวคิดความคุ้มค่าของการจัดงาน

การวิเคราะห์ทางด้านเศรษฐศาสตร์โดยการจัดงานจำเป็นต้องคำนึงถึงการวิเคราะห์ด้านการเงินของโครงการถ้าเป็นภาคเอกชนจะคำนึงงบกำไรขาดทุน (Profit & loss analysis) และสามารถแสดงผลการดำเนินงานจากรายรับรายจ่ายของโครงการ (ภุชงค์ คงเจริญ และ มนต์รี โสคติยานุรักษ์ณ์, 2561) ในขณะที่ภาครัฐนั้นจะเน้นใช้การวิเคราะห์แบบต้นทุนผลประโยชน์ (Cost benefit analysis) ซึ่งจะคำนึงถึงด้านผลกระทบทางเศรษฐกิจที่สามารถกระจายสู่ชุมชนและเมือง นงคินิตย์ จันทร์จรัส (2556) ผู้ประกอบการไม่ซ้ำมาจากทั้งภาครัฐและเอกชนจึงมีมุมมองด้านความคุ้มค่าที่ต่างกัน ดังกล่าว

จากแนวคิดในการตัดสินใจเลือกเมืองเจ้าภาพจัดงาน ความพร้อมและศักยภาพเมือง ส่วนประสมทางการตลาด อุปสงค์และอุปทาน และความคุ้มค่าของการจัดงานข้างต้นทำให้เห็นถึงความเชื่อมโยงด้านความคิดของแนวความคิดในอดีตที่สามารถนำไปเป็นข้อมูลและประยุกต์ในการสร้างเครื่องมือการวิจัยผ่านการสนทนากลุ่ม (Group interview) ก่อนจะนำไปพัฒนาเป็นแบบสอบถาม

### วิธีการวิจัย

#### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในงานวิจัย คือ ผู้ประกอบการจัดงานไมซ์ที่มีโอกาสจัดงานไมซ์ทั่วประเทศ จากฐานข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ในศูนย์ข้อมูลไมซ์ [www.thaimiceconnect.com](http://www.thaimiceconnect.com) ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ซึ่งขณะนั้นมีข้อมูลผู้ประกอบการจำนวน 345 องค์กร จาก 3 ภูมิภาค คือ ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ (ข้อมูล ณ วันที่ 20 พฤศจิกายน 2562) การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) จากฐานข้อมูลองค์กรโดยใช้ตัวแทนองค์กรละ 1 คน ในระดับผู้บริหาร ผู้อำนวยการ หรือผู้จัดการ คำนวณขนาดตัวอย่างตามสูตรของ Taro Yamane  $n = \frac{n}{1+Ne^2} = \frac{345}{1+135(0.05)^2}$

โดยใช้เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ระหว่างวันที่ 21 พฤศจิกายน ถึง 31 ธันวาคม พ.ศ. 2562 ส่งแบบสอบถามไป 345 องค์กร แต่สามารถเก็บข้อมูลมาได้จำนวน 119 คน ซึ่งถือเป็น 64.32% ของขนาดกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้

#### 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

**การเก็บรวบรวมข้อมูล** การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือวิจัยหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยทำการศึกษาจากตำรา เอกสาร และการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง แล้วนำมาร่างเป็นแบบสอบถาม จากนั้นได้นำไปให้ผู้ประกอบการไม่ซ้ำจำนวน 10 คน ประกอบด้วยผู้ประกอบการแสดงสินค้า 3 คน ผู้ประกอบการประชุม 3 คน ผู้ให้บริการในสถานที่จัดงานโรงแรม 2 คน และภาครัฐ 2 คน ที่มีประสบการณ์ในธุรกิจไมซ์มากกว่า 10 ปี และอยู่ในตำแหน่งผู้บริหาร ร่วมกันอภิปรายและให้ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาแบบสอบถามด้วยวิธีการสนทนากลุ่ม (Focus group) หลังจากปรับแก้แบบสอบถามตามความคิดเห็นของกลุ่มผู้ประกอบการแล้วก็นำไปตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามโดยการตรวจสอบความตรง (Validity) มีผู้เชี่ยวชาญทำการตรวจสอบจำนวน 3 คน ซึ่งผลปรากฏว่า มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item objective congruence : IOC) อยู่ระหว่าง 0.9 – 1 ในทุกข้อคำถาม จากนั้นได้นำแบบสอบถามดังกล่าวไปทดลองกับผู้ประกอบการธุรกิจไมซ์ในภาคเหนือจำนวน 20 คน เพื่อหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แอลฟาของ ครอนบาร์ค (Cronbach's alpha coefficient)



ของแบบสอบถามผลปรากฏว่ามีค่าเท่ากับ 0.956 จากนั้นจึงนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง  
ทั้งนี้ แบบสอบถามทั้งหมดมี 5 ตอน โดยตอนที่ 1 เป็นชุดคำถามเกี่ยวกับลักษณะของประชากรศาสตร์  
จำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทธุรกิจ ประสบการณ์การทำงาน ระดับตำแหน่ง  
ตอนที่ 2 เป็นชุดคำถามเกี่ยวกับข้อมูลองค์กรจำนวน 6 คำถาม ประกอบด้วย ทุนดำเนินการ ระยะเวลาการ  
ดำเนินงานรายได้ต่อปี จำนวนพนักงาน ประสบการณ์การจัดงานนอกพื้นที่สำนักงาน และที่ตั้งสำนักงาน  
ตอนที่ 3 - 4 เป็นชุดคำถามเพื่อวัดความคิดเห็นโดยใช้มาตราวัดแบบลิเคิร์ต (Likert scale) มี 5 ระดับ  
เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยจำนวน 35 ข้อ เป็นชุดคำถามเกี่ยวกับด้านความพร้อมและศักยภาพของเมือง  
ด้านส่วนประสมทางการตลาด 7P's ด้านความคุ้มค่าในการจัดงาน ด้านอุปสงค์และอุปทาน ส่วนตอนที่ 5 เป็น  
คำถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคหรือข้อเสนอแนะ

## ผลการวิจัย

### ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

1. ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิง ร้อยละ 62.5 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง  
31-40 ปี ร้อยละ 38.5 ส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีอยู่ที่ร้อยละ 40.6 และส่วนใหญ่มี  
ประสบการณ์การทำงานมากกว่า 15 ปี

2. ปัจจัยส่วนองค์กร โดยแบ่งตามประเภทธุรกิจไมซ์ พบว่า เป็นผู้ให้บริการจัดงานประชุมร้อยละ 8.4  
ผู้รับบริการจัดงานประชุมองค์กรร้อยละ 12.6 ผู้ประกอบการแสดงสินค้าร้อยละ 12.6 ผู้ประกอบการอีเวนต์  
และ/หรือรับบริการงานฯร้อยละ 29.4 และอื่นๆ ร้อยละ 37 เคยจัดงานนอกพื้นที่สำนักงานถึงร้อยละ 88.2

### ผลการวิเคราะห์ปัจจัยความพร้อมของเมือง การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ แบ่งเป็น 2 ขั้นตอน คือ

1. วิเคราะห์ปัจจัย (Factor analysis) เพื่อสกัดปัจจัยความพร้อมของเมืองรอง โดยทำการวิเคราะห์  
ปัจจัยหลัก (Principal component analysis : PCA) ก่อนจากนั้นจึงใช้วิธีการหมุนแกนปัจจัยแบบแวนแมกซ์  
(Varimax) โดยปัจจัยที่นำมาจัดเข้ากลุ่มต้องมีค่าไอเกน (Eigen) มากกว่า 1 และมีค่าน้ำหนักปัจจัย (Factor  
loading) ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป

2. การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบเป็นขั้นตอน (Multiple regression analysis) เพื่อทำการทดสอบ  
ว่ามีปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อการตัดสินใจจัดงานไมซ์ที่เมืองรองแล้วสร้างสมการถดถอยพหุคูณเพื่ออธิบาย  
อิทธิพลของตัวแปร ดังกล่าว

ทั้งนี้ ผลการวิเคราะห์ปัจจัยจากค่าสถิติของ Bartlett's test of sphericity มีค่า sig. เท่ากับ 0.00 คือ  
ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสัมพันธ์ทางสถิติที่ ระดับ 0.05 สามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์ที่สอดคล้อง  
กับค่าดัชนี KMO เท่ากับ 0.809 แสดงว่า ตัวแปรมีความเหมาะสมที่จะนำมาวิเคราะห์ปัจจัยและผลการสกัด  
ปัจจัยด้วยวิธีการวิเคราะห์ปัจจัยหลัก พบว่า ค่าร่วมกัน (Communality) ของตัวแปรแต่ละตัวที่ใช้ในการ  
วิเคราะห์ทั้งหมดจำนวน 35 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักถ่วงปัจจัย (Factor loading) อยู่ระหว่าง 0.50-0.86 สามารถ  
เข้าอยู่ในปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งได้และผลการหมุนแกนปัจจัยแบบมุมฉาก (Orthogonal rotation) ด้วยวิธี  
แวนแมกซ์ (Varimax) ทั้งนี้ผลการวิเคราะห์ปัจจัย พบว่า จำนวนตัวแปรทั้งหมด 35 ตัวแปร จัดเข้ากลุ่มปัจจัย  
(Component) ได้ทั้งหมด 9 ปัจจัย รวม 26 ตัวแปร จัดเข้าซึ่งอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 67.40 มี  
รายละเอียด ดังตารางที่ 1

## ตารางที่ 1 ปัจจัยความพร้อมของเมืองรองในการเป็นสถานที่ของการจัดงานไมซ์ของประเทศไทย

ที่	ชื่อปัจจัย	ตัวแปร
1	ด้านศักยภาพและการสนับสนุนของเมือง ค่า Eigen = 3.835 Variance % = 10.958 Cumulative% = 10.958	1) มาตรฐานของสถานที่จัดงาน ที่ได้กับการรับรองจากสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ 2) เมืองมีการพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมตามเป้าหมายภูมิภาค 3) เมืองรองมีความโดดเด่นด้านอัตลักษณ์เมือง 4) ความสามารถในการจัดหาอาสาสมัครเพื่อช่วยในการจัดงาน 5) เมืองและสถานที่จัดงานมีการประชาสัมพันธ์ด้านภาพลักษณ์อยู่เสมอ
2	ด้านอุปสงค์และอุปทาน ค่า Eigen = 3.065 Variance % = 8.756 Cumulative% = 19.714	1) ผู้ที่สามารถเข้าร่วมงานและสนับสนุนการจัดงานจากภาครัฐ ภาคเอกชนและสถาบันการศึกษาเป็นจำนวนมาก 2) จำนวนผู้ให้บริการที่มีคุณภาพในห่วงโซ่คุณค่าของ MICE มีจำนวนมาก 3) ผู้ให้บริการในห่วงโซ่คุณค่าของ MICE มีมาตรฐานและวางใจได้ 4) เมืองรองมีกลุ่มเป้าหมายที่สามารถสร้างความต้องการทางการตลาด
3	ด้านสถานที่จัดงาน และที่พัก ค่า Eigen = 3.019 Variance % = 8.627 Cumulative% = 28.341	1) ในการเข้าถึงสถานที่จัดงานและที่พักมีทางเลือกบริการขนส่งสาธารณะที่หลากหลาย 2) ราคาโรงแรมที่พักมีความเหมาะสมและคุ้มค่า 3) ราคาค่าเช่าพื้นที่จัดงานมีความเหมาะสมและคุ้มค่า 4) ภาพลักษณ์ที่ดีของสถานที่จัดงานในสายตาผู้ประกอบการและสมาคมนานาชาติ
4	ด้านกระบวนการส่งเสริมการจัดงาน ค่า Eigen = 2.829 Variance % = 8.082 Cumulative% = 36.424	1) เมืองและผู้ประกอบการให้ความร่วมมือในการจัดแคมเปญส่งเสริมการตลาดระหว่างการจัดงาน MICE 2) การเตรียมการจัดงาน MICE มีการประสานงานกับทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 3) กระบวนการให้จัดงาน MICE มีระบบปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพและรวดเร็ว
5	ด้านการอำนวยความสะดวกจากภาครัฐ ค่า Eigen = 2.374 Variance % = 6.784 Cumulative% = 43.208	1) มีการอำนวยความสะดวกด้านพิธีการศุลกากร การทำวีซ่า และตรวจคนเข้าเมืองที่ท่าอากาศยาน 2) รัฐบาลให้การสนับสนุนการจัดงาน MICE โดยจัดสิทธิประโยชน์ต่างๆ ให้กับผู้ประกอบการและผู้เข้าร่วมงาน
6	ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ค่า Eigen = 2.307 Variance % = 6.590 Cumulative% = 49.798	1) การเดินทางระหว่างประเทศเชื่อมต่อกับเมืองจุดหมายปลายทางมีความสะดวก 2) โครงสร้างพื้นฐาน โครงข่ายคมนาคมและโลจิสติกส์เชื่อมต่อภายในประเทศที่สะดวก
7	ด้านการบริการและประโยชน์สู่ชุมชน ค่า Eigen = 2.257 Variance % = 6.450 Cumulative% = 56.248	1) บุคลากรมีจิตใจรักในการบริการ 2) การจัดงาน MICE ในเมืองรองมีผลประโยชน์กระจายไปยังพื้นที่และชุมชนท้องถิ่น
8	ด้านโอกาสทางธุรกิจ ค่า Eigen = 2.00 Variance % = 5.714 Cumulative% = 61.962	1) เมืองรองที่มีอุตสาหกรรมที่โดดเด่นในการสนับสนุนการสร้างคุณค่าให้กับการจัดงาน 2) เมืองรองดังกล่าวมีกลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก เช่น สภาอุตสาหกรรม หอการค้า สมาคมการค้า ธุรกิจ โรงงาน ฯลฯ ที่สามารถเข้าร่วมงานและสนับสนุนการจัดงาน
9	ด้านสถานที่จัดงานมีอุปกรณ์และเทคโนโลยีสารสนเทศ ค่า Eigen = 1.907 Variance % = 5.450 Cumulative% = 67.411	1) สถานที่จัดงานมีเครื่องมือและอุปกรณ์ความสะดวกรองรับการจัดงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ 2) สถานที่จัดงานมีเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารทันสมัย



ส่วนผลการทดสอบปัจจัยความพร้อมของเมืองที่ส่งผลต่อการตัดสินใจจัดงานไม่ซีในเมืองรอง โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณปรากฏตาม ตารางที่ 2

**ตารางที่ 2** การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยความพร้อมของเมืองที่จะส่งผลต่อการตัดสินใจจัดงานไม่ซีในเมืองรอง

ตัวแปรพยากรณ์	b	S.E.b	$\beta$	t	Sig
ค่าคงที่	.38	.330		.12	.010
ปัจจัยด้านสถานที่จัดงานและที่พัก	.58	.12	.34	4.67**	.000
ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน	.32	.13	.18	2.67**	.000

$r = .771, r^2 * 100 = 60.00, \text{Adj } R^2 = .595, SE_{est} = .284, F = 113.94, p = 000$

\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 ปัจจัยความพร้อมของเมืองรองส่งผลต่อการตัดสินใจในการจัดงานไม่ซีในเมืองรองได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ร้อยละ 60.00 โดยมีสมการพยากรณ์ในรูปแบบแนบดัด ดังนี้

Y แทน ต่อการตัดสินใจในการจัดงานไม่ซีในเมืองรอง

$X_1$  แทน ปัจจัยด้านสถานที่จัดงานและที่พัก

$X_2$  แทน ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน

$$Y = .38 + .58 (X_1) + .32 (X_2)$$

ปัจจัยความพร้อมของเมืองรองส่งผลต่อการตัดสินใจในการจัดงานไม่ซีในเมืองรอง =  $.38 + .58$  (ปัจจัยด้านสถานที่จัดงานและที่พัก)  $+ .32$  (ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน)

สรุปได้ว่า ปัจจัยความพร้อมของเมืองที่ส่งผลต่อการตัดสินใจจัดงานไม่ซีในเมืองรองลำดับแรก ได้แก่ ปัจจัยด้านสถานที่จัดงานและที่พัก และรองลงมา ได้แก่ ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน

### สรุปและอภิปรายผล

ปัจจัยความพร้อมของเมืองรองตามตารางที่ 1 สกัดได้ทั้งหมด 9 ปัจจัย โดยปัจจัยสำคัญที่สุด คือ 1) ด้านศักยภาพและการสนับสนุนของเมือง กล่าวคือ เมืองต้องมีศักยภาพและความพร้อมความโดดเด่นทั้งด้านอัตลักษณ์ของเมือง มีการประชาสัมพันธ์เมืองและสถานที่จัดงานให้เป็นที่รู้จักอย่างสม่ำเสมอซึ่งจะก่อให้เกิดความมีชื่อเสียงและผู้ประกอบการจะได้มีความสนใจอยากไปจัดงานศักยภาพของเมืองด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมเป้าหมายของภูมิภาคเพื่อให้การจัดงานมีตำแหน่งทางการตลาดเป็นการจัดงานแห่งภูมิภาคต่อไป (Porter, M. E. & Porter, M. P, 1998) ศักยภาพด้านมาตรฐานสถานที่จัดงาน เพื่อให้ความมั่นใจว่าจะได้รับบริการที่มีประสิทธิภาพและการสนับสนุนจากเมือง ด้านการหาอาสาสมัครมาช่วยการจัดงานเพราะผู้ประกอบการจะได้มีการว่างจ้างคนที่อยู่ในพื้นที่ เพราะการเลือกจุดหมายปลายทางจัดงานไม่ซีต้องคำนึงถึงศักยภาพความพร้อมของเมือง ภาพลักษณ์ที่เป็นที่รู้จักของเมือง มาตรฐานสถานที่และบุคลากรเพื่อจะให้เกิดความไว้วางใจ และความสนใจในการเดินทางเข้าร่วมงาน (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ

(องค์การมหาชน), 2557; ดุษฎี ช่วยสุข, 2558; García, J. A., Gómez, M., & Molina, A., 2012; เสรี วงษ์มณฑา และ วิชยานันท์ พอค้า, 2560) ปัจจัยสำคัญรองลงมา คือ 2) ด้านอุปสงค์และอุปทาน ประกอบด้วย ห่วงโซ่อุปทานที่ให้บริการและมีคุณภาพวางใจได้ มีกลุ่มธุรกิจเป้าหมายในการเข้าร่วมงานด้วยผู้ประกอบการต้องการจะไปจัดงานการประชุมและงานแสดงสินค้าในหลายๆ มีอุตสาหกรรมเป้าหมายและผู้ให้บริการมีคุณภาพ (Jin, X., & Weber, K. (2016) และ 3) ด้านสถานที่จัดงานและที่พักตามลำดับแสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการสนใจในเมืองรองที่สามารถเดินทางเข้าถึงได้สะดวก การบริการที่หลากหลาย สถานที่จัดงานและที่พักมีราคาที่เหมาะสม ดังนั้น เมืองจะสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันได้ดี ถ้าที่พักและสถานที่จัดงานเพียงพอและราคาที่เหมาะสม (ปาจริย์ ชัยชุมพล, 2558 และ Crouch, G. I., Del Chiappa, G., & Perdue, R. R., 2019) 4) ด้านกระบวนการส่งเสริมการจัดงาน ประกอบด้วย การประสานงานและจัดแคมเปญส่งเสริมการจัดงาน ซึ่งเป็นส่วนประสมทางการตลาดที่เมืองและสถานที่จัดงานสามารถนำเสนอผู้ประกอบการเพื่อสร้างความแตกต่างด้านบริการ (ปาจริย์ ชัยชุมพล, 2558) 5) ด้านการอำนวยความสะดวกจากภาครัฐ ด้านพิธีการศุลกากร ภาษี การสนับสนุนจากภาครัฐ 6) ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ประกอบด้วยเครือข่ายคมนาคมที่ทำให้การเดินทางมาเมืองรองได้รับการเชื่อมโยงทั้งระหว่างประเทศและภายในประเทศ เพราะผู้จัดงานและผู้ร่วมงานไม่มีเวลามาก และต้องการความสะดวกสบาย (Jin, X., & Weber, K., 2016; ดุษฎี ช่วยสุข, 2558) 7) ด้านการบริการและประโยชน์สู่ชุมชน การจัดงานไมซ์เป็นธุรกิจบริการ การจัดงานจะสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวดเร็ว ถ้าบุคลากรที่ให้บริการมีคุณภาพ มีจิตใจรักการบริการ และงานที่จัดสามารถสร้างผลกระทบทางเศรษฐกิจกระจายสู่ชุมชนและท้องถิ่น (ดุษฎี ช่วยสุข, 2558) 8) ด้านโอกาสทางธุรกิจ ผู้ประกอบการต้องการเลือกเมืองที่มีกลุ่มเป้าหมายเชื่อมโยงทางธุรกิจและเมืองมีอุตสาหกรรมที่สร้างคุณค่าให้กับงานได้ (Jin, X., & Weber, K., 2016) ส่วนปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยที่สุด คือ 9) ด้านสถานที่จัดงานมีอุปกรณ์และเทคโนโลยีสารสนเทศ ผู้ประกอบการต้องการให้การจัดงานประสบความสำเร็จสูงสุด สถานที่จัดงานจึงควรมีความพร้อมเรื่องอุปกรณ์และและมีเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย เช่น WiFi อินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นในการบริหารจัดการและความคาดหวังของผู้เข้าร่วมงานถือว่าเป็นความพร้อมของการให้บริการของสถานที่จัดงานที่ดี (ปาจริย์ ชัยชุมพล, 2558)

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาปัจจัยความพร้อมของเมืองรองที่ส่งผลต่อการตัดสินใจจัดงานไมซ์ในเมืองรอง ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยความพร้อมของเมืองที่ส่งผลต่อการตัดสินใจจัดงานไมซ์ในเมืองรอง มีสองปัจจัย โดยเรียงระดับจากมากไปหาน้อย คือ ปัจจัยด้านสถานที่จัดงานและที่พัก แสดงให้เห็นว่าเมื่อต้องการไปจัดงานไมซ์ ปัจจัยแรกที่ต้องนำมาพิจารณา คือ สถานที่จัดงานและที่พัก ผู้ประกอบการจำเป็นต้องเลือกสถานที่จัดงานก่อนทำกระบวนการใดๆ โดยต้องพิจารณาทั้งเรื่องราคาและขนาดที่เพียงพอสำหรับการจัดงาน สถานที่จัดงานควรมีภาพลักษณ์ที่ดีเป็นที่รู้จัก เพราะจะสร้างความสนใจและมั่นใจให้ผู้เข้าร่วมงาน ถ้าได้การสนับสนุนค่าเช่าพื้นที่จากเมือง หรือภาครัฐ เพราะเป็นค่าใช้จ่ายที่สูงสำหรับต้นทุนในการจัดงาน โดยเฉพาะงานประชุมวิชาการระดับนานาชาติ และงานแสดงสินค้าก็จะได้รับการพิจารณาไปจัดงานที่สถานที่นั้นเป็นพิเศษ (Crouch, G. I., Del Chiappa, G., & Perdue, R. R., 2019) สำหรับที่พัก เมืองรองต้องมีสถานที่พักเพียงพอกับความต้องการของผู้เข้าร่วมงานทั้งรูปแบบที่พักที่อยู่ในสถานที่จัดงาน (Onsite accommodation) หรือในระยะทางที่ไม่ไกลจากสถานที่จัดงาน (Offsite accommodation) และประเภทของที่พักในหลายระดับ ตั้งแต่ 3 ดาว ไปจนถึงประเภทหรูหราระดับ 4-5 ดาว และราคาที่พักที่มีความเหมาะสม ถ้าผู้ประกอบการด้านโรงแรมและสถานที่จัดงานมีการจัดโปรโมชั่นของที่พักหรือสร้างแคมเปญเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับที่พัก รวมถึงการสร้าง





มาตรฐานให้กับที่พักและสถานที่ในการจัดงานจะเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและจูงใจให้ตัดสินใจเลือกเมืองรองนั้นๆ และปัจจัยรองลงมา คือ ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานเชื่อมโยงเครือข่ายคมนาคมขนส่งที่ทำให้ผู้ร่วมงานสามารถเดินทางได้สะดวกสบายเข้าถึงเมืองได้ทั้งการเดินทางระหว่างประเทศและในประเทศ ดังนั้นเมืองรองที่เป็นเจ้าภาพจัดงานควรมีการอำนวยความสะดวกในการเดินทางระหว่างเมืองและในเมือง มีสนามบิน รวมถึงการเดินทางได้ทั้งทางบก ทางอากาศ ทางรางและทางน้ำ (Jin, X., & Weber, K., 2016; Crouch, G. I., Del Chiappa, G., & Perdue, R. R., 2019) ด้วยผู้ร่วมงานส่วนใหญ่ คือ นักธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับเวลา เมืองรองจึงควรมีการพัฒนาเมืองให้มีความพร้อม รัฐบาลและผู้บริหารเมืองควรรักษาความสำคัญด้านนี้ เพราะเป็นส่วนสำคัญในการเชื่อมเศรษฐกิจของเมืองและเปิดโอกาสให้มีงานไมซ์เข้ามาจัดได้เพิ่มมากขึ้นเพื่อกระจายรายได้และพัฒนาเศรษฐกิจของเมืองรอง

### ข้อเสนอแนะ

การวิจัยในครั้งนี้ศึกษาแค่ 3 ภูมิภาค ด้วยข้อจำกัดของข้อมูลพื้นฐานข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์มีการเก็บรวบรวมแค่ 3 ภูมิภาค ในขณะนี้ในอนาคตจึงควรทำการศึกษาเพิ่มเติมให้ครบทุกภาค และควรศึกษาเจาะลึกลงไปในแต่ละประเภทของธุรกิจไมซ์กับความพึงพอใจในคุณลักษณะเมืองรอง เพราะการจัดประชุมองค์กร การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้ามีคุณลักษณะที่ต่างกัน รวมถึงรูปแบบการจัดงานและพฤติกรรมผู้เข้าร่วมงานที่ต่างกันเช่นกัน นอกจากนี้ควรศึกษาเปรียบเทียบเมืองรองในแต่ละภูมิภาคเพื่อหาตำแหน่งทางการตลาด (Destination's positioning) สำหรับการจัดงานไมซ์เปรียบเทียบในแต่ละประเภทของกิจกรรม และกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมกับการขับเคลื่อนเมืองรองทางด้านความยั่งยืนซึ่งถือเป็นแนวโน้มของธุรกิจต่อไป

### เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2561). *ท่องเที่ยวเมืองรองลดหย่อนภาษีได้*. (20 เมษายน 2563). สืบค้นจาก <https://www.dot.go.th/content-sharing/content-sharing-detail/4>.
- กฤษณ์ คงเจริญ และ มนต์รี โสคติยานุรักษ์. (2561). การวิเคราะห์ความคุ้มค่าทางด้านเศรษฐศาสตร์และความเสี่ยงในการลงทุน โครงการไฟฟ้าพลังงานขนาดเล็ก โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ References Class Forecasting และ Carlo Simulation. *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย*, 7(2), 138-154.
- ดุขุณี ช่วยสุข. (2558). การพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดขอนแก่นเพื่อรองรับการเป็นไมซ์ซิตี้ของประเทศไทย. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยว*, 10(1), 15-29.
- ณรงค์นิตย์ จันทร์จรัส. (2556). *การเงินธุรกิจ*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- นิโรธ เดชกำแหง และ ชีระวัฒน์ จันทิก. (2559). รูปแบบการจัดการคุณภาพ ในธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าในประเทศไทย. *วารสารเวอร์ริเดียน อีเจอร์นัล*, 9(2), 69-81.
- ประภัสสร เทพชาติ. (2559). *ประเมินผลกระทบต่ออุตสาหกรรมไมซ์ไทยจากการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)*. (15 กุมภาพันธ์ 2563) สืบค้นจาก <http://dspace.library.tu.ac.th:8080/handle/6626133120/328?locale-attribute=th>.

- ปาจิริย์ ชัยชุมพล. (2558). รูปแบบสถานที่จัดงานที่เหมาะสมกับการเป็นเมืองแห่งไมซ์ของอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา.
- เพชรลัดดา เพ็ชรภักดี. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อความเมืองอันดับสองในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 21(2), 159-173.
- เสรี วงษ์มณฑา และ วิชยานันท์ พ้อคำ. (2560). แนวทางการเสริมสร้างศักยภาพของประเทศไทยให้เป็นเมืองเป้าหมายของไมซ์ (MICE). *วารสารมนุษยศาสตร์ปริทรรศน์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 39(1), 96-112.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาสังคมและการเศรษฐกิจแห่งชาติ. (2561). *ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561 – 2580*. (1 ธันวาคม 2562) สืบค้นจาก [https://www.nesdb.go.th/download/document/SAC/NS\\_Sum PlanOCT 2018.pdf](https://www.nesdb.go.th/download/document/SAC/NS_Sum PlanOCT 2018.pdf).
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน). (2557). *คู่มือการประเมินและคัดเลือกเมือง เพื่อจัดประชุมองค์กร การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การประชุมวิชาการ การแสดงสินค้า (MICE City)*. กรุงเทพฯ : สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน).
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน). (2561). *รายงานประจำปีงบประมาณ 2561*. (2 ธันวาคม 2561) สืบค้นจาก <https://www.businesseventsthailand.com/files/annual-reports/TCEB-AR2018-JULY07.pdf>.
- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S.M., Volkov, M. & Kotler, P. (2014). *Principles of marketing*. Malaysia : Pearson Australia Group Pty Ltd.
- Bornhorst, T., Ritchie, J. B., & Sheehan, L. (2010). Determinants of tourism success for DMOs & Destinations : An empirical examination of stakeholders' perspectives. *Tourism management*, 31(5), 572-589.
- Crouch, G. I., Del Chiappa, G., & Perdue, R. R. (2019). International convention tourism : a choice modelling experiment of host city competition. *Tourism Management*, 71, 530-542.
- García, J. A., Gómez, M., & Molina, A. (2012). A destination-branding model : an empirical analysis based on stakeholders. *Tourism management*, 33(3), 646-661.
- Jin, X., & Weber, K. (2016). Exhibition destination attractiveness—organizers' and visitors' perspectives. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(12), 2719-2819.
- Jitpleecheep, P. (2019). *Nielson Identifies Second-Tier City as New Growth Driver*. (December 1, 2019). Retrieved from <https://www.bangkokpost.com/business/1709171/nielsen-identifies-second-tier-cities-as-new-growth-driver>.
- Kotler, P. (2003). *Marketing management*. New Jersey : Prentice-Hall.
- Porter, M. E. & Porter, M. P. (1998). Location, Clusters, and the “New” Microeconomics of Competition. *Business Economics*, 33(1), 7-13.



# 3

## การจัดการเรียนรู้แบบเพื่อนช่วยเพื่อนของผู้เรียนที่มีความบกพร่องทางการได้ยินและผู้เรียนปกติ

Peer-assisted Learning Associated of hearing-impaired and normal-hearing students

สายสุดา ปันตระกูล  
Saisuda Pantrakool





# การจัดการเรียนรู้แบบเพื่อนช่วยเพื่อนของผู้เรียนที่มีความบกพร่องทางการได้ยินและผู้เรียนปกติ

Peer-assisted Learning Associated of hearing-impaired and normal-hearing students

สายสุดา ปันตระกุล<sup>1</sup>

Saisuda Pantrakool

<sup>1</sup>คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต 295 ถนนนครราชสีมา เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300 ประเทศไทย  
โทรฯ : 089-7612314 e-mail : saisuda\_pan@dusit.ac.th

Faculty of Humanities and Social Sciences Suan Dusit University, 295, Nakhon Ratchasima Road, Dusit District, Bangkok 10300, Thailand Tel : 089-7612314 e-mail : saisuda\_pan@dusit.ac.th

*Received : May 13, 2020 Revised : June 15, 2020 Accepted : June 19, 2020*

3

## บทคัดย่อ

การเรียนรู้แบบเพื่อนช่วยเพื่อน (Peer-Assisted Learning : PAL) เป็นหนึ่งในกลยุทธ์ทางการศึกษาที่สามารถช่วยเหลือการเรียนรู้ของผู้เรียนและการพัฒนาวิชาชีพ เมื่อรวมกับกลยุทธ์การเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง เช่น การเรียนรู้แบบทีม จุดประสงค์ของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ การวิเคราะห์แนวคิดของการเรียนรู้แบบเพื่อนช่วยเพื่อนที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้แบบทีมที่มีต่อประสบการณ์การเรียนรู้ของผู้เรียนที่มีความบกพร่องทางการได้ยินและผู้เรียนปกติ ผ่านการฝึกจับคู่ที่ผู้เรียนแบ่งปันความรู้ ตรวจสอบและให้คำแนะนำเพื่อน ผลการศึกษา พบว่า วิธีการเรียนรู้แบบเพื่อนช่วยเพื่อนจะประสบผลสำเร็จเมื่อผู้สอนและผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องวิธีการเรียนรู้แบบเพื่อนช่วยเพื่อนเป็นอย่างดี ซึ่งช่วยให้ผู้สอนจัดกลุ่มการสื่อสารให้ผู้เรียนทราบถึงความสำคัญประโยชน์และวิธีการเรียนรู้แบบเพื่อนช่วยเพื่อน

**คำสำคัญ :** การจัดการเรียนรู้; เพื่อนช่วยเพื่อน; ผู้เรียนที่มีความบกพร่องทางการได้ยิน; ผู้เรียนปกติ

## Abstract

Peer-assisted learning (PAL) is one of many educational strategies that can assist students' learning and their professional development. Its value could be enhanced if combined with a student-centered learning strategy such as team-based learning. The aim of this study is to conceptual analysis of peer-assisted learning associated with team-based learning on the learning experience of hearing-impaired and normal-hearing students. Through the practice of pairing (Buddy) that the students share the knowledge, review and advise friends. The results showed that, it was Peer-assisted learning will be successfully implemented if teachers and students had an insight on Peer-assisted learning method. That is, teachers will be able to manage the classes effectively- communicate clearly with students about the importance of learning.

**Keywords :** Learning; Peer-assisted learning; Hearing-impaired students; Normal-hearing students

## บทนำ

การพัฒนาการจัดการเรียนการสอนสู่ศตวรรษที่ 21 ในประเด็นด้านการศึกษาของเด็กไทยที่ต้องพัฒนา คือ การสื่อสารและทำงานร่วมกับผู้อื่น ความรับผิดชอบ การวิเคราะห์ประเด็นสำคัญจากการอ่าน ทักษะในการคิดแบบวิจารณ์ญาณ ทักษะการเรียนรู้ด้านการคิดและการทำงานเป็นทีม (วิจารณ์ พานิช, 2557) การจัดการเรียนการสอนในปัจจุบันผู้สอนต้องให้ความสำคัญกับผู้เรียน โดยคำนึงถึงความต้องการของผู้เรียนเป็นสำคัญ สร้างกระบวนการมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาต่างๆ และการทำกิจกรรมร่วมกันและมีการสนับสนุนให้มีการช่วยเหลือกันภายในชั้นเรียน โดยที่เด็กเก่งสามารถช่วยเหลือเด็กอ่อน มีความสามัคคี ช่วยเหลือและเห็นอกเห็นใจกัน การเรียนการสอนที่จะช่วยให้ผู้เรียนที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงสอนเพื่อนผู้เรียนที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่ำ เรียกว่า การสอนแบบเพื่อนช่วยเพื่อน (ทิตินา แคมมณี, 2556)

การสอนแบบเพื่อนช่วยเพื่อนเป็นการสอนที่มีพื้นฐานมาจากแนวคิดที่เกี่ยวกับการกระจายบทบาทในการสอน กลวิธีแบบเพื่อนช่วยสอนเป็นการสอนที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนสอนกันเอง วิธีการสอนดังกล่าวมีรากฐานมาจากแนวคิดทัศนคติเกี่ยวกับกระบวนการกลุ่มสัมพันธ์ซึ่งการให้ผู้เรียนมาช่วยสอน สามารถทำได้ 2 แบบ คือ ให้ผู้เรียนรุ่นเดียวกันหรือเพื่อนร่วมชั้นที่อยู่ในระดับเดียวกันเป็นผู้สอน และให้รุ่นพี่หรือผู้เรียนในระดับชั้นที่สูงกว่าเป็นผู้สอน อีกทั้งผู้สอนจะต้องเข้าใจเทคนิคและวิธีการในการสอนเป็นอย่างดี การดำเนินการสอนต้องเป็นไปตามขั้นตอน รวมทั้งการจัดอัตราส่วนระหว่างนักศึกษาผู้เรียนกับนักศึกษาผู้สอนอย่างเหมาะสมและมีการบันทึกผลการปฏิบัติงานของผู้เรียน โดยผู้สอนจะต้องเป็นผู้ควบคุมดูแลในการสอนโดยเพื่อนช่วยเพื่อน ไม่มอบภาระการสอนให้เป็นของผู้เรียนเพียงฝ่ายเดียว เพื่อให้การเรียนการสอนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และมีข้อบกพร่องน้อยที่สุด (ทิตินา แคมมณี, 2556)

สำหรับผู้ที่มีความบกพร่องทางการได้ยินหรือสื่อความหมาย โดยลักษณะความพิการแล้วส่วนของการฟังหรือการได้ยินขาดหายไป คนพิการทางการได้ยินจึงต้องใช้ระบบที่เหลืออยู่ คือ การรับรู้ทางสายตาและการสัมผัสหรือการเคลื่อนไหวมาทดแทน การรับรู้ทางสายตาจึงเป็นสิ่งสำคัญในการเรียนรู้ การมองเห็นและการตีความบวกกับการเรียนรู้แทนการฟังเพื่อสื่อความหมายกับผู้อื่นอันเป็นพื้นฐานที่นำไปสู่สิ่งต่างๆ ซึ่งส่งผลต่อสติปัญญาด้านความคิด (ศรียา นิยมธรรม, 2544) ผู้ที่มีความบกพร่องทางการได้ยินจะแสดงอารมณ์โดยใช้พฤติกรรมทางกาย สีหน้า แววตาในการแสดงออก การปรับตัวของผู้ที่มีความบกพร่องทางการได้ยิน การเข้าถึงสังคมและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนจะด้อยกว่าคนปกติ (อนุชา ภูมิสิทธิพร, 2550; Theunissen et al., 2014) จากรายงานข้อมูลสถานการณ์ด้านคนพิการในประเทศไทย ปี 2563 ของกระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (2563) มีคนพิการทั้งประเทศ จำนวน 2,027,500 คน ซึ่งความบกพร่องทางการได้ยินหรือสื่อความหมายอยู่ในความพิการอันดับที่สอง จำนวน 382,615 คน คิดเป็นร้อยละ 18.87 เป็นกลุ่มวัยรุ่นมีช่วงอายุ 15-21 ปี จำนวน 6,076 คน การสื่อสารของบุคคลที่มีความบกพร่องทางการได้ยินส่วนใหญ่ใช้การสื่อสารกับผู้อื่นผ่านภาษามือ การอ่านริมฝีปาก การเขียนหรือการใช้ภาษาท่าทาง (อารีลักษณ์ คิมทอง, 2544) บริบทของครอบครัวและสถานศึกษาที่อยู่รอบตัวของผู้ที่มีความบกพร่องทางการได้ยินนั้นเป็นสิ่งสำคัญ การได้รับการยอมรับจากบุคคลรอบข้าง การสนับสนุน ช่วยเหลือ การแลกเปลี่ยนความคิดและการแสวงหาความรู้ต้องใช้วิธีการสื่อสารที่หลากหลายเพื่อให้คนหูหนวกสามารถเข้าใจได้ประมาณ 50-70 เปอร์เซ็นต์

อีกทั้งปัญหาของผู้บกพร่องทางการได้ยินไม่ได้จำกัดอยู่เพียงปัญหาการสื่อสารและภาษาแต่ยังมีปัญหาทางอารมณ์อีกด้วย เด็กที่หูหนวกมาแต่กำเนิดจะไม่มีโอกาสได้ยินเสียงของตนเองหรือเสียงสนทนาของบุคคลรอบข้างที่แสดงอาการยอมรับหรือไม่ยอมรับในพฤติกรรมต่างๆ จึงมีผลกระทบต่อพัฒนาการทางอารมณ์และ



ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน (ศรียา นิยมธรรม, 2544; Aitao, 2015) การนำกลวิธีการเรียนการสอนแบบเพื่อนช่วยเพื่อนมาใช้เพื่อพัฒนาทักษะการเรียนรู้ของผู้เรียนที่มีความบกพร่องทางการได้ยินที่เรียนร่วม เนื่องจากโดยธรรมชาติแล้วผู้เรียนจะเรียนรู้และร่วมกิจกรรมกับเพื่อนๆ สามารถสื่อสารพูดคุยกันด้วยความเข้าใจมากกว่าบุคคลอื่น สอดคล้องกับกลวิธีการเรียนรู้แบบเพื่อนช่วยเพื่อนซึ่งเป็นกลวิธีที่สามารถเพิ่มพูนเจตคติที่ดีต่อการเรียน และสามารถช่วยปรับปรุงอุปนิสัยของผู้เรียนอีกด้วย (Williams & Reddy, 2016) นับเป็นกิจกรรมการเรียนการสอนที่ส่งเสริมให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนที่มีความบกพร่องทางการได้ยินกับผู้เรียนปกติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการปฏิบัติกิจกรรมเป็นคู่ บทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์การเรียนรู้แบบเพื่อนช่วยเพื่อนที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้แบบที่มีต่อประสบการณ์การเรียนรู้ของนักศึกษาทางการได้ยินและผู้เรียนปกติ

### แนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้แบบเพื่อนช่วยเพื่อน

การเรียนรู้แบบช่วยเพื่อนได้มีการนำมาใช้ในระดับอุดมศึกษาและได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว การจัดการเรียนการสอนแบบเพื่อนช่วยเพื่อนมีลักษณะเป็นกลุ่มย่อย ‘near-peer’ และ ‘co-peer’ โดยผู้สอนคือ นักศึกษาที่เรียนอยู่ด้วยกัน ที่ช่วยเหลือซึ่งกันและกันภายในกลุ่มเป็นวิธีการที่จะช่วยให้ผู้เรียนได้รับประโยชน์ทางด้านวิชาการด้วยกันทั้งสองฝ่าย มีการพัฒนาและนำมาใช้ในรูปแบบที่แตกต่างกันออกไปตามจุดมุ่งหมายและวิธีการของผู้สอน โดยมุ่งเน้นเพื่อช่วยเหลือผู้เรียนที่เรียนรู้ช้าและมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่ำ มีปัญหาในด้านความประพฤติและปัญหาด้านอื่นๆ โดยมีความเชื่อว่าวิธีการให้ผู้เรียนสอนกันเองจะเรียนรู้ได้จากกันและกัน และการเรียนรู้แบบนี้จะทำให้ผู้เรียนรู้เข้าใจเกิดการเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง เนื่องจากภาษาที่ใช้ในการพูดจาสื่อสารกันสามารถสื่อความหมายระหว่างกันและกันได้เป็นอย่างดี เนื่องจากเป็นวัยเดียวกันซึ่งสามารถช่วยในการถ่ายทอดสิ่งที่ได้เรียนรู้มาให้เพื่อนๆ ฟังด้วยภาษาและรูปแบบในวัยเดียวกันจะทำให้ผู้เรียนเข้าใจในความรู้นั้นได้แจ่มแจ้งมากยิ่งขึ้น

#### 1) การสอนแบบเพื่อนช่วยเพื่อน

การสอนแบบเพื่อนช่วยเพื่อน (Peer assist) เป็นการจัดการองค์ความรู้ก่อนการลงมือทำกิจกรรม (Learning before doing) เพื่อเป็นการแสวงหาผู้ช่วยที่มีความสามารถที่แตกต่างมาแลกเปลี่ยนประสบการณ์ความรู้ เพื่อขยายกรอบความคิดให้กว้างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นโดยอาศัยคนมาเป็นธงนำเปิดมุมมองทางด้านความคิดที่หลากหลายจากการแลกเปลี่ยนกันระหว่างทีมหรือบุคคลต่อบุคคล (นันทวัน วัฒนมังคลสุข และคณะ, 2560)

การสอนแบบเพื่อนช่วยเพื่อน เป็นกิจกรรมการสอนอีกประเภทหนึ่งที่จัดให้ผู้เรียนได้ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน คือ เพื่อนช่วยเพื่อนในลักษณะ เก่งช่วยอ่อน เป็นวิธีการที่คนเก่งจะช่วยอธิบาย แนะนำ และช่วยแก้ไขปัญหาให้แก่คนที่มีความรู้เรียนอ่อนกว่า การจัดกิจกรรมในลักษณะนี้ เป็นการจัดเพื่อให้ผู้เรียนได้มีส่วนร่วมในการคิด วางแผน ปฏิบัติ ประเมินผล ทำให้ผู้เรียนได้มีโอกาสในการเรียนรู้ ได้พิจารณาและค้นหาความรู้ความสามารถของตนเองให้ผู้เรียนได้มองเห็นภาพลักษณ์แห่งตน และการมองเห็นคุณค่าของตนเองต่อความสำเร็จในการเรียนรู้สิ่งต่างๆ เหล่านี้จะช่วยให้ผู้เรียนได้หล่อหลอม รักและมีความพร้อมที่จะเรียนมีความสุขในการเรียน โดยเน้นให้มีการทำกิจกรรมการเรียนการสอนแบบต่อเนื่อง อาทิ การสอนด้วยการจับคู่ที่เป็นรูปแบบการสอนที่ให้ผู้เรียนที่มีความสามารถทางการเรียนดีกว่า เลือกรับจับคู่กับผู้เรียนที่มีความสามารถทางการเรียนต่ำกว่าหรือด้อยกว่า แล้วทำหน้าที่ในการสอนในเรื่องที่ตนเองมีความถนัดและมีทักษะที่ดี เช่น มหาวิทยาลัย

บอร์นัมท์ (Bournemouth University, 2002) กำหนดให้มีการจัดการเรียนแบบเพื่อนช่วยเพื่อน คือ การเรียนการสอนที่เกี่ยวกับการสนับสนุนและการให้ความช่วยเหลือจากผู้ที่มีความสามารถทางการเรียนสูงกว่าเป็นการเรียนการสอนที่หวังเพื่อให้ผู้เรียนมีพัฒนาและเพิ่มพูนความรู้ความสามารถทางการเรียนให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมกับระดับชั้นการศึกษาต่อไป

## 2) ความสำคัญของการเรียนการสอนแบบเพื่อนช่วยเพื่อน

การเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มีแนวคิดในการออกแบบกิจกรรมการเรียนการสอนที่ส่งเสริมและกระตุ้นกระบวนการทางความคิด ให้ผู้เรียนเกิดความคิดที่หลากหลาย ช่วยให้อ่านจับใจความได้ดีขึ้น การจัดการเรียนการสอนแบบเพื่อนช่วยเพื่อนจำเป็นต้องสร้างปฏิสัมพันธ์อันดีต่อกันส่งผลให้เกิดการยอมรับซึ่งกันและกันระหว่างผู้เรียนจนเกิดเป็นความร่วมมือในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ผู้เรียนตกผลึกและกลั่นกรองความรู้ที่อยู่ในสมองให้กลายเป็นคำพูด ข้อเขียน ที่เป็นการแสดงออกมาภายนอกอย่างเป็นรูปธรรม ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนจะทำให้ผู้เรียนปรับเปลี่ยนโครงสร้างความรู้ของตนและมีพัฒนาการทางความคิดแบบรวบยอด คิดค้นสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์ร่วมกัน (สุณีรัตน์ เนียรเจริญสุข, 2553)

ความสำคัญและประโยชน์ของการเรียนการสอนแบบเพื่อนช่วยเพื่อนเป็นการเพิ่มทรัพยากรหรือแหล่งข้อมูลความรู้จากเดิมที่มีแหล่งความรู้เพียงแหล่งเดียว คือ ผู้สอนผู้เรียนเกิดความเข้าใจอย่างลึกซึ้งมากขึ้นอันเกิดจากการพูดคุยสนทนาและการป้อนข้อมูลย้อนกลับ ทบทวนเฉพาะเจาะจงตามความต้องการของแต่ละบุคคลเป็นการเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนก่อให้เกิดแรงจูงใจในการเรียนมากขึ้น และการที่ผู้เรียนแต่ละบุคคลได้ทดลองกระบวนการคิดทบทวนด้วยตนเองจะช่วยเสริมสร้างความสามารถในการเรียนรู้ด้วยตนเองให้แก่ผู้เรียนได้เป็นอย่างดี

## 3) กระบวนการเรียนรู้แบบเพื่อนช่วยเพื่อน

การจัดการเรียนรู้แบบเพื่อนช่วยเพื่อนของผู้เรียนที่มีความบกพร่องทางการได้ยินและนักเรียนปกติมีเป้าหมายสำคัญเพื่อให้ผู้เรียนสามารถติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน โดยนำวิธีการสอนแบบลำดับขั้น (Lockspeiser, et al., 2008) ที่ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้อย่างอิสระและเป็นส่วนหนึ่งของทีมที่มีประสิทธิภาพทั้งในเรื่องของการให้คำปรึกษา การกำหนดเนื้อหาและหัวข้อต่างๆ พร้อมด้วยแลกเปลี่ยนประสบการณ์ที่เกี่ยวข้อง กระบวนการกลุ่มเพื่อนช่วยเพื่อน แบ่งออกเป็น 3 ระยะ ดังนี้

3.1 กระบวนการให้ข้อมูลย้อนกลับ (Peer feedback) คือ การให้ผู้เรียนแต่ละคนภายในกลุ่ม สรุปข้อมูลที่ได้จากการสังเกตการสอน วิเคราะห์ ข้อดีข้อด้อยของกันและกัน โดยทบทวนความต้องการของแต่ละคน เพื่อให้ตรงตามความต้องการของเพื่อน จากนั้นให้ข้อมูลย้อนกลับที่ได้จากการสังเกตและทบทวน โดยแต่ละคนจะต้องสะท้อนให้ข้อมูลย้อนกลับและให้เพื่อนที่จับคู่ทำกิจกรรมเป็นผู้รับฟังหรือผู้อ่าน เป็นระยะเริ่มต้นในการสร้างสัมพันธภาพระหว่างสมาชิกในกลุ่ม การสร้างบรรยากาศแห่งความเป็นมิตร สร้างความเข้าใจถึงจุดหมาย แนวทางในการปฏิบัติตนในฐานะสมาชิก

3.2 กระบวนการให้คำแนะนำซึ่งกันและกัน (Peer supervising) ผู้เรียนต้องร่วมกันแสดงความคิดเห็นถึงประโยชน์ที่ได้รับร่วมกัน นำคำแนะนำไปปรับปรุงแก้ไขหรือนำเอาส่วนดีของเพื่อนไปใช้ในการทบทวนความรู้ และการเรียนของตนเอง ในระยะนี้สมาชิกในกลุ่มเกิดการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ มีการเปิดเผยตนเองมากขึ้น แต่ละคนจะมุ่งความสนใจอยู่ที่ปัญหา การหาทางแก้ปัญหา นอกจากนี้ความเชื่อมั่นในกลุ่มทำให้สมาชิกสามารถรับรู้ข้อมูล มีบทบาทเป็นทั้งผู้ให้และผู้รับ

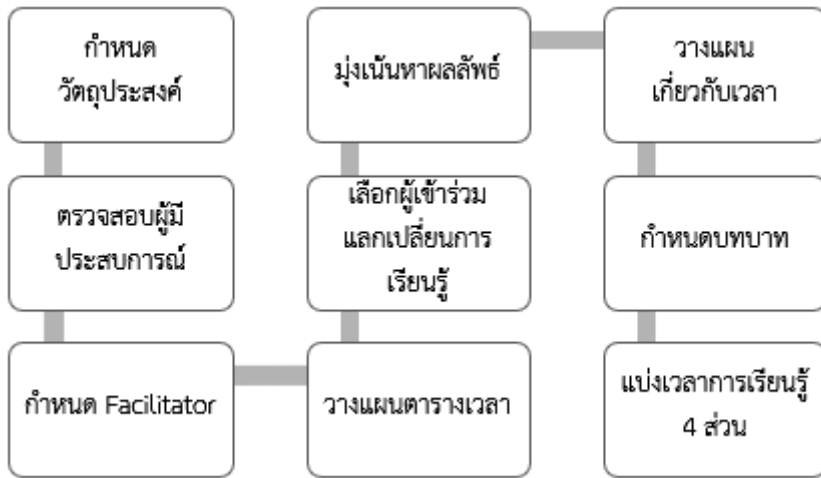




3.3 กระบวนการตรวจสอบร่วมกัน (Peer monitoring) เป็นการประเมินผลและการตรวจสอบพฤติกรรมการเรียนรู้ระหว่างผู้เรียนเอง รวมทั้งระหว่างผู้เรียนกับผู้สอนหรือผู้เชี่ยวชาญสามารถกำหนดแนวทางได้ทั้งการตรวจสอบโดยเพื่อนผู้ที่มีความสามารถสูงกว่าเป็นผู้ตรวจสอบพฤติกรรมการเรียนรู้หรือการตรวจสอบร่วมกันในทักษะด้านที่ผู้เรียนมีความเชี่ยวชาญพร้อมทั้งให้คำแนะนำหรือการตรวจสอบร่วมกันในระหว่างผู้เรียนเองซึ่งกระบวนการนี้เป็นการดึงเอาศักยภาพทางการเรียนของผู้เรียนแต่ละคนออกมาแลกเปลี่ยนเรียนรู้กัน ประเมินความก้าวหน้าความเปลี่ยนแปลงในทางบวกของตนเอง ความสำเร็จของสมาชิกในกลุ่มและประเมินจากพฤติกรรมของสมาชิกที่แสดงออก

#### 4) วิธีการจัดการเรียนการสอนแบบเพื่อนช่วยเพื่อน

วิธีการเรียนการสอนแบบเพื่อนช่วยเพื่อน ผ่านการปฏิบัติกิจกรรมเป็นคู่ (Buddy) มีวิธีการเบื้องต้นดังภาพที่ 1 ต่อไปนี้



ภาพที่ 1 วิธีการจัดการเรียนการสอนแบบเพื่อนช่วยเพื่อน

จากภาพที่ 1 วิธีการจัดการเรียนการสอนแบบเพื่อนช่วยเพื่อน มีขั้นตอนในการดำเนินงาน ดังนี้

4.1 กำหนดวัตถุประสงค์การเรียนรู้ให้ชัดเจนเกี่ยวกับการเรียนการสอนแบบเพื่อนช่วยเพื่อนว่าทำไปเพื่ออะไรและมีสาเหตุหลักของปัญหาที่ต้องการขอความช่วยเหลืออย่างไร เช่น สมาชิกในกลุ่มที่เป็นผู้เรียนที่มีความบกพร่องทางการได้ยินได้ขอความช่วยเหลือจากผู้เรียนปกติในด้านการเรียน และยังเป็นการสร้างความเข้าใจในข้อแตกต่างของแต่ละบุคคล ช่วยเพิ่มความสัมพันธ์ที่ดี เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและแนวคิดภายในกลุ่ม

4.2 ตรวจสอบว่าใครบ้างที่สามารถแก้ปัญหาดังกล่าวมาบ้างแล้ว โดยแจ้งแผนการเรียนการสอนแบบเพื่อนช่วยเพื่อนของแต่ละกลุ่มให้ทีมอื่นๆ ได้รับรู้เพื่อหาผู้รู้ถึงปัญหาดังกล่าว เพื่อให้การบริหารจัดการกลุ่มและการดูแลช่วยเหลือสมาชิกในกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพเป็นไปตามเป้าหมาย

4.3 กำหนด Facilitator หรือ ผู้สนับสนุนและอำนวยความสะดวกในกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างทีมเพื่อให้ผลลัพธ์ตามที่คาดหวังเอาไว้ โดยขอความช่วยเหลือจากผู้สอน ล่ามภาษามือหรือบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

4.4 คำนี้ถึงเกี่ยวกับการวางแผนตารางเวลาให้เกิดความเหมาะสมและทันต่อการนำไปใช้งาน หรือ การปฏิบัติจริง โดยอาจเผื่อเวลาสำหรับปัญหาที่ไม่คาดคิดที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตร่วมด้วย โดยแบ่งเวลาในการให้ความรู้ แลกเปลี่ยนประสบการณ์จากทีมหรือผู้รู้เฉพาะเรื่อง

4.5 เลือกผู้เข้าร่วมแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ให้มีความหลากหลาย ทั้งทางด้านผลการเรียน ทักษะและความสามารถในการเรียนรู้ โดยเป็นทีมที่มีทั้งผู้เรียนปกติ ผู้เรียนที่มีความบกพร่องทางการได้ยิน ผู้เรียนที่มีผลการเรียนสูง ปานกลางและต่ำ

4.6 มุ่งเน้นหาผลลัพธ์หรือสิ่งที่ต้องการได้รับจริง คือ การเรียนการสอนแบบเพื่อนช่วยเพื่อนนั้นจำเป็นต้องมองให้บรรลุถึงปัญหาและสร้างทางเลือกให้หลากหลายมากกว่าที่จะใช้คำตอบสำเร็จรูปทางใดทางหนึ่ง โดยกำหนดวัตถุประสงค์เพื่อให้กลุ่มมีความรู้เกี่ยวกับกระบวนการบริหารจัดการกลุ่มให้มีประสิทธิภาพ สมาชิกในกลุ่มมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่ดีขึ้น

4.7 วางแผนเกี่ยวกับเวลาสำหรับการพบปะสังสรรค์ทางสังคมหรือการพูดคุยแบบไม่เป็นทางการ

4.8 กำหนดบทบาทของแต่ละฝ่ายให้เกิดความชัดเจน ตลอดจนการสร้างบรรยากาศเพื่อให้เอื้ออำนวยต่อการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ระหว่างกัน

4.9 แบ่งเวลาที่มีอยู่ออกเป็น 4 ส่วน คือ ส่วนที่หนึ่ง ใช้สำหรับทีมเจ้าบ้านเพื่อแบ่งปันข้อมูล บทบาท แผนงาน ส่วนที่สอง ใช้สนับสนุนหรือกระตุ้นให้ทีมผู้ช่วยเหลือซึ่งเป็นทีมเยือนได้ซักถามในสิ่งที่เขาจำเป็นต้องรู้ ส่วนที่สาม ใช้เพื่อให้ทีมผู้ช่วยเหลือซึ่งเป็นทีมเยือนได้นำเสนอมุมมองความคิดเพื่อให้ทีมเจ้าบ้านนำสิ่งที่ได้ฟังไปวิเคราะห์ และส่วนที่สี่ใช้สำหรับการพูดคุยโต้ตอบพิจารณาเพื่อไตร่ตรองสิ่งที่ได้แลกเปลี่ยนในการเรียนรู้ร่วมกัน

การนำวิธีการเรียนรู้แบบเพื่อนช่วยเพื่อนมาใช้ในการจัดการเรียนการสอน ถือว่าเป็นวิธีสอนที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการเรียนแบบช่วยเหลือกัน เนื่องจากเป็นวิธีการเรียนรู้ทักษะที่ให้ผู้เรียนร่วมกันและช่วยเหลือกัน ทำกิจกรรมเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ทางการเรียนร่วมกันและการเรียนตามแบบอย่างที่ทำให้ผู้เรียนสอนกันเองจะทำให้ผู้เรียนเกิดความเข้าใจมากกว่าการเรียนรู้จากผู้สอน เนื่องจากการเรียนจากเพื่อนหรือมีเพื่อนคอยแนะนำนั้นผู้เรียนไม่มีแรงกดดันที่เกิดจากความประหม่าผู้เรียนกล้าที่จะซักถามและกล้าแสดงออกมากขึ้น ผู้สอนมีหน้าที่คอยชี้แนะจัดเตรียมแบบฝึกทักษะหรือกิจกรรมต่างๆ รวมถึงคอยกระตุ้นเสริมแรงให้แก่ผู้เรียนนอกจากกลวิธีการเรียนรู้แบบเพื่อนช่วยเพื่อน

สรุปได้ว่า การนำการเรียนรู้แบบเพื่อนช่วยเพื่อนมาใช้ อาจเป็นวิธีการที่ผู้เรียนได้ฝึกทักษะการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นอย่างแท้จริงได้ฝึกความรับผิดชอบ ฝึกเป็นผู้นำ ผู้ตาม กลุ่มฝึกการทำงานให้ประสบผลสำเร็จ และฝึกทักษะทางสังคมผู้สอนควรเลือกใช้เทคนิควิธีต่างๆ ดังที่กล่าวมาให้เหมาะสมกับเนื้อหาสาระและจุดประสงค์การเรียนรู้ที่กำหนดไว้

### การจัดการเรียนร่วมของผู้เรียนที่มีบกพร่องทางการได้ยิน

การศึกษาระดับปริญญาตรีสำหรับคนพิการในประเทศไทย เริ่มขึ้นในปี พ.ศ.2504 คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เปิดรับคนตาบอดเข้าเรียน พ.ศ.2537 สถาบันราชภัฏสวนดุสิต ได้รับผู้พิการทางการได้ยินเข้าเรียนในหลักสูตรการศึกษาพิเศษ ต่อมา พ.ศ.2539 มหาวิทยาลัยมหิดล ได้ก่อตั้งวิทยาลัยราชสุดาเป็นสถาบันอุดมศึกษาแห่งแรกสำหรับผู้พิการ (Sri-on, 2006) พ.ศ.2547 สถาบันการศึกษา 92 แห่ง รับนักศึกษาที่มีความพิการเข้าเรียนร่วม ในขณะที่เดียวกันวิทยาลัยราชสุดาได้จัดตั้งเครือข่ายกับมหาวิทยาลัยในยุโรป อเมริกา



ออสเตรเลียและเอเชีย เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์และการดำเนินการพัฒนาหลักสูตรสำหรับคนพิการ ต่อมาได้มีเครือข่ายเอเชียหรือผู้นำในอาเซียนสำหรับการศึกษาระดับอุดมศึกษาสำหรับคนพิการ เนื่องจากประเทศในเอเชียหลายประเทศต้องการรูปแบบและทรัพยากรสำหรับการพัฒนาระบบการศึกษาสำหรับคนพิการและผู้นำคนพิการซึ่งเหมาะสมกับความต้องการวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของพวกเขา

การจัดการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมให้บุคคลที่มีความบกพร่องทางการได้ยินเกิดกระบวนการเรียนรู้ที่ดีขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมการสนับสนุนและช่วยเหลือจากครอบครัวและสังคม การเพิ่มโอกาสให้บุคคลที่มีความบกพร่องทางการได้ยินสามารถเรียนรู้สิ่งต่างๆ ด้วยตนเอง ทั้งนี้จำเป็นต้องอาศัยปัจจัยภายในตัวเองในการเรียนรู้โดยเฉพาะทักษะการอ่าน ทักษะการเขียนและทักษะการแก้ปัญหา (สุพิน นาวง, 2553) การได้รับการศึกษาที่มีคุณภาพจะทำให้ผู้เรียนมีช่วงเวลาในการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ที่ดีขึ้น นอกจากนี้ พ.ร.บ.คนพิการยังมีการให้สิทธิคนพิการในการได้รับเทคโนโลยี สิ่งอำนวยความสะดวก สื่อบริการและความช่วยเหลืออื่นใดทางการศึกษานั้นทำให้ออกาสในการเรียนรู้ของบุคคลที่มีความบกพร่องทางการได้ยินให้มีความสะดวกและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (ธนาชัย สุนทรอนันตชัย, 2553)

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต เป็นสถาบันอุดมศึกษาแห่งหนึ่งที่ได้รับผู้พิการเรียนร่วมและมีศูนย์ช่วยเหลือนักศึกษาพิการเรียนร่วม (DSS) มีบุคลากรที่เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการศึกษาพิเศษที่ทำหน้าที่ช่วยเหลือและสนับสนุนการจัดการเรียนการสอนให้กับอาจารย์ผู้สอนและนักศึกษาพิเศษ เช่น บริการล่ามภาษามือกับการเรียนออนไลน์ของสวนดุสิต การสอนเสริมผ่านระบบออนไลน์และมีล่ามภาษามือคอยให้ความช่วยเหลือ



ภาพที่ 2 บริการช่วยเหลือนักศึกษาที่มีความบกพร่องทางการได้ยิน

หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต เป็นหนึ่งหลักสูตรที่รับผู้ที่มีความบกพร่องทางการได้ยินเรียนร่วม ผู้เขียนบทความได้รับมอบหมายให้สอนรายวิชาเฉพาะของวิชาซีพบรรณารักษฯ เน้นการวิเคราะห์เนื้อหาและการฝึกปฏิบัติในงานห้องสมุด และจากการจัดการเรียนการสอนในปีการศึกษา 2/2561 ที่ผ่านมา นักศึกษาที่มีความบกพร่องทางการได้ยินส่วนใหญ่มีคะแนนผลการเรียนค่อนข้างต่ำ เมื่อสอบถามสาเหตุปัญหา พบว่า เกิดจากความเข้าใจในการสื่อสารไม่ตรงกัน ไม่เข้าใจวิธีการวิเคราะห์และจัดกลุ่มสารสนเทศ ขั้นตอนในการปฏิบัติงานที่ถูกต้องเพราะเมื่อทำงานกลุ่มร่วมกับเพื่อนปกติ ผู้เรียนที่บกพร่องทางการได้ยินทำไม่ได้หรือทำผิด เพื่อนคนอื่นๆ จะเป็นผู้แก้ไขให้โดยไม่มีการบอกถึงข้อบกพร่องของชิ้นงาน ถึงแม้จะสอบถามผู้สอนและนำไปแก้ไขก็ยังไม่เข้าใจวิธีการปฏิบัติอย่างแท้จริง จาก

ปัญหาต่างๆ ที่พบ ผู้เขียนได้รวบรวมข้อมูลและหาวิธีการจัดการเรียนรู้โดยศึกษาแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการเรียนรู้แบบเพื่อนช่วยเพื่อนโดยนำมาใช้ในภาคเรียนที่ 2/2562 และ 1/2563 เพื่อแก้ไขปัญหาให้ผู้เรียนที่มีความบกพร่องทางการได้ยินสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้และเกิดการเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง

### ขั้นตอนการจัดการเรียนรู้แบบเพื่อนช่วยเพื่อน

การจัดการเรียนรู้แบบเพื่อนช่วยเพื่อน มีขั้นตอนในการดำเนินงาน ดังนี้

#### 1) ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน

เป็นการเตรียมการเพื่อให้ผู้เรียนมีความพร้อมที่จะเรียน ในสัปดาห์แรกของการเรียนการสอนรายวิชาการจัดหมวดหมู่ระบบรัฐสภาอเมริกัน ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2562 ของนักศึกษาชั้นปีที่ 3 หลักสูตรบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ จำนวน 19 คน ประกอบด้วย นักศึกษาที่มีความบกพร่องทางการได้ยิน 4 คน บกพร่องทางการเรียนรู้ 2 คน นักศึกษาปกติ 13 คน ผู้สอนชี้แจงวิธีการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการจับคู่ดูแลกันแบบเพื่อนช่วยเพื่อนโดยให้ผู้เรียนทำแบบทดสอบก่อนเรียน และแจ้งผลคะแนนให้ผู้เรียนทราบให้ผู้เรียนจับคู่กันตามสมัครใจระหว่างคนที่มีคะแนนสูงจับคู่กับคนที่มีคะแนนต่ำ ได้กลุ่มละ 2 คน 8 กลุ่ม และ 3 คน 1 กลุ่ม

#### 2) ขั้นสาธิตหรือยกตัวอย่าง

ผู้สอนอธิบายชี้แจงทำความเข้าใจถึงบทบาทของเพื่อนที่จะดูแลกัน คือ ให้ช่วยดูแลแนะนำด้านการเรียน การส่งงานและอื่นๆ ตามที่เพื่อนร้องขอ ผู้เรียนแต่ละกลุ่มจะได้เรียนจากผู้สอนหรือเพื่อนในชั้นเรียน โดยผู้สอนหรือเพื่อนจะอธิบายพร้อมยกตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่เรียนหรือตัวอย่างผลงาน

#### 3) ขั้นฝึกหัด

เป็นการฝึกทักษะกระบวนการกลุ่มโดยผู้เรียน ในขั้นนี้กลุ่มเพื่อนจะมีบทบาทสำคัญมาก โดยผู้เรียนเองจะทำหน้าที่ช่วยเหลือ ทบทวนความรู้ให้กับเพื่อน การฝึกปฏิบัติเกี่ยวกับการทำงานห้องสมุดทั้งในห้องเรียน และห้องสมุดประเภทต่างๆ ในขั้นตอนนี้จะมีการประชุมแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบในกลุ่ม ซักถามให้เกิดความเข้าใจระหว่างสมาชิกในกลุ่ม ก่อนจับคู่กันปฏิบัติงานที่ผู้เรียนทั้งสองฝ่ายต้องแบ่งปันความรู้ ตรวจสอบและให้คำแนะนำเพื่อนในการทำงานโดยมีบรรณารักษ์และล่ามภาษามือให้คำแนะนำและอธิบายเพื่อให้ผู้เรียนที่มีความบกพร่องทางการได้ยินเกิดความเข้าใจอย่างชัดเจน



ภาพที่ 3 การร่วมกันฝึกปฏิบัติงานห้องสมุดของนักศึกษาปกติและบกพร่องทางการได้ยิน



#### 4) ขั้นตอนการสรุปและตรวจสอบ

การฝึกทักษะกระบวนการกลุ่ม โดยผู้เรียนภายในกลุ่มช่วยกันสรุปผลงาน หรือนำเสนอผลงาน จากการจัดการเรียนรู้แบบเพื่อนช่วยเพื่อนที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้แบบทีมที่มีต่อประสบการณ์การเรียนรู้ของนักศึกษาทางการได้ยินและผู้เรียนปกติในการฝึกปฏิบัติงานให้ห้องสมุด โดยมีบรรณารักษ์และล่ามภาษามือให้คำแนะนำและอธิบายเพื่อให้ผู้เรียนที่มีความบกพร่องทางการได้ยินเกิดความเข้าใจอย่างชัดเจน ในการปฏิบัติงานจำนวน 10 ครั้งๆ ละ 10 คะแนน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การปฏิบัติงาน/งานที่ได้รับมอบหมายโดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบเพื่อนช่วยเพื่อน

กลุ่ม	ผู้เรียน	การปฏิบัติ/งานที่ได้รับมอบหมาย										คะแนนรวม (100)
		ครั้งที่ 1	ครั้งที่ 2	ครั้งที่ 3	ครั้งที่ 4	ครั้งที่ 5	ครั้งที่ 6	ครั้งที่ 7	ครั้งที่ 8	ครั้งที่ 9	ครั้งที่ 10	
		ครั้งที่	ครั้งที่	ครั้งที่	ครั้งที่	ครั้งที่	ครั้งที่	ครั้งที่	ครั้งที่	ครั้งที่	ครั้งที่	
1	คะแนนสูง	8	8.5	10	9	8.5	8	9	9	8.5	10	88.5
	คะแนนต่ำ	3	4	4.5	6	6	5.5	6	6.5	7	7	55.5
2	คะแนนสูง	7	8	8	7	9	9	8	8	8	8.5	80.5
	คะแนนต่ำ	4	3.5	4.5	4.5	6	6	6	5	6	6.5	52
3	คะแนนสูง	8	9	8	8	7.5	9	7	7.5	8	9	81
	คะแนนต่ำ	4	4	4	5	5	6	5	5.5	6	7	51.5
4	คะแนนสูง	7.5	8	9	8.5	8.5	8.5	8	9	9	9	85
	คะแนนต่ำ	2.5	4	4	5	5.5	6	6	6	6	7	52
5	คะแนนสูง	6.5	6	7	8	7	7	7	6.5	7	7.5	69.5
	คะแนนต่ำ	3	3	4	4	4.5	3.5	4	6	5.5	6	43.5
6	คะแนนสูง	7	7	7	7	8	9	7.5	7	7.5	7.5	74.5
	คะแนนต่ำ	4	4	3.5	4	4	4	6	6	5.5	6	47
7	คะแนนสูง	6	6	6	8	8	7.5	10	8.5	8	8.5	76.5
	คะแนนต่ำ	5	5	4	5	5	6	6	6	4	5.5	51.5
8	คะแนนสูง	6.5	6	9	6	7	7.5	7	7	7	8	71
	คะแนนต่ำ	2	4	3.5	3	3	4	3	3.5	4	4	34
9	คะแนนสูง	7	7	8.5	6	10	6.5	7	7	8	8	75
	คะแนนต่ำ	4	3	4	5	3.5	8	4	4	4	5.5	45
	คะแนนต่ำ	3	3	4	5	4	4.5	5	4	4	7	43.5

จากตารางที่ 1 คะแนนการปฏิบัติงานของผู้เรียนแต่ละกลุ่ม พบว่า นักศึกษาที่มีคะแนนสูงจะมีคะแนนที่ดีในการปฏิบัติหรือทำงานที่ได้รับมอบหมายทุกครั้ง ส่วนผู้เรียนที่มีคะแนนต่ำมีพัฒนาการปฏิบัติและการทำงานที่ได้รับมอบหมายที่ดีขึ้น

### 5) ขั้นฝึกฝนจนเกิดความชำนาญ

ผู้เรียนได้ฝึกฝนทักษะกระบวนการกลุ่มอีกครั้งโดยให้ผู้เรียนได้ฝึกบ่อยๆ เพื่อให้เกิดความชำนาญ ในขั้นนี้เป็นการให้ผู้เรียนในแต่ละกลุ่มได้กลับไปพูดคุยถึงข้อสรุปเพื่อให้เกิดความรู้ที่ชัดเจนในกิจกรรมที่ได้เรียนรู้ผ่านมา รวมทั้งอภิปรายร่วมกันกับผู้สอนว่ามีข้อที่ได้เรียนรู้อะไรบ้างเกิดความสงสัยในเรื่องใดและต้องการเรียนรู้อะไรเพิ่ม โดยผู้เขียนรวบรวมข้อมูลจากผลการปฏิบัติงานของนักศึกษาของผู้เรียนทุกกลุ่มเพื่อนำไปทดลองในรายวิชาภาษาอังกฤษสำหรับงานบริการสารสนเทศในภาคเรียนต่อไป

### สรุปและอภิปรายผล

การส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ที่มีความบกพร่องทางการได้ยินสามารถเรียนร่วมในสถาบันอุดมศึกษาได้ ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ (สุพิน นาวง, 2553) การพัฒนาศักยภาพของคนที่สามารถดำเนินชีวิตอย่างมีความสุขซึ่งจะเป็นพลังสำคัญในการสร้างความสำเร็จของการเรียนรู้ของผู้ที่มีความบกพร่องทางการได้ยิน การจัดการเรียนรู้แบบเพื่อนช่วยเพื่อนเป็นรูปแบบการจัดการเรียนการสอนวิธีหนึ่งที่ทำให้ผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง มีจุดมุ่งหมายให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ขึ้นในตัวผู้เรียน ให้การสนับสนุนให้ผู้เรียนได้มีโอกาสสร้างสรรค์ความรู้จากการศึกษาค้นคว้า ดำเนินการ ตัดสินใจและรับผิดชอบต่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง กระตุ้นให้เกิดกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในระหว่างกลุ่มผู้เรียน เพื่อให้ผู้เรียนที่มีความสามารถสูงช่วยเหลือผู้เรียนที่มีความสามารถต่ำกว่าหรือผู้เรียนปกติให้ความช่วยเหลือผู้เรียนที่มีความบกพร่องทางการได้ยิน โดยผ่านการปฏิบัติกิจกรรมเป็นคู่ที่กำหนดให้ผู้เรียนร่วมกันทบทวนความรู้ พร้อมจัดทำสรุปเนื้อหาตามบทเรียนตามที่ได้รับมอบหมาย จากนั้นนำมาทบทวน ตรวจสอบและให้คำแนะนำแก่เพื่อน ภายใต้การให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิดของผู้สอน ผ่านกลไกการเรียนรู้ ได้แก่ กระบวนการให้ข้อมูลย้อนกลับ จะช่วยให้ผู้เรียนจะเกิดการเรียนรู้ อย่างชัดเจน เนื่องจากต้องเตรียมตัวและศึกษาความรู้ในหัวข้อที่ได้รับมอบหมายอย่างดี เพื่อที่จะสามารถปฏิบัติ บทบาทของผู้สอน คือ บรรยาย อธิบาย ถาม-ตอบ กับเพื่อนคู่เรียนได้ อีกทั้งผู้เรียนได้มีโอกาสฝึกทักษะตั้งคำถามประเภทต่างๆ ก่อให้เกิดทักษะการสื่อสารที่ใกล้เคียงกับสภาพการณ์จริง ที่จะช่วยสร้างความมั่นใจในการใช้ภาษาเขียนเพื่อเรียบเรียงประโยคสนทนา

จุดเด่นของการเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้โดยการได้ข้อมูลย้อนกลับที่มีประสิทธิภาพโดยเพื่อนมีหลายประการ จากงานวิจัยของ Williams & Reddy (2016) พบว่า การที่ผู้เรียนได้รับข้อมูลย้อนกลับจากเพื่อน จะช่วยพัฒนาความรู้ความสามารถของผู้เรียน ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้เรียนในระยะยาว ด้วยการสอนมากกว่าการที่ผู้เรียนได้รับข้อมูลย้อนกลับจากผู้สอน เพราะเกิดความไว้วางใจและบรรยากาศการเรียนรู้แบบมิตร อีกทั้ง ข้อมูลย้อนกลับโดยเพื่อนมีขอบเขตเฉพาะเจาะจงทำให้เข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน เนื่องจากวิวุฒิและคุณวุฒิที่ใกล้เคียงกัน และความรวดเร็วและความสม่ำเสมอในการได้รับข้อมูลย้อนกลับระหว่างเพื่อนสู่เพื่อนเช่นเดียวกับ Meertens (2016) อธิบายว่า บรรยากาศในการเรียนการสอนแบบเพื่อนช่วยเพื่อนมีความเป็นส่วนตัวเข้าใจง่ายเช่นเดียวกับ Giordana & Wedin (2010) การเรียนรู้ร่วมกับผู้เรียนคนอื่นๆ ภายในกลุ่มสามารถโต้ตอบกันได้อย่างอิสระไม่มีลำดับขั้นของผู้สอนและผู้เรียน มีการพูดคุยถึงความรู้สึกของตนเองช่วยลดความวิตกกังวลได้มากขึ้น อีกทั้งการเรียนรู้แบบเพื่อนช่วยเป็นการใช้ประโยชน์ที่เหมาะสมสำหรับการเรียนกลุ่มย่อย การช่วยเหลือระหว่างภายในกลุ่มและเป็นการฝึกการทำงานเป็นทีม



การศึกษาในฐานะที่เป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาคนให้มีความรู้ มีความสามารถและมีคุณธรรมเพื่อนำมาเป็นเครื่องกำกับการใช้ความรู้ และความสามารถให้เป็นไปในทางสร้างสรรค์อันจะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ตนเองและสังคมโดยรวม ดังนั้น ในการออกแบบการเรียนการสอน ผู้สอนควรสร้างแรงจูงใจให้เกิดการให้ข้อมูลย้อนกลับโดยเพื่อน กระบวนการให้คำแนะนำซึ่งกันและกัน ในขั้นตอนนี้ผู้เรียนจะได้ข้อมูลสะท้อนกลับ และสามารถนำไปใช้แก้ไขจุดบกพร่องหรือข้อผิดพลาดในการเรียนได้มาก นำไปสู่ร่วมกันแก้ปัญหาหรือพัฒนารูปแบบการจัดกิจกรรมร่วมกันให้มีประสิทธิภาพซึ่ง จูไรรัตน์ สุตรง (2559) ระบุว่ากิจกรรมในลักษณะนี้จะช่วยสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ผ่านกิจกรรมที่ผู้เรียนจะได้สังเกตถึงพฤติกรรมการเรียนร่วมกันให้คำวิพากษ์วิจารณ์ในเชิงสร้างสรรค์ และให้คำแนะนำเพื่อให้เพื่อนทราบจุดเด่นและจุดบกพร่องที่ต้องปรับปรุงและพัฒนาเพื่อให้เกิดการพัฒนาการเรียนและพัฒนาตนเองให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งในกระบวนการนี้ผู้สอนจะมีบทบาทในการอำนวยความสะดวกให้ทั้งสองฝ่ายผลัดกันแสดงบทบาทและมีมาตรการในการให้เกิดการปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด เพื่อไม่ให้เกิดขัดแย้ง อีกทั้งร่วมสังเกตการณ์เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ประโยชน์ในการพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนต่อไป และกระบวนการตรวจสอบร่วมกันเช่นเดียวกับ กาญจนา เดชภิญญา และ วิณัฐ สุกุลหอม (2562) พบว่าการจัดการเรียนรู้ที่ดีต้องเริ่มต้นจากแผนในการจัดการเรียนรู้ การแนะนำ การสอน และให้ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติหากมีการนำหลักการสอนตามแนวปฏิบัติมาใช้จะทำให้ผู้เรียนเกิดความเข้าใจ และเรียนรู้ได้เร็ว สามารถปฏิบัติได้ด้วยตนเองอีกทั้งยังทำให้ผู้เรียนสนุก สร้างความมั่นใจ และมีความสุขในการเรียนมากยิ่งขึ้น รวมทั้งกระบวนการเรียนการสอนแบบเพื่อนช่วยเพื่อน ผู้เรียนจะได้รับประโยชน์จากการประเมินผลและการตรวจสอบพฤติกรรมการเรียนรู้ทั้งในระหว่างผู้เรียนเองและผู้สอน หรือผู้เชี่ยวชาญ ที่จะทำหน้าที่ในลักษณะของพี่เลี้ยงที่จะร่วมให้คำแนะนำ ตรวจสอบและติดตามประเมินผล รวมทั้งการกำหนดการประเมินผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนอันเกิดจากการประยุกต์ใช้เทคนิคการสอนแบบเพื่อนช่วยเพื่อนอย่างเป็นระบบชัดเจนเนื่องจากจะแสดงให้เห็นถึงพัฒนาการและความมุ่งมั่นในการพัฒนาทางวิชาการของผู้เรียน

### ข้อเสนอแนะ

การจัดการเรียนรู้แบบเพื่อนช่วยเพื่อนของผู้เรียนที่มีความบกพร่องทางการได้ยินและผู้เรียนปกติ มีผลที่ดีต่อการพัฒนาการเรียนรู้ของผู้เรียนในการนำไปประยุกต์ใช้ในการจัดการเรียนการสอน ผู้สอนต้องชี้แจงถึงข้อดีและประโยชน์ที่ผู้เรียนจะได้รับเพื่อให้เกิดความเข้าใจและเกิดความร่วมมืออย่างเต็มที่ โดยเฉพาะผู้เรียนที่มีความแตกต่างกัน ผู้สอนต้องอธิบายและชี้แจงให้ผู้เรียนปกติยอมรับและเข้าใจธรรมชาติของผู้เรียนที่มีความบกพร่องทางการได้ยินและคอยให้คำแนะนำช่วยเหลือผู้เรียนตลอดเวลา อีกทั้งต้องเลือกเนื้อหาที่จะใช้ในการจัดการเรียนรู้แบบเพื่อนช่วยเพื่อนที่ไม่ยากเกินไป เพราะถ้าเนื้อหายากเกินไปจะเป็นอุปสรรคในการสอน กล่าวคือ ผู้เรียนที่ทำหน้าที่ผู้สอนอาจจะไม่มีความมั่นใจที่จะสอนเนื้อหาที่ยาก และไม่มีความเข้าใจอย่างดีพออาจจะทำให้การอธิบายให้กับเพื่อนไม่กระจำเท่าที่ควรจะเป็น และผู้สอนควรมีการประเมินผลการเรียนรู้อย่างหลากหลายตามสภาพจริง เช่น มีการสังเกตและบันทึกผลการสอน การสอบถามเพื่อจะได้ครอบคลุมผลการเรียนรู้ตามที่กำหนดไว้

## เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2563). รายงานข้อมูลสถานการณ์ด้านคนพิการในประเทศไทย ปี2563 กรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ. (10 มกราคม 2563) สืบค้นจาก <http://dep.go.th/Content/View/6113/1>.
- กาญจนา เดชภิญญา และ วิณัฐ สุกุลหอม. (2562). การจัดระเบียบโลกใหม่ (New World Order) กับการปรับตัวทางการศึกษาของประเทศไทย. *วารสารร่มพญักษ์*, 37(2), 57-66.
- จุไรรัตน์ สุตรุ่ง. (2559). *การนิเทศภายในโรงเรียน*. กรุงเทพฯ : แดเน็กซ์อินเตอร์คอร์ปอเรชั่น.
- นันทวัน วัฒนมงคลสุข, วรพงษ์ คุณเดชมอมร และ ศิรินาถ บุรณพงษ์. (2560). เทคนิคการสอนไวยากรณ์ภาษาอังกฤษแบบ “เพื่อนช่วยเพื่อน”. *JOURNAL OF AKHONRATCHASIMA COLLEGE*, 11(3), 277-287.
- ธนาชัย สุนทรอนันตชัย. (2553). *สิทธิ เสรีภาพ และความเสมอภาคทางการศึกษาคงคนพิการในระดับอุดมศึกษา : ศึกษากรณีผู้ที่มีความบกพร่องทางการได้ยิน*. นิตยสารสมาคมนักคิด จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ทิสนา แคมมณี. (2556). *ศาสตร์การสอนองค์ความรู้เพื่อการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิจารณ์ พานิช. (2557). *ผู้สอนเพื่อศิษย์สร้างห้องเรียนกลับทาง*. กรุงเทพฯ : มูลนิธิสยามกัมมาจล.
- ศรียา นียมธรรม. (2544). *ความบกพร่องทางการได้ยิน : ผลกระทบทางจิตวิทยา การศึกษา และสังคม*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุนีย์รัตน์ เนียรเจริญสุข. (2553). การเรียนรู้แบบเพื่อนช่วยเพื่อนกับการเรียนการสอนภาษาญี่ปุ่น. *วารสารญี่ปุ่นศึกษา*. 27(1), 81-96.
- สุพิน นาวง. (2553). *การพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนสำหรับนักศึกษาปริญญาบัณฑิตที่มีความพิการทางการได้ยินในสถาบันอุดมศึกษา*. คุรุศาสตร์ดุสิตนิพนธ์ สาขาวิชาอุดมศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- อนุชา ภูมิสิทธิพร. (2550). *การศึกษาปัญหาและความต้องการของนักศึกษาที่มีความบกพร่องทางการได้ยินที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏ*. การศึกษามหาบัณฑิต สาขาการศึกษาพิเศษ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- อารีลักษณ์ คิมทอง. (2544). *กรณีศึกษาเกี่ยวกับการเลี้ยงดูบุตรของครอบครัวที่มีลูกหูหนวก*. ปริญญาานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิชางานบริการฟื้นฟูสมรรถภาพคนพิการ วิทยาลัยราชสุดา มหาวิทยาลัยมหิดล, กรุงเทพฯ.
- Aitao, L. (2015). Perceived physical appearance and life satisfaction : A moderated Mediation model of self-esteem and life experience of deaf and hearing Adolescents. *Journal of adolescence*, 39, 1-9.
- Bournemouth University. (2002). *Peer assisted learning*. (January 10, 2020) Retrieved from <https://www.Bournemouth.ac.uk/students/library/guests-visitor-information/peer-assisted-learning-pal>.





- Giordana, S. & Wedin, B. (2010). Peer mentoring for multiple levels of nursing students. *Nurs Edu Perspect*, 31(6), 394-396.
- Lockspeiser, T.M., O'Sullivan, P., Teherani, A, & Muler, J. (2008). Understanding the experience of being taught by peers : the value of social and cognitive congruence. *Adv Health Sci Educ Theory Pract*, 13(3), 361-372.
- Meertens, R. (2016). Utilisation of a peer assisted learning scheme in an undergraduate diagnostic radiography module. *Radiography*, 22(1), 69-74.
- Sri-on, J. (2006). Higher Education for Persons with Disabilities in Thailand. *NTUT Education Of Disabilities*, 5, 37-39.
- Theunissen, S. C., Rieffe, C., Netten, A. P., Briaire, J. J., Soede, W. & Kouwenberg, M. (2014). Self-esteem in hearing-impaired children : the influence of communication education, and audiological characteristics. *PloS One*, 9(4), 494-521.
- Williams, B. & Reddy, P. (2016). Does peer-assisted learning improve academic performance?. *A scoping review*, 42, 23-29.

# 4

## มาตรการทางกฎหมายเพื่อส่งเสริมเกษตรกรรมในเมือง ในกรุงเทพมหานคร

Legal Measures of Promoting Urban Agriculture in Bangkok

---

เปี่ยมศศิมาศ ชูวงศ์

Piamsasimas Chuvongs





# มาตรการทางกฎหมายเพื่อส่งเสริมเกษตรกรรมในเมือง ในกรุงเทพมหานคร

Legal Measures of Promoting Urban Agriculture in Bangkok

เปี่ยมศศิมาศ ชูวงศ์<sup>1</sup>

Piamsasimas Chuvongs

<sup>1</sup>คณบดีศาสตร มหาวิทาลัยธรรมศาสตร์ ถนนพระจันทร์ เขตพระนคร กรุงเทพฯ 10200 ประเทศไทย

โทรฯ : 081-8189180 e-mail : piamsasimas@gmail.com

Faculty of Law Thammasat University, Phra Chan Road, Phra Nakhon District, Bangkok 10200, Thailand

Tel : 081-8189180 e-mail : piamsasimas@gmail.com

*Received : February 21, 2020 Revised : June 1, 2020 Accepted : June 4, 2020*

4

## บทคัดย่อ

สถานการณ์ความมั่นคงทางอาหารในพื้นที่เขตเมืองทำให้แนวความคิดการทำเกษตรกรรมในเมืองกลับมามีบทบาทขึ้นอีกครั้งในหลายเมืองทั่วโลก รวมถึงในกรุงเทพมหานคร แต่ก็ประสบปัญหาอุปสรรค คือ การจัดการที่ดิน จากการศึกษา พบว่า ประเทศไทยไม่มีมาตรการทางกฎหมายที่มีเจตนารมณ์ให้มีการทำหรือส่งเสริมด้านเกษตรกรรมในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยเฉพาะมาตรการทางกฎหมายที่บังคับใช้อยู่เป็นการจัดการในลักษณะภาพรวมของประเทศ ทำให้เกิดปัญหาในการบังคับใช้กฎหมาย ดังนั้น บทความนี้จึงมุ่งศึกษามาตรการทางกฎหมายในการส่งเสริมการทำเกษตรกรรมในเมืองในพื้นที่กรุงเทพมหานครเพื่อให้เกิดผลเป็นรูปธรรมต่อไป

**คำสำคัญ :** เกษตรกรรมในเมือง ; ความมั่นคงทางอาหาร ; เมืองยั่งยืน ; การจัดการที่ดิน

## Abstract

The concept of urban agriculture has been reinvigorated to cope with food security issues in many cities around the world including Bangkok. However, land tenure is the major challenge for the agricultural movement in urban area. This research argues that in the case of Bangkok, the lack of specific legal frameworks in municipal level, apart from those implemented in national level, in promoting urban agriculture enhances myriads of problems regarding law enforcement. Therefore, this research attempts to study the significance of legal measures as an essential part in promoting urban agriculture for Bangkok in a concrete way in the future.

**Keywords :** Urban Agriculture; Food Security; Sustainable City; Land Management

## บทนำ

องค์การสหประชาชาติคาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2593 ประชากรโลกจำนวนร้อยละ 68 จะอาศัยอยู่ในเขตเมือง (United Nations, 2018) ซึ่งในประเทศไทยก็ได้มีการคาดการณ์ประชากรของกรุงเทพมหานครว่าในปี พ.ศ. 2575 จะมีจำนวนถึง 8,124,793 คน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติ, 2556) จำนวน

ประชากรของกรุงเทพมหานครที่เพิ่มขึ้น ทำให้พื้นที่ผลิตอาหารของคนกรุงเทพมหานครเริ่มถูกผลักดันออกไปให้อยู่ห่างไกลจากเมือง ระยะทางอาหารที่ไกลขึ้น ส่งผลกระทบต่อต้นทุนของอาหาร (กนกวลี สุธีธร, 2555) คนกรุงเทพมหานครจึงกำลังเผชิญปัญหาความมั่นคงทางอาหารอย่างไม่รู้ตัว แม้ปัจจุบันการเข้าถึงอาหารของคนกรุงเทพมหานครจะมีความหลากหลายขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการซื้ออาหารสำเร็จรูป หรือการสั่งอาหารผ่านทางมือถือ แต่ก็มีคนบางกลุ่มที่กำลังประสบปัญหาโดยตรง เช่น กลุ่มคนที่มีรายได้น้อยที่ไม่สามารถเข้าถึงอาหารทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพเนื่องจากอาหารมีราคาที่สูงขึ้น

ข้อจำกัดความมั่นคงทางอาหารที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้คนเมืองบางกลุ่มสนใจแนวคิดการมีพื้นที่ผลิตอาหารภายในเมือง โดยการพัฒนาพื้นที่ในเมืองที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์หรือที่มีข้อจำกัดการใช้ประโยชน์เปลี่ยนให้กลายเป็นพื้นที่ผลิตอาหารในเมือง เรียกว่า เกษตรกรรมในเมือง (Urban Agriculture) เนื่องจากเล็งเห็นประโยชน์ด้านต่างๆ เช่น เพิ่มความมั่นคงทางอาหาร บรรเทารายจ่ายค่าอาหาร สามารถช่วยเหลือเกษตรกรรายย่อยในเมือง อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มพื้นที่สีเขียวในเมือง

แนวคิดเกษตรกรรมในเมืองของกรุงเทพมหานครเริ่มเกิดขึ้นอย่างแพร่หลาย เช่น ที่ว่างริมทางรถไฟบริเวณหลักสี่ เจ้าหน้าที่เขตหลักสี่ร่วมกับอาสาสมัคร กทม. ได้ปรับปรุงพื้นที่ว่างริมทางรถไฟประมาณ 1 ไร่ บริเวณถนนวิภาวดีรังสิต พัฒนาเป็นแปลงปลูกพืชผักสวนครัวสำหรับบริโภคในครัวเรือนและแจกจ่ายให้กับชุมชนที่อาศัยโดยรอบ (เดลินิวส์, 2559)

อย่างไรก็ดี การลงมือทำเกษตรกรรมในเมืองก็มีข้อจำกัดด้านพื้นที่ซึ่งเป็นปัญหาอุปสรรคและเป็นตัวชี้วัดประการที่สำคัญว่าการทำเกษตรกรรมในพื้นที่เมืองจะสามารถเกิดขึ้นได้หรือไม่ เนื่องจากพื้นที่ในกรุงเทพมหานครมีมูลค่าสูงและมีความต้องการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์มากกว่าประโยชน์ด้านเกษตรกรรม ประกอบกับการเข้าถึงที่ดินเพื่อใช้ประโยชน์ทำเกษตรกรรมในกรุงเทพมหานครจำเป็นต้องพิจารณาข้อกำหนดเป็นสำคัญ และแม้ว่าบทบัญญัติกฎหมายที่มีอยู่จะไม่ได้ปฏิเสธการทำเกษตรกรรมในพื้นที่เขตเมือง แต่อาจไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ความต้องการเข้าถึงและใช้ประโยชน์ในพื้นที่ว่างเปล่าเพื่อนำมาทำเกษตรกรรมในกรุงเทพมหานครในปัจจุบันก็ได้

ทั้งนี้ เนื่องจากเมื่อปี พ.ศ. 2558 กรุงเทพมหานครมีพื้นที่ว่างเปล่าถึง 75,319 ไร่ (สำนักผังเมืองกรุงเทพมหานคร, 2559) ดังนั้น จากปัญหาความมั่นคงทางอาหารของกรุงเทพมหานคร สถานการณ์ความต้องการมีพื้นที่อาหารภายในเมือง และจำนวนพื้นที่ว่างเปล่าในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาวิจัยเกี่ยวกับมาตรการทางกฎหมายรวมถึงปัญหาอุปสรรคด้านที่ดินที่เกี่ยวข้องกับการทำเกษตรกรรมในกรุงเทพมหานคร เพื่อนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมเกษตรกรรมในเมืองในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

## แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

### 1) ความทั่วไปของเกษตรกรรมในเมือง

เกษตรกรรมในเมือง (Urban Agriculture) เป็นอุตสาหกรรมประเภทหนึ่งอันเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ในที่ดินเพื่อการเพาะปลูกหรือเลี้ยงสัตว์ที่ถูกทำขึ้นภายในหรือโดยรอบเมืองชั้นในและพื้นที่ชานเมืองซึ่งผลผลิตที่ได้จากการดังกล่าวอาจเป็นอาหารหรือไม่ใช่อาหารก็ได้ และให้หมายความรวมถึงกระบวนการต่างๆ การกระจายผลผลิต ตลอดจนการใช้แรงงานคน บริการ และทรัพยากรที่มีอยู่หรือหาได้จากในท้องที่โดยรอบเมืองชั้นใน และพื้นที่ชานเมืองดังกล่าวเพื่อการทำเกษตรกรรมด้วย (Mougeot, 2000)



เกษตรกรรมในเมืองมีรูปแบบหลายประเภทไม่ว่าจะเป็นการทำสวนหลังบ้าน สวนของชุมชน สวนเชิงพาณิชย์ ทั้งแนวราบบนพื้นดิน แนวตั้ง ในตึก หรือบนหลังคาตึก โดยอาจแบ่งแยกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ เกษตรกรรมในเมืองเพื่อการดำรงชีพ เกษตรกรรมในเมืองเพื่อการตลาดและกระจายอาหารผลิตผล เกษตรกรรมในเมืองเพื่อการพักผ่อนและสันทนาการ และเกษตรกรรมในเมืองแบบผสมผสาน (Cabannes, 2012)

## 2) ความมั่นคงทางอาหาร (Food Security)

ความมั่นคงทางอาหาร หมายถึง สภาวะที่คนทุกคนและทุกขณะเวลามีความสามารถทั้งกายภาพและทางเศรษฐกิจที่สามารถเข้าถึงอาหารที่เพียงพอ ปลอดภัย และมีคุณค่าทางโภชนาการ เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจด้านอาหาร เพื่อให้เกิดชีวิตที่ดีและสุขภาพที่แข็งแรง ประกอบด้วย 4 มิติ ได้แก่ การมีอาหารที่เพียงพอทั้งคุณภาพและปริมาณ ความสามารถในการเข้าถึงอาหาร การใช้ประโยชน์จากอาหาร และการมีเสถียรภาพด้านอาหาร (Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2008)

ความมั่นคงทางอาหารมีความสัมพันธ์กับการทำเกษตรกรรมในเมืองโดยตรง เนื่องจากมนุษย์ทุกคนต้องมีหลักประกันด้านความมั่นคงทางอาหารครบทุกมิติ กล่าวคือ ทุกคนต้องได้รับอาหารที่เพียงพอทั้งปริมาณและคุณภาพ โดยต้องสามารถเข้าถึงและสามารถใช้ประโยชน์จากอาหารเพื่อสุขอนามัยที่ดีได้ทุกเมื่ออย่างมีเสถียรภาพ ซึ่งการดำเนินการตามแนวคิดเกษตรกรรมในเมืองจะสามารถช่วยแก้ปัญหาความมั่นคงทางอาหารที่เกิดขึ้นในเมืองได้โดยเฉพาะกับคนเมืองที่มีรายได้น้อยหรือเพื่อบรรเทาค่าใช้จ่ายในชนชั้นกลางในเมืองอันเป็นการลดความเหลื่อมล้ำด้านอาหาร เช่น หากเมืองสามารถนำพื้นที่ว่างเปล่าหรือไม่ได้ใช้ประโยชน์ต่างๆ ทั้งแนวราบและแนวสูงมาเป็นพื้นที่ผลิตอาหารเพื่อให้ประชาชนมีส่วนร่วมเป็นผู้ผลิตด้วยตัวเอง หรือใช้สำหรับแจกจ่ายและจำหน่ายให้แก่คนในเมืองเองต้นทุนอาหารย่อมลดลง

## 3) อธิปไตยทางอาหาร (Food Sovereignty)

อธิปไตยทางอาหาร หมายถึง สิทธิของประชาชนที่จะผลิตอาหารที่ดีต่อสุขภาพและมีความสอดคล้องกับวัฒนธรรม ด้วยวิธีการที่ดำรงรักษา ระบบนิเวศ และสิทธิในการกำหนดระบบอาหารและเกษตรของพวกเขาเอง (The International Nyéléni Newsletter, 2007)

การขยายตัวของเมืองในหลายประเทศทั่วโลกทำให้เกษตรกรรายย่อยโดยเฉพาะผู้ผลิตอาหารในเมืองถูกรุกรานและถูกกดทับทางลง พื้นที่เกษตรกรรมในเมืองกลายเป็นบ้านเรือนและอาคาร ดังนั้น หากเมืองสามารถดำเนินการคงหรือเพิ่มพื้นที่ผลิตอาหารตามแนวคิดเกษตรกรรมในเมืองได้แล้ว ย่อมเป็นการปกป้อง รักษาสิทธิและอธิปไตยทางอาหารของผู้ผลิตอาหารภายในเมืองที่กำลังเลือนหายไปจากเมือง อีกทั้งยังเป็นการทำให้ระบบอาหารของเมืองสามารถคงอยู่ได้

## 4) การพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development)

การพัฒนาที่ยั่งยืน หมายถึง การพัฒนาที่สนองความต้องการของคนในรุ่นปัจจุบัน โดยไม่ทำให้ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของคนรุ่นต่อไปต้องลดลง ประกอบด้วย 3 เสาหลักที่สำคัญ ได้แก่ การเติบโตทางเศรษฐกิจ ความเท่าเทียมกันทางสังคม และการรักษาสิ่งแวดล้อม (United Nations, 1987)

องค์การสหประชาชาติได้กำหนดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals : SDGs) เมื่อปี พ.ศ. 2558 จำนวน 17 เป้าหมาย เพื่อให้ประเทศต่างๆ นำไปปฏิบัติให้บรรลุผลสำเร็จในช่วงระยะเวลา 15 ปี ซึ่งเกษตรกรรมในเมืองถือเป็นแนวคิดหนึ่งที่จะมีส่วนผลักดันให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว เช่น

ในเป้าหมายที่ 2 มีเป้าประสงค์ต้องการขจัดความหิวโหยและความอดอยากให้หมดไป ต้องการสร้างหลักประกันให้ทุกคนโดยเฉพาะคนยากจนและอยู่ในภาวะเปราะบางสามารถเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย มีโภชนาการ และเพียงพอตลอดทั้งปี เพิ่มผลิตผลทางการเกษตรและรายได้ของผู้ผลิตอาหารรายเล็ก รวมถึงการเข้าถึงที่ดินเพื่อการผลิตอาหาร หรือในเป้าหมายที่ 11 มีเป้าประสงค์ในการพัฒนาเมืองและการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์อย่างยั่งยืน ต้องการยกระดับชุมชนแออัด วางแผนการบริหารจัดการการตั้งถิ่นฐานอย่างมีส่วนร่วมบูรณาการอย่างยั่งยืน ลดผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมในเมือง จัดให้มีการเข้าถึงพื้นที่สาธารณะสีเขียวที่ปลอดภัย

ดังนั้น การดำเนินการตามแนวคิดเกษตรกรรมในเมืองจะสามารถบรรเทาความหิวโหยและความมั่นคงทางอาหารของคนเมือง โดยเฉพาะผู้มีรายได้น้อยรวมถึงผู้ที่มิภาวะเปราะบางในเมืองให้สามารถเข้าถึงอาหารที่มีคุณค่าทั้งในแง่ปริมาณและคุณภาพได้มากขึ้น ซึ่งเป็นการลดปัญหาความไม่เท่าเทียมด้านอาหารของเมืองลง และเป็นการเพิ่มบทบาทผู้ผลิตทางการเกษตรรายย่อยของเมืองให้สามารถดำรงอยู่ได้ อีกทั้งทำให้เมืองเกิดการพัฒนาย่างยั่งยืนและเกิดพื้นที่สีเขียวทั้งพื้นที่ส่วนตัวและพื้นที่สาธารณะเพิ่มมากขึ้น อันเป็นการลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมและเป็นการเพิ่มการเข้าถึงพื้นที่ผลิตอาหารทางตรงได้อีกทางหนึ่งด้วย

### 5) ข้อจำกัดด้านที่ดินเพื่อทำเกษตรกรรมในเมือง

ข้อจำกัดด้านที่ดินเพื่อทำเกษตรกรรมในเมืองมี 3 ประการ ได้แก่

- 1) การมีอยู่ของที่ดิน คือ มีที่ดินว่างเปล่าสามารถนำมาใช้ประโยชน์ด้านเกษตรได้หรือไม่
- 2) การเข้าถึงที่ดิน คือ จะสามารถเข้าถึงที่ดินที่ว่างเปล่าซึ่งสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้หรือไม่ ติดปัญหาข้อจำกัดทางกฎหมาย เช่น ที่ดินนั้นอยู่ในครอบครองของบุคคลใด รัฐหรือเอกชน ข้อกฎหมายที่มีอยู่เปิดช่องให้สามารถเข้าถึงที่ดินดังกล่าวเพื่อทำการเกษตรได้หรือไม่ หรือติดข้อจำกัดอื่น เช่น ค่าใช้จ่ายมีราคาสูง
- 3) การใช้ประโยชน์ที่ดิน คือ หากสามารถเข้าถึงที่ดินว่างเปล่าได้แล้ว ที่ดินนั้นอยู่ภายใต้ข้อจำกัดการใช้ประโยชน์ตามกฎหมายใดหรือไม่ การใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อการเกษตรมีหลักประกันทางกฎหมายคุ้มครองหรือไม่ หรือที่ดินนั้นมีปัญหาด้านคุณภาพดินการเข้าถึงน้ำในเชิงกายภาพอย่างไร (Quon, 1999)

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษามาตรการทางกฎหมายด้านที่ดินที่เกี่ยวข้องกับการทำเกษตรกรรมในเมืองในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

### วิธีการดำเนินการวิจัย

บทความวิจัยฉบับนี้ จะศึกษามาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการทำเกษตรกรรมในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ด้วยวิธีการวิจัยทางเอกสาร อาทิ บทความ ตำรา งานวิจัย บทบัญญัติกฎหมาย ฯลฯ รวมถึงข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ของหน่วยงานและองค์กรต่างๆ โดยการวิเคราะห์ตีความกฎหมาย

### ผลการวิจัย

เกษตรกรรมในเมืองมีประโยชน์หลายประการ ไม่ว่าจะเป็นการยกระดับความมั่นคงทางอาหาร การลดปัญหาคุณภาพสิ่งแวดล้อม การลดการใช้พลังงานจากขนส่ง ผู้บริโภคได้บริโภคอาหารที่ใหม่ สด ทำให้มีสุขภาพที่ดีขึ้น อีกทั้งยังทำเป็นแหล่งเรียนรู้



สำหรับมาตรการของประเทศไทย พบว่า มีกฎหมายที่เกี่ยวข้องซึ่งสามารถใช้บังคับและปรับใช้ได้ เพื่อจัดการและส่งเสริมให้มีการทำเกษตรกรรมในพื้นที่กรุงเทพมหานครได้ แต่ยังคงมีปัญหาการบังคับใช้และไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ความต้องการในปัจจุบัน ดังนี้

## 1) มาตรการจัดหาที่ดิน

### 1.1 การได้มาซึ่งที่ดินโดยรัฐ

รัฐสามารถใช้อำนาจตามกฎหมายเพื่อให้ได้มาซึ่งที่ดินและนำมาทำกิจกรรมด้านการเกษตรโดยอาศัยอำนาจตามประมวลกฎหมายที่ดิน มาตรา 6 เพิกถอนสิทธิที่ดินของเอกชนที่ว่างเปล่า หากเอกชนไม่ทำประโยชน์ในที่ดินตามระยะเวลาที่กฎหมายกำหนด ได้แก่ กรณีโฉนดที่ดินเกินสิบปีติดต่อกัน ส่วนกรณีที่ดินที่มีหนังสือรับรองการทำประโยชน์เกินห้าปีติดต่อกัน ให้ถือว่าบุคคลมีเจตนาสละสิทธิในที่ดินนั้น

จากการวิจัย พบว่า บทบัญญัติดังกล่าวเกิดผลบังคับใช้ยากในทางปฏิบัติ (ไชยยศ เหมรัชตะ, 2530) เนื่องจากการเพิกถอนที่ดินต้องพิจารณาเงื่อนไข “การใช้ประโยชน์ที่ดิน” ตามกฎกระทรวงฉบับที่ 43 (พ.ศ. 2537) ออกตามความในพระราชบัญญัติให้ใช้ที่ดิน พ.ศ. 2497 ซึ่งมีหลักเกณฑ์ว่าต้องได้มีการครอบครองและทำประโยชน์ตามสมควรแก่สภาพที่ดินในท้องถิ่นตลอดจนสภาพกิจการที่ได้ทำประโยชน์ แต่ในระเบียบกระทรวงมหาดไทยว่าด้วยการดำเนินการเกี่ยวกับที่ดินที่ถูกทอดทิ้งไม่ทำประโยชน์หรือปล่อยให้เป็นที่รกร้างว่างเปล่าให้ตกเป็นของรัฐ พ.ศ. 2522 ข้อ 2 วางแนวทางปฏิบัติแก่เจ้าหน้าที่ว่า กรณีที่ดินในเขตเมืองเพียงแค่อมรั้วหรือเสียภาษีบำรุงท้องที่แล้ว ก็ถือว่าทำประโยชน์อยู่ในที่ดินแล้ว

การเพิกถอนสิทธิในที่ดินว่างเปล่าที่ถูกทิ้งร้างของเอกชนในกรุงเทพมหานครจึงกระทำได้ยากประกอบกับระเบียบปฏิบัติของเจ้าหน้าที่ไม่สอดคล้องกับกฎกระทรวง เนื่องจากหากเจ้าของที่ดินในกรุงเทพมหานครได้ล้อมรั้วหรือเสียภาษียอมถือว่าทำประโยชน์ในที่ดินแล้ว

อย่างไรก็ดี ปัจจุบันกฎกระทรวงกำหนดที่ดินหรือสิ่งปลูกสร้างที่ทิ้งว่างเปล่าหรือไม่ได้ทำประโยชน์ตามสมควรแก่สภาพ พ.ศ. 2562 อาศัยความตามพระราชบัญญัติภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 ได้กำหนดลักษณะและหลักเกณฑ์ที่ดินที่ทิ้งว่างเปล่าว่ามีลักษณะและหลักเกณฑ์เป็นเช่นไร ดังนั้น มาตรการในการเพิกถอนสิทธิในที่ดินของเอกชนจึงอาจมีผลในทางปฏิบัติมากขึ้น ซึ่งส่งผลดีต่อรัฐในการนำเอาที่ดินเอกชนมาใช้ประโยชน์ให้เกิดประโยชน์

### 1.2 การเข้าถึงที่ดินโดยเอกชน

พระราชบัญญัติการเช่าที่ดินเพื่อเกษตรกรรม พ.ศ. 2524 มาตรา 55 มีมาตรการให้เช่าที่นาว่างเปล่าของเอกชนที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์มาเช่าทำนาได้ มีเงื่อนไขและหลักเกณฑ์ว่า

1) ที่ดินนั้นต้องเป็นที่ทิ้งว่างโดยไม่ได้ให้เช่า หรือไม่ได้ทำประโยชน์อย่างอื่น หรือทำประโยชน์เพียงเล็กน้อยไม่สมควรแก่สภาพที่ดิน

2) ผู้ขอเช่าานั้นต้องเป็นผู้ที่ไม่มีที่ทำนาหรือมีอยู่แล้วแต่ไม่พอเลี้ยงชีพของตนเองและครอบครัว โดยต้องยื่นคำขอต่อคณะกรรมการการเช่าที่ดินเพื่อเกษตรกรรมตำบล

3) เจ้าของที่นาว่างเปล่านั้นสามารถคัดค้านการขอเช่าได้ โดยให้คณะกรรมการการเช่าที่ดิน เพื่อเกษตรกรรมตำบลเป็นผู้วินิจฉัย

จากการวิจัย พบว่า บทบัญญัติดังกล่าวไม่สอดคล้องสถานการณ์ในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากผู้ประสงค์ขอเช่าที่ดินในกรุงเทพมหานครอาจมีรายได้พอเลี้ยงชีพ แต่มีความสนใจเช่าที่ว่างเปล่าเพื่อทำเกษตรกรรม หรือ

อาจเป็นกลุ่มองค์กรชุมชนที่รวมตัวกัน ประกอบกับบทบัญญัติดังกล่าวอยู่ภายใต้พระราชบัญญัติการเช่าที่ดินเพื่อเกษตรกรรม พ.ศ. 2524 มาตรา 21 และ 47 จึงทำให้ผู้ประสงค์เช่าที่นาว่างเปล่าต้องทำนาตามความหมายของกฎหมายฉบับนี้ กล่าวคือ ต้องปลูกข้าวหรือพืชไร่เป็นส่วนใหญ่ โดยไม่ได้รวมถึงการเพาะปลูกพืชเพื่อการบริโภคในครัวเรือน

ดังนั้น แม้ว่าพระราชบัญญัติการเช่าที่ดินเพื่อเกษตรกรรม พ.ศ. 2524 จะมีมาตรการที่ดูเหมือนเอื้อให้สามารถเช่าที่นาว่างเปล่าเพื่อทำการเกษตรได้ อันเป็นการส่งเสริมให้มีการทำเกษตรกรรม แต่มาตรการและเงื่อนไขหลักเกณฑ์ของกฎหมายดังกล่าวอาจไม่เหมาะสมกับการเกษตรกรรมในเมืองในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีลักษณะทางกายภาพที่แตกต่างกับการทำเกษตรกรรมตามต่างจังหวัดซึ่งเป็นภาพรวมของประเทศ

### 1.3 การเข้าถึงฐานข้อมูลที่ดิน

หากหน่วยงานรัฐเปิดเผยข้อมูลพื้นที่ที่หน่วยงานรัฐยังไม่ได้นำมาใช้ประโยชน์หรือยังไม่มีโครงการใช้ในอนาคตอันใกล้ ย่อมทำให้ผู้สนใจทำประโยชน์ในที่ดินเพื่อเกษตรกรรมสามารถเข้าถึงข้อมูลที่ดินและขออนุญาตใช้ประโยชน์ที่ดินได้มากขึ้น

จากการวิจัย พบว่า พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 ไม่ได้ปรากฏเป็นการเฉพาะให้หน่วยงานรัฐหรือส่วนราชการต้องเปิดเผยข้อมูลที่ดินต่างๆ ที่รัฐหรือหน่วยงานของรัฐครอบครองอยู่ว่าใช้ประโยชน์และยังไม่ได้ใช้ประโยชน์ทางราชการเท่าไรเพียงใด ดังนั้น การเข้าถึงข้อมูลที่ดินในครอบครองของรัฐจึงกระทำได้อย่าง

อย่างไรก็ตาม ข้อมูลที่ดินในครอบครองของรัฐอาจเข้าข่ายเป็นข้อมูลข่าวสารของราชการที่ต้องเปิดเผยโดยเป็นข้อมูลข่าวสารที่หน่วยงานต้องจัดให้ประชาชนสามารถเข้าตรวจสอบได้ตามที่กฎหมายได้กำหนดและตามที่คณะกรรมการข้อมูลข่าวสารของราชการกำหนด ซึ่งประชาชนสามารถขอตรวจสอบข้อมูลดังกล่าวได้ ไม่ว่าจะตนจะมีส่วนได้เสียในเรื่องนั้นหรือไม่ ซึ่งเป็นไปตามมาตรา 9 พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 โดยอาจพิจารณาเทียบเคียงกับกรณีที่คณะกรรมการข้อมูลข่าวสารของราชการได้ออกประกาศเรื่อง กำหนดให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับที่สาธารณประโยชน์เป็นข้อมูลข่าวสารที่ต้องจัดไว้ให้ประชาชนตรวจสอบได้ตามมาตรา 9 วรรคหนึ่ง (8) พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 กำหนดให้หน่วยงานรัฐซึ่งจัดทำ จัดให้มี หรือครอบครองดูแลข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับที่ดินสาธารณประโยชน์ ต้องจัดให้มีข้อมูลข่าวสารสำหรับสืบค้นอย่างหนึ่งอย่างใด เช่น ทะเบียนที่ดินสาธารณประโยชน์ หรือหนังสือสำคัญสำหรับที่หลวง หรือเอกสารแสดงพิกัดและตำแหน่งที่ตั้ง หรือเอกสารอื่นตามที่คณะกรรมการกำหนด เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าตรวจสอบได้

ดังนั้น พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 มาตรา 9 จึงถือเป็นบทบัญญัติที่เปิดช่องให้คณะกรรมการข้อมูลข่าวสารของราชการสามารถเพิ่มเติมข้อมูลที่ดินในครอบครองหน่วยงานรัฐที่ยังไม่ได้ทำประโยชน์เพื่อให้ประชาชนผู้สนใจตรวจสอบเพื่อขออนุญาตทำประโยชน์ได้

## 2) มาตรการวางแผนการใช้ประโยชน์ที่ดิน

### 2.1 การผังเมือง

ผังเมืองตามพระราชบัญญัติการผังเมือง พ.ศ. 2562 มี 2 รูปแบบ ดังนี้

1) ผังนโยบายการใช้ประโยชน์พื้นที่ (ระดับประเทศ ระดับภาค และระดับท้องถิ่น) เพื่อเป็นกรอบในการกำหนดนโยบายการพัฒนาพื้นที่ ซึ่งถือว่ามีประโยชน์ต่อแนวคิดการทำเกษตรกรรมในเมือง





## 2) ผังกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดิน (ผังเมืองรวมและผังเมืองเฉพาะ)

ผังเมืองรวมกำหนดให้มีมาตรการข้อกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อระบุว่าที่ดินประเภทใดจะสามารถทำเกษตรกรรมได้ และยังสามารถกำหนดให้มีมาตรการอื่นๆ เช่น มาตรการทางการเงินหรือการคลัง เป็นต้น เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของผังเมืองรวมนั้นๆ จึงทำให้สามารถกำหนดมาตรการเพื่อส่งเสริมการทำเกษตรกรรมในผังเมืองรวมได้ ส่วนผังเมืองเฉพาะกำหนดให้มีการจัดทำแผนผังต่างๆ ไม่ว่าจะแนวเขตการแบ่งที่ดินเป็นประเภทและย่าน แผนผังแสดงบริเวณทรัพยากรธรรมชาติ รวมทั้งได้เพิ่มเติมให้ระบุต้นไม้เดี่ยวหรือต้นไม้หมู่ที่จะส่งเสริมหรือบำรุงรักษา รวมถึงให้จัดทำแผนผังแสดงพื้นที่สีเขียวและพื้นที่อนุรักษ์ ซึ่งถือได้ว่าผังเมืองเฉพาะจะมีส่วนสำคัญในการผลักดันแนวคิดการเพิ่มพื้นที่เกษตรกรรมในกรุงเทพมหานคร

ปัจจุบันกรุงเทพมหานครบังคับใช้กฎกระทรวง ให้ใช้บังคับผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2556 ซึ่งสามารถทำการเพาะปลูกได้ในที่ดินทุกประเภทโดยกรุงเทพมหานครได้กำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อเกษตรกรรมโดยเฉพาะ ปรากฏในที่ดินประเภทชนบทและเกษตรกรรมและที่ดินประเภทอนุรักษ์ชนบทและเกษตรกรรม แต่พื้นที่ดังกล่าวกลับไม่ได้ใช้ตามวัตถุประสงค์แต่ถูกนำไปใช้ประโยชน์อย่างอื่น นอกจากนี้ยังปรากฏมาตรการจูงใจระบบโบนัส (FAR Bonus) กล่าวคือ หากเจ้าของที่ดินหรือผู้ประกอบการจัดให้มีพื้นที่โล่งเพื่อประโยชน์สาธารณะหรือสวนสาธารณะ จะสามารถมีอัตราส่วนพื้นที่อาคารรวมต่อพื้นที่ดินเพิ่มขึ้นมากกว่าในข้อกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดินไม่เกินร้อยละ 20 ได้ ซึ่งเป็นมาตรการส่งเสริมที่มีประโยชน์ต่อการพัฒนาพื้นที่ที่มีอยู่ให้เป็นพื้นที่แหล่งอาหารได้

จากการวิจัย พบว่า กฎหมายว่าด้วยการผังเมืองมีมาตรการที่เอื้อและส่งเสริมให้เมืองมีพื้นที่เกษตรกรรมในเมืองโดยให้กรุงเทพมหานครในฐานะท้องถิ่นเป็นผู้กำหนดมาตรการรายละเอียดให้สอดคล้องกับเมือง ซึ่งในส่วนของกฎกระทรวงให้ใช้บังคับผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2556 ก็ได้กำหนดพื้นที่สำหรับทำเกษตรกรรมเป็นการเฉพาะและมีมาตรการส่งเสริมซึ่งเอื้อต่อการใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อทำเกษตรกรรมในพื้นที่กรุงเทพมหานครอีกด้วยหากแต่สิ่งพึงต้องพิจารณา คือ การบังคับใช้ผังเมืองสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้อย่างแท้จริงหรือไม่

### 2.2 การควบคุมอาคารและการจัดการสิ่งแวดล้อม

กฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคาร มีมาตรการกำหนดให้ผู้ขออนุญาตก่อสร้างอาคารต้องจัดให้มี “ที่ว่างภายนอกอาคาร” ซึ่งปรากฏความหมายและมาตรการอยู่ในกฎหมายลำดับรองหลายฉบับ เช่น กฎกระทรวงฉบับที่ 55 (พ.ศ. 2543) ออกตามพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 มีความหมายว่า พื้นที่อันปราศจากหลังคาหรือสิ่งก่อสร้างปกคลุม ซึ่งอาจจะจัดให้เป็นบ่อน้ำ สระว่ายน้ำ บ่อพักน้ำเสีย ที่พักมูลฝอยที่พักรวมมูลฝอย หรือที่จอดรถที่อยู่ภายนอกอาคารก็ได้ และให้หมายความรวมถึงพื้นที่ของสิ่งก่อสร้างหรืออาคารที่สูงจากระดับพื้นดินไม่เกิน 1.2 เมตร และไม่มีหลังคาหรือสิ่งก่อสร้างปกคลุมเหนือระดับนั้น

ทั้งนี้ แม้กฎหมายจะกำหนดให้มีการเว้นว่างพื้นที่จากการใช้งานด้านอาคาร แต่ยังไม่มีความเกี่ยวข้องกับเรื่องพื้นที่สีเขียวหรือพื้นที่เพาะปลูก

สำหรับกฎหมายว่าด้วยการจัดการสิ่งแวดล้อม ได้แก่ พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535 มาตรา 48 กำหนดมาตรการให้การดำเนินการโครงการหรือการดำเนินการที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมต้องจัดทำ “รายงานการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม” โดยต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการผู้ชำนาญการพิจารณารายงานการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม ซึ่งสำนักนโยบายและ

แผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้จัดทำแนวทางการจัดทำรายงานดังกล่าว กำหนดว่า การดำเนินโครงการหรือกิจการเกี่ยวกับอาคารต้องจัดให้มีพื้นที่สีเขียวโดยได้กำหนดแนวทางเป็นมาตรฐานขั้นต่ำไว้ เช่น การก่อสร้างอาคารอยู่อาศัยรวมและโรงแรมตั้งแต่ 80 ห้องขึ้นไป หรือมีพื้นที่ใช้สอยตั้งแต่ 40,000 ตารางเมตรขึ้นไป ต้องจัดให้มีสัดส่วนของพื้นที่สีเขียวต่อผู้อยู่อาศัยภายในโครงการไม่น้อยกว่า 1 ตารางเมตร ต่อ 1 คน และต้องจัดให้มีพื้นที่สีเขียวบริเวณชั้นล่างไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ของพื้นที่สีเขียว โดยต้องเป็นไม้ยืนต้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ของพื้นที่สีเขียวชั้นล่างที่ต้องจัดให้มีและหากจัดเป็นพื้นที่สีเขียวบนอาคารจะต้องเป็นพื้นที่สีเขียวที่ผู้พักอาศัยทุกคนสามารถเข้าใช้ประโยชน์ได้ และต้องจัดให้มีพื้นที่สีเขียวยั่งยืนในที่ว่างโครงการซึ่งต้องจัดให้มีตามพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 โดยกำหนดให้มีพื้นที่สีเขียวยั่งยืนอย่างน้อย ร้อยละ 50 ของที่ว่างที่ต้องจัดให้มี (สำนักนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2560)

จากการวิจัย พบว่า การจัดให้มีพื้นที่สีเขียวข้างต้นไม่ได้หมายความรวมถึงพื้นที่เพาะปลูกเพื่อความมั่นคงทางอาหาร เนื่องจากการจัดให้มีพื้นที่สีเขียวตามแนวปฏิบัติของผู้ประกอบการตามหลักเกณฑ์การพิจารณาของคณะกรรมการผู้ชำนาญการพิจารณารายงานการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมระบุว่าต้องเป็นไม้ยืนต้นหรือความหมายของ “พื้นที่สีเขียวยั่งยืน” ซึ่งหมายถึง พื้นที่สีเขียวที่มีไม้ยืนต้นขนาดใหญ่ ต้นไม้ที่มีอายุยืนหลายปี เมื่อโตเต็มที่จะมีทรงพุ่มไม่น้อยกว่า 5 ตารางเมตร มีความสูงไม่น้อยกว่า 5 เมตร มีเส้นรอบวงโคนต้นไม่น้อยกว่า 50 เซนติเมตร เป็นองค์ประกอบหลัก และได้รับการดูแล บำรุงรักษาให้คงอยู่อย่างยั่งยืน (สำนักนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2550)

ดังนั้น แม้หน่วยงานรัฐจะได้กำหนดให้มีมาตรการจัดให้มีพื้นที่สีเขียวในที่ว่างภายนอกอาคารแต่ยังไม่มีแนวคิดเกี่ยวกับเรื่องเกษตรกรรมในเมือง เนื่องจากหลักเกณฑ์และแนวทางปฏิบัติของผู้ประกอบการรวมถึงหน่วยงานภาครัฐที่กำกับดูแลไม่ได้มีแนวคิดที่หมายความรวมถึงพื้นที่เพาะปลูกกสิกรรมหรือพื้นที่อาหาร

### 2.3 การจัดสรรที่ดิน

พระราชบัญญัติจัดสรรที่ดิน พ.ศ. 2543 มีมาตรการควบคุมการจัดสรรที่ดินของเอกชนซึ่งมีมาตรการจัดสรรที่ดินเพื่อเกษตรกรรมและการจัดสรรที่ดินเพื่อที่อยู่อาศัยและพาณิชยกรรมซึ่งมีมาตรการที่ส่งผลต่อการทำเกษตรกรรมในพื้นที่กรุงเทพมหานครเพื่อเป็นแหล่งผลิตอาหาร ดังนี้

การจัดสรรที่ดินเพื่อเกษตรกรรมในกรุงเทพมหานครเป็นไปตามประกาศข้อกำหนดเกี่ยวกับการจัดสรรที่ดินเพื่อเกษตรกรรมกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2549 มี 2 ขนาด คือ ขนาดเล็ก ต้องมีจำนวนแปลงย่อยไม่เกิน 79 แปลง หรือเนื้อที่ทั้งโครงการไม่เกิน 500 ไร่ และขนาดใหญ่ ต้องมีจำนวนแปลงย่อยตั้งแต่ 80 แปลงขึ้นไป หรือเนื้อที่ทั้งโครงการเกินกว่า 500 ไร่ โดยได้กำหนดเนื้อที่ขั้นต่ำของที่ดินแปลงย่อยที่จัดสรรว่าต้องไม่น้อยกว่า 2.5 ไร่ ต่อแปลง

จากการวิจัย พบว่า แม้จะมีบทบัญญัติให้เอกชนขอจัดสรรที่ดินเพื่อเกษตรกรรมในกรุงเทพมหานครได้ แต่บทบัญญัตินี้ดังกล่าวก็ไม่สามารถบังคับใช้ได้จริง เนื่องจากไม่ปรากฏว่ามีเอกชนขออนุญาตจัดสรรที่ดินเพื่อเกษตรกรรมในกรุงเทพมหานคร (กรมที่ดิน กระทรวงมหาดไทย, 2563) ซึ่งหากพิจารณาหลักเกณฑ์เนื้อที่ขั้นต่ำของที่ดินแปลงย่อยในการขอจัดสรรเพื่อทำเกษตรกรรมต้องมีไม่น้อยกว่า 2.5 ไร่ จะพบว่า เนื้อที่ขั้นต่ำดังกล่าว ไม่สอดคล้องกับลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ที่มีอยู่อย่างจำกัดในกรุงเทพมหานครประกอบกับคงไม่มี นักลงทุนขอจัดสรรที่ดินเพื่อขายให้ประชาชนใช้เพื่อทำการเพาะปลูกในกรุงเทพมหานครหรือหากจะมีผู้ใดลงทุนการจัดสรรที่ดินดังกล่าวในพื้นที่กรุงเทพมหานครย่อมต้องมีราคาสูง



ส่วนการจัดสรรที่ดินเพื่อที่อยู่อาศัยและพาณิชยกรรม เป็นไปตามข้อกำหนดเกี่ยวกับการจัดสรรที่ดินเพื่อที่อยู่อาศัยและพาณิชยกรรมกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2550 กำหนดให้ผู้ขอจัดสรรต้องกันพื้นที่ไว้เพื่อจัดทำสวนสนามเด็กเล่น หรือสนามกีฬา หรือปลูกไม้ยืนต้น ดังนั้น ข้อกำหนดการจัดสรรที่ดินเพื่อที่อยู่อาศัยและพาณิชยกรรมจึงมีมาตรการเพิ่มพื้นที่สีเขียวในพื้นที่โครงการจัดสรรเพื่อที่อยู่อาศัยและพาณิชยกรรม แม้จะยังไม่มีแนวคิดเรื่องพื้นที่ผลิตอาหารในโครงการ แต่ก็ถือว่าเอื้อต่อการมีพื้นที่เกษตรกรรมในที่ดินเอกชนแล้ว

### 3) มาตรการทางภาษี

พระราชบัญญัติภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 มาตรา 37 กำหนดว่า หากใช้ประโยชน์ที่ดิน เพื่อเกษตรกรรมจะเสียภาษีในอัตราไม่เกินร้อยละ 0.15 ซึ่งมีอัตราภาษีต่ำกว่าการใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทอื่น เนื่องจากกรณีที่ดินรกร้างว่างเปล่าจะมีอัตราภาษีถึงร้อยละ 1.2 และจะมีอัตราภาษีเพิ่มขึ้นทุก 3 ปี

นอกจากนี้ ในมาตรา 6 ประกอบมาตรา 8 (8) ให้อำนาจรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังหรือรัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทยประกาศหลักเกณฑ์และเงื่อนไขเพื่อยกเว้นการจัดเก็บภาษีได้ ซึ่งรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังได้ออกประกาศกระทรวงการคลัง เรื่อง หลักเกณฑ์การพิจารณาทรัพย์สินของเอกชนเฉพาะส่วนที่ยินยอมให้ทางราชการจัดให้ใช้เพื่อสาธารณประโยชน์ เมื่อ 21 มิถุนายน พ.ศ. 2562 เพื่อยกเว้นการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง หากเอกชนยินยอมให้ทางราชการจัดให้ใช้ทรัพย์สินเพื่อสาธารณประโยชน์ตลอดปีภาษี โดยประชาชนในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องใช้ประโยชน์ในทรัพย์สินนั้นร่วมกัน

จากการวิจัย พบว่า พระราชบัญญัติภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 เป็นมาตรการจัดเก็บภาษีรูปแบบใหม่ของประเทศไทยโดยจัดเก็บภาษีจากการประโยชน์ในที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ซึ่งมีวัตถุประสงค์ที่เอื้อต่อการใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อทำเกษตรกรรมเนื่องจากมีอัตราการจัดเก็บภาษีกรณีใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อเกษตรกรรมต่ำกว่าการใช้ประโยชน์ที่ดินกรณีอื่น และการที่จัดเก็บอัตราภาษีที่ดินรกร้างว่างเปล่าที่สูงขึ้นยอมทำให้การใช้ประโยชน์ที่ดินมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ประกอบกับได้มีการออกกฎหมายลำดับรองเพื่อยกเว้นการจัดเก็บภาษีตามพระราชบัญญัติดังกล่าว หากเอกชนยินยอมให้ทางราชการจัดให้ใช้ทรัพย์สินเพื่อสาธารณประโยชน์ จึงถือว่าเป็นมาตรการส่งเสริมด้านภาษีที่มีประโยชน์ที่เอื้อต่อการที่ภาครัฐจะสามารถนำที่ดินของเอกชนมาใช้ทำประโยชน์โดยเฉพาะเป็นพื้นที่อาหารอย่างมาก

### 4) มาตรการบริหารจัดการของกรุงเทพมหานคร

กรุงเทพมหานครสามารถดำเนินกิจการตามอำนาจหน้าที่ภายใต้พระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2528 มาตรา 89 รวมทั้งสิ้น 27 กิจการ ซึ่งไม่ปรากฏหน้าที่การจัดการเกี่ยวกับเรื่องเกษตรกรรมภายในกรุงเทพมหานครเองเป็นการเฉพาะ แต่ก็มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นการผังเมือง (มาตรา 89 (5)) การดูแลรักษาที่สาธารณะ (มาตรา 89 (10)) การควบคุมอาคาร (มาตรา 89 (11)) การปรับปรุงแหล่งชุมชนแออัดและจัดการเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย (มาตรา 89 (12)) การจัดให้มีและบำรุงรักษาสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ (มาตรา 89 (13)) หรือการพัฒนาและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (มาตรา 89 (14)) โดยกรุงเทพมหานครสามารถอาศัยอำนาจตามพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2528 มาตรา 97 และ 98 ออกข้อบัญญัติท้องถิ่นเพื่อให้เป็นไปตามอำนาจหน้าที่ของกรุงเทพมหานครได้

จากการศึกษา พบว่า การที่กรุงเทพมหานครไม่มีบทบัญญัติกฎหมายเป็นการเฉพาะเรื่องการทำเกษตรกรรม ทำให้กรุงเทพมหานครไม่สามารถใช้อำนาจตามกฎหมายบริหารจัดการเรื่องเกษตรกรรมได้โดยตรง กล่าวคือ หากกรุงเทพมหานครต้องการจะดำเนินการเกษตรกรรมในเมืองคงจะต้องอาศัยอำนาจหน้าที่ตามที่

ปรากฏในมาตรา 89 ที่เกี่ยวข้องซึ่งได้กล่าวไปข้างต้น แต่กรุงเทพมหานครคงจะไม่สามารถออกข้อบัญญัติท้องถิ่นเพื่อกำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการบริหารจัดการเรื่องเกษตรกรรมเป็นการเฉพาะได้ กรุงเทพมหานครจึงไม่สามารถจัดการและส่งเสริมเกษตรกรรมได้เท่าที่ควร

นอกจากนี้กรุงเทพมหานครไม่มีแนวนโยบายหรือแผนเกษตรกรรมในเมืองที่เป็นรูปธรรมชัดเจน โดยการจัดการเรื่องเกษตรกรรมในกรุงเทพมหานครจะอยู่ภายใต้แนวนโยบายและการดูแลของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ซึ่งจัดการเรื่องเกษตรกรรมในลักษณะภาพรวมของประเทศแนวนโยบายการทำเกษตรกรรมของกรุงเทพมหานครจึงไม่ได้มีแนวนโยบายที่แตกต่างกับแนวนโยบายการทำเกษตรกรรมในต่างจังหวัดแต่อย่างใด แม้ว่าบริบทการทำเกษตรกรรมของกรุงเทพมหานครจะมีบริบทที่ต่างออกไป (อลิศรา มีนะกนิษฐ, 2562)

อย่างไรก็ดีกรุงเทพมหานครสามารถดำเนินการจัดสรรเพิ่มพื้นที่เกษตรกรรมในสวนสาธารณะภายใต้ความรับผิดชอบของกรุงเทพมหานครโดยให้บุคคลอื่นมาใช้พื้นที่สวนสาธารณะเพื่อการเพาะปลูกโดยเก็บค่าบริการได้ โดยอาศัยอำนาจตามมาตรา 89 (13) แห่งพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2528 และข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่อง ค่าบริการ พ.ศ. 2543 ข้อ 4 (6) - (7) และข้อ 5 ประกอบกับอาศัยอำนาจตามระเบียบว่าด้วยการดำเนินงานของสวนสาธารณะ พ.ศ. 2562 เพื่อจัดการสวนสาธารณะในความดูแลและรับผิดชอบของกรุงเทพมหานคร ซึ่งกำหนดวัตถุประสงค์การดำเนินงานของสวนสาธารณะไว้ 2 ประการ ได้แก่ เพื่อเป็นสถานที่เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ และเพื่อเป็นศูนย์กลางส่งเสริมและเผยแพร่ความรู้ด้านวิชาการเกษตร ด้านพฤกษศาสตร์และด้านสิ่งแวดล้อม รวมทั้งการตกแต่งต้นไม้และไม่ประดับแก่สวนราชการ เยาวชน และประชาชนทั่วไป แต่ทั้งนี้ เนื่องจากระเบียบกรุงเทพมหานครว่าด้วยอัตราค่าบริการ และหลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขในการยกเว้นหรือลดหย่อนค่าบริการ พ.ศ. 2544 ไม่ได้กำหนดหลักเกณฑ์การเก็บค่าบริการกรณีขออนุญาตใช้พื้นที่เพื่อการเพาะปลูกหรือการกสิกรรมภายในสวนสาธารณะไว้ ผู้ขออนุญาตใช้สวนสาธารณะเพื่อทำการเพาะปลูกจึงต้องขออนุญาตผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครเป็นกรณีๆ ไป

4

### สรุปและอภิปรายผล

ประเทศไทยมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการด้านที่ดินเพื่อทำเกษตรกรรมในกรุงเทพมหานคร แต่มาตรการทางกฎหมายที่มีอยู่ในปัจจุบันมีข้อจำกัดเนื่องจากมีเจตนารมณ์จัดการที่ดินเพื่อเกษตรกรรมในภาพรวมของประเทศ จึงทำให้ไม่สามารถบังคับใช้กฎหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพเท่าที่ควร เนื่องจากสภาพข้อเท็จจริงเชิงพื้นที่ของกรุงเทพมหานครแตกต่างกับพื้นที่เกษตรกรรมในต่างจังหวัด ส่วนกฎหมายระดับกรุงเทพมหานครยังไม่มีบทบัญญัติในการจัดการหรือส่งเสริมด้านเกษตรกรรมในระดับท้องถิ่นหรือภายในกรุงเทพมหานครโดยเฉพาะเช่นเดียวกัน

#### ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยข้างต้น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางไปใช้ประโยชน์โดยเห็นควรปรับปรุงกลไกของกฎหมายที่มีอยู่ให้สามารถบังคับใช้ได้จริงอย่างมีประสิทธิภาพเนื่องจากการตรากฎหมายขึ้นใหม่อาจไม่จำเป็นและอาจเพิ่มปัญหาความซับซ้อนระหว่างหน่วยงานมากขึ้น ดังนี้

- 1) เพิ่มเติมอำนาจหน้าที่บริหารจัดการของกรุงเทพมหานครให้มีอำนาจจัดการเรื่องเกษตรกรรมภายในกรุงเทพมหานครตามพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2528 มาตรา 89 ซึ่งเมื่อกรุงเทพมหานครมีอำนาจจัดการด้านเกษตรกรรมโดยตรงเองแล้ว จะสามารถใช้อำนาจในการตราข้อ



บัญญัติที่ท้องถิ่นโดยอาศัยอำนาจตามพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2528 มาตรา 97 และ 98 ส่วนผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครก็ยอมใช้อำนาจตามพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2528 มาตรา 49 วางระเบียบหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องต่อไปได้

ทั้งนี้ กรุงเทพมหานครอาจจัดแบ่งพื้นที่สวนสาธารณะสำหรับเพาะปลูกเป็นพื้นที่อาหาร โดยเพิ่มเติมระเบียบในค่าบริการขออนุญาตให้ใช้พื้นที่สวนสาธารณะในระเบียบกรุงเทพมหานครว่าด้วยอัตราค่าบริการและหลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขในการยกเว้นหรือลดหย่อนค่าบริการ พ.ศ. 2544 เป็นการเฉพาะ

2) คณะกรรมการข้อมูลข่าวสารของราชการสามารถพิจารณาออกประกาศคณะกรรมการข้อมูลข่าวสารของราชการ โดยอาศัยอำนาจตามพระราชบัญญัติข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 มาตรา 9 ให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลที่ดินที่อยู่ในครอบครองของหน่วยงานรัฐต่างๆ รวมถึงที่ดินที่ยังไม่ได้ใช้ประโยชน์ได้ว่าที่ดินที่รัฐยังไม่ได้ใช้ประโยชน์ มีเนื้อที่เท่าใด อยู่ตำแหน่งหรือพิกัดใด เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับที่ดินนั้นต่อไป

3) เพิ่มเติมแนวคิดพื้นที่สีเขียวกินได้ในแนวปฏิบัติของหน่วยงานรัฐหรือในกฎหมายลำดับรองที่เกี่ยวข้อง เช่น ประกาศคณะกรรมการจัดสรรที่ดินกลาง เรื่อง กำหนดนโยบายการจัดสรรที่ดินเพื่อยุ้ออาศัยและพาณิชย์กรรม หรือแนวทางการพิจารณาของคณะกรรมการผู้ชำนาญการพิจารณารายงานการประเมินผลกระทบล้างล้อมในการพิจารณามาตรฐานขั้นต่ำของการจัดให้มีพื้นที่สีเขียวตามรายงานการประเมินผลกระทบล้างล้อม หรือเพิ่มเติมในคำนิยามของ “ที่ว่างภายนอกอาคาร” ตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคาร เป็นต้น

4) เพิ่มเติมมาตรการจูงใจทางภาษีโดยอาศัยอำนาจตามพระราชบัญญัติภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 มาตรา 6 และ 8 (8) ยกเว้นการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง หากเอกชนนำที่ดินออกให้เช่าทำเกษตรกรรมในพื้นที่เขตเมือง หรือหากเอกชนนำที่ดินเข้าร่วมโครงการทำเกษตรกรรมในเมืองร่วมกับภาครัฐ

## เอกสารอ้างอิง

- กนกวลี สุธีธร. (2555). ผลกระทบของระยะทางอาหารที่มีต่อรูปแบบอาณานิคมของแหล่งอาหารของกรุงเทพฯ. *หน้าจั่ว ว่าด้วย สถาปัตยกรรม การออกแบบ และสภาพแวดล้อม*, (26), 71-93.
- กรมที่ดิน กระทรวงมหาดไทย. (2563). *สถิติการให้บริการการออกใบอนุญาตจัดสรรที่ดิน*. (12 กุมภาพันธ์ 2563) สืบค้นจาก [https://www.dol.go.th/Pages/page2\\_4\\_4.aspx](https://www.dol.go.th/Pages/page2_4_4.aspx).
- ไชยยศ เหมรัชตะ. (2530). *มาตรการทางกฎหมายในการกระจายสิทธิการถือครองที่ดินเพื่อเกษตรกรรม*. (รายงานผลการวิจัย) กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เดลินิวส์. (2559). *เขตหลักสี่เปิดสวนผักริมทางรถไฟกินได้*. (8 กุมภาพันธ์ 2563) สืบค้นจาก <https://www.dailynews.co.th/bangkok/542654>.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2556). *การคาดประมาณประชากรของประเทศไทย พ.ศ. 2553-2583*. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ.
- สำนักผังเมือง กรุงเทพมหานคร. (2559). *รายงาน : การเปรียบเทียบพื้นที่ว่างเปล่าในเขต กรุงเทพมหานคร ระหว่าง พ.ศ.2549 และ พ.ศ.2558*. (12 กุมภาพันธ์ 2563) สืบค้นจาก <http://cpd.bangkok.go.th:90/web2/SAT/%E0%B8%9E%E0%B8%B7%E0%B9%89%E0%B8%99%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%A7%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%87.pdf>.

- สำนักนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2560). *แนวทางการจัดทำรายงานวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อมโครงการหรือกิจการด้านอาคาร การจัดสรรที่ดิน และบริการชุมชน*. (12 กุมภาพันธ์ 2563) สืบค้นจาก <http://www.onep.go.th/eia/%E0%B9%81%E0%B8%99%E0%B8%A7%E0%B8%97%E0%B8%B2%E0%B8%87%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%88%E0%B8%B1%E0%B8%94%E0%B8%97%E0%B8%B3%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%87%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%B2-3/>.
- สำนักนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2550). *แผนปฏิบัติการเชิงนโยบายด้านการจัดการพื้นที่สีเขียวชุมชนเมืองอย่างยั่งยืน*. กรุงเทพฯ : สำนักนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม.
- อลิศรา มีนะกนิษฐ. (2562). เกษตรกรรมในเมือง : ช่องว่างในการบริหารจัดการกรุงเทพมหานคร. *Humanities Social Sciences and Arts*, 12(1), 1136-1154.
- Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2008). *An Introduction to the Basic Concepts of Food Security*. (February 8, 2020) Retrieved from <http://www.fao.org/3/al936e/al936e00.pdf>.
- Mougeot, L. J.A. (2000). *Urban Agriculture : Definition, Presence, Potential and Risks, and Policy Challenge*. (February 8, 2020) Retrieved from <https://idl-bnc-idrc.dspacedirect.org/bitstream/handle/10625/26429/117785.pdf?sequence=12>.
- Quon, S. (1999). *Planning for Urban Agriculture : A Review of Tools and Strategies for Urban Planners*. (May 5, 2020) Retrieved from <https://idl-bnc-idrc.dspacedirect.org/bitstream/handle/10625/33697/114252.pdf?sequence=4>.
- The International Nyéléni Newsletter. (2007). *Food Sovereignty : A Right For All*. (February 8, 2020) Retrieved from <https://nyeleni.org/spip.php?article125>.
- United Nations. (1987). *Report of the World Commission on Environment and Development : Our Common Future*. (February 8, 2020) Retrieved from <https://sustainabledevelopment.un.org/milestones/wced>.
- United Nations. (2018). *World Urbanization Prospects : The 2018 Revision*. (February 8, 2020) Retrieved from <https://www.un.org/development/desa/publications/2018-revision-of-world-urbanization-prospects.html>.
- Cabannes, Y. (2012). *Pro-Poor Legal and Institutional Frameworks for Urban and Peri-Urban Agriculture*. (February 8, 2020) Retrieved from <http://www.fao.org/3/i3021e/i3021e.pdf>.



# 5

## 企业伪善行为的信息沟通策略·伪善感知与消费信任

Information Communication Strategy of Hypocritical Behavior,  
Hypocrisy and Consumer trust

---

吴薇 和 陈王琨

Wei Wu and Colin W. K. Chen







## 企业伪善行为的信息沟通策略，伪善感知与消费信任

Information Communication Strategy of Hypocritical Behavior, Hypocrisy and Consumer trust

吴薇<sup>1</sup> 和陈王琨<sup>2</sup>

Wei Wu and Colin W. K. Chen

<sup>1</sup>泰国格乐大学 国际学院 兰恩塔路 3 号 纪念碑 挽卿区 曼谷 10200 泰国

电话号码：189-791908 邮箱：499203827@qq.com

International colleges Krirk University 3, Ram Inthra Road, Anusawari Subdistrict, Bang Khen District,

Bangkok 10220, Thailand Tel : 189-791908 e-mail : 499203827@qq.com

<sup>2</sup>泰国格乐大学 国际学院 兰恩塔路 3 号 纪念碑 挽卿区 曼谷 10200 泰国

电话号码：02-5523502-9 邮箱：colinchen.kw@gmail.com

International colleges Krirk University 3, Ram Inthra Road, Anusawari Subdistrict, Bang Khen District,

Bangkok 10220, Thailand Tel : 02-5523502-9 e-mail : colinchen.kw@gmail.com

Received : August 23, 2019 Revised : June 9, 2020 Accepted : June 11, 2020

### 摘要

本文通过收集 246 份有效问卷研究两种企业伪善行为信息沟通策略即“先说后做”和“先做后说”对消费信任和这种影响中伪善感知的中介作用。运用一元和多元回归分析先后研究企业伪善行为的沟通策略对伪善感知的影响,伪善感知对消费信任的影响和企业伪善行为的沟通策略对消费信任的影响,进而研究伪善感知的中介作用.研究结果显示,“先说后做”的企业伪善行为信息沟通策略比“先做后说”的信息沟通策略更易造成消费者伪善感知;而消费者伪善感知对消费者的能力信任,正直信任和善良信任呈显著负向作用;企业信息沟通策略对消费者的能力信任,正直信任和善良信任有显著的负向作用;伪善感知在企业伪善行为信息沟通策略与能力信任之间有中介作用,但不显著;伪善感知在企业伪善行为信息沟通策略与正直信任和善良之间有显著的中介作用。

**关键词**：企业社会责任; 消费者伪善感知; 消费信任

## Abstract

This paper studies how two enterprise hypocrisy behavior information communication strategies that are “speaking first then doing” strategy and “doing first then speaking” strategy to impact consumer trust and the mediating effect of hypocrisy. By the one-dimensional and multiple-regression analysis, the paper studies the influence of communication strategies of hypocrisy on hypocrisy, the influence of hypocrisy on consumer trust and the communication strategy of hypocrisy on consumer trust, and then studies the mediating effect of hypocrisy. The research results show that the information communication strategy of “speaking first then doing” is more likely to cause consumer hypocrisy than the “doing first then speaking” information communication strategy; consumer hypocrisy has negatively effect on ability trust, Integrity trust and kindness trust; Enterprise information communication strategy has a significant negative effect on consumer's ability to trust, integrity trust and good trust; hypocrisy has a mediating effect between enterprise information communication strategy and ability trust, but not significant; hypocrisy has a significant mediating effect between corporate communication strategies and integrity trust or goodness trust.

**Keywords** : Corporate Social Responsibility; Hypocrisy; Consumer Trust

## 引言

企业社会责任（Corporate Social Responsibility, 以下简称 CSR）一直以来就受到学术研究界的持续关注。大部分企业研究表明, CSR 可以为企业带来好的名声, 赢得企业相关者利益的赞同, 获得广大消费者的称赞, 从而提高消费者对企业的信任感, 增加消费者对企业产品的购买力度。然而, 也有一些企业的现实案例表明, 企业承担了 CSR 但并未因此没有获得“好名”, 反而遭受了“伪善”和“欺诈”的恶名。比如, 农夫山泉曾在出售的矿泉水上标注“喝一瓶水捐一分钱”的广告, 但是, 2009 年遭大众新闻媒介报道, 农夫山泉公司没有履行“一分钱”的公益广告中的承诺, 欺骗了广大消费者。事件被媒体不断披露后, 消费者和媒体普遍用“伪善”来形容农夫山泉公司, 甚至有消费者在各大网站的论坛上直接表示对该企业产品的愤怒和抵制（J WANG, H WANG., 2014 : 71-75）。



可见，企业社会责任会从一定程度上影响了消费者对企业的态度，从而影响消费信任。本文并不关注企业社会责任对消费信任的影响，而是关注在企业社会责任视角下，企业伪善行为的信息沟通策略对消费信任的影响。

目前，关于企业伪善行为信息沟通策略的研究，多集中在初期的定性研究，而且主要致力于伪善行为前置变量的研究。（Sankar, Sen Shuili Du., 2016 :70-75; LonginosMarín, 2016 : 247-260； Rajeev Batra, Victor

J. Strecher, Punam Anand Keller, 2015； Hanna Kim, Won-Moo Hur & Junsang Yeo, 2015 : 3683-3694； Fatma, M. & Rahman, Z., 2015 : 195-216），探讨企业伪善行为信息沟通策略对后置变量作用的定量研究的还比较少汪志刚,田志龙,方牵，2018：88-94）。

表 1 企业伪善行为沟通策略的研究分布

前置变量的研究	后置变量的研究
Sankar, Sen Shuili Du., 2016;	汪志刚,田志龙,方牵. (2018)
LonginosMarín, 2016;	
Rajeev Batra & Victor J. Strecher & Punam Anand Keller, 2015;	
Hanna Kim & Won-Moo Hur & Junsang Yeo, 2015	
atma, M. & Rahman, Z., 2015	

本文通过企业伪善行为信息沟通策略。消费者伪善感知与消费信任等后置变量的关系，使企业能制定成功有效的信息沟通策略，帮助企业减少并消除消费者的信任危机。

本文主要研究以下问题：

- 1、哪种类型的企业伪善行为信息沟通策略更容易产生消费者伪善感知？
- 2、基于梅耶的消费信任模型，分析消费者伪善感知对消费信任产生怎样的作用？并对作用结果进行分析，得出相关的结论。
- 3、企业伪善行为信息沟通策略是否对消费信任产生显著影响？
- 4、消费者伪善感知在企业伪善行为信息沟通策略与消费信任之间是否起到中介效应？

## 文献回顾

### 1) 企业伪善行为的信息沟通策略

心理学把个人“伪善”界定为个人不是出于真实意愿的动机, 而做出行善行为, 并认为“伪善”其实是有“善行而无善心”的状态 (陈华, 2016 : 53-57)。企业的伪善也出自于对个人的伪善, “企业伪善”即是指企业的“真实自我”比不上“宣传中的自我” (Wagner, 2009 : 77-91)。Mark Alicke, Ellen Gordon 和 David Rose (2013 : 12-21) 提出伪善是一个多重概念, 并指出在心理学领域的存在概念经常与哲学思辨不一致。在 Wagner 提出企业伪善的概念后, Fassin 和 Buelens (2011 : 586-600) 便对企业伪善的维度进行了划分; 王静一和王海忠 (2014 : 1075-1083) 以中国文化为背景, 通过探究企业社会责任活动中企业伪善的内涵并与相关概念进行区分, 揭示了企业伪善的构成结构, 开发多维度的企业伪善量表并进行严格的信度、效度检验。

关于企业伪善行为的信息沟通策略的研究主要包含两个方面。一方面, 主要是从信息次序、信息可认知性和信息传播技巧来研究企业伪善行为的信息沟通策略。

(1) 在信息次序方面。Wagner 等 (2009 : 77-91) 根据企业发布企业社会责任相关信息和执行企业社会责任相关活动的先后不同, 区分了主动型和反应型沟通策略, 研究发现相比反应型沟通, 主动型沟通策略中如果言行不一, 会招致公众更加强烈的伪善感知; 由此建议企业在企业社会责任活动中采取反应型沟通策略, 以抵减伪善感知造成的负面影响。

(2) 关于信息的可认知性, Anders 和 Joakim (2011 : 11-20) 发现, 在企业伪善行为信息沟通策略中使用委婉语一定程度上可以减少伪善感知。

(3) 在信息传播技巧方面, 研究发现, 无论是主动型沟通还是反应型沟通, “信息预防接种策略” (inoculation treatment), 即引入适度的负面信息并进行相应的反驳或辩护, 在减少公众伪善感知、弱化伪善负面影响方面, 都具有显著效果 (袁少锋等, 2016 : 12-21)。另一方面, 也有学者分别针对常规和危机两种情境来研究企业伪善行为的信息沟通策略。在常规情境下, 企业通过实施主动型沟



通策略来使公众形成对企业社会责任实践的初始信念（赵永萍等，2016：85-86），然后发布预测未来企业有可能出现负面行为表现的信息，这种预防接种策略能够有效降低未来有关企业负面行为的报道对公众可能产生的负面影响（Wagner，2009：77-91）。而在危机情境下，则应该先发布负面企业社会责任行为信息，再发布正面信息（马天娇，2018：48-51）。那些最初反对企业社会责任行为的群体（如最初获悉企业负面信息的公众），在正面信息的影响下可能会改变最初对企业负面社会责任行为的消极印象（牟宇鹏等，2012：6-67），从而调整其对相关实践的最终态度（樊帅等，2014：2-12）。

## 2) 伪善感知与消费者行为

Wagner 首次研究了消费者伪善感知，指出消费者的伪善感知会影响其企业社会责任的信念（王静一&王海忠，2014：1075-1083），进而影响消费者对企业的态度、购买行为和对企业的评价（Wan, L. C., Poon, P. S. & Yu, C.,. 2016：52-60； Parsa, H. G., Kenneth, R. L., Putrevu, S. & Kreeger, J., 2015：250-260； DenniArli, AnthonyGrace & Janet Palmer Cuong Pham. 2017：139-145）等。因此，企业必须采取一定的策略来改变消费者的这种认知，尽量避免消费者产生对企业伪善感知。

## 3) 消费信任

近几年，虽然有一些关于伪善与消费者行为相结合的研究，但关于企业伪善行为的信息沟通策略与消费信任之间关系地研究并不多见。

消费信任常常被学者们作为是一种信念或是一种预期或是一种意愿。McAllister（1995：35-59）首先将管理学中的信任分为情感型信任和认知型信任；McKnight（2002：24-59）等建立了信任模型，认为信任的概念应该是多维的和模糊的；随后，Mayer（2006：175-190）根据信任来源于能力、正直、善良三个方面，把信任分为三个维度，这一信任的分类方法被学术界广泛接受并使用（Gimzaushienee, Duobak, Paviex,（2015：836-841）；能力信任是指企业具有发挥各

方面作用的技术和管理能力；正直信任是企业对消费者会持良好原则的信赖程度；善良信任是指消费者相信企业的道德和责任，并做出对消费者有益的行为。基于共享经济重新构建了信任模型；基于本文的研究对象，本文采用 Mayer 的信任模型作为设计量表的基础。

## 假设的提出与研究的设计

### 假设的提出

基于 Barden (2005 : 1463-1474) 的研究，将企业伪善行为信息沟通策略分为“先说后做”和“先做后说”的两种不一样的策略，所谓“先说后做”的沟通策略就是企业承诺履行的社会责任与实际履行的社会责任不相符，并且在履行社会责任前就大肆宣传；所谓“先做后说”的沟通策略就是企业承诺履行的社会责任与实际履行的社会责任不相符，但在履行社会责任前没有宣传。

一方面，Barden (2005 : 1463-1474) 的研究表明消费者对“先说后做”比对“先做后说”更容易产生伪善感。另一方面，根据认知理论，企业先实施社会责任，事先不进行宣传，会使消费者感知企业是利他的，就算最后爆出与之前承诺不符，伪善感知也不强烈；但是企业如果先进行宣传，再实施社会责任，会使消费者产生利己感知，爆出与之前承诺不符时，伪善感知比较强烈。

基于以上分析，提出以下假设：

H<sub>1</sub>：企业伪善行为信息沟通策略（“先说后做”和“先做后说”）对消费者伪善感知产生显著影响

根据刺激-机体-响应理论（吴双，2019 : 11-15），消费者一旦发现企业在 CSR 方面的言行不一致，就会产生对企业伪善感。一旦产生伪善感，消费者便会动摇对企业的信任。根据 Mayer (2006 : 175-190) 提出信任来源于能力、正直、善良三个方面，把信任分为能力信任，正直信任，善良信任。

基于此，提出以下假设：

H<sub>2</sub>：消费者伪善感知对消费信任产生显著影响

H<sub>2a</sub>：消费者伪善感知对能力信任产生显著影响



$H_{2b}$ : 消费者伪善感知对正直信任产生显著影响

$H_{2c}$ : 消费者伪善感知对善良信任产生显著影响

基于前面提出的假设, 企业伪善行为信息沟通策略对消费者伪善感的产生影响, 消费者伪善感对消费信任产生影响, 故提出如下假设:

$H_3$ : 企业伪善行为信息沟通策略 (“先说后做”和“先做后说”) 对消费信任产生显著影响

$H_{3a}$ : 企业伪善行为信息沟通策略 (“先说后做”和“先做后说”) 对能力信任产生显著影响

$H_{3b}$ : 企业伪善行为信息沟通策略 (“先说后做”和“先做后说”) 对正直信任产生显著影响

$H_{3c}$ : 企业伪善行为信息沟通策略 (“先说后做”和“先做后说”) 对善良信任产生显著影响

基于以上模型, 提出下面的假设:

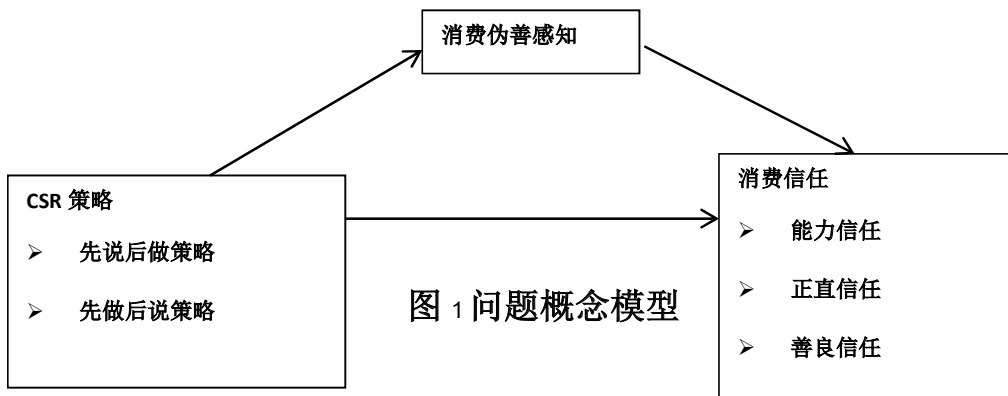
$H_4$ : 消费者伪善感知在企业伪善行为信息沟通策略与消费信任产生显著的中介效应影响

$H_{4a}$ : 消费者伪善感知在企业伪善行为信息沟通策略与能力信任产生显著的中介效应影响

$H_{4b}$ : 消费者伪善感知在企业伪善行为信息沟通策略与正直信任产生显著的中介效应影响

$H_{4c}$ : 消费者伪善感知在企业伪善行为信息沟通策略与善良信任产生显著的中介效应影响

根据以上假设, 建立问题研究的概念模型 (如下图 1)



## 研究的设计

通过模拟情景实验方法探讨不同企业的企业伪善行为信息沟通策略(“先说后做”和“先做后说”)对消费者伪善感的影响研究。有两个企业对比组：A企业和B企业。在A企业的问卷中先让受访者阅读一份关于企业伪善行为（实行“先说后做”策略）的模拟阅读材料，然后根据阅读材料回答相应的问题；在B企业的问卷中也让受访者阅读一份关于企业伪善行为（实行“先做后说”策略）的模拟阅读材料，然后根据阅读材料回答相应的问题。问卷分为四个部分：A企业的伪善感知量表，B企业的伪善感知量表，A企业的消费信任量表和B企业的消费信任量表,都用五分李克特量表来测量其态度。

表2 问卷的四个量表

A 企业的 伪善 感知 量表	<p>A企业的业绩处于行业领先水平，品牌知名度高，口碑好。两周前，你收到了A企业邮寄给你的企业宣传手册，其中企业定位自己为一家具有社会责任感的企业。</p> <p>1.A企业承诺捐款1000万元，并通过各种商业媒体投入大量资金宣传，实际捐款额不足1000万元。</p> <p>(1) 企业并不是真正想承担社会责任</p> <p>(2) 企业在社会责任行为并不像它宣传得那么好</p> <p>(3) 企业表面上承担社会责任，实际上是想实现其他的目的</p>	参考 Wagner's 的量表
B 企业的 伪善 感知 量表	<p>B企业的业绩处于行业领先水平，品牌知名度高，口碑好。两周前，你收到了B企业邮寄给你的企业宣传手册，其中企业定位自己为一家具有社会责任感的企业。</p> <p>1.B企业承诺捐款1000万元，但并不刻意进行宣传，实际捐款额不足1000万元。</p> <p>(1) 企业并不是真正想承担社会责任</p> <p>(2) 企业在社会责任行为并不像它宣传得那么好</p>	参考 Wagner's 的量表






---

**表 (3) 企业表面上承担社会责任，实际上是想实现其他的目的**

---

A 情景问题。你现在需要买 A 企业的产品。

**企业的消费信任量表**  
能力信任：

1. 企业提供的产品一定具有很高的质量。
2. 企业具有提供高质量的产品的能力。
3. 企业具有提供高质量的产品的专业知识。

正直信任：

1. 企业对待消费者是诚实的。
2. 企业提供的产品信息是真实的。
3. 企业会履行与消费者达成的协议。

善良信任：

1. 企业将客户的利益放在心上。
  2. 企业会尽力解决购物中出现的问题。
  3. 企业不会从对其有利的角度来解释产品中模糊的信息。
- 

参考 Mayer 的信任模型制定量表

B 情景问题。你现在需要买 B 企业的产品。

**企业的消费信任量表**  
能力信任：

1. 企业提供的产品一定具有很高的质量。
2. 企业具有提供高质量的产品的能力。
3. 企业具有提供高质量的产品的专业知识。

正直信任：

1. 企业对待消费者是诚实的。
2. 企业提供的产品信息是真实的。
3. 企业会履行与消费者达成的协议。

善良信任：

1. 企业将客户的利益放在心上。
  2. 企业会尽力解决购物中出现的问题。
  3. 企业不会从对其有利的角度来解释产品中模糊的信息。
- 

参考 Mayer 的信任模型制定量表

## 变量的测量

为了验证假设，建立如下回归模型：

$$Hp = \beta^1_0 + \beta^1_1 St + \varepsilon_1 \quad (1)$$

$$TA = \beta^2_0 + \beta^2_1 Hp + \varepsilon_2 \quad (2)$$

$$TI = \beta^3_0 + \beta^3_1 Hp + \varepsilon_3 \quad (3)$$

$$TK = \beta^4_0 + \beta^4_1 Hp + \varepsilon_4 \quad (4)$$

$$TA = \beta^5_0 + \beta^5_1 St + \varepsilon_5 \quad (5)$$

$$TI = \beta^6_0 + \beta^6_1 St + \varepsilon_6 \quad (6)$$

$$TK = \beta^7_0 + \beta^7_1 St + \varepsilon_7 \quad (7)$$

$$TA = \beta^8_0 + \beta^8_1 St + \beta^8_2 Hp + \varepsilon_8 \quad (8)$$

$$TI = \beta^9_0 + \beta^9_1 St + \beta^9_2 Hp + \varepsilon_9 \quad (9)$$

$$TK = \beta^{10}_0 + \beta^{10}_1 St + \beta^{10}_2 Hp + \varepsilon_{10} \quad (10)$$

研究包括了企业伪善行为信息沟通策略、伪善感和消费信任三个主要变量。

1. 企业伪善行为信息沟通策略 (St)。“先说后做”策略记为 1，“先做后说”策略记为 0。
2. 伪善感知 (Hp)。通过问卷的第一部分量表 (伪善感知参考 Wagner 的量表) 的获得数据。
3. 消费信任 (T)。根据 Mayer 模型设计量表，分为能力信任 (TA)，正直信任 (TI)，善良信任 (TK) 来进行测量。
4. 控制变量。由于是虚拟企业，把两组企业的其他特质设计成为相同的，企业的控制变量可以认为是常数。

## 数据的收集

本次采用事前事后两个企业的对比研究的方法来制定问卷以做调查，并于 2019 年 7 月 18 日至 2020 年 5 月 19 日通过网络形式的方式发放，共收集 123×2 有效对比问卷，其中男女比例为 :31:40。



## 数据的分析

### 信度和效度的分析

我们利用 Cronbach's  $\alpha$  系数测量问卷的信度。问卷包括 A 企业的伪善感知量表, B 企业的伪善感知量表, A 企业的消费信任量表和 B 企业的消费信任量表。计算各量表的 Cronbach  $\alpha$  分别为 0.680, 0.785, 0.893 和 0.869, 各量表的 Cronbach  $\alpha$  均大于 0.6, 信度都可以接受。

本文的问卷是参考 Wagner 的量表测试伪善感知和利用 Mayer 模型设计量表测试消费信任, 因此, 本问卷具有良好的内容效度。关于问卷的收敛效度, 我们用因子分析来计算, 一共四个量表: A 企业的伪善感知量表, B 企业的伪善感知量表, A 企业的消费信任量表和 B 企业的消费信任量表。A 企业的伪善感知量表:  $KMO=0.590>0.5$ , 卡方近似 22.961, 自由度 3, 在 0.000 检验水平上显著, 说明比较适合做因子分析, 方差累积贡献率为 61.674%, 并且同属一个变量的测量问项的最大载荷具有聚集性, 说明量表具有良好的结构效度; 同理, B 企业的伪善感知量表:  $KMO=0.659>0.5$ , 卡方近似 19.543, 自由度 3 在 0.000 检验水平上显著, 方差累积贡献率为 61.816%; A 企业的消费信任量表:  $KMO=0.768>0.5$ , 卡方近似 189.474, 自由度 36 在 0.000 检验水平上显著, 方差累积贡献率为 67.436%; B 企业的消费信任量表:  $KMO=0.719>0.5$ , 卡方近似 155.330, 自由度 36 在 0.000 检验水平上显著, 方差累积贡献率为 61.831%; 综合, 四个量表的收敛效度计算结果, 得出问卷地各量表都具有比较好的结构效度。

## 数据的分析

### 1) 企业伪善行为信息沟通策略与消费者伪善感知

由于 A、B 两企业消费者的伪善感知是由三个问题构成的量表测量而得, 所以用三个问题的算术平均值得到 A、B 两个企业消费者伪善感知的值。利用回归模型 (1), 得到结果如下表 3:

表 3 AB 两企业消费者的伪善感知

	非标准 化系数	标准 误差	t	sig
模型				
常量)	3.047	.086	35.257	.000
沟通策略	.845	.122	6.914	.000

从表 3，可以得到  $t=6.914$ ， $sig=0.000<0.005$ ，系数为 0.845，所以 A 企业的消费者伪善感知与 B 企业的消费者伪善感知存在显著性差异，即采用企业伪善行为信息沟通策略对消费者伪善感知存在显著差异，且“先说后做”的企业伪善行为信息沟通策略比“先做后说”的企业伪善行为信息沟通策略产生更多的消费者伪善感知。

## 2) 消费者伪善感知与消费信任

由于 A、B 两企业消费者的能力信任、正直信任、善良信任都是各自由三个问题构成的量表测量而得，所以用三个问题的算术平均值得到 A、B 两个企业能力信任能力信任、正直信任和善良信任的值。根据回归模型 2，回归模型 3，回归模型 4，得到结果如下表 4：

表 4 伪善感知与消费信任（三个维度）回归系数

	回归模型 2 (TA)		回归模型 3 (TI)		回归模型 4 (TK)	
	常数	Hp	常数	Hp	常数	Hp
$\beta$	3.887	-0.152	4.084	-0.267	3.991	-0.243
标准误	0.208	0.058	0.220	0.062	0.216	0.60
t	18.664	-2.609	18.588	-4.338	18.504	-4.020
Sig	0.000	0.010	0.000	0.000	0.000	0.000

从表 4 中可以看出，TA 的回归方程中，Hp 的回归系数为负，且  $t=-2.609$ ， $sig=0.010<0.05$ ，显著影响，即消费者伪善感知对能力信任



影响显著； $T_I$  的回归方程中， $H_p$  的回归系数为负，且  $t=-4.338$ ， $sig=0.000<0.05$ ，显著影响，即消费者伪善感知对正直信任呈显著负向影响； $T_K$  的回归方程中， $H_p$  的回归系数为负，且  $t=-4.020$ ， $sig=0.000<0.05$ ，显著影响，即消费者伪善感知对善良信任呈显著负向影响。

### 3) 企业伪善行为信息沟通策略与消费信任

同样对 A、B 两企业消费者的能力信任、正直信任、善良信任算术平均后，用回归模型 5，回归模型 6，回归模型 7，得到结果如下表 5：

表 5 企业伪善行为信息沟通策略与消费信任（三个维度）  
回归系数

	回归模型 5 ( $T_A$ )		回归模型 6 ( $T_I$ )		回归模型 7 ( $T_K$ )	
	常数	st	常数	st	常数	st
$\beta$	3.498	-0.277	3.408	-0.502	3.362	-0.427
标准误	0.069	0.097	0.072	0.101	0.071	0.101
t	50.827	-2.846	47.597	-4.96	47.253	-4.247
Sig	0.000	0.005	0.000	0.000	0.000	0.000

从表 5 中可以看出， $T_A$  的回归方程中， $H_p$  的回归系数为负，且  $t=-2.864$ ， $sig=0.005<0.1$ ，显著影响，即企业伪善行为信息沟通策略对能力信任显著负向影响； $T_I$  的回归方程中， $H_p$  的回归系数为负，且  $t=-4.96$ ， $sig=0.000<0.1$ ，显著负相关，即企业伪善行为信息沟通策略对正直信任呈显著负向影响； $T_K$  的回归方程中， $H_p$  的回归系数为负，且  $t=-4.247$ ， $sig=0.000<0.1$ ，显著相关，即企业伪善行为信息沟通策略对善良信任呈显著负向影响。

#### 4) 消费者伪善感知在企业伪善行为信息沟通策略与消费信任之间的中介效应

表 6 中介效应的回归系数

	回归模型 8 (TA)			回归模型 9 (TI)			回归模型 10 (TK)		
	常数	St	Hp	常数	St	Hp	常数	St	Hp
$\beta$	3.8	-0.199	-0.092	3.882	-0.371	-0.371	3.828	-0.298	-0.153
标准误	0.214	0.112	0.067	0.222	0.116	0.069	0.220	0.115	0.069
t	17.722	-1.771	-1.377	17.493	-3.210	-2.249	17.364	-2.591	-2.234
Sig	0.000	0.079	0.171	0.000	0.002	0.026	0.000	0.011	0.027

从表 6 可以看出,在回归方程 8 中, St 的 t 值为-1.771, sig=0.079<0.1, Hp 的 t 值为-1.377, sig=0.171>0.1, 所以关于 Hp 在企业伪善行为信息沟通策略与善良信任之间中介作用不显著,但 St 由表 3 的回归方程 5 中的-0.277 的负向影响减弱到-0.199 的负向影响, 说明伪善感知有中介作用, 但不明显。在回归方程 9 中, St 的 t 值为-3.210, sig=0.002<0.1, Hp 的 t 值为-2.249, sig=0.026<0.1, 两个变量的影响效果都很显著, 所以 Hp 在企业伪善行为信息沟通策略与正直信任之间起明显的中介作用。在回归方程 10 中, St 的 t 值为-2.591, sig=0.011<0.1, Hp 的 t 值为-2.234, sig=0.027<0.1, 两个变量的影响效果都很显著, 所以 Hp 在企业伪善行为信息沟通策略与善良信任之间起明显的中介作用。

### 结论

本文主要从企业伪善行为的信息沟通策略对消费信任的影响, 两种类型的信息沟通策略对消费者伪善感知的影响, 消费者伪善感知对消费信任的三个维度的影响和伪善感知的中介作用。得到以下结论: 1.企业采用的伪善行为信息沟通策略(“先说后做”策略或“先做后说”策略)会对消费者伪善感知产生显著影响, 且“先说后做”的企业伪善行为信息沟通策略比“先做后说”的企业伪善行为信息沟通策略更易生产消费者伪善感知。这与实际也是相符的, 企业的刻意宣传会让消费者产生如果不是为了企业的声誉, 为了获得长期利益, 企业是不会承担社会责任的的思想, 故加大消费



者对企业伪善感知的认知。2.消费者伪善感知对消费者的能力信任，正直信任和善良信任都呈显著负相关影响。3.企业伪善行为信息沟通策略对消费者能力信任，正直信任和善良信任呈显著负相关影响，这一结果与消费者伪善感知与消费信任的影响一致，也许是因为在这一影响过程中，消费者伪善感知其中介作用。4.关于中介作用的讨论。消费伪善感知在企业伪善行为信息沟通策略和消费正直信任以及消费善良信任的中介效用显著，但在企业伪善行为信息沟通策略和消费能力信任中介效用不显著。

本文研究的局限性在于：1.本研究都尚未进行异方差检验，这是未来研究需要完善的地方。2.本调查没有考虑个体因素的差异，例如性别以及年龄，这也是今后研究可以在努力的方向。

## 参考文献

- Baden J, et al. (2005). Saying one thing and doing another : Examining the impact of Event order on hypocrisy judgments of others. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 31(11),1463-1474.
- DenniArlı, Anthony Grace, Janet Palmer Cuong Pham. (2017). Investigating the direct and Indirect effects of corporate hypocrisy and perceived corporate reputation on consumers' attitudes toward the company. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 37(7),139-145.
- Fatma, M., Rahman, Z.,. (2015). Consumer perspective on CSR literature review and future research agenda. *Manag. Res. Rev*, 38 (2),195–216.
- Fassin Y and Buelens M. (2011). The hypocrisy-sincerity continuum in corporate communication and decision making : A model of corporate social responsibility and business ethics practices. *Management Decision*, 49(4), 586-600.
- Hanna Kim, Won-Moo Hur, Junsang Yeo. (2015). Corporate Brand Trust as a Mediator in the Relationship between Consumer Perception of CSR, Corporate Hypocrisy, and Corporate Reputation. *Sustainability*, 7(4), 3683-3694.
- J WANG, H WANG. (2014). Corporate Hypocrisy in Corporate Social Responsibility Initiatives : Structure and Scale Development. *Advances in Psychological Science*, 08, 71-75.
- Longinos Marín, PedroJ, Cuestas, Sergio Román. (2016). Determinants of Consumer Attributions of Corporate Social Responsibility. *Journal of Business Ethics*, 138(10), 247–260.

- Mayer, R. C. Davis, J. H. (2006). Trustworthiness as a source of Competitive advantage. *Strategic management journal*, 15(S1),175-190.
- McKnight, Chervany. (2002). What trust means E-commerce customer relationships : An interdisciplinary conceptual typology. *International Journal of Electronic Commerce*, 6(2), 35-59.
- McAllister, D. T. (1995). Affect and cognition-based trust as foundations for interpersonal Cooperation in organizations. *Academy of Management Journal*, 38(1), 24-59.
- Parsa, H. G., Kenneth, R. L., Putrevu, S., Kreeger, J. (2015). Corporate social and environmental responsibility in services : will consumers pay for it.?. *J. Retail. Consum. Serv.*, 22, 250-260.
- Rajeev Batra, Victor J. Strecher, PunamAn and Keller. (2015). *Leveraging Consumer Psycho – logy for Effective Health Communications : The Obesity Challenge : The Obesity Challenge*. Routledge : London and New York.
- Sankar, Sen Shuili Du, CBBhattacharya. (2016). Corporate social responsibility : a consumer psychology perspective. *Current Opinion in Psychology*, 10, 70-75.
- Wan, L.C., Poon, P.S., Yu, C. (2016). Consumer reactions to corporate social responsibility Brands: the role of face concern. *J. Consum. Mark.*, 33(1), 52-60.
- Wagner T, et al. (2009). Corporate hypocrisy : Overcoming the threat of inconsistent corporate social responsibility perceptions. *Journal of Marketing*, 73(6), 77-91.
- 陈华. (2016). 企业伪善行为及其动因研究. *经济学研究*, 6, 53-57.
- Chen hua. (2016). A study on the hypocritical behavior of enterprises and its motivation. *Economics Study*, 6, 53-57.
- 樊帅,田志龙,林静,王澜波. (2014). 基于社会责任视角的企业伪善研究述评与展望. *外国经济与管理*, 221(02), 22-31.
- Fan shuai, tian zhilong, Lin Jing, wang lanbo. (2014). Review and prospect hypocrisy from the perspective of social responsibility. *Foreign economy and management*, 221(02), 22-31.
- 樊帅,田志龙. (2017). 消费者对企业社会责任伪善感知形成机制研究. *中南财经政法大学学报*, 36(2), 2-12.
- Fan shuai, tian zhilong. (2017). A study on the formation mechanism of consumers' hypocritical perception of CSR. *Journal of Zhongnan University of Economics and Law*, 36(2), 2-12.





马天娇. (2018). 融媒时代突发公共卫生事件信息传播及风险沟通策略探讨. *新闻研究导报*, 9(21), 85-86.

Ma Tianjiao. (2018). Information dissemination and risk communication strategies for public Heal the mergencies in the age of media integration. *Journal of News Research*, 9(21), 85-86.

牟宇鹏, 汪涛, 王波. (2012). 企业慈善战略为何适得其反? 消费者感知企业伪善研究日. *珞珈管理评论*, 2, 6- 67.

Mouyupeng, wang tao, wang bo. (2012). Why does corporate philanthropy strategy backfire? Consumer perception business hypocrisy research day. *Loka Management Review*, 2, 6-67.

汪志刚, 田志龙, 方牵. (2018). 消费者伪善感知对态度和行为的影响. *企业战略*, 450(2), 88-94.

Wang zhigang, tian zhilong, fang leng. (2018). The influence of consumer hypocrisy perception on attitude and behavior. *Enterprise Strategy*, 450(2), 88-94.

王静一, 王海忠. (2014). 企业社会责任活动中感知伪善的结构与量表开. *心理科学进展*, 22(7), 1075-1083.

Wang jingyi, wang haizhong. (2014). The structure and scale of perceived hypocrisy in CSR activities. *Advances in Psychological Science*, 22(7), 1075-1083.

吴双. (2019). 电子商务与社交媒体中电子口碑对消费者行为影响的差异性研究. 博士. 管里科学与工程专业 北京邮电大学, 北京.

Wu shuang. (2019). *Research on the difference of electronic word-of-mouth on consumer behavior in e-commerce and social media*. Faculty of Management and Industry Beijing University of Posts and Telecommunications, Beijing.

袁少锋, 刘力钢. (2016). 大数据情境下企业伪善的治理机制: 消费者惩罚视角. *兰州学刊*, 1, 12-21.

Yuan shaofeng, liuligang. (2016). Governance mechanism of enterprise hypocrisy in the context of big data : perspective of consumer punishment. *Lanzhou Journal*, 1, 12-21.

赵永萍, 赵玉芳, 张进辅. (2016). 刻板印象信息沟通的默认策略. *心理探索*, 36(1), 48-51.

Zhao yongping, zhaoyufang, zhangjinfu. (2016). Default strategy of stereotype information communication. *Psychological Exploration*, 36(1), 48-51.

# 6

## ผลกระทบที่เกิดจากการรายงานข้อมูลบุคคลที่มีธุรกรรมลักษณะเฉพาะ The Impact of the Information Report about Persons with Specifics Transactions

---

ปิยนันท์ ศรีทองทิม และ พิชญ์สินี ศรีสวัสดิ์  
Piyanan Srithongtim and Pichsinee Srisawad





# ผลกระทบที่เกิดจากการรายงานข้อมูลบุคคลที่มีธุรกรรมลักษณะเฉพาะ

The Impact of the Information Report about Persons with Specifics Transactions

ปิยนันท์ ศรีทองทิม<sup>1</sup> และ พิชญ์สินี ศรีสวัสดิ์<sup>2</sup>

Piyanan Srithongtim and Pichsinee Srisawad

<sup>1</sup>คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร 9 ถนนแจ้งวัฒนะ แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพฯ  
10220 ประเทศไทย โทรฯ : 086-5268343 e-mail : piyaumm@yahoo.com

Faculty of Humanities and Social Sciences Phranakhon Rajabhat University 9, Chaeng Watthana Road,  
Anusawari Subdistrict, Bang Khen District, Bangkok 10220, Thailand  
Tel : 086-5268343 e-mail : piyaumm@yahoo.com

<sup>2</sup>คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร 9 ถนนแจ้งวัฒนะ แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพฯ  
10220 ประเทศไทย โทรฯ : 081-1663655 e-mail : aey\_legal@hotmail.com

Faculty of Humanities and Social Sciences Phranakhon Rajabhat University 9, Chaeng Watthana Road,  
Anusawari Subdistrict, Bang Khen District, Bangkok 10220, Thailand  
Tel : 081-1663655 e-mail : aey\_legal@hotmail.com

*Received : February 21, 2020 Revised : May 27, 2020 Accepted : June 1, 2020*

## 6

### บทคัดย่อ

ปัจจุบันมีการประกาศใช้พระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลรัษฎากร (ฉบับที่ 48) พ.ศ. 2562 ขึ้นโดยมีสาระสำคัญเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชนในการนำส่งเงินภาษี การยื่นรายการหรือเอกสารเกี่ยวกับภาษีอากร ซึ่งสามารถดำเนินการโดยระบบอิเล็กทรอนิกส์ได้ แต่ในส่วนของกรรายงานข้อมูลของบุคคลที่สามที่มีธุรกรรมลักษณะเฉพาะให้กรมสรรพากรเพื่อประโยชน์ในการจัดเก็บภาษีตามประมวลรัษฎากรนั้นอาจส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมต่างๆ ของบุคคลทั่วไป โดยเฉพาะบุคคลที่เป็นผู้ประกอบการขายสินค้าออนไลน์ที่เกรงกลัวต่อการติดตามตรวจสอบภาระภาษีจากกรมสรรพากร จนเป็นเหตุให้พยายามหาวิธีการต่างๆ มาหลีกเลี่ยงไม่ให้ธุรกรรมของตนเข้าข่ายที่จะต้องถูกรายงานได้ในบทความนี้ผู้เขียนจึงได้วิเคราะห์ประเด็นต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตอันเป็นผลกระทบจากการรายงานข้อมูลธุรกรรมที่มีลักษณะเฉพาะตามกฎหมายฉบับนี้

**คำสำคัญ :** รายงานข้อมูลบุคคลที่สาม; ธุรกรรมลักษณะเฉพาะ; กรมสรรพากร

### Abstract

Now, the Revenue Code Amendment Act (No. 48) B.E. 2562 has been announced, to facilitate the people in remitting tax e-Payments, e-Filing to taxation. However, as for reporting third-party information with specific transactions to the Revenue Department, for taxation under the Revenue Code, it may affect the behavior of individuals. Especially, the online seller who are afraid of tracking the tax burden from the Revenue Department. Causing him to try and find methods to avoid his transactions that are to be reported. In this article, the

author has analyzed various issues that may occur in the future as a result of the third-party information report.

**Keywords :** Third Party Information; Specific Transactions; The Revenue Department

## บทนำ

จากสถานการณ์ในปัจจุบันจะเห็นได้ว่าการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือที่เรียกว่า “E-Commerce” (Electronics Commerce) มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว อาจเพราะความสะดวก การเข้าถึงที่ง่ายและไร้พรมแดน ไม่ต้องอาศัยลักษณะทางกายภาพในการประกอบธุรกิจ ทำให้การประกอบธุรกิจค้าขายทางอินเทอร์เน็ต หรือที่เราเรียกว่า ซื้อขายออนไลน์เป็นที่นิยมอย่างมากในปัจจุบัน เพราะไม่ต้องมีหน้าร้านก็สามารถขายสินค้าได้ ผู้ซื้อส่วนใหญ่เลือกพิจารณาสินค้าที่โฆษณาทางสื่อออนไลน์ต่างๆ ด้วยการอ่านรายละเอียดและศึกษาข้อมูลด้วยตนเองจนเป็นที่พอใจจึงตกลงซื้อโดยเพียงแค่เข้าไปในระบบอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นเว็บไซต์ของผู้ขายโดยตรงหรือเว็บไซต์ที่เป็นสื่อกลางในการขายสินค้าทำการเลือกสินค้าและวิธีชำระเงิน ด้านผู้ขายเมื่อได้รับคำสั่งซื้อก็จะดำเนินการส่งมอบสินค้าผ่านทางระบบการขนส่งต่างๆ เพื่อให้ถึงมือผู้ซื้อตามที่ตกลงกันไว้ เพราะการซื้อขายออนไลน์ไม่ต้องมีลักษณะทางกายภาพนี้เอง ทำให้การค้าขายเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว สะดวก ไม่ต้องเดินทางไปด้วยตนเอง ด้านผู้ขายเมื่อไม่มีร้านค้าในลักษณะทางกายภาพที่จะต้องลงทุน จึงไม่จำเป็นต้องเก็บสินค้าไว้ในคลังจำนวนมากเพื่อให้ลูกค้ามาเลือกซื้อด้วยตนเองทำให้ผู้ขายสามารถลดต้นทุนในการประกอบธุรกิจได้เป็นอย่างมากจนทำให้สามารถขายสินค้าออนไลน์ได้ในราคาที่ถูกลงกว่าขายในร้านค้าทั่วไปที่มีลักษณะทางกายภาพ สำหรับการชำระราคาสินค้าก็เป็นไปโดยง่ายและสะดวก เพราะสามารถชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ไม่ว่าจะผ่านระบบ “Mobile Banking” หรือ “Wallet” ต่างๆ ก็สามารถทำได้ง่ายตายตัวเพียงแต่ทำรายการผ่านทางหน้าจอคอมพิวเตอร์หรือโทรศัพท์เคลื่อนที่ก็สามารถชำระค่าสินค้าได้โดยไม่ต้องเดินทางออกไป ด้วยเหตุผลดังกล่าวนี้เองการค้าขายออนไลน์จึงแพร่หลายไปอย่างรวดเร็วและยิ่งเพิ่มมากขึ้นในอนาคตอันเป็นช่องทางหนึ่งที่ทำให้ผู้ประกอบการได้รายได้จากการขายสินค้าออนไลน์ ในขณะที่กฎหมายเดิมที่ภาครัฐใช้อยู่นั้นมีความล้าสมัยไม่สอดคล้องกับสภาพการณ์ปัจจุบันที่เป็นอยู่โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเทคโนโลยีมีการพัฒนามากขึ้นอย่างต่อเนื่องส่งผลให้ภาครัฐอาจสูญเสียรายได้จากการจัดเก็บภาษีจากผู้ขายสินค้าออนไลน์เหล่านี้เพราะนอกจากวิธีการจัดเก็บภาษีในรูปแบบเดิมไม่เกิดความสะดวกรวดเร็วแล้วยังอาจเป็นช่องว่างที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถหลีกเลี่ยงภาระภาษีที่เกิดขึ้นได้อีก ดังนั้น ภาครัฐจึงจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนกฎหมายภาษีที่ใช้อยู่เดิมเพื่อให้ทันกับลักษณะการทำธุรกรรมในปัจจุบัน ด้วยเหตุนี้จึงได้มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลรัษฎากร (ฉบับที่ 48) พ.ศ. 2562 ขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชนในการนำส่งเงินภาษี การยื่นรายการหรือเอกสารเกี่ยวกับภาษีอากร และเพื่อให้กรมสรรพากรได้รับข้อมูลอันจะเป็นประโยชน์ต่อการจัดเก็บภาษีอากร จึงสมควรปรับปรุงวิธีการนำส่งเงินภาษีบางประเภทและการยื่นรายการหรือเอกสารเกี่ยวกับภาษีอากรให้สามารถดำเนินการด้วยวิธีการอื่นเพิ่มเติมจากเดิม ซึ่งเป็นการใช้วิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ตามเงื่อนไขที่อธิบดีกำหนดโดยให้สอดคล้องกับหลักเกณฑ์ตามกฎหมายว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกแก่ผู้มีเงินได้ที่จะต้องเสียภาษีให้กับประเทศไทย นอกจากนี้กฎหมายฉบับนี้ยังกำหนดให้สถาบันการเงินและผู้ให้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ มีหน้าที่รายงานข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลที่มีธุรกรรมลักษณะเฉพาะให้กรมสรรพากรภายในเดือนมีนาคมของทุกปีเพื่อประโยชน์ในการ



จัดเก็บภาษีอากรตามประมวลรัษฎากร ซึ่งการรายงานข้อมูลดังกล่าวนี้เองอาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อประชาชนทั่วไปที่เกรงว่าธุรกรรมทางการเงินของตนทั้งหมดจะถูกรายงานไปยังกรมสรรพากรเพื่อจัดเก็บภาษี หลังจากกฎหมายฉบับนี้มีผลใช้บังคับเป็นเหตุให้ประชาชนส่วนใหญ่เกิดความระแวงที่จะทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทางสถาบันการเงินต่างๆ ด้วยเหตุนี้ผู้เขียนจึงเห็นควรศึกษาถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากกฎหมายฉบับนี้ เฉพาะในส่วนการรายงานธุรกรรมอันมีลักษณะเฉพาะ โดยจะกล่าวถึงสาระสำคัญของกฎหมาย e-Payment ที่กำหนดให้มีการรายงานธุรกรรมดังกล่าว ความหมายของธุรกรรมที่มีลักษณะเฉพาะอันต้องถูกรายงานต่อกรมสรรพากร ผู้มีหน้าที่รายงานตามกฎหมายฉบับนี้ และสุดท้ายผู้เขียนจะได้วิเคราะห์ผลกระทบที่เกี่ยวกับการรายงานทั้งที่เป็นข้อดีและข้อเสียซึ่งอาจเกิดขึ้นได้ โดยจะอธิบายเรียงลำดับตามหัวข้อ ต่อไปนี้

### กฎหมาย e-Payment ที่กำหนดให้รายงานธุรกรรมลักษณะเฉพาะ

สืบเนื่องจากประเทศไทยมีการประกาศใช้ พระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลรัษฎากร (ฉบับที่ 48) พ.ศ. 2562 และกฎหมายฉบับนี้เป็นที่รู้จักกันในนาม “กฎหมาย e-Payment” ดังนั้น จึงควรทำความเข้าใจคำว่า “e-Payment” ในเบื้องต้นซึ่งคำว่า “e-Payment” นั้นย่อมาจาก “Electronic Payment” หมายถึง การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ เป็นกระบวนการชำระเงินระหว่างผู้จ่าย (ผู้โอนเงิน) ไปยังผู้รับเงินที่เกิดขึ้นผ่านสื่อและช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ เช่น บัตรเครดิต บัตรเดบิต บัตรเงินอิเล็กทรอนิกส์ การชำระเงินผ่านอินเทอร์เน็ต การชำระเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นต้น (บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือ e-Payment, 2015) ซึ่งตามพระราชกฤษฎีกา ว่าด้วยการควบคุมดูแลธุรกิจบริการการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2551 มาตรา 3 ได้นิยามความหมายของการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ไว้ โดยให้ความหมายว่า คือ การโอนสิทธิการถือครองเงินหรือการโอนสิทธิการถอนเงิน หรือหักเงินจากบัญชีเงินฝากของผู้ใช้บริการที่เปิดไว้กับผู้ให้บริการด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมดหรือบางส่วน กล่าวคือ การใช้ระบบการฝาก ถอน โอน หักบัญชีทางการเงินโดยวิธีทางอิเล็กทรอนิกส์นั่นเอง ซึ่งการให้บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์นั้นต้องมีการจดทะเบียนต่อธนาคารแห่งประเทศไทย และต้องอยู่ในการควบคุมดูแลของธนาคารแห่งประเทศไทย ซึ่งปัจจุบันมีด้วยกัน 8 ประเภท ได้แก่ บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) เช่น ทรูมันนี่ (True Money) บริการเครือข่ายบัตรเครดิต บริการเครือข่ายอีดีซี (EDC Network) บริการสวิตซ์ซึ่งในการชำระเงิน (Transaction Switching) เช่น บริษัท ศูนย์ประมวลผล จำกัด บริการหักบัญชี (Clearing) เช่น บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด บริการชำระดุล (Settlement) เช่น ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) บริการรับชำระเงินแทน เช่น บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด และการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์อย่างหนึ่งอย่างใดหรือผ่านทางเครือข่าย เช่น ธนาคารพาณิชย์ของไทย สาขาธนาคารพาณิชย์จากต่างประเทศ ผู้ให้บริการที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน เป็นต้น (วิลาสินี สิทธิโสภณ, ม.ป.ป.) สำหรับการซื้อขายสินค้าออนไลน์ในปัจจุบัน ส่วนใหญ่แล้วการชำระราคาสินค้ามักจะทำผ่านบริการของธนาคารที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางที่เรียกว่า “Internet Banking” และการบริการของธนาคารที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นสื่อกลางที่เรียกว่า “Mobile Banking” (ฐิติมา ชูเชิด และคณะ, 2562) เพราะนอกจากจะสามารถชำระค่าสินค้าและค่าบริการต่างๆ ได้แล้วยังสามารถโอนเงิน สอบถามยอดเงิน ตรวจสอบรายการใช้จ่ายย้อนหลังหรือพิมพ์รายการเดินบัญชีได้ตลอดเวลาที่เข้าถึงเครือข่ายทางอินเทอร์เน็ต เหตุนี้เองภาครัฐจึงต้องหันมาปรับปรุงกฎหมายภาษีในรูปแบบเดิมที่มีอยู่เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันโดยใช้วิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์เช่นเดียวกันกับประชาชน เพราะเมื่อเกิดความสะดวกรวดเร็ว

ก็อาจช่วยป้องกันการหลีกเลี่ยงภาษีได้อีกทางหนึ่ง

พระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลรัษฎากร (ฉบับที่ 48) พ.ศ. 2562 หรือที่เรียกกันโดยทั่วไปว่า “กฎหมาย e-Payment” นี้มีผลใช้บังคับ 21 มีนาคม 2562 รั้งสรรค์ หลวงเมือง, อัครพล ทาแก้ว และ เสริมศักดิ์ มัยยงะกิต (2019) ได้สรุปไว้ว่า กฎหมายฉบับนี้มีหลักการสำคัญ 4 ประการ กล่าวคือ

1. การนำส่งภาษีเงินได้ ภาษีหัก ณ ที่จ่าย และภาษีมูลค่าเพิ่ม (e-Payment)
2. การยื่นรายการหรือเอกสารโดยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Filing)
3. การจัดทำเอกสารโดยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Tax Invoice & Receipt)
4. การรายงานธุรกรรมที่มีลักษณะเฉพาะ (Third Party Information)

พิจารณาจากพระราชบัญญัติฉบับนี้ จะเห็นว่าเน้นความสำคัญของการดำเนินการใดๆ ทางด้านภาษีอากร ผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ มีการบัญญัติให้สามารถใช้ช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ในการนำส่งภาษีต่างๆ ต่อกรมสรรพากร การยื่นเอกสารหลักฐานทางภาษีอากรด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์การจัดทำเอกสารใบกำกับภาษี ใบรับเงินต่างๆ ด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ มีเพียงหลักการเรื่องการรายงานธุรกรรมที่มีลักษณะเฉพาะอย่าง เดียวเท่านั้นที่ไม่ได้มุ่งโดยตรงที่ตัวบุคคลผู้มีหน้าที่เสียภาษี แต่เป็นการติดตามตรวจสอบบุคคลที่มีลักษณะ พิเศษอันเข้าข่ายที่ทำให้กรมสรรพากรต้องสืบค้นข้อมูลต่างๆ มาประกอบการพิจารณาว่าบุคคลเหล่านั้นมีภาระ ภาษีต่อกรมสรรพากรหรือไม่ เป็นการใช้กับบุคคลต่างๆ ไปไม่ได้เฉพาะเจาะจงว่าจะเป็นเพียงผู้ประกอบการ หรือผู้ขายสินค้าออนไลน์เท่านั้น ดังนั้น จึงต้องทำความเข้าใจถึงความหมายของธุรกรรมที่มีลักษณะเฉพาะที่ กฎหมายฉบับนี้ให้มีการรายงานว่ามีสาระสำคัญอย่างไร

### ธุรกรรมลักษณะเฉพาะที่ต้องถูกรายงาน

พระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลรัษฎากร (ฉบับที่ 48) พ.ศ. 2562 มาตรา 3 สัตตรส กำหนดให้ บุคคลบางประเภทมีหน้าที่รายงานข้อมูลเกี่ยวกับบุคคล (จะเป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลก็ได้) ที่มีธุรกรรม ลักษณะเฉพาะในปีที่ล่วงมาเฉพาะที่อยู่ในความครอบครองต่อกรมสรรพากรภายในเดือนมีนาคมของทุกปี ดังนั้น จึงควรทำความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกรรมลักษณะเฉพาะที่ต้องถูกรายงานเป็นลำดับ ดังต่อไปนี้

#### 1. ความหมายของคำว่า “ธุรกรรมลักษณะเฉพาะ”

คำว่า “ธุรกรรมลักษณะเฉพาะ” ตามพระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลรัษฎากร (ฉบับที่ 48) พ.ศ. 2562 นั้น หมายถึง ธุรกรรมที่มีลักษณะอย่างหนึ่งอย่างใดในปีที่ล่วงมาซึ่งสามารถสรุปได้ ดังนี้

(1) ฝากหรือรับโอนเงินทุกบัญชีของสถาบันการเงินเดียวกัน รวมในปีเดียวกันตั้งแต่ 3,000 ครั้งขึ้นไป เท่ากับ ยอดเฉลี่ยเดือนละ 250 ครั้ง แต่ถ้ายอดรวมการฝากหรือรับโอนเงินทุกบัญชีของสถาบันการเงินเดียวกันไม่ถึง 3,000 ครั้ง (1-2,999 ครั้ง) ก็ไม่ต้องถูกรายงาน เว้นแต่จะเข้าลักษณะตามข้อ (2)

(2) ฝากหรือรับโอนเงินทุกบัญชีของสถาบันการเงินเดียวกัน รวมในปีเดียวกันตั้งแต่ 400 ครั้งและมียอดรวม ของธุรกรรมฝากหรือรับโอนเงินรวมกันตั้งแต่ 2,000,000 บาทขึ้นไป ซึ่งในกรณีนี้ต้องพิจารณาประกอบกัน สองประการ คือ ยอดจำนวนครั้งที่ฝากหรือรับโอนเงินและยอดรวมของจำนวนเงิน

เมื่อพิจารณาจากหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติฉบับนี้ จะเห็นได้ว่าสาระสำคัญ คือ จำนวนครั้งที่ ฝากหรือรับโอนเงินทุกบัญชี และยอดรวมของจำนวนเงินที่ฝากหรือรับโอนในช่วง 1 ปี (มกราคม ถึง ธันวาคม) ส่วนคำว่า “บัญชี” ที่กล่าวถึงนั้นตามกฎหมายกระทรวงฉบับที่ 355 (พ.ศ. 2562) ได้ให้ความหมายว่า เป็นบัญชีที่ใช้ สำหรับการฝากหรือรับโอนเงินของบุคคลใดที่อยู่ในความครอบครองของผู้มีหน้าที่รายงาน โดยอาจกระทำ



ในนามของบุคคลคนเดียวหรือหลายคน ดังนั้น สถาบันการเงินเดียวกันต้องรายงานบัญชีทุกบัญชีของบุคคลที่มีบัญชีอยู่ที่สถาบันการเงินของตนไม่ว่าบุคคลนั้นจะเปิดบัญชีไว้ในนามของตนเองเพียงผู้เดียวหรือเปิดร่วมกับบุคคลอื่นก็ตาม หากบัญชีที่มีชื่อของบุคคลดังกล่าวที่มีในสถาบันการเงินของตนนั้นมีลักษณะเข้าหลักเกณฑ์ตามพระราชบัญญัติที่ต้องรายงานข้อมูลต่อกรมสรรพากรทั้งสิ้น แสดงให้เห็นว่าในสถาบันการเงินแห่งหนึ่งที่มีหน้าที่รายงานต้องพิจารณาธุรกรรมทางการเงินของบุคคลแม้บุคคลดังกล่าวจะมีชื่อเป็นเจ้าของบัญชีเพียงผู้เดียวหรือมีชื่อเป็นเจ้าของบัญชีร่วมกับผู้อื่นก็ตาม

## 2. การนับจำนวนครั้ง

วิธีการนับจำนวนครั้งในการฝากหรือรับโอนเงินนั้นจะพิจารณาอย่างไร ตามกฎกระทรวงฉบับที่ 355 (พ.ศ. 2562) ข้อ 4. ได้กำหนดไว้ซึ่งสามารถสรุปได้ ดังนี้

(1) การฝากหรือรับโอนเงินเข้าบัญชีของบุคคลที่มีชื่อเป็นเจ้าของบัญชี ให้นับจำนวนครั้งและจำนวนเงินทุกครั้งที่มีการฝากหรือรับโอนเงินเข้าไปในบัญชีของบุคคลที่มีชื่อเป็นเจ้าของบัญชีโดยไม่ต้องคำนึงถึงข้อกำหนดวิธีการนำเงินเข้าบัญชีที่ผู้มีหน้าที่รายงานได้กำหนดไว้แต่อย่างใด หมายความว่า หากข้อกำหนดของธนาคารจะทำการรวบรวมยอดเงินฝากหรือการรับโอนในแต่ละวันให้ครบจำนวนตามที่กำหนดก่อนจึงจะทำการบันทึกยอดรวมเงินฝากหรือรับโอนในแต่ละวัน เวลานั้นจำนวนครั้งในการพิจารณาว่าเป็นธุรกรรมลักษณะเฉพาะหรือไม่จะไม่สนใจข้อกำหนดดังกล่าวของธนาคารแต่ให้นับการฝากหรือการรับโอนเงินจริงว่ามีกี่ครั้ง และเป็นจำนวนเงินเท่าใด เช่น ธนาคารเอ มีข้อกำหนดว่าหากมียอดเงินฝากในบัญชีของผู้ฝากเงินยอดละ 100 บาท เมื่อครบ 1,000 บาท ในแต่ละวันจึงจะทำการรวมยอดเงินฝากทั้งหมดในวันนั้นเพื่อบันทึกในบัญชีเงินฝากของเจ้าของบัญชี ดังนั้น ในการบันทึกบัญชีเงินฝากก็ต้องรอให้การฝากเงินในวันนั้นครบจำนวน 1,000 บาทเสียก่อนจึงจะทำการบันทึกหากมีผู้ฝากเงินเข้ามาในบัญชีจำนวน 10 คน ฝากคนละ 100 บาท ครบ 1,000 บาท แล้วจึงบันทึกยอดฝากรวมในบัญชีเป็นเงินฝาก 1,000 บาท (เห็นได้จากการบันทึกในสมุดบัญชีหรือรายการเดินบัญชีตามข้อกำหนดของสถาบันการเงิน) แต่เวลาที่สถาบันการเงิน (ธนาคารเอ) จะรายงานจริงนั้นเท่ากับบัญชีผู้ฝากรายนี้มีการฝากหรือรับโอนเงินจำนวน 10 ครั้ง ๆ ละ 100 บาท เป็นต้น (ยุทธนา ศรีสวัสดิ์, ม.ป.ป.)

(2) การฝากหรือรับโอนเงินเข้าบัญชีซึ่งกระทำผ่านอุปกรณ์รับชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (เช่น เครื่องรูดบัตร) ภาพรหัสคิวอาร์ (QR Code) หรือวิธีการรับชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ ให้นับจำนวนครั้งและจำนวนเงินที่ได้กระทำผ่านอุปกรณ์หรือวิธีการเช่นว่านั้นทุกครั้ง โดยไม่ต้องคำนึงถึงข้อกำหนดวิธีการนำเงินเข้าบัญชีของผู้มีหน้าที่รายงานที่กำหนดไว้อย่างใด คือ การนับในลักษณะเช่นเดียวกับหลักเกณฑ์ในประการแรก เพียงแต่เป็นการกระทำผ่านอุปกรณ์ชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ไม่ว่าจะเป็นการทำผ่านเครื่องฝากถอนเงินอัตโนมัติ หรือการใช้ภาพรหัสคิวอาร์ หรือวิธีการรับชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์อื่นใด ซึ่งให้นับจำนวนครั้งและจำนวนเงินที่กระทำผ่านอุปกรณ์หรือวิธีการเช่นว่านั้นทุกครั้งไป ตัวอย่างเช่น ธนาคารบีมีข้อกำหนดรวบรวมยอดรูดผ่านเครื่องรับรูดบัตรเครดิต 10 รายการ เพื่อโอนเข้าบัญชีธนาคารบีเป็นรายการเดียว ดังนั้น หากในวันหนึ่งเจ้าของบัญชีบีรูดบัตรรายการละ 1,000 บาท จำนวน 10 รายการ รวมเป็นเงิน 100,000 บาท ยอดเงิน 100,000 บาท นี้เพียงยอดเดียวจะถูกบันทึกในบัญชีเมื่อสิ้นวัน แต่สำหรับการรายงานต่อกรมสรรพากรธนาคารบีจะต้องนับจำนวนครั้งเป็น 10 ครั้ง ตามจำนวนครั้งจริงที่กระทำผ่านอุปกรณ์ชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น (ยุทธนา ศรีสวัสดิ์, ม.ป.ป.) ทั้งนี้การรายงานที่กำหนดปริมาณจำนวนครั้งของธุรกรรมเนื่องจากหากมีการประกอบธุรกิจซึ่งมีรายได้เข้ามาในบัญชีของบุคคลใดย่อมมีความถี่ในการรับฝาก

หรือรับโอนเงินเข้าบัญชีในแต่ละวัน โดยที่การฝากเงิน 3,000 ครั้งในปีเดียวนั้นเท่ากับมีจำนวนครั้งที่รับฝากหรือรับโอนเงินเข้าบัญชีเฉลี่ยแล้ว 8 ครั้งต่อวัน จัดเป็นข้อสังเกตอย่างหนึ่งว่าบุคคลที่เป็นเจ้าของบัญชีน่าจะมีการประกอบธุรกิจอันมีรายได้เข้ามาทางบัญชีเงินฝากอันทำให้สามารถคัดเลือกบุคคลที่ต้องสงสัยเกี่ยวกับภาวะภาษีมาพิจารณาตรวจสอบได้

### 3. ผู้มีหน้าที่รายงานธุรกรรมลักษณะเฉพาะต่อกรมสรรพากร

สำหรับหน่วยงานที่มีหน้าที่รายงานธุรกรรมลักษณะเฉพาะตามพระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลรัษฎากร (ฉบับที่ 48) พ.ศ. 2562 ฉบับนี้ สามารถสรุปได้ ดังนี้

(1) สถาบันการเงินตามกฎหมายว่าด้วยธุรกิจสถาบันการเงิน ได้แก่ ธนาคารพาณิชย์ บริษัทเงินทุน และบริษัทเครดิตฟองซิเอร์ นั่นก็คือ สถาบันการเงินที่เป็นของเอกชน เช่น ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน), บริษัท เงินทุนหลักทรัพย์ นวธนกิจ จำกัด (มหาชน), บริษัท เครดิตฟองซิเอร์ สหวิริยา จำกัด เป็นต้น

(2) สถาบันการเงินของรัฐที่มีกฎหมายเฉพาะจัดตั้งขึ้น ได้แก่ ธนาคารออมสิน ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ธนาคารอาคารสงเคราะห์ และธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย

(3) ผู้ให้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ตามกฎหมายว่าด้วยระบบการชำระเงิน ซึ่งกฎหมายว่าด้วยระบบการชำระเงินในปัจจุบัน คือ พระราชบัญญัติระบบการชำระเงิน พ.ศ. 2560 เช่น ทรูมันนี่ เป็นต้น

สถาบันการเงินทั้งของภาครัฐและเอกชน ตลอดจนผู้ให้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์เป็นผู้มีหน้าที่รายงานธุรกรรมลักษณะเฉพาะตามพระราชบัญญัตินี้ ซึ่งต้องจัดทำรายงานข้อมูลของบุคคลที่มีธุรกรรมลักษณะเฉพาะที่มีบัญชีอยู่ที่สถาบันการเงินของตนตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ถึงวันที่ 31 ธันวาคม ของปีที่ล่วงมา โดยจะรายงานข้อมูลของปี 2562 เป็นครั้งแรก ซึ่งเป็นข้อมูลในปีที่ล่วงมาเฉพาะการฝากหรือรับโอนเงินที่เกิดขึ้นตั้งแต่วันที่ถัดจากวันที่กฎกระทรวง ฉบับที่ 355 (พ.ศ. 2562) ประกาศในราชกิจจานุเบกษา (ข้อมูลตั้งแต่ 24 ธันวาคม 2562-31 ธันวาคม 2562) รายงานภายในวันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2563 โดยนำส่งผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ของกรมสรรพากรตามรูปแบบการรายงานข้อมูลที่ดีประกาศกำหนด ทั้งนี้ตามกฎหมายกระทรวง ฉบับที่ 355 (พ.ศ. 2562) ข้อ 2 กำหนดสิ่งที่ต้องรายงานอัน ได้แก่

(1) เลขประจำตัวประชาชน เลขที่หนังสือเดินทาง เลขทะเบียนนิติบุคคล เลขประจำตัวผู้เสียภาษีอากร หรือสิ่งอื่นที่ใช้ในการระบุตัวบุคคลของบุคคลที่มีธุรกรรมลักษณะเฉพาะ

(2) ชื่อและชื่อสกุลของบุคคลธรรมดา ชื่อของห้างหุ้นส่วนสามัญ ชื่อของคณะบุคคลที่มีชนิติบุคคล หรือชื่อนิติบุคคล (ชื่อเจ้าของบัญชีไม่ว่าจะเป็นของตนเพียงผู้เดียว หรือมีชื่อร่วมกับบุคคลอื่น)

(3) จำนวนครั้งของการฝากหรือรับโอนเงินทุกบัญชีรวมกัน

(4) จำนวนเงินที่ฝากหรือรับโอนเงินทุกบัญชีรวมกัน

(5) เลขที่บัญชีทุกบัญชีที่มีการฝากหรือรับโอนเงิน

กรมสรรพากรชี้แจงว่าข้อมูลที่ได้รับจะถูกนำไปประมวลผลด้วยระบบคอมพิวเตอร์ร่วมกับข้อมูลอื่น ทั้งของมูลภายในและข้อมูลภายนอกกรมสรรพากร เพื่อวิเคราะห์หารายที่มีความเสี่ยงที่จะปฏิบัติหน้าที่ตามภาวะภาษีที่ไม่ถูกต้องช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการหาตัวตนของผู้ปฏิบัติหน้าที่ตามภาวะภาษีที่ไม่ถูกต้องได้ง่ายและเร็วขึ้นอันจะทำให้กรมสรรพากรสามารถแนะนำ ชี้แจง และช่วยผ่อนผันภาวะภาษีแก่บุคคลดังกล่าวได้ โดยกรมสรรพากรมิได้นำข้อมูลไปใช้ในลักษณะประเมินภาษีแก่บุคคลเหล่านั้นโดยตรง เพียงแต่เป็นการกระทบยอดจากข้อมูลที่ได้รับจากช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ แล้วกำหนดบุคคลผู้ต้องสงสัยว่าจะปฏิบัติหน้าที่ภาวะ





ภาษีไม่ถูกต้องเท่านั้น ซึ่งกรมสรรพากรอาจเรียกบุคคลดังกล่าวเข้ามาชี้แจงและสามารถนำเอกสารพยานหลักฐานมาประกอบการชี้แจงเพื่อให้เกิดความถูกต้องตรงตามความเป็นจริงได้ มิได้หมายความว่าต้องถูกจัดเก็บภาษีไปเสียทุกคน โดยกรมสรรพากรรับประกันว่าข้อมูลที่ส่งมานั้นจะถูกเก็บในระบบฐานข้อมูลที่มีความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศในระดับมาตรฐานสากล (กรมสรรพากร, 2562) ในต่างประเทศก็มีกฎหมายที่กำหนดให้มีการรายงานข้อมูลในลักษณะนี้เช่นเดียวกัน เป็นการขอข้อมูลของบุคคลใดๆ (ที่อาจเป็นผู้เสียภาษีหรือไม่ก็ตาม) จากผู้อื่นที่มีข้อมูลโดยไม่ต้องระบุตัวตนของบุคคลนั้นๆ (กรมสรรพากร, 2562) เช่นประเทศออสเตรเลีย มีพระราชบัญญัติรายงานธุรกรรมทางการเงิน (Financial Transaction Report Act 1988 : FTR) กฎหมายนี้บังคับให้สถาบันการเงินทั้งหลายต้องทำการรายงานธุรกรรมทางการเงินที่น่าสงสัยแก่หน่วยงานของรัฐ ซึ่งวัตถุประสงค์อย่างหนึ่งของการรายงานก็เพื่อพิจารณาความเกี่ยวข้องกับการหลีกเลี่ยงการเสียภาษีหรือความผิดอื่นๆ ตามกฎหมายภาษีอากร (จุมพล นันทศิริพล, 2019) แต่หลักของต่างประเทศนั้นจะเป็นการรายงานโดยพิจารณาจากจำนวนเงินที่ฝากหรือรับโอนมากกว่าการพิจารณาจำนวนครั้ง

### วิเคราะห์ผลกระทบเกี่ยวกับการรายงานธุรกรรมลักษณะเฉพาะ

จากพระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลรัษฎากร (ฉบับที่ 48) พ.ศ. 2562 ดังกล่าวข้างต้นนี้ แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยได้ให้ความสำคัญแก่การดำเนินการต่างๆ ทางอิเล็กทรอนิกส์เพราะเป็นช่องทางที่สะดวก รวดเร็วและง่ายต่อการทำธุรกรรมใดๆ ภาครัฐเองมีความพยายามปรับเปลี่ยนวิธีการเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกแก่ประชาชนโดยเฉพาะในเรื่องภาษีอากร ทั้งนี้เพราะกฎหมายภาษีอากรที่ดีนั้นนอกจากจะมีความเป็นธรรมและแน่นอนชัดเจนแล้วยังต้องมีความสะดวก รวดเร็ว การที่สามารถใช้วิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ในเรื่องต่างๆ เกี่ยวกับภาระภาษีที่เกี่ยวข้องได้ยิ่งทำให้เกิดความสะดวกกับตัวบุคคลผู้มีหน้าที่เสียภาษี ในขณะเดียวกัน ความง่าย สะดวก รวดเร็วของวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ก็ทำให้ภาครัฐเกิดความลำบากในการตรวจสอบเส้นทางการเงินของประชาชนทั่วไปว่าจะเข้าข่ายที่จะมีภาระภาษีแก่รัฐหรือไม่ ด้วยเหตุนี้ในพระราชบัญญัติฉบับนี้จึงกำหนดให้มีผู้มีหน้าที่ตามกฎหมายรายงานความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับเส้นทางการเงินของผู้ที่ต้องสงสัยว่าเป็นผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้เป็นข้อสันนิษฐานเบื้องต้นเกี่ยวกับภาระภาษีที่มีต่อภาครัฐ ผู้เขียนจึงเห็นควรแยกพิจารณาประเด็นสำคัญ เกี่ยวกับเรื่องการรายงานธุรกรรมลักษณะเฉพาะตามพระราชบัญญัติฉบับนี้ไว้ 2 ประเด็นด้วยกัน ดังต่อไปนี้

#### 1. ข้อดีอันเกิดจากการรายงานธุรกรรมลักษณะเฉพาะ

ผลกระทบที่เป็นข้อดีอันเกิดจากการรายงานธุรกรรมอันมีลักษณะเฉพาะนั้นสามารถพิจารณาได้เป็น 2 ด้านด้วยกัน คือ

1.1 ข้อดีสำหรับภาครัฐ กล่าวคือ การรายงานบุคคลที่มีธุรกรรมลักษณะเฉพาะต่อกรมสรรพากรโดยตรงจะช่วยให้ภาครัฐสามารถติดตามเส้นทางการเงินของผู้ที่เข้าข่ายต้องสงสัยว่าเป็นผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉพาะรายย่อยที่เป็นผู้ขายสินค้าออนไลน์ เพราะกรมสรรพากรจะนำข้อมูลต่างๆ ที่ได้รับการรายงานไปประมวลผลกับข้อมูลอื่นๆ ที่ได้รับทางอิเล็กทรอนิกส์ไม่ว่าจะเป็นแบบแสดงรายการผู้เสียภาษีที่ยื่นทางอิเล็กทรอนิกส์ การหักภาษี ณ ที่จ่าย ข้อมูลการใช้สาธารณูปโภค อาทิเช่น ค่าน้ำประปา ค่าไฟฟ้า ฯลฯ. เพื่อให้สามารถคัดเลือกบุคคลเฉพาะรายที่มีความเสี่ยงในการปฏิบัติหน้าที่ตามภาระภาษีที่ไม่ถูกต้องหมายความว่าเมื่อประมวลผลจากข้อมูลต่าง ๆ แล้ว อาจสรุปได้ว่าบุคคลผู้ถูกรายงานเข้าข่ายที่ต้องเสียภาษีให้กับรัฐ แต่ในความเป็นจริงบุคคลดังกล่าวไม่ได้ชำระภาษีหรือยื่นชำระในลักษณะที่ไม่ถูกต้อง ทางกรม

สรรพากรก็สามารถแนะนำชี้แจงให้บุคคลเหล่านั้นได้เข้าใจและปฏิบัติตนได้อย่างถูกต้องต่อไปได้เท่ากับเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดเก็บภาษีซึ่งถือเป็นลักษณะของภาษีอากรที่ตืออย่างหนึ่ง ทั้งยังก่อให้เกิดความเป็นธรรมแก่ผู้ประกอบการที่ได้ปฏิบัติหน้าที่ตามภาระภาษีของตนอย่างถูกต้องแล้วเพราะไม่ว่าจะเป็นการประกอบการในรูปแบบใดหากเข้าหลักเกณฑ์ที่จะต้องเสียภาษีให้กับรัฐก็จะต้องถูกจัดเก็บภาษีเช่นเดียวกัน การรายงานนี้ยังช่วยให้กรมสรรพากรจัดกลุ่มผู้เสียภาษีได้อย่างถูกต้องอีกด้วย

1.2 ข้อดีสำหรับประชาชน ซึ่งเป็นบุคคลผู้ถูกรายงานไม่ว่าจะเป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคล หากเป็นผู้ประกอบการที่ปฏิบัติตนถูกต้องแล้วเกี่ยวกับภาระภาษีที่มีอยู่การรายงานดังกล่าวก็จะมีประโยชน์มากในเรื่องของความสะดวกในการประกอบธุรกิจเพราะไม่มีความเสี่ยงเกี่ยวกับการถือครองเงินสด ทั้งยังสามารถนำประวัติธุรกรรมทางการเงินนี้ไปขอสินเชื่อกับสถาบันการเงินเพื่อขยายธุรกิจของตนได้อีก สำหรับผู้ประกอบการที่ไม่เคยปฏิบัติหน้าที่ทั้งที่มีภาระภาษีตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนดไม่ว่าบุคคลดังกล่าวจะทราบหรือไม่ว่าตนมีภาระภาษี การรายงานธุรกรรมลักษณะเฉพาะจะช่วยกระตุ้นให้บุคคลเหล่านี้เก็บรวบรวมเอกสารหลักฐานและจัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายที่ถูกต้องเพื่อใช้สำหรับการเสียภาษีให้กับรัฐ รวมทั้งสามารถนำไปใช้ชี้แจงต่อกรมสรรพากรหากถูกเรียกตรวจสอบได้อีกด้วยอันจะทำให้เกิดความเป็นธรรมในการเสียภาษีมากยิ่งขึ้นเพราะเป็นการตรวจสอบจากหลักฐานข้อมูลที่เป็นจริงมิใช่เกิดจากดุลยพินิจของเจ้าหน้าที่แต่ประการใด ก่อให้เกิดความโปร่งใสในการปฏิบัติหน้าที่ของภาครัฐที่ประชาชนสามารถตรวจสอบได้

## 2. ข้อเสียอันเกิดจากการรายงานธุรกรรมลักษณะเฉพาะ

สำหรับข้อเสียที่อาจเกิดขึ้นอันเนื่องจากการกำหนดให้มีการรายงานธุรกรรมอันมีลักษณะเฉพาะซึ่งผู้เขียนใคร่ขอวิเคราะห์เป็นประเด็นสำคัญ ดังต่อไปนี้

2.1 การหลีกเลี่ยงการถูกรายงานโดยใช้สถาบันการเงิน หรือผู้ให้บริการทางการเงินที่ไม่มีหน้าที่ต้องรายงานธุรกรรมลักษณะเฉพาะตามกฎหมาย เพราะการรายงานธุรกรรมลักษณะเฉพาะดังกล่าวมุ่งโดยตรงต่อสถาบันการเงินทั้งของภาครัฐและภาคเอกชน รวมถึงผู้ให้บริการทางการเงินที่อยู่ภายใต้การควบคุมดูแลตามกฎหมายของไทยในการที่จะมีหน้าที่ตามพระราชบัญญัติฉบับนี้เพื่อรายงานธุรกรรมอันมีลักษณะเฉพาะไปยังกรมสรรพากรตามที่ผู้เขียนได้กล่าวถึงแล้วข้างต้น ในขณะที่สถาบันการเงินอื่นๆ หรือผู้ให้บริการทางการเงินที่เป็นของต่างประเทศและไม่ได้เข้ามาประกอบธุรกิจในประเทศไทย ตัวอย่างเช่น Payoneer ไม่ถูกบังคับให้ต้องมีการรายงานแต่อย่างใดจึงมีความเป็นไปได้อย่างมากที่ผู้ขายออนไลน์ที่มีการขายสินค้าได้ในปริมาณมากจะหันไปมองสถาบันการเงิน หรือผู้ให้บริการทางการเงินที่ไม่ต้องถูกบังคับให้รายงานต่อกรมสรรพากร ทั้งนี้เพราะเมื่อไม่มีการรายงาน กรมสรรพากรก็จะไม่สามารถตรวจสอบความเคลื่อนไหวทางการเงินอันเป็นที่มาในการสันนิษฐานภาระภาษีของบุคคลที่เป็นเจ้าของบัญชี สถาบันการเงินหรือผู้ให้บริการทางการเงินที่ไม่อยู่ในบังคับของกฎหมายฉบับนี้อาจใช้ประเด็นที่ไม่ต้องถูกรายงานเป็นช่องทางในการหาลูกค้า และในปัจจุบันก็เป็นกร่ายที่ผู้ขายออนไลน์จะเปิดบัญชีกับสถาบันการเงินหรือผู้ให้บริการทางการเงินเหล่านี้ได้โดยใช้ช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ทำการเปิดบัญชีผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

2.2 การหลีกเลี่ยงโดยการรับชำระค่าสินค้าเป็นเงินสดแทนการฝากหรือโอนเงินเข้าบัญชี จจริงอยู่ผู้ประกอบการที่มีอยู่ในระบบภาษีอย่างถูกต้องย่อมไม่กังวลต่อการรายงานดังกล่าวและก็อาจเป็นข้อดีสำหรับผู้ประกอบการที่มีจิตสำนึกในการประกอบธุรกิจที่อยู่บนพื้นฐานของความถูกต้องซึ่งตระหนักในหน้าที่ของตนเองและกลับเข้ามาอยู่ในระบบภาษีที่ถูกต้องไม่หลีกเลี่ยงภาระภาษีอีกทั้งนี้เพราะกฎหมายฉบับนี้ให้ความ



สะดวกในการบริหารจัดการด้านภาษีอากรไม่ว่าจะเป็นการยื่นแบบแสดงรายการ เอกสารหลักฐานต่างๆ การหักภาษี ณ ที่จ่าย เมื่อทำถูกต้องแล้วจึงไม่ต้องหวาดระแวงว่าการรายงานข้อมูลดังกล่าวต่อกรมสรรพากรจะทำให้ตนต้องรับภาระหนักขึ้นกว่าเดิมแต่อย่างใด ในขณะที่ผู้ประกอบการบางกลุ่มอาจมองว่าการรายงานดังกล่าวยิ่งก่อให้เกิดภาระแก่ผู้ประกอบการเพราะเป็นเรื่องยุ่งยากที่ต้องเก็บเอกสารหลักฐานต่าง ๆ จัดทำบัญชีรับจ่ายไว้สำหรับชี้แจงต่อกรมสรรพากรหากเข้าข่ายเป็นธุรกรรมที่มีลักษณะเฉพาะ ทั้งๆ ที่กรมสรรพากรเองต้องนำข้อมูลที่ได้จากการรายงานดังกล่าวไปประมวลผลกับข้อมูลต่างๆ ที่ได้รับสำหรับผู้ประกอบการนั้นๆ เสียก่อนแล้วกระตบยอดดูว่าอยู่ในเกณฑ์ที่จะต้องมีการภาษีอย่างใดหรือไม่ ส่งผลให้ผู้ประกอบการที่ขาดหลักฐานต่างๆ โดยเฉพาะหลักฐานทางอิเล็กทรอนิกส์ที่จะเป็นข้อมูลให้กรมสรรพากรได้ทำการตรวจสอบประมวลผลต้องพยายามหาเอกสารหลักฐานต่างๆ มาชี้แจงต่อกรมสรรพากรเพิ่มเติมเพื่อให้ถูกต้องตรงกับความเป็นจริง จนบางครั้งอาจขาดแรงจูงใจในการทำธุรกรรมทางการเงินโดยผ่านทางสถาบันการเงินหรือผู้ให้บริการทางการเงินที่อยู่ในบังคับต้องรายงานข้อมูลต่อกรมสรรพากร เป็นเหตุให้ผู้ประกอบการเหล่านี้หันไปใช้วิธีการรับชำระราคาสินค้าในรูปแบบเงินสด ซึ่งในปัจจุบันสามารถทำได้โดยวิธีเก็บเงินค่าสินค้าในเวลาที่มีการส่งมอบสินค้าไปยังผู้รับ ที่เราเรียกว่า “การเก็บเงินปลายทาง” (Cash on Delivery : COD) ซึ่งเป็นบริการส่งพัสดุไปยังปลายทางพร้อมทั้งเรียกเก็บเงินจากผู้รับ อันเป็นการกลับสู่การชำระสินค้าด้วยเงินสดตามระบบการค้าแบบเดิมเพียงแต่การชำระสินค้าด้วยเงินสดนั้นสะดวกขึ้นเพราะมีบริการเก็บเงินปลายทางจากผู้ให้บริการส่งสินค้าจึงเป็นการขัดแย้งกับนโยบายของรัฐที่ต้องการให้สังคมไทยเป็นสังคมที่ไร้เงินสด

2.3 การหลีกเลี่ยงการถูกรายงานโดยกิจการเพียงกิจการเดียวแต่เปิดบัญชีรับชำระค่าสินค้าในชื่อของบุคคลต่างๆ หลากๆ บัญชี เพื่อให้โอนหรือฝากเงินกระจายไปตามบัญชีของบุคคลเหล่านั้น เพราะการรายงานบัญชีที่ใช้สำหรับการฝากหรือรับโอนเงินของบุคคลใดที่อยู่ในความครอบครองของผู้มีหน้าที่รายงาน บัญชีนั้นอาจกระทำในนามของบุคคลคนเดียวหรือหลายคนก็ได้ ดังนั้นสถาบันการเงินเดียวกันต้องรายงานบัญชีทุกบัญชีของบุคคลที่มีบัญชีอยู่ที่สถาบันการเงินของตน ไม่ว่าบุคคลนั้นจะเปิดบัญชีไว้ในนามของตนเองเพียงผู้เดียวหรือเปิดร่วมกับบุคคลอื่นก็ตาม ด้วยเหตุนี้จึงมีความเป็นไปได้อย่างมากที่ผู้ประกอบการที่เป็นบุคคลธรรมดาจะลดความเสี่ยงของตนในการถูกรายงานธุรกรรมลักษณะเฉพาะต่อกรมสรรพากร โดยการกระจายบัญชีเงินฝากให้บุคคลธรรมดาหลายๆ คนที่เกี่ยวข้องในธุรกิจของตนมาเป็นผู้รับโอนเงินค่าสินค้าแทนการมีบัญชีของผู้ขายเพียงบัญชีเดียว ทั้งนี้เพราะเมื่อกระจายไปยังผู้อื่น จำนวนครั้งในการฝากหรือรับโอนเงินก็จะยิ่งมีน้อยลง จำนวนเงินที่ฝากก็จะน้อยลงตามไปด้วย ซึ่งหากผู้ประกอบการคาดหมายได้ว่ารายรับของตนจะได้ประมาณเท่าใดก็ไม่ยากนักที่จะวางแผนให้บุคคลที่เกี่ยวข้องหลาย ๆ คนเปิดบัญชีเพื่อรับโอนค่าสินค้าอันทำให้สามารถหลีกเลี่ยงการรายงานได้อีกด้วย

2.4 ภาระภาษีถือเป็นต้นทุนของสินค้าอย่างหนึ่งในการคำนวณราคาสินค้า ดังนั้น การรายงานข้อมูลนี้อาจเป็นข้อได้เปรียบสำหรับผู้ประกอบการขายสินค้าออนไลน์ที่อยู่ในต่างประเทศและไม่มีในการทำธุรกรรมในลักษณะฝากหรือรับโอนเงินใดๆ กับสถาบันการเงินหรือผู้ให้บริการทางการเงินที่ตกอยู่ในบังคับของพระราชบัญญัติฉบับนี้ในการรายงานข้อมูลธุรกรรมลักษณะเฉพาะต่อกรมสรรพากร ทั้งนี้เพราะผู้ประกอบการที่อยู่ในต่างประเทศย่อมต้องใช้บริการทางการเงินในสถาบันการเงินหรือผู้ให้บริการทางการเงินในประเทศที่ธุรกิจของตนตั้งอยู่แต่การค้าขายสินค้าออนไลน์อยู่ในลักษณะที่ไร้พรมแดน ไร้กาลเวลา ลูกค้าซึ่งเป็นผู้ซื้อสามารถเข้าดูรายละเอียดและสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ได้ทั่วทุกหนทุกแห่งที่เครือข่ายอินเทอร์เน็ตเข้าถึง ทั้งยังสามารถสั่งซื้อได้

โดยไม่จำกัดเวลา เมื่อผู้ซื้อสินค้าที่อยู่ในประเทศไทยสั่งซื้อสินค้าจากผู้ประกอบการที่อยู่ในต่างประเทศ เหล่านี้จำนวนมาก เท่ากับมีเงินจำนวนมากไหลออกจากประเทศไทยทั้งที่ประเทศไทยเองก็ไม่อาจทราบได้ว่า ผู้ขายสินค้าออนไลน์ดังกล่าวนี้มีรายรับจากการขายสินค้าออนไลน์ในประเทศไทยได้เป็นจำนวนเท่าใดเพราะ ไม่มีการรายงานข้อมูลให้กรมสรรพากรทราบ ซึ่งผู้ประกอบการบางรายอาจอยู่ในหลักเกณฑ์ที่ต้องเสียภาษีให้ กับประเทศไทยแต่ประเทศไทยก็ไม่อาจจัดเก็บได้เพราะไม่สามารถติดตามตรวจสอบธุรกรรมทางการเงินของ ผู้ประกอบการนั้นๆ ส่งผลให้ผู้ประกอบการในประเทศเกิดความเสียเปรียบ ขาดความเท่าเทียมกันในการแข่งขัน ทางการค้า เพราะการทำการค้าย่อมต้องบวกต้นทุนต่างๆ เพื่อเป็นข้อกำหนดในการตั้งราคาสินค้าของตน ภาระภาษีก็ถือเป็นต้นทุนอย่างหนึ่งหากผู้ประกอบการไม่มีภาระภาษีแล้วก็ย่อมตั้งราคาสินค้าของตนได้ต่ำกว่า ผู้ประกอบการที่มีภาระภาษีในด้านของผู้ซื้อสินค้าเมื่อสินค้ามีคุณภาพเท่าเทียมกันก็ย่อมต้องเปรียบเทียบและ หันไปซื้อสินค้าที่มีราคาถูกกว่า ดังนั้นผู้ประกอบการขายสินค้าออนไลน์ที่ไม่ได้ถูกรายงานธุรกรรมมีลักษณะ เฉพาะจึงไม่ถูกสันนิษฐานเกี่ยวกับภาระภาษีทำให้สามารถตั้งราคาขายได้ต่ำกว่าผู้ประกอบการที่ถูกรายงาน ธุรกรรมลักษณะเฉพาะ

### บทสรุปและข้อเสนอแนะ

บทบัญญัติตามพระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลรัษฎากร (ฉบับที่ 48) พ.ศ. 2562 หรือที่เรียกว่า “กฎหมาย e-Payment” ฉบับนี้มีสาระสำคัญที่เป็นการสอดคล้องกับหลักการของภาษีอากรที่ดี ได้แก่ ีความแน่นอนชัดเจน เป็นธรรม มีความสะดวก ยืดหยุ่น มีประสิทธิภาพ รวมทั้งเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่รัฐ เห็นได้จากบทบัญญัติที่สามารถนำวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ทั้งในเรื่องการยื่นภาษี การนำส่งภาษี การ จัดทำเอกสารทางอิเล็กทรอนิกส์มีการกำหนดไว้อย่างชัดเจนจึงเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เสียภาษี พร้อมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดเก็บ สำหรับบทบัญญัติที่ทำให้มีการรายงานธุรกรรมลักษณะเฉพาะก็บัญญัติ ลักษณะธุรกรรมและผู้มีหน้าที่รายงานไว้อย่างชัดเจนซึ่งช่วยให้นำผู้มีหน้าที่เสียภาษีเข้าสู่ระบบภาษีได้อย่าง ครบถ้วนอันจะทำให้เกิดความเป็นธรรมในระบบภาษีและส่งเสริมการแข่งขันทางการค้าอย่างเท่าเทียม อีกทั้ง ยังมีความยืดหยุ่นเพราะได้บัญญัติให้สามารถกำหนดเพิ่มจำนวนครั้งหรือยอดรวมของธุรกรรมฝากหรือรับโอน เงินได้โดยทำเป็นกฎกระทรวง นั้นหมายความว่า การกำหนดจำนวนครั้งหรือยอดรวมนั้นสามารถปรับเปลี่ยน ได้ตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในขณะนั้น

อย่างไรก็ตาม ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการรายงานธุรกรรมอันมีลักษณะเฉพาะตามพระราชบัญญัติ แก้ไขเพิ่มเติมประมวลรัษฎากร (ฉบับที่ 48) พ.ศ. 2562 ฉบับนี้จากการที่ผู้เขียนวิเคราะห์เป็นประเด็นๆ ไว้ ดังกล่าวข้างต้นเป็นเพียงความคาดการณ์ของผู้เขียนที่มีอยู่โดยอาศัยตัวบทกฎหมายเป็นหลักเกณฑ์ในการ พิจารณาถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น ซึ่งการรายงานครั้งแรก คือ เดือนมีนาคม 2563 เมื่อมีการรายงานเรียบร้อยแล้วจึงอาจพบกับปัญหาที่แท้จริงอันเกิดจากการรายงานธุรกรรมอันมีลักษณะเฉพาะตามกฎหมายฉบับนี้ ซึ่ง ส่วนตัวผู้เขียนเห็นว่ากฎหมายในส่วนของการรายงานข้อมูลก็อาจเป็นการดีสำหรับภาครัฐ แต่สำหรับภาค เอกชนโดยเฉพาะผู้ประกอบการกลับกลายเป็นสร้างความหวาดระแวงไม่กล้าที่จะลงทุนทำสิ่งใดผ่านช่องทาง อิเล็กทรอนิกส์โดยเฉพาะอย่างยิ่งการรับชำระค่าสินค้าเพื่อหลีกเลี่ยงการถูกรายงานข้อมูลก็เป็นได้ ซึ่งในอนาคต อาจมีการพัฒนาระบบที่สามารถตรวจสอบข้อมูลได้ชัดเจนกว่าการรายงานธุรกรรมลักษณะเฉพาะ อาทิเช่น การกำหนดรหัสที่แสดงว่าการฝากหรือรับโอนเงินเข้าบัญชีนั้นเป็นการทำธุรกรรมเพื่อชำระค่าซื้อสินค้าออนไลน์ ซึ่งในเวลาที่จะจัดทำคำสั่งซื้อทางช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ รหัสนี้จะช่วยกำกับให้ทราบวัตถุประสงค์ของการฝาก



หรือรับโอนเงินอันจะต้องรายงานต่อกรมสรรพากร หรือหากต่อไปมีการปรับปรุงกฎหมายโดยนำภาษีหัก ณ ที่จ่ายมาใช้กับการซื้อขายสินค้าออนไลน์ ยอดเงินโอนที่มีรหัสว่าเป็นการชำระราคาค่าสินค้านี้ยังถูกหักภาษี ณ ที่จ่ายได้ในทันทีที่มีการชำระราคาได้อีก ซึ่งการหักภาษี ณ ที่จ่ายจากเงินโอนที่เป็นการชำระค่าสินค้านั้นสามารถใช้ได้ทั้งผู้ประกอบการภายในประเทศและภายนอกประเทศ การหักภาษี ณ ที่จ่ายนี้น่าจะเป็นวิธีการที่ดีกว่าการรายงานธุรกรรมลักษณะเฉพาะ เพราะหักภาษี ณ ที่จ่ายจากเงินโอนชำระค่าสินค้าไปก่อนไม่ว่าผู้รับจากเป็นบุคคลในประเทศหรือต่างประเทศ ส่งผลให้เกิดความเป็นธรรมโดยไม่ต้องพิจารณาตัวบุคคลผู้รับเงินเป็นการเฉพาะ แต่ควรเปิดโอกาสให้ผู้ถูกหักเงินนั้นสามารถนำเอกสารหลักฐานมายื่นประกอบการขอคืนเงินได้โดยใช้วิธีทางอิเล็กทรอนิกส์หากมีเหตุผลเพียงพอและหากกรมสรรพากรมีข้อสงสัยเกี่ยวกับภาระภาษีของบุคคลใด กรมสรรพากรก็อาจขอให้สถาบันการเงินหรือผู้ให้บริการทางการเงินนั้นรายงานข้อมูลรายบุคคลเพิ่มเติมได้อีกด้วย ดังนั้นผู้เขียนจึงมีความเห็นว่าการรายงานธุรกรรมลักษณะเฉพาะตามกฎหมายฉบับนี้มีได้ป้องกันการเลี่ยงภาษีได้อย่างสมบูรณ์เพราะยังคงมีช่องทางในการหลบเลี่ยงการถูกรายงานได้ แต่หากภาครัฐให้ความสำคัญและความเข้าใจเกี่ยวกับภาระภาษีสำหรับผู้ขายของออนไลน์อย่างดีพอ และบุคคลเหล่านั้นตระหนักในหน้าที่ความรับผิดชอบของตนแล้ว บุคคลเหล่านั้นก็จะปฏิบัติหน้าที่เกี่ยวกับภาระภาษีได้อย่างถูกต้องต่อไป

### เอกสารอ้างอิง

- กรมสรรพากร. (2559). *การดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์ National e-Payment*. (10 มกราคม 2563) สืบค้นจาก [http://www.rd.go.th/publish/seminar/e-Payment\\_2-3-6-7.pdf](http://www.rd.go.th/publish/seminar/e-Payment_2-3-6-7.pdf)
- กรมสรรพากร. (2562). Q & A *การให้สถาบันการเงินและผู้ให้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์รายงานข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลที่มีธุรกรรมลักษณะเฉพาะ*. (10 มกราคม 2563) สืบค้นจาก [http://www.rd.go.th/publish/fileadmin/download/Q&A\\_271162.pdf](http://www.rd.go.th/publish/fileadmin/download/Q&A_271162.pdf)
- จุมพล นันทศิริพล. (2019). *มาตรการปราบปรามการเงินนอกระบบของออสเตรเลีย.วารสารวิชาการ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ*. 5(2), 621-634.
- ฐิติมา ชูเชิด บวรวิทย์ จินดารักษ์ ญัฐา ปิยะกาญจน์ ฐิติ ทศบวร สุพริศร์ สุวรรณิก อชรวัช ศรีสงคราม ทศพล ต่องหุ้ย ธนพล กองพาลี และ อนิยา ฉิมน้อย. (2562). *บริการทางการเงินดิจิทัลและนัยต่อการดำเนินนโยบายการเงินของไทย*. (10 เมษายน 2563) สืบค้นจาก [https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/EconomicConditions/AAA/Paper\\_DigitalizationonFinancialServices.pdf](https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/EconomicConditions/AAA/Paper_DigitalizationonFinancialServices.pdf)
- ธวัชรรัตน์ เชื้อวงศ์บุญ พามดา ชูจตุมากร และ ชีวพร อินแสง. (2560). ปัญหาการจัดเก็บภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา : กรณีตลาดออนไลน์บนแพลตฟอร์มในประเทศไทย ในปี 2560. *วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ*, 27(2), 15-30.
- บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือ e-Payment. (2015). (10 มกราคม 2563) สืบค้นจาก <https://www.trustmarkthai.com/index.php/component/dbd/main?Layout=blogdetail&id=79>.
- ภาวูธ พงษ์วิทย์ภาณุ. (2562). *กฎหมาย e-Payment ในปีนี้กับผลกระทบในปีหน้า*. (10 มกราคม 2563) สืบค้นจาก <https://www.prachachat.net/ict/news-308232>.

- ยุทธนา ศรีสวัสดิ์. (ม.ป.ป.). *ธุรกรรมลักษณะเฉพาะ*. (10 มกราคม 2563) สืบค้นจาก <https://www.itax.in.th/pedia/%E0%B8%98%E0%B8%B%E0%B8%A3%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%A3%E0%B8%A1%E0%B8%A5%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B8%A9%E0%B8%93%E0%B8%B0%E0%B9%80%E0%B8%89%E0%B8%9E%E0%B8%B2%E0%B8%B0>
- รังสรรค์ หลวงเมือง อัครพล ทาแก้ว และ เสริมศักดิ์ มัยญะกิต. (2019). *รู้เรื่องกฎหมายใหม่ เข้าใจ e-Payment (เอกสารเผยแพร่กรมสรรพากร)*. (10 มกราคม 2563) สืบค้นจาก <http://econs.co.th/index.php/2019/06/01/understandepaymentact/>.
- วิลาสินี สิทธิโสภณ. (ม.ป.ป.). *การควบคุมดูแลธุรกิจบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์*. (10 มกราคม 2563) สืบค้นจาก [https://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/elaw\\_parcy/ewt\\_dl\\_link.php?nid=1754](https://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/elaw_parcy/ewt_dl_link.php?nid=1754)
- วิวัฒน์ ชันชเชตต์ และ สิงหะ ฉวีสุข. (2562). การยอมรับระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตภาคกลาง ประเทศไทย. *วารสารการบริหารและการจัดการ*. 9(1), 153-164.
- อนุชิต ศิริรัชนิกร. (ม.ป.ป.). *National e-Payment พลิกโฉมประเทศไทย สู่การใช้ digital payment*. (10 มกราคม 2563) สืบค้นจาก [https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article\\_24Jan2019.aspx](https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_24Jan2019.aspx).
- อานันท์ เกียรติสารพิภพ. (2563). *กฎหมายภาษี e-Payment*. (10 มกราคม 2563) สืบค้นจาก [https://library2.parliament.go.th/giventake/content\\_royrueng/2563/rr2563-jan5.pdf](https://library2.parliament.go.th/giventake/content_royrueng/2563/rr2563-jan5.pdf).
- Logistictime. (2560). *ภาษี e-Commerce ทางออกของปัญหาการค้าออนไลน์ จริงหรือ..?*. (10 มกราคม 2563) สืบค้นจาก <http://www.logisticstime.net/archives/8074>.
- Praornpit Katchwattana. (2562). *บทลงโทษกฎหมายอีเพย์เมนต์ (e-Payment) ปี 2562 ที่คนขายของออนไลน์ต้องรู้ก่อนคิดจะเลี้ยงภาษี*. (10 มกราคม 2563) สืบค้นจาก <https://www.salika.co/2019/03/23/e-payment-law-2562-online-seller/>.



# 7

## Differential Application of OMO Model in Tourism Shopping

ความแตกต่างของการประยุกต์ใช้แบบจำลองทางธุรกิจ OMO ในตลาดการท่องเที่ยว

Fu Bing and Ming Hsun Hsieh

ฟู บิง และ หมิง ฮซุน ฮีเย่







# Differential Application of OMO Model in Tourism Shopping

ความแตกต่างของการประยุกต์ใช้แบบจำลองทางธุรกิจ OMO ในตลาดการท่องเที่ยว

Fu Bing<sup>1</sup> and Ming Hsun Hsieh<sup>2</sup>

ฟู ปิง และ หมิง ฮซุน เซี่ย

<sup>1</sup>Faculty of Law Krirk University 3, Ram Inthra Road, Anusawari Subdistrict, Bang Khen District, Bangkok 10220, Thailand Tel : 02-5523502-9 e-mail : 748351121@qq.com.

คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก 3 ถนนรามอินทรา แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพฯ 10220 ประเทศไทย  
โทรฯ : 02-5523502-9 e-mail : 748351121@qq.com

<sup>2</sup>Faculty of Law Krirk University 3, Ram Inthra Road, Anusawari Subdistrict, Bang Khen District, Bangkok 10220, Thailand Tel : 02-5523502-9 e-mail : 748351121@qq.com.

คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก 3 ถนนรามอินทรา แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพฯ 10220 ประเทศไทย  
โทรฯ : 02-5523502-9 e-mail : 748351121@qq.com

*Received : January 14, 2020 Revised : June 12, 2020 Accepted : June 12, 2020*

## Abstract

Changes in consumer demand and the development of retail infrastructure have promoted the emergence of the OMO (Online-Merge-Offline) model, which has become an effective way to resolve online and offline purchase conflicts. This study combines the characteristics of travel shopping and industry expert interviews to summarize the performance of the fusion dilemma that occurs when the OMO model is applied in the travel shopping market. Based on this, an OMO model that integrates the dilemma factors in the process of tourism shopping is differentiated and designed the model application process. The differentiated application of the OMO model transforms the precise flow of offline travel shopping, reconstructs customer consumption experience, extends offline consumption scenarios, enhances sales work motivation, and enhances the brand recognition of businesses, and effectively improves the sales performance of travel shopping businesses.

**Keywords :** Tourism Shopping; O2O Model, OMO Model; Online and Offline Integration

## บทคัดย่อ

ความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการค้าปลีกทำให้เกิดการพัฒนาแบบจำลองทางธุรกิจ OMO (Online-Merge-Offline) ซึ่งเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาธุรกิจในตลาดออนไลน์และออฟไลน์อย่างมีประสิทธิภาพ การศึกษาในครั้งนี้ ได้สรุปถึงความแตกต่างของการประยุกต์ใช้แบบจำลองทางธุรกิจ OMO (Online-Merge-Offline) ในตลาดการท่องเที่ยว ผ่านการจำแนกและการบูรณาการ ปัจจัยที่ขัดแย้งกัน ความแตกต่างของการประยุกต์ใช้แบบจำลองทางธุรกิจ OMO (Online-Merge-Offline) ในตลาดการท่องเที่ยว ถูกสร้างขึ้นเพื่อทำให้เกิดความแม่นยำของกระแสตลาดการท่องเที่ยวแบบ

ออฟไลน์ การปฏิรูปความเคยชินในการบริโภคของลูกค้าของกระแสการตลาดการท่องเที่ยวแบบออฟไลน์ การขยายการบริโภคในตลาดออฟไลน์ ปรับปรุงแรงจูงใจในการขายและการยอมรับในตราสินค้าของผู้ประกอบการ ตลอดจนการปรับปรุงประสิทธิภาพในการขายของผู้ประกอบการ

**คำสำคัญ :** แหล่งท่องเที่ยวเชิงการค้า; แบบจำลอง O2O; แบบจำลอง OMO; บุรณาการออนไลน์และออฟไลน์

## Introduction

With the development of the social economy and the improvement of living standards, tourism has become an important way for people to entertain. Tourism shopping, as one of the six major elements of tourism, is an important force to promote the development of the local tourism economy (Nie, 2003), and about 33% to 56% of tourists' tourism expenditure is used for shopping (Law & Au, 2000). In recent years, the rapid development of e-commerce has broken the regional barriers to the sale of tourism products, expanded product sales channels, and increased the transparency of prices. The purchase of tourism products online has become a common method adopted by tourists (Shi & Long, 2018). With the popularity of mobile Internet and mobile payment, consumers are becoming more and more convenient to switch between online and offline purchases, consumption and payment. They not only love the rich and affordable online consumption of goods, but also enjoy the "what you see is what you get" Offline experience.

Changes and developments in consumer demand and retail infrastructure have promoted the birth of an OMO (Online-Merge-Offline) model based on online and offline integration. Under this model, consumers can achieve the consistency of online and offline purchases, laying a feasible foundation for online shopping and secondary conversion of offline consumers by travel shopping merchants. However, the uncertainty of travel and shopping demand has caused online conversion to increase the pressure on merchant customers to acquire and manage and has prompted merchants to examine themselves more rationally. Based on the explanation of the OMO model, this article sums up the problem of the fusion dilemma of the application of the OMO model of travel shopping based on the shopping characteristics of tourists. According to the problem, it proposes the differentiated application method of the differential integration of the dilemma factors to solve the problem that increasing online cost of flows, so as to obtain complete and consistent flows online and offline to increase sales performance.

## Difficulties in the application of tourism shopping OMO model

### 1. Online and offline integration : the connotation of the OMO model

With the application of smartphones and tablets, enterprises can customize personalized information based on demographic information and consumer behavior characteristics, and



use Internet tools to provide or send customized information reflecting consumer's special interests and consumer behavior to consumers. At the same time, online sales can record the number of clicks on the "guest" sales page, their stay time on the page and the track of the visit, making it easy for companies to measure marketing effectiveness. However, online sales make sales prices more transparent. Suppliers of high-quality products can make up for the losses brought by price transparency through the benefits brought by value transparency, while indifferent product providers need to reduce costs to improve competitiveness. Although many brick-and-mortar retailers were hesitant to create an e-commerce channel because they worried that online products or services would conflict with offline, but after seeing that online channels can expand business opportunities, they all decided to increase the Internet as a distribution channel (Andrea, 2010). O2O (Online-to-Offline) model has become the choice of retailers' combining online and offline channels which using the Internet's cross-temporal features to extend goods and services, combined with online Internet platforms to attract customers to offline consumption. But from the perspective of the operating effect of the O2O model, it puts too much emphasis on the transfer of online passenger traffic offline, dividing online and offline into two, and cannot achieve a highly integrated and unified user experience between online and offline.

OMO (Online-Merge-Offline) model is derived from the O2O model, which means online and offline integration. According to O2O's online-to-offline application model, some scholars have proposed traditional retail enterprises to apply the online-offline integration business model to effectively connect the tangible and intangible markets and achieve the integration of the physical and network economies (Guo, Wang & Chen, 2015). Li (2018) proposed the concept of OMO, thinking that the OMO model is a complete integration of online and offline, and all online and offline data and everything are integrated into an ecosystem. The research of the OMO model focuses on the two-way flow of customers and their consumption behavior. Yang (2018) believes that the OMO model is intended to connect offline and online traffic, achieve dual-directional flow, mutual empowerment and mixed development of consumer behavior, and provide consumers with a more convenient and optimized service experience. Shi and Zhang (2016) believe that the OMO model is a two-way integration of online products and services in the retail industry, and that virtual sales and physical consumption experience are seamlessly connected. It can be seen that most scholars' research on the OMO model focuses on the two-way flow of customers and their consumption behavior.

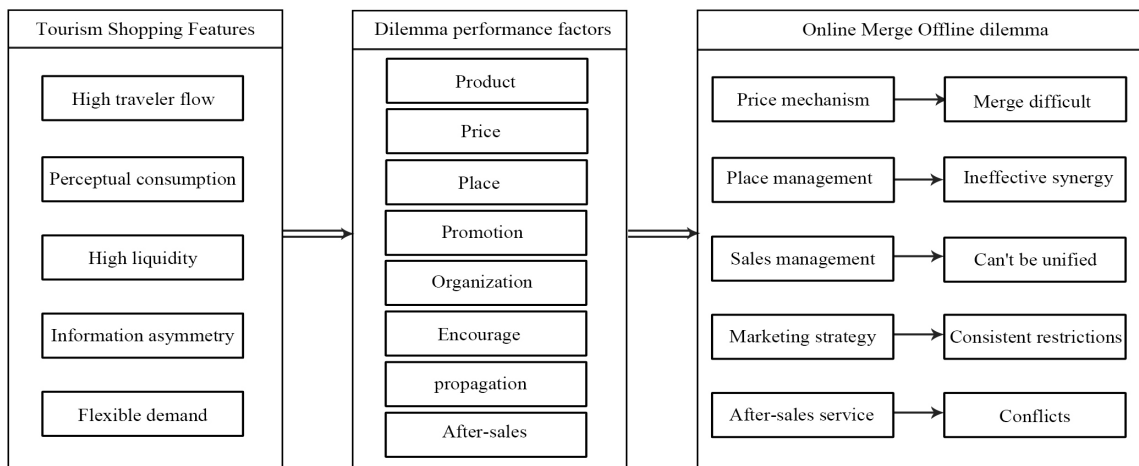
Some studies believe that the foundation of online and offline integration is the

convenience of online channels using Internet sales and promotion to expand publicity and increase sales for offline entities. Offline physical stores “endorse” online sales and provide different consumption scenarios and Logistics distribution (Fu, 2019). Although scholars and industry experts have different understandings of the OMO model, they pay attention to the mutual drainage of online and offline customers, so that they have the convenience and choice of having online and offline experience and services of having online and offline. In a nutshell, the OMO model uses online e-commerce to rely on offline physical stores and offline physical stores to borrow online e-commerce channels, combined with the dual advantages of online e-commerce sales convenience and traditional physical store traffic. Convergence, channeling online customer traffic to offline physical stores, and effectively converting the online customer traffic carried by offline physical stores into a business model operated by online users.

## 2. Merger Dilemma : Conflicts in the OMO Model of Tourism Shopping

Consumers are completely changing the way they shop in physical stores. When shopping in stores, they are increasingly using mobile phones to contact friends or loved ones for advice on a product (Jonathan, 2013). Tourism shopping is a non-rigid demand. Consumers are more seeking psychological satisfaction, and the existence of regional barriers to tourism destinations makes tourism shopping with high traveler flow, perceptual consumption, high liquidity, information asymmetry, and flexible demand such as features (Zhong, 2005). The characteristics of travel shopping have prompted consumers to compare online and offline prices of products with similar products of other businesses when shopping in physical stores, and consulted friends extensively to purchase, which has become an obstacle to the integration of online and offline travel shopping. In essence, no matter how well the online and offline channels are designed and managed, conflicts always exist. The most fundamental reason is that it is difficult for retailers to agree on the benefits of online and offline sales. Interviewing some travel shopping retail enterprise managers and industry experts on the dilemma of online and offline integration, the results show that the dilemma of online and offline integration of travel shopping is mainly reflected in product, price, place, promotion, organization, encourage, propagation and after-sales , combined with relevant scholars ‘research on factors affecting tourists’ shopping behavior (Shi, 2005), it is found that the dilemma of online and offline integration of travel shopping is embodied in the following five aspects.

**Figure 1** The Dilemma of Tourism Shopping OMO Model



Source : Organized of this study

**(1) Difficulty in price unanimous implementation.** The locality and nationality of tourism commodities determine that tourists generally have a low level of understanding of the product, and there is an unequal relationship between the structure, complexity of production, and price of tourism products (Zhang, Wang & Xin, 2002). The asymmetry of tourism product information makes the price opaque, and merchants implement differentiated transaction prices for consumers with different purchasing capabilities to obtain higher profits. In the traditional tourism shopping market, when tourists leave the store and lose contact with them, tourism shopping merchants prefer to manipulate products and prices offline, making the current transaction a one-time transaction, and unwilling to be an online e-commerce customer. When offline products are converted online, the same price is not conducive to online business promotion. Inconsistent prices easily lead to channel conflicts (Wang & Zhang, 2013). Tourist shopping merchants are unwilling to give up the “high” benefits that are available offline for online traffic conversion, and it is impossible to integrate online and offline customer traffic.

**(2) The place management is difficult to coordinate.** In the era of abundant material and developed logistics, the material factors pursued by off-site shopping have weakened, and tourism shopping has become an emotional consumption process that pursues higher-level satisfaction (Zhong, 2005). Although the establishment of online e-commerce channels has broadened sales channels and combined offline physical store customer traffic, the wide variety of product categories sold online is bound to pull tourists back to the rational consumption shopping scene. They will again compare prices, brands, and experiences. And so on, thereby reducing the instant shopping volume. Tourists have high mobility and short shopping time, and their purchase methods are more willing to take a quick and easy way.

The online drainage of offline passenger flow will inevitably cause the workload of consumers and sales staff, and complicate the purchasing process, Pay attention to public account, online ordering and other measures. This is undoubtedly contrary to the wishes of consumers, and even they feel that there is a suspicion of privacy infringement. The differences in online and offline channel operation of tourism shopping make it difficult for the two channels to achieve synergy.

**(3) Lack of uniform sales management.** Tourism shopping belongs to non-basic tourism consumption, consumer demand is highly elastic, and tourism shopping expenditure is great volatility (You & Tao, 2006). The more abundant and distinctive the products displayed in offline shopping stores are, the more tourists can make quick choices and increase their purchase demand. Although online channels make up for the lack of offline physical stores, the inconsistency of product categories and prices makes offline online tourists unable to find products online, and tourists will again face buying choices problem. For sales staff, if they make great efforts to transfer offline customers to online without any incentives, and customer repurchase has no performance-related relationship with sales staff, sales staff lacks the incentive to drain. If a repurchase channel is established through WeChat Plus, the mobility of sales staff and the evaluation of private purchases lack an effective management mechanism.

**(4) Consistent marketing constraints.** Tourist shopping stores are located in tourist destinations or on the way of travel. The probability of tourists repeating the same scenic spot is relatively small, and the one-time consumption behavior of tourist shopping exists objectively (Li & Zhang, 2009). The application requirements of the OMO model are to use online e-commerce to break through the limitation of “display” of offline physical stores and conduct convenient marketing communications through online channels, but the online and offline sales environment is differentiated. Lack of rigidity in prices and bargaining among tourists has become the norm. The offline marketing strategy of the travel merchant must be flexible and changeable according to the situation, and the relatively stable marketing thinking must be adopted online to ensure the price experience of the user purchase. The difference between online and offline marketing and promotion costs also makes it difficult to formulate consistent results in terms of sales activity intensity and price discounts. The mutual restriction of online and offline marketing strategies for tourism shopping has also become a problem of integration.

**(5) After-sales contradiction exists.** The application of the OMO model theoretically combines the respective service advantages of online and online to provide tourists with continuous after-sales service. Tourists have specific feelings about products in offline



physical stores in tourist destinations and have clear expectations for products when purchasing online channels. There will be no returns or negative reviews caused by-products that do not match the description. However, due to the liquidity of tourism, merchants prefer to buy and sell with one hammer offline and do not want to provide corresponding after-sales service. If there is a problem with the travel product, it cannot be returned or exchanged like ordinary products. It is difficult to establish customer loyalty to the product or brand. If a series of purchases are brought online, the online evaluation and feedback mechanism will prompt merchants to do more work to provide corresponding guarantees. This is what they should do, but not their wishes. Introducing offline expectations online is not proactive, and online and offline after-sales services cannot be matched, and the problem of the merge is more prominent.

## Differential application of tourism shopping OMO model

### 1. Dilemma resolution : Differential integration of dilemma factors

The characteristics of tourism shopping determine the advantages and dilemmas of the application of the OMO model. Since the application of the OMO model in tourism shopping has dilemma factors, it is necessary to combine the actual situation of tourism shopping to decompose the dilemma performance factors in Figure 1 to the differentiated fusion form realizes the application of tourism shopping OMO model, As shown in Table 1.

**Table 1** Differentiated application expressions of tourism shopping OMO model

Factor	Product	Price	Place	Promotion	Organization	Encourage	propagation	After-sales
Online (Differential)	Inventory Products; Inbound Products; Promotion Products; Featured Products;	Low-priced Products	WeChat + virtual store (third-party platforms, applets, etc.)	Precision marketing, E-coupon	E-commerce department	Online sales share Offline; performance rewards	Low-cost, real-time publicity (WeChat, WeChat group, public account)	Online sale
Merge	Same Products	Same Price	Same cognition	Rights sharing	Joint management	Performance sharing	Synergy-surely	Jointly maintaining after-sale protection
Offline (Differential)	All Products; High-end Products; Image Products;	Expensive Products	Physical store + WeChat	Promotion experience	Sales department	Offline and online profit sharing	Offline experience promotion	Online sale; WeChat after sales
Optimization measures	High-quality, "Best-selling commodity online, first offline sales test, then online	Offline price comparison experience	Offline precise passenger traffic leads online	Turn competition into collaboration and promote offline experiences online	E-commerce department integrated into sales department	Offline sales for online drainage to obtain online secondary sales sharing	Online and offline complementary advantages, two-way brand communication	Establish an after-sales appeal channel online

**(1) Product.** The products sold by online e-commerce online stores and offline physical

shopping stores are consistent and differentiated according to actual conditions. The essence of online and offline product integration is to achieve the same product. The difference is that different categories and styles of products are sold online and offline (Chen, 2010). Online e-commerce online shop owners promote inbound products, promotion products, and featured products, and focus on online conversion products that use offline advantages to conduct sales testing and then sell online. For a large number of offline inventory products, online promotions can be used to clean up, especially to ensure the quality of online products to build a brand. Offline physical stores can theoretically have all products, but to ensure consistency with online sales products, in principle, high-end products, and image products sold offline are not converted online (Xia & Feng, 2016). Offline brick-and-mortar stores do not directly display products sold online. They only launch online sales when inquiries are made by tourists. Explosive products sold online must be converted offline promptly.

**(2) Price.** Online and offline physical stores should follow the consumption habits of actual customers, and the prices of the same products should be the same (Dou, 2017). The price of products sold online mainly promotes low-prices, such as inbound products and promotional products that are more focused on low prices. Offline brick-and-mortar stores provide a direct experience that cannot be “touched” online, focusing on selling expensive products with high profits. The price of the same product sold offline and online should be strictly the same and not arbitrarily adjusted. However, according to the characteristics of high elasticity and high price fluctuation of offline shopping demand for tourism shopping, flexible products sold simultaneously online and offline should reasonably design the line. Reduce the price fluctuation range, increase online and offline purchase price comparison experience, and gain customers’ trust in online purchases.

**(3) Place.** Users do not follow the online and offline channel classification logic to make purchase choices. They often make choices based on the specific context at the time. The focus of their choice is whether they can get the goods and services that meet consumer demand at the moment. The merge of online and offline channels enables customers to make different purchases at the same merchant and uses the merchant brand as the same logo to achieve seamless switching and efficient collaboration between channels. The unification of channels meets a variety of consumption scenarios such as online inquiry and offline experience, offline experience, and online purchase, and caters to consumer experience-type consumption needs. Large offline traffic is accurately channeled online through the same cognition of the channel, thereby obtaining the opportunity for customers to repurchase.

**(4) Promotion.** The synergy of online and offline channels can take advantage of the





convenience of online marketing and promote the sharing of electronic coupons, electronic points and the rights of offline consumption. Offline brick-and-mortar stores provide a direct experience that cannot be “touched” online while matching the same online product offers. Online and offline promotion activities cooperate as needed, transforming the competitive relationship acquired by customers into a cooperative relationship. Consumers can easily repurchase and recommend products to each other. Use offline promotions to divert online, and take promotional offers for offline experience online. Attract tourists to field tourism purchases.

**(5) Organization.** According to the differences in online and offline business content, the online and offline sales business departments are still divided into e-commerce departments and sales departments. The management team of each department has its professional talents. Based on the division of departments, the two departments realize the integration of high-level management to jointly manage online and offline sales. The e-commerce department can be integrated into the sales department and managed by the sales department to reflect the unity of the management department. The business learning and work arrangements of the two departments are all carried out in the same way. The sales guide of the sales department also serves as the customer service staff of the e-commerce department, forming a close integration in the business area.

**(6) Encourage.** Tourist shopping merchants should establish a dynamic performance incentive mechanism that takes into account the recognition of customer performance that is transformed online and offline, and ensure that sales personnel share online and offline performance. Offline sales staff obtains sales commissions from offline physical stores; offline sales staff imports sales results from online customers, and initial commissions are given to offline sales staff, and then online sales are performed by online and offline sales staff according to the set distribution ratio Commonly divided into (Pan, 2017). Due to the difficulty of confirming the work of online promotion and introduction of offline customer identification, online sales personnel are mainly based on the distribution of product sales for online sales, while considering the overall sales performance of offline sales to the online sales personnel. Encourage the mutual conversion and sales of sales by offline and offline sales personnel in a way of mutual penetration of performance, opening up the unsustainable e-commerce market online.

**(7) Propagation.** Online and offline use their communication advantages to cooperate to achieve synergies and promote two-way propagation of the brand (Li, 2013). Low-cost, real-time promotional tools such as WeChat, WeChat group, and public account are adopted online to spread the cultural added value of the product through accurate marketing,

achieving efficiency and convenience. Offline communication is mainly based on experience, focusing on bringing offline customers to online stores, and using online data technology to collect, store, and analyze customer consumption behavior data to form consumer portraits. Improve and optimize inventory reference to enhance online sales and offline experience.

**(8) After-sales.** The biggest advantage of OMO model integration is to establish a communication mechanism with customers on the line, and it has also become a channel for customer service complaints. The after-sales service mechanism for an online purchase is relatively mature, and the third-party service platform can complete the entire process of after-sales service. In contrast, the after-sales mechanism of offline physical stores in tourism shopping is relatively outdated. Telephone service and other methods are generally used, and even more, they are unwilling to provide after-sales protection. Tourist shopping merchants should be aware that the establishment of “after-sales service” channels is an effective means to convert offline customers online and expand the after-sales service system of online channels to offline. Add WeChat and other methods to enjoy accurate service experience.

## 2. The differentiated application process of tourism shopping OMO model

Differential application of the OMO model in tourism shopping distinguishes the difficulty to integrate fragmentation factors, makes full use of the abundant offline passenger flow, combines the advantages of offline scene-based experiences and services, and makes up for the shortcomings of online operations with new customer acquisition channels. Board, its application process is shown in Figure 2. In Figure 2, the dashed line indicates that customers are converting to online channels through the Internet. Online channels exist in a variety of forms such as self-built websites, third-party platforms, APPs, WeChat, and small programs.

The OMO customer model of tourism shopping is divided into offline tourists and network customers, mainly tourists. Tourists enter the offline physical shopping store of the tourist destination, visit the physical store to display all the products sold, the buyer purchases the products sold only offline through traditional offline channels, and the sales staff uses the after-sales service as an opportunity to guide the buyer to add store customer service WeChat or follow Public account, paving the way for brand publicity and product marketing. Sales personnel should guide buyers to purchase products sold online and offline simultaneously through online channels to ensure the use of good online after-sales service channels. At the same time, consumers will mainly choose the offline purchase process, and they tend to buy offline. deal with. For customers who have not visited the store, the sales staff should actively guide them to add customer service WeChat or follow the public



account. It is worth mentioning that the guidance is not compulsory, and it is not necessary to take gifts to obtain “pseudo” customers. Online purchase customers are subdivided into offline import customers and online customers.

Buyers and non-purchasers who add customer service WeChat or follow WeChat public account offline and their recommended customers are considered offline import customers. Offline import customers search for or scan the shop QR code on product packaging bags to enter online shops for purchase, which accounts for a considerable proportion of purchases. Online network customers purchase through the platform’s natural search. Online shop online customer service WeChat through online interaction, and the store’s customer service WeChat, WeChat group and WeChat public account are connected. Online sales personnel use WeChat marketing, public account transmission, and other methods to awaken the tourist context of tourists, transform the online purchases of customers who leave, and at the same time use the promotion of tourist attractions and products to stimulate online purchases and offline purchases of non-field travel online customers. On-site tourism needs to achieve online customer integration and offline diversion.

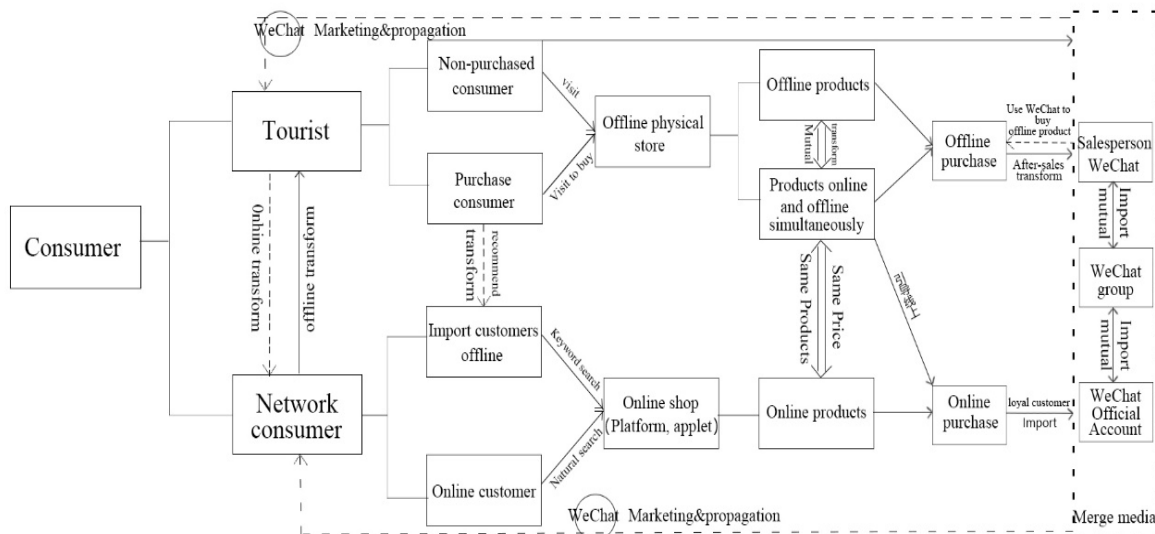


Figure 2 OMO model differentiated tourism shopping application process

Source : Organized of this study

## Differentiated application effect of OMO model for tourism shopping

The differentiated application of tourism shopping OMO model effectively solves the problem of the integration of tourism shopping due to consumer mobility and product demand flexibility, fully combine the conversion of offline passenger traffic to meet the needs of tourists ‘instant shopping experience, add convenience for tourists’ subsequent purchases. In general, the effect of differentiated application of tourism shopping OMO mode is mainly reflected in the following aspects.

**(1) Convert precise offline traffic.** The original intention of online shopping for travel shopping merchants is to transform the abundant passenger flow offline. The integration of online and offline channels integrates online and offline traffic entrances, combined with self-media tools such as WeChat, using after-sales services and logistics distribution, to effectively convert accurate offline customer traffic, and merchants can easily obtain a large number of customers Resources. Through precision marketing to drive customer repurchase and conversion of new customers, merchants do not need to spend a lot of money and time to promote the company’s products, saving manpower, material resources, time and costs. The introduction of offline passenger flow solves the problem of online customer acquisition while awakening tourists’ awareness with experience advantages. Tourists purchase similar products more favorably from businesses visited and purchased by them, to avoid the difficulty of consumer purchase choices caused by the homogeneity of corporate products and sales channels in pure e-commerce customer transactions.

**(2) Reconstruct customer consumption experience.** The tourism shopping OMO model reconstructs the online and offline consumer experience of customers, enabling tourists to realize a variety of shopping experiences such as offline purchase and online purchase after the offline experience. The offline experience is the basis of online traffic conversion. The products purchased online after the offline experience are personally selected by the tourist, and the product quality and experience are consistent with the offline. The online return and exchange and evaluation mechanism also urge merchants to not use this as sufficient and false publicity when selling products online, reducing the occurrence of disputes during travel shopping and the negative rate caused by return and exchange during online sales, and improving the tourist Tourism satisfaction. The online after-sales mechanism can ensure the safety and reliability of the separation of people and goods, and reduce the pressure on tourists to store and carry goods during travel and shopping. In the context of technological development, merchants can take advantage of the WeChat mini-program “Come when called, go when used” to help consumers get rid of traditional online shopping, cumbersome mobile ordering procedures, and one-click shopping.



**(3) Extend offline consumption scenarios.** Other factors such as consumer spending, unpleasant experiences, and tourism budgets during the tourism process will limit tourists' spending on actual shopping. The OMO model has perfect online purchasing, promotion, and dissemination methods, bringing the offline traffic of willing tourists into the online, and transforming tourists' original one-time shopping behavior into "anytime, anywhere" purchase. Tourists often experience offline experiences, have a direct perception of products and physical stores, and have a high probability of guiding them to buy again. The OMO model uses online social tools such as WeChat to conduct online promotions based on offline purchases. Using social and recommendation methods, customers will be immersed in the scene of offline travel to generate purchase demand, extend the offline consumption scene, and increase user's sticky.

**(4) Improve sales motivation.** The key to the implementation of the OMO model is the actual implementation personnel. The implementation of personnel is not in place. No matter how good the business model is, it is just a matter of talking on paper. The way of sharing sales performance between online and offline prompts offline sales staff to actively bring offline customers online, and the introduction of rich offline traffic increases the performance of sales staff in the e-commerce department. The common performance growth has promoted the traditional sales department and the e-commerce department. Employees efficiently cooperate with online and offline sales, inventory and after-sales related tasks. This community of interests approach enables online and offline staff to cooperate spontaneously and effectively and solves the problem of the work contact mechanism so that online sales are out of the endless loop that has not been able to break through, gaining the sales effect of online and offline coordination, and improving online and offline collaboration Sales motivation.

**(5) Increase business brand recognition.** Gee, Maken & Choy (1997) researched that tourism product retail has played a role in promoting tourism regions and businesses due to product proliferation. The application of the OMO model meets the needs of omnichannel sales of travel shopping merchants, and online channels have become the main way for merchant brands to spread on the Internet. The advantage of online channel communication assists in the promotion of offline entities. The offline physical store experience reverses the introduction of loyal customers for online channels to obtain online traffic. The online and offline channels are no longer strictly distinguished, and the purchase channels are shaped by the brand of the merchant store. Store brands have become customers' unified perception of the seamless connection between online "virtual e-commerce" and offline "physical store merchants". Regardless of whether tourists are buying online or offline, the OMO

model can enable them to achieve their after-sales protection through effective complaint channels such as customer service WeChat, APP or platform stores. The comprehensive after-sales service requires travel shopping merchants to improve high-quality products and services. Under the three additions of products, services, and tourist attractions, the brand influence of the merchant is more prominent.

## Conclusion

The advantage of large tourist traffic in the tourist shopping market is gradually weakening with the popularity of online shopping. Tourist shopping merchants urgently need to establish online sales channels to open the online sales market and convert large offline traffic. Using the OMO model combined with the advantages of passenger flow to expand sales and open up the online and offline integrated channels of the travel shopping market seems to be an inevitable choice for travel shopping merchants. The key to the OMO model is the advantages of both online and offline integration, presenting the convenience of online purchase and offline experience to consumers simultaneously. However, the practical difficulties caused by factors such as customer mobility, product demand elasticity, information asymmetry, and consumer sentimental consumption in the travel shopping market are difficult to integrate into the OMO model. Tourist shopping merchants must combine the actual market conditions to distinguish difficult factors that are difficult to integrate and ensure the application of the OMO model of tourist shopping with online and offline differentiated integration.

The differentiated and integrated OMO model uses Internet tools to enable the travel shopping market to extend online sales channels, extend offline consumption scenarios, transform offline and accurate customer traffic, integrate the convenience and experience of online and offline consumption, and increase merchant brand recognition and Improving the sales force's work motivation and other effects, and effectively taking advantage of the convenience and speed of online channels and offline consumer experience and traffic can effectively improve the sales performance of travel shopping retailers.

## References

- Andrea Chang. (2010). *Retailers Fuse Stores with E-commerce*. (February 13, 2013) Retrieved From <https://www.tuscaloosanews.com/business/20100627/retailers-fuse-stores-with-e-commerce>.
- Chen, X.Y. (2010). Goods management in the development of enterprise e-commerce channels. *China Business & Trade*, 23, 85-86.
- Dou, K. (2017). How to integrate marketing channels in the e-commerce era. *Foreign Investment in China*, 9, 86-88.



- Fu, B. (2019). Reflections on the OMO Business Model in the Age of the Internet Economy. *Reformation & Strategy*, 35(7), 75-83. DOI:10.16331/j.cnki.issn1002-736x.2019.07.010
- Gee, C.Y, Maken, J.C & Choy, D.J. (1997). *The travel industry*. New York : Van Nostrand Reinhold.
- Guo, Y, Wang, K. & Chen, G.H. (2015). Research on Traditional Retailer's Transformation and Upgrading Base on Online and Offline Integration. *Chinese Journal of Management Science*, 23(S1), 726-731.
- Jonathan Nelson. (2013). *One Screen to Rule Them All*. (February 13, 2013) Retrieved from <https://www.adweek.com/brand-marketing/voice-one-screen-rule-them-all-147137/>.
- Law, R. & Au, N. (2000). Relationship modeling in tourism shopping : a decision rules induction approach. *Tourism Management*, 21(3), 241-249.
- Li, J.F. (2013). *The use of social media in product marketing*. The School of Communication at Jiangxi Normal University, Nanchang in China.
- Li, K.F. (2018). Speeding towards the OMO era. *Journal of Manager*, 2, 144-146.
- Li, X.Y. & Zhang, L.P. (2009). Thoughts on the integrity of tourism shopping. *Journal of Wuhan Commercial Service College*, 23(03), 37-38.
- Nie, H.G. (2003). Tourist Consumption Psychology and Tourist Product Development. *Journal of Guizhou College of Finance and Economics*, 1, 65-67.
- Pan,Y. (2017). Research on the Operating Model of Chain Retail Enterprises Based on O2O Model. *Mall Modernization Journal*, 23, 24-25. DOI:10.14013/j.cnki.scxdh.2017.23.014.
- Shi, M.Y. (2005). A Study on Shopping Behaviors of Tourists. *Tourism Tribune*, 5, 70-75.
- Shi, P. & Long, Y. (2018). Service Quality Decision-making in Tourism O2O Supply Chains Considering Service Costs-Sharing. *Tourism Tribune*, 33(11), 87-97. DOI:10.3969/j.issn.1002-5006.2018.11.015.
- Shi, Y.F. & Zhang, H. (2016). Reflections on the OMO Business Model in the Age of the Internet Economy. *Journal of Commercial Economics*, 13, 7-10.
- Sun, Y.N. (2018). Game Analysis of O2O Model in Tourism Shopping. *E-Business Journal*, 4, 9-10. DOI:10.14011/j.cnki.dzsw.2018.04.005.
- Wang, X.H. & Zhang, Q.L. (2013). Research on Online and Offline Marketing Synergy of Multi-channel Retailers—Case Study on Suning. *Journal of Business Economics*, 9, 37-47. DOI:10.14134/j.cnki.cn33-1336/f.2013.09.010.
- Xia, Q.H. & Feng, Y. (2016). The Conflict and Coordination of Traditional Retailing Enterprises about Online and Offline Dual Business Model Innovation—In the Case of Suningyun. *Economy and Management*, 30(01), 64-70.

- Yang, X. (2018). Reflections on the OMO Business Model in the Age of the Internet Economy. *Contemporary Economics*, 17, 94-95.
- You, H. & Tao, Z.M. (2006). Problems and Optimization of China Tourism Consumption Structure. *Jiangsu Commercial Forum*, 8, 62-63. DOI:10.13395/j.cnki.issn.1009-0061.2006.08. 024
- Zhao, L.M, Wang, M., Xin, C.X. & Wang, G. (2002). Impact of Information Asymmetry on Tourism Commodity Market and Its Governance Strategy. *Journal Beijing Second Foreign Language Institute*, 1, 1-3.
- Zhong, Z.P. (2005). *Tourism Shopping Theory and Development Practice*. Beijing, China : china market publishing corp.





# 8

กฎหมายว่าด้วยการประกันภัยเพื่อความรับผิดชอบแห่งจาก  
ความเสียหายทางนิวเคลียร์ : มาตรการที่ประเทศไทยต้อง  
เตรียมพร้อมก่อนเข้าเป็นภาคีอนุสัญญาและพิธีสารที่เกี่ยวข้อง

Laws on Civil Liability for Nuclear Damages : The Measures that  
Thailand has to Prepare before Becoming a Party to Relevant  
Conventions and Protocols

ดลนภา นันทวโรไพร์ และ คัมรณ สุขบาล

Dolnapa Nantawaroprai and Khamron Sukban





# กฎหมายว่าด้วยการประกันภัยเพื่อความรับผิดชอบทางแพ่งจากความเสียหายทางนิวเคลียร์ : มาตรการที่ประเทศไทยต้องเตรียมพร้อมก่อนเข้าเป็นภาคีอนุสัญญาและพิธีสารที่เกี่ยวข้อง

Laws on Civil Liability for Nuclear Damages : The Measures that Thailand has to Prepare before Becoming a Party to Relevant Conventions and Protocols

ดลนภา นันทวโรไพ<sup>1</sup> และ คัมรณ สุขบาล<sup>2</sup>

Dolnapa Nantawaroprai and Khamron Sukban

<sup>1</sup>คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก 3 ถนนรามอินทรา แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพฯ 10220 ประเทศไทย

โทรฯ : 099-3824888 e-mail : Annbluesky@gmail.com

Faculty of Law Krirk University 3, Ram Inthra Road, Anusawari Subdistrict, Bang Khen District, Bangkok 10220, Thailand Tel : 099-3824888 e-mail : Annbluesky@gmail.com

<sup>2</sup>คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก 3 ถนนรามอินทรา แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพฯ 10220 ประเทศไทย

โทรฯ : 089-2177799 e-mail : cms@phuket-law.com

Faculty of Law Krirk University 3, Ram Inthra Road, Anusawari Subdistrict, Bang Khen District, Bangkok 10220, Thailand Tel : 089-2177799 e-mail : cms@phuket-law.com

*Received : March 24, 2020 Revised : May 29, 2020 Accepted : May 29, 2020*

## บทคัดย่อ

เพื่อก่อให้เกิดหลักประกันในการนำพลังงานนิวเคลียร์มาใช้งานในประเทศไทย จึงจำเป็นต้องมีเรื่องความรับผิดชอบของรัฐต่อการรับประกันภัยจากอุบัติเหตุนิวเคลียร์ โดยการเข้าเป็นภาคีสันติสัญญา แต่ขณะนี้ประเทศไทย ยังไม่ได้ดำเนินการเข้าไปภาคีในสนธิสัญญากลุ่มที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบทางแพ่งจากความเสียหายทางนิวเคลียร์ (civil liability for nuclear damage) ส่งผลให้ไทยไม่มีความผูกพันต่อการต้องปฏิบัติตามพันธกรณีในทางระหว่างประเทศ และไม่มีการอนุวัติกฎหมายภายในที่จะรองรับในเรื่องนี้ ซึ่งจะส่งผลเสียต่อประเทศไทย หากกรณีมีอุบัติเหตุนิวเคลียร์เกิดขึ้น จากการใช้เครื่องปฏิกรณ์นิวเคลียร์ เครื่องกำเนิดรังสีหรือโรงรับโครงการโรงไฟฟ้านิวเคลียร์ในอนาคต โดยมีกรณีศึกษาความรับผิดชอบทางนิวเคลียร์ของประเทศญี่ปุ่น ประเทศแคนาดา และสาธารณรัฐอินเดีย

**คำสำคัญ :** ประกันภัย; อุบัติเหตุจากนิวเคลียร์; อนุสัญญาว่าด้วยความรับผิดชอบทางแพ่งต่อความเสียหายจากนิวเคลียร์; ความรับผิดชอบของรัฐ

## Abstract

In order to guarantee the use of nuclear energy in Thailand, it is necessary to have the state responsibility to get insurance from nuclear accident, By entering a state party of treaty, but Thailand has not entered into the treaty with the group of civil liability for nuclear damage, As a result, Thailand has without obligation to comply with international

obligations and does not have internal law to support this. Which will adversely affect Thailand in case any nuclear accident from using of nuclear reactors, radiation generators or support the nuclear power plant projects in the future. In case study of Nuclear liability of Japan, Canada and India.

**Keyword :** Insurance; Nuclear Accident; Convention on Civil Liability for Nuclear Damage; State Responsibility

## บทนำ

การดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับนิวเคลียร์เพื่อสันติ และมีการนำมาใช้อุตสาหกรรมหลายประเภทที่ไม่ต้องห้ามตามกฎหมายระหว่างประเทศนั้นควรมีการบริหารจัดการเรื่องความเสี่ยงเข้ามาในระบบการป้องกันภัยที่อาจเกิดขึ้นหรือไม่เกิดขึ้นก็ได้แต่ก็จำเป็นที่จะต้องมีการรับประกันวินาศภัยขึ้นมารองรับเมื่อเกิดอุบัติเหตุจากการดำเนินกิจกรรมนั้น การรับประกันภัยกิจกรรมนิวเคลียร์เพื่อสันติ รัฐจำเป็นต้องสนับสนุนเพื่อก่อให้เกิดหลักประกันในที่มีการนำเทคโนโลยีนิวเคลียร์มาใช้งานซึ่งนั่น หมายถึง การที่รัฐจำเป็นต้องมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ จึงจำเป็นต้องมีเรื่องความรับผิดชอบของรัฐต่อกิจกรรมดังกล่าว ประการสำคัญซึ่งมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเนื่องจากสิ่งแวดล้อมระหว่างประเทศบริเวณที่ไม่อยู่ในเขตอำนาจของรัฐใดเป็นสมบัติร่วมกันของมนุษยชาติ ที่ทุกๆ รัฐต้องอารังรักษาทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมร่วมกันและยังรวมถึงมลพิษภายในเขตอำนาจของรัฐที่ก่อความเสียหายแก่สิ่งแวดล้อมของโลกได้ อันรัฐต้องป้องกันสิ่งแวดล้อมและส่งเสริมหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืนร่วมกันเมื่อรัฐแสวงประโยชน์หรือใช้ประโยชน์จากสิ่งแวดล้อม รัฐต้องมีความรับผิดชอบร่วมกันในการคุ้มครองสิ่งแวดล้อม (พรชัย ตำนานวิวัฒน์, 2551) และในด้านการควบคุมกิจกรรมนี้ในทางระหว่างประเทศได้มีทบวงการพลังงานปรมาณูสากลเป็นผู้ออก กฎ ระเบียบ คำแนะนำ ชี้แนะและได้มีกฎหมายระหว่างประเทศในเรื่องความรับผิดชอบที่มีประเทศภาคีสมาชิกหลายประเทศให้สัตยาบันและลงนามจึงจำเป็นต้องอนุวัติการให้มีกฎหมายภายในรองรับกฎหมายระหว่างประเทศ หรือความตกลงระหว่างประเทศที่รองรับในการที่จะเยียวยาผู้เสียหายจากอุบัติเหตุนิวเคลียร์ ได้แก่ อนุสัญญากรุงเวียนนาของทบวงการพลังงานปรมาณูระหว่างประเทศว่าด้วยความรับผิดชอบทางแพ่งจากความเสียหายทางนิวเคลียร์ (IAEA's Vienna Convention on Civil Liability for Nuclear Damage) ปี 1963 (ใช้บังคับเมื่อปี 1977) และอนุสัญญากรุงปารีสขององค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนาว่าด้วยความรับผิดชอบต่อบุคคลภายนอกเกี่ยวกับพลังงานนิวเคลียร์ (OECD's Paris Convention on Third Party Liability in the Field of Nuclear Energy) ปี 1960 ซึ่งใช้ผลบังคับในปี 1968 และสนับสนุนโดยอนุสัญญาเพิ่มเติมกรุงบรัสเซลส์ (Brussels Supplementary Convention) ปี 1963 อนุสัญญาเหล่านี้เชื่อมโยงกันโดยพิธีสารร่วมซึ่งรับรองในปี 1988 เพื่อนำเอาภาคีอนุสัญญาจาก 2 ขอบเขตตามเขตภูมิศาสตร์มาไว้ด้วยกัน (สุรศักดิ์ พงศ์พันธุ์สุข, 2554) ซึ่งตั้งอยู่บนพื้นฐานแนวคิดของกฎหมายแพ่ง (Civil Law) และยึดเกี่ยวกับหลักการที่ได้ครอบคลุมข้อบัญญัติ (Provisions) ที่เกี่ยวข้องกับ ความรับผิดเป็นของผู้ดำเนินการสถานประกอบการทางนิวเคลียร์ (Operators หมายถึง นิติบุคคลที่ทำหน้าที่ดำเนินการโรงงานนิวเคลียร์ทุกประเภท รวมถึงการขนส่งวัสดุแก๊สมันตรังสี) แต่ผู้เดียว เจตนารมณ์มุ่งให้ความรับผิดตาม กฎหมาย หมายถึง ความรับผิดของผู้ดำเนินการแต่ผู้เดียวและปกป้องผู้ป้อนวัตถุดิบ ความรับผิดของผู้ดำเนินการเป็นความรับผิดโดยสิ้นเชิง (Absolute Liability) กล่าวคือ ผู้ดำเนินการมีความรับผิดแม้ปราศจากความผิด (Liability without Fault) ยกเว้น “กรณีข้อพิพาทที่มีการสู้รบ (Armed



Conflict) ความเป็นศัตรูกัน (Hostility) สงครามกลางเมือง (Civil War) และการก่อกบฏ (Insurrection)” ( สุรศักดิ์ พงศ์พันธุ์สุข, 2554)

สำหรับประเทศไทย ได้มีกิจกรรมการใช้เทคโนโลยีนิวเคลียร์โดยสันติแต่ยังมีได้ดำเนินการเข้าไปภาคีในสนธิสัญญากลุ่มที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบทางแพ่งจากความเสียหายทางนิวเคลียร์ (Civil Liability for Nuclear Damage) กล่าวคือ อนุสัญญา ดังต่อไปนี้ (สำนักงานปรมาณูเพื่อสันติ, 2560)

1. อนุสัญญากรุงเวียนนา ว่าด้วยความรับผิดชอบทางแพ่งจากความเสียหายทางนิวเคลียร์ -Vienna Convention on Civil Liability for Nuclear Damage
2. พิธีสารแก้ไขอนุสัญญากรุงเวียนนา ว่าด้วยความรับผิดชอบทางแพ่งจากความเสียหายทางนิวเคลียร์ Protocol to Amend the Vienna Convention on Civil Liability for Nuclear Damage
3. พิธีสารร่วมระหว่างอนุสัญญากรุงเวียนนา และอนุสัญญากรุงปารีส-Joint Protocol Relating to the Application of The Vienna Convention and The Paris Convention
4. อนุสัญญาชดเชย เพิ่มเติมสำหรับความเสียหายทางนิวเคลียร์-Convention on Supplementary Compensation for Nuclear Damage

จากการที่ประเทศไทยมิได้เข้าเป็นภาคีอนุสัญญาทั้ง 4 ส่งผลให้ไทยไม่มีความผูกพันต่อการต้องปฏิบัติตามพันธกรณีในทางระหว่างประเทศและไม่มีกรอบนิติบัญญัติกฎหมายภายในที่จะรองรับในเรื่องนี้ ซึ่งจะส่งผลเสียต่อประเทศไทย หากกรณีมีอุบัติเหตุนิวเคลียร์เกิดขึ้นจากการใช้เครื่องปฏิกรณ์นิวเคลียร์ เครื่องกำเนิดรังสีหรือโรงรับโครงการโรงไฟฟ้านิวเคลียร์ในอนาคต ซึ่งต้องมีการกำหนดกรอบความรับผิดชอบและการจัดทำประกันภัยไว้ภายใต้บังคับบัญญัติความตกลงระหว่างประเทศว่าด้วยความรับผิดชอบต่อความเสียหายทางแพ่ง ซึ่งนั่นหมายถึง การบริหารจัดการเรื่องการเข้ารับประกันภัย โดยบริษัทรับประกันภัยเอกชนและ หากกำหนดเพดานมูลค่าความรับผิดชอบไว้สูงตามที่กฎหมายระหว่างประเทศกำหนดไว้ นั่นหมายถึง การต้องพิจารณาใช้บริษัทรับประกันภัยจากต่างประเทศมาร่วมรับความเสี่ยง เมื่อศึกษาถึงพระราชบัญญัติปรมาณูเพื่อสันติ พ.ศ. 2559 ก็ไม่ปรากฏถึงการบัญญัติในเรื่องการรับประกันภัยไว้แต่อย่างใด ประเด็นในเรื่องความเสี่ยงจากการรับผิดชอบในเรื่องเครื่องกำเนิดรังสี หรือเครื่องปฏิกรณ์นิวเคลียร์ที่นำเข้ามาในประเทศไทย จึงยังไม่มีกฎหมายไทยรองรับในเรื่องนี้

ความเห็นของผู้ที่เคยศึกษาวิจัยในเรื่องนี้ กล่าวว่า แนวคิดของหลักความรับผิดชอบทางนิวเคลียร์ (Nuclear liability principles) ที่ปรากฏในอนุสัญญากรุงเวียนนาว่าด้วยความรับผิดชอบทางแพ่งสำหรับความเสียหายทางนิวเคลียร์ พ.ศ. 2506 (The Vienna Convention on Civil Liability for Nuclear Damage 1963) และกฎหมายของญี่ปุ่น คือ พระราชบัญญัติว่าด้วยการชดเชยค่าสินไหมทดแทนสำหรับความเสียหายทางนิวเคลียร์ พ.ศ.2504 (Law on Compensation for Nuclear Damage 1961) ซึ่งกำหนดให้ผู้ประกอบการต้องรับผิดชอบโดยเด็ดขาด (Strict Liability) หรือรับผิดชอบโดยสมบูรณ์ (Absolute Liability) ในขณะที่ผู้ประกอบยังไม่ต้องรับผิดแต่ผู้เดียว (Exclusive liability) และห้ามโอนความรับผิดชอบของตน (No channeling) ไปยังผู้เกี่ยวข้องกับโครงการโรงไฟฟ้าพลังงานนิวเคลียร์รายอื่น อาทิ บริษัทที่ปรึกษา ผู้เลือกสถานที่ตั้งผู้ออกแบบ ผู้จัดหาวัสดุทางนิวเคลียร์ ผู้ก่อสร้าง หรือผู้ขนส่งทางนิวเคลียร์ อันจะทำให้ผู้เสียหายไม่ต้องไปฟ้องบุคคลดังกล่าวทั้งหมด ส่งผลให้ผู้เสียหายได้รับการเยียวยาอย่างรวดเร็วและเป็นธรรม สำหรับผู้ประกอบการก็สามารถไล่เบี้ยจากผู้ทำความเสียหายได้ แต่อย่างไรก็ตาม กฎหมายดังกล่าวนี้ได้กำหนดให้ผู้ประกอบการ

รับผิดอย่างจำกัด (Limitation of liability in amount) ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงต้องจัดหาประกันภัยครอบคลุมความรับผิดทางนิวเคลียร์ (Congruence of liability and coverage) ให้ครบถ้วนตามความเสียหายที่เกิดขึ้นแก่ผู้เสียหายทั้งหมด (วาริรัตน์ ธาราบุญรัตน์, 2553)

การมีกฎหมายด้านประกันวินาศภัย สำหรับกิจกรรมด้านนิวเคลียร์เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งเป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการความเสี่ยงของตัวผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่ใช้เครื่องปฏิกรณ์จากประสบการณ์จะเห็นว่า อุบัติเหตุเนื่องจากการมีอาจคุ้มครองทางกายภาพต่อวัสดุนิวเคลียร์ได้นั้น อันเป็นภัยที่มีอาจคาดการณ์ในความเสียหายได้นั้น การจัดตั้งกองทุนหรือการช่วยเหลือจากภาครัฐอย่างเดียวย่อมไม่เพียงพอ การประกันภัยนั้นถือเป็นสิ่งที่จำเป็นที่ได้มีบัญญัติไว้ในเรื่องความรับผิดที่จะต้องมีต่อกิจกรรมด้านนิวเคลียร์ จากอุบัติเหตุนิวเคลียร์ครั้งสำคัญที่เกิดขึ้นระหว่างปี ค.ศ.1950 ถึง ค.ศ.2011 แม้ว่าการจะมีการใช้งานโรงไฟฟ้าพลังงานนิวเคลียร์มาอย่างยาวนานทั่วโลกมากกว่าหกทศวรรษแล้ว แต่เมื่อมองในแง่ของความเสียหายทั้งแก่ชีวิตและทรัพย์สินแล้ว พบว่า อุบัติเหตุทางนิวเคลียร์ในยุคหลังจากอุบัติเหตุทางนิวเคลียร์ที่เชอร์โนบิลจะมีจำนวนผู้เสียชีวิตจากอุบัติเหตุที่น้อย ประชาชนได้รับผลกระทบทางรังสีต่ำ แต่อุบัติเหตุที่เกิดขึ้นแต่ละครั้งมักก่อให้เกิดความเสียหายทางเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก อุบัติเหตุทางนิวเคลียร์ครั้งสำคัญที่เกิดขึ้นระหว่างปี ค.ศ.1950 ถึง ค.ศ.2011 ที่มีผู้เสียชีวิตและเป็นผลให้ทรัพย์สินเสียหายโดยมีมูลค่ามากกว่า 100 ล้านดอลลาร์สหรัฐนั้นมีเพียง 19 ครั้ง จากการเดินเครื่องโรงไฟฟ้าพลังงานนิวเคลียร์รวมกว่า 14,500 ปี ใน 32 ประเทศ (Nuclear Law Association India, 2016) โดยมีอุบัติเหตุที่ถือว่าสำคัญ 3 ครั้ง คือ อุบัติเหตุทางนิวเคลียร์ที่เกาะทรีไมล์ ค.ศ.1979 อุบัติเหตุทางนิวเคลียร์ที่เชอร์โนบิล ค.ศ.1986 และอุบัติเหตุทางนิวเคลียร์ที่ฟูกูชิม่า ค.ศ. 2011 (พิรุณ บุญสุวรรณ, อนิรุทธ์ ทรงจักรแก้ว, 2554) พบว่า การเกิดอุบัติเหตุครั้งใหญ่นั้นเกิดขึ้นน้อยลงเป็นอย่างมากในระยะเวลา 25 ปีที่ผ่านมา และแง่ของจำนวนปีที่ได้เดินเครื่องโรงไฟฟ้านิวเคลียร์ทั่วโลก ในความเป็นจริงแล้วเมื่อพิจารณาถึงธรรมชาติของอุบัติเหตุในแต่ละครั้ง อุบัติเหตุที่ถือว่าเกิดขึ้นเนื่องจากการเดินเครื่องโรงไฟฟ้านิวเคลียร์ที่แท้จริง คือ อุบัติเหตุทางนิวเคลียร์ที่เกาะทรีไมล์ (World Nuclear Association, 2015) อุบัติเหตุทางนิวเคลียร์ที่เชอร์โนบิลนั้นเกิดจากการทดลองที่ผิดพลาดและไม่ปฏิบัติตามวัฒนธรรมความปลอดภัยทางนิวเคลียร์ซึ่งไม่เกี่ยวข้องกับการเดินเครื่องโรงไฟฟ้านิวเคลียร์แต่อย่างใด ส่วนอุบัติเหตุทางนิวเคลียร์ที่ฟูกูชิม่า นั้นเกิดขึ้นเนื่องจากภัยธรรมชาติที่รุนแรงเกินกว่าที่ออกแบบไว้หลายเท่า ซึ่งถึงแม้จะมีการปลดปล่อยสารกัมมันตรังสีในปริมาณสูงแต่ไม่พบผู้เสียชีวิตจากการได้รับรังสีแต่อย่างใด (Martin Fackler, 2011)

ถึงแม้ว่าการวางแผนดำเนินการโรงไฟฟ้านิวเคลียร์ในประเทศไทยเป็นแผนระยะยาว แต่ในประเทศเพื่อนบ้าน อาทิ เช่น เวียดนาม มีโครงการก่อสร้างไปแล้ว แม้ว่าจะระงับโครงการจากสาเหตุไม่ผ่านการประเมินจากทบวงปรมาณูสากล การปรับปรุงแผนงานและดำเนินการโรงไฟฟ้านิวเคลียร์อันอาจมีในอนาคตย่อมส่งผลต่อความเสี่ยงจากภัยนิวเคลียร์ได้เช่นกัน หากประเทศไทยมีความตกลงระหว่างประเทศในเรื่องความรับผิดทางแพ่งและเป็นภาคีสมาชิกในความตกลงดังกล่าวย่อมสามารถที่จะได้รับการเยียวยาและการชดเชยเต็มตามที่ความตกลงระหว่างประเทศกำหนดเพดานจำนวนค่าเสียหายที่ต้องชดใช้จึงต้องมีการพิจารณาในเรื่องการบริหารจัดการความเสี่ยงที่จำเป็นจะต้องมีการรับประกันภัยในการประกอบการโรงไฟฟ้านิวเคลียร์ โดยมีแนวคิดและหลักการด้านการบริหารจัดการความเสี่ยงและแนวคิดในการรับประกันภัยมาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์วางแผนในการรับประกันภัยในอนาคต โดยการพิจารณาความเสี่ยงจากสภาวะภัยโดยทั่วไป



## แนวคิด ทฤษฎี หลักการที่เกี่ยวข้อง

### 2.1 แนวคิดและหลักการที่เกี่ยวข้องกับการประกันภัย

2.1.1 หลักส่วนได้เสียในเหตุประกันภัย (Principle of Insurance Interest) หมายถึง ส่วนได้เสียที่เอาประกันภัยได้ กล่าวคือ ผู้เอาประกันจะต้องมีกรรมสิทธิ์ มีสิทธิหรือมีประโยชน์ หรือมีความรับผิดชอบกฎหมายในวัตถุที่เอาประกันภัยในขณะที่ทำสัญญาประกันภัย

2.1.2 หลักสุจริตอย่างยิ่ง (Principle of The most Good Faith) กล่าวคือ ผู้เอาประกันภัยและผู้รับประกันภัยจะต้องมีความสุจริตใจในการทำสัญญาต่อกัน โดยเปิดเผยข้อความจริงให้ผู้รับประกันภัยทราบโดยละเอียด ไม่แถลงข้อความเท็จ และรับรองว่าจะปฏิบัติตามสัญญาประกันภัย

2.1.3 หลักการชดใช้ค่าสินไหมทดแทนตามความเป็นจริง (Principle of Indemnity) กล่าวคือ การที่มีความเสียหายเกิดขึ้นอันเป็นผลโดยตรงจากภัยที่ได้ประกันภัยไว้ ผู้รับประกันภัยต้องชดใช้ค่าสินไหมให้แก่ผู้มีสิทธิได้รับความเสียหายที่เกิดขึ้นจริงและต้องไม่เกินจำนวนที่เอาประกันภัยไว้

2.1.4 หลักการรับช่วงสิทธิ (Principle of Subrogation) เนื่องจากสัญญาประกันภัยเป็นสัญญาเพื่อการชดใช้ค่าเสียหายตามความเป็นจริง เมื่อผู้รับประกันภัยได้จ่ายค่าสินไหมทดแทนตามสัญญาประกันภัยแล้ว ผู้รับประกันภัยย่อมได้สิทธิทุกอย่างที่ผู้เอาประกันภัยมีอยู่ รวมทั้งหลักประกันแห่งนั้นนั้นไปทั้งหมด เรียกว่า การรับช่วงสิทธิ หลักข้อนี้ใช้เฉพาะการประกันวินาศภัยไม่สามารถนำไปใช้กับการประกันชีวิตได้

2.1.5 หลักการเฉลี่ย (Principle of Contribution) หลักการนี้เป็นหลักการชดใช้ค่าสินไหมทดแทนตามความเป็นจริงเช่นเดียวกับหลักการรับช่วงสิทธิ และหลักในข้อนี้ใช้เฉพาะกับสัญญาประกันวินาศภัยเท่านั้น หลักการเฉลี่ยจะเกิดขึ้นเมื่อประกอบด้วยข้อสาระสำคัญ กล่าวคือ มีกรรมธรรม์ประกันวินาศภัยสองฉบับหรือมากกว่านั้น กรรมธรรม์นั้นต้องคุ้มครองภัยชนิดเดียวกัน (Same Peril) กรรมธรรม์นั้นต้องคุ้มครองส่วนได้เสียอันเดียวกันของผู้เอาประกันภัย (Same Interest) กรรมธรรม์นั้นต้องเกี่ยวข้องกับวัตถุที่เอาประกันภัยเดียวกัน (Same Subject Matter) และทุกกรรมธรรม์ต้องมีผลบังคับในเวลาที่เกิดความเสียหาย

หลักการเฉลี่ยนี้มีความมุ่งหมายให้ผู้รับประกันภัยในวัตถุที่เอาประกันภัยอันเดียวกันความเสี่ยงภัยอันเดียวกัน และส่วนได้เสียอันเดียวกัน ต้องรับผิดชอบในส่วนของความเสียหายที่ผู้รับประกันภัยแต่ละคนมีอยู่ตามสัญญาประกันภัยแต่ละฉบับเป็นอัตราส่วน (Pro Rata) กับจำนวนเงินที่ตนได้รับประกันภัยไว้ ฉะนั้นแม้ผู้เอาประกันภัยจะมีกรรมธรรม์หลายฉบับ เมื่อมีการจ่ายค่าสินไหมทดแทนผู้เอาประกันภัยก็ยังคงได้รับสินไหมทดแทนเท่าที่เกิดความเสียหายจริงเท่านั้น

2.1.6 หลักสาเหตุใกล้เคียง (Principle of Proximate Clause) หลักการข้อนี้นำมาใช้ในการประกันภัยเพื่อจะพิจารณาว่าความเสียหายที่เกิดขึ้นนั้นเกิดจากหรือเป็นผลโดยตรงอันใกล้ชิดของภัยที่กรรมธรรม์คุ้มครองหรือไม่

### 2.2 นิยามความหมายแนวคิดและหลักการที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดของรัฐต่อการใช้จ่ายพลังงาน นิวเคลียร์

ความหมายของความรับผิดชอบของรัฐในภาษาอังกฤษใช้คำว่า Responsibility ซึ่งมีรากศัพท์มาจากภาษาละตินว่า Responder (re = ตอบแทน + Sponedere = คำมั่น แปลรวมกันได้ความว่า ให้คำมั่นว่าจะตอบแทน (นพนิธิ สุริยะ, 2552) ซึ่งหมายความว่า เมื่อรัฐมีการกระทำที่ละเมิดต่อพันธกรณีระหว่างประเทศตามหลักกฎหมายระหว่างประเทศเมื่อใดและมีความเสียหายเกิดขึ้นรัฐจึงมีหน้าที่ จำเป็นต้องเยียวยาแก้ไขเพื่อทำให้รัฐคู่กรณีได้รับการชดใช้จนเป็นที่น่าพอใจหรือเป็นการทำให้กลับคืนสู่สภาพเดิมหรือโดยการชดใช้ค่าสินไหม ซึ่งในการกระทำละเมิดพันธกรณีของรัฐนั้นอาจพิจารณาจากพฤติกรรมของรัฐ ดังนี้

รัฐจะรับผิดชอบตามกฎหมายระหว่างประเทศในการกระทำใดๆ ของรัฐ เมื่อรัฐได้กระทำการหรือละเว้นการกระทำในองค์ประกอบสำคัญ 4 ประการ (อภิญญา เลื่อนฉวี, 2562)

1) เป็นการกระทำที่ไม่ชอบด้วยกฎหมายระหว่างประเทศ หมายถึง การกระทำที่ละเมิดกฎหมายระหว่างประเทศไม่ว่าจะเป็นกฎหมายจารีตประเพณีระหว่างประเทศ สนธิสัญญา หรือหลักกฎหมายทั่วไป ซึ่งอาจออกมาในรูปของการกระทำหรือละเว้นการกระทำอันก่อให้เกิดความเสียหายขึ้นไม่ว่าการกระทำหรือละเว้นการกระทำดังกล่าว จะเกิดจากการประมาทเลินเล่อ หรือจงใจ หรือที่มีได้เกิดจากการประมาทเลินเล่อก็ตาม ซึ่งแสดงออกโดยการกระทำขององค์กร หน่วยงาน หรือพนักงาน เจ้าหน้าที่ของรัฐ และจะต้องเป็นการฝ่าฝืนพันธกรณีระหว่างประเทศ

2) เป็นการกระทำที่ละเมิดพันธกรณีระหว่างประเทศไม่ว่าพันธกรณีนั้นจะมีที่มาจากแหล่งใด ย่อมส่งผลให้เกิดความรับผิดชอบของรัฐในทางระหว่างประเทศทั้งสิ้น กล่าวคือ รัฐซึ่งกระทำการฝ่าฝืน พันธกรณีระหว่างประเทศซึ่งกำหนดโดยสนธิสัญญา จารีตประเพณีระหว่างประเทศ หลักกฎหมายทั่วไป คำพิพากษาของศาล หรือคำวินิจฉัยของอนุญาโตตุลาการ รัฐก็ต้องรับผิดชอบในการกระทำหรือการละเว้นการกระทำ ของตนที่ก่อให้เกิดความเสียหายแก่รัฐอื่น ด้วยกันทั้งสิ้น ทั้งนี้ กรณีที่จะถือว่ารัฐกระทำการละเมิดพันธกรณีระหว่างประเทศได้นั้น จะต้องปรากฏว่าพันธกรณีระหว่างประเทศ ซึ่งรัฐกระทำการฝ่าฝืนนั้นมีอยู่ก่อน หรือมีอยู่ขณะที่รัฐนั้นกระทำการ หรือละเว้นการกระทำ ตัวอย่างเช่น ในคดี ช่องแคบคอร์ฟู (Corfu Channel Case, ค.ศ.1949. (I.C.J. Reports 4, (United Kingdom v. Albania)

3) เป็นการกระทำที่ก่อให้เกิดความเสียหาย ซึ่งความเสียหายที่ก่อให้เกิดความรับผิดชอบขึ้นนี้ต้องเป็นความเสียหายที่เกิดขึ้น เนื่องจากการกระทำที่ผิดกฎหมาย เพราะถ้าเป็นการกระทำที่ชอบด้วยกฎหมาย หรือกฎหมายให้อำนาจกระทำได้แม้จะมีความเสียหายเกิดขึ้นแก่อีกฝ่ายหนึ่ง ผู้กระทำก็ไม่ต้องรับผิดชอบ

4) เป็นการกระทำที่ถือได้ว่าเป็นความรับผิดชอบของรัฐ ซึ่งความเสียหายที่เกิดขึ้นนั้นเป็นผลจากการกระทำที่ไม่ชอบด้วยกฎหมายระหว่างประเทศ และถือว่าอยู่ในความรับผิดชอบของรัฐซึ่งอาจเป็นการกระทำของเอกชนธรรมดาหรือตัวแทนของรัฐ

นอกจากองค์ประกอบภายนอกดังกล่าวข้างต้นแล้ว ในด้านความรับผิดชอบจะต้องพิจารณาองค์ประกอบภายในเรื่องความรับผิด

ความรับผิดในการกระทำที่เป็นความผิด (Liability for Fault) นับเป็นความรับผิดในลักษณะที่เรียกว่าความรับผิดชอบแบบอัตวิสัย (Subjective Responsibility) กล่าวคือ ในความรับผิดจะพิจารณาถึงองค์ประกอบด้านจิตใจด้วยว่าผู้กระทำจะต้องมีเจตนา หรือประมาทเลินเล่อแฝงอยู่ในการกระทำจึงจะสามารถกล่าวโทษการกระทำนั้นได้ การกระทำอันเป็นเหตุให้เกิดความเสียหายนั้นอาจเป็นการกระทำหรือละเว้นการกระทำโดยจงใจหรือประมาท อย่างไรก็ตาม ในทางกฎหมายระหว่างประเทศไม่ถือว่าความผิดเป็นองค์ประกอบหลักของความรับผิดชอบของรัฐแต่เป็นองค์ประกอบอิสระเช่นเดียวกับความเสียหาย กล่าวคือ ความผิดเป็นองค์ประกอบที่จำเป็น ในบางกรณีที่จะต้องมีการพิสูจน์เกี่ยวกับเรื่องของเจตนาหรือประมาทของรัฐผู้กระทำ จึงจะเรียกร้องให้มีความรับผิดได้ โดยที่รัฐผู้เสียหายจะต้องเป็นผู้พิสูจน์ถึงความผิดนั้น โดยพิสูจน์ว่า มีการกระทำที่เป็นการละเมิดพันธกรณีระหว่างประเทศและพิสูจน์ถึงความผิดทางด้านจิตใจ (Psychological Fault) ว่าเป็นการกระทำโดยจงใจหรือประมาทขององค์กรของรัฐที่ถูกกล่าวหาว่ากระทำความผิด หลักความรับผิดในการกระทำที่เป็นความผิดซึ่งนำมาปรับใช้กับกรณีความเสียหายทางสิ่งแวดล้อมนี้จะนำมาใช้ในกรณีที่รัฐขาด





ความเอาใจใส่ (Lack of Due Diligence) ในการปฏิบัติตามพันธกรณีในการป้องกันภาวะมลพิษเพื่อการคุ้มครองและรักษาสิ่งแวดล้อมโดยรัฐจะต้องรับผิดชอบในฐานะที่ขาดความเอาใจใส่

สำหรับหลักพิจารณาในเรื่องความรับผิดชอบที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมนิวเคลียร์นั้นมีปรากฏใน Vienna Convention On Civil Liability For Nuclear Damage 1963 อยู่ในมาตรา 4 (1) ซึ่งบัญญัติไว้อย่างเข้มงวดว่าให้ “ความรับผิดชอบของผู้ประกอบการเพื่อความเสียหายทางนิวเคลียร์ภายใต้อนุสัญญานี้เป็นเด็ดขาด” (The Liability of the operator for nuclear damage under this convention shall be absolute) (Patrick Reyners, 2017) ประเด็นที่นำมาพิเคราะห์ ว่าทำไมอนุสัญญาที่เกี่ยวข้องความผิดจากกิจกรรมนิวเคลียร์ทั้งหลาย อาทิเช่น โรงไฟฟ้านิวเคลียร์ โรงปฏิกรณ์นิวเคลียร์ หรือการเดินทางเรือด้วยพลังงานนิวเคลียร์ (Nuclear Ships) นั้นจะต้องเป็นความรับผิดชอบโดยเด็ดขาด ในเรื่องนี้นักกฎหมายระหว่างประเทศให้เหตุผลอธิบายว่ากิจกรรมทั้งหลายที่เกี่ยวกับพลังงานนิวเคลียร์ เช่น การดำเนินงานโรงไฟฟ้านิวเคลียร์นั้นโดยตัวมันเองเป็นกิจกรรมที่มีความเสี่ยงสูงมากกว่าอีกนัยหนึ่ง การดำเนินการโรงไฟฟ้านิวเคลียร์นั้นถือได้ว่าเป็นกิจกรรมที่มีได้ถูกห้ามโดยกฎหมายระหว่างประเทศแต่เป็นกิจกรรมที่มีแนวโน้มหรือความเสี่ยงที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายได้ อนึ่งความรับผิดชอบของรัฐตามความเห็นของนักกฎหมายระหว่างประเทศของไทยนั้น กล่าวว่า พิจารณาจากการที่รัฐมีสภาพบุคคลตามกฎหมายระหว่างประเทศจึงมีสิทธิและหน้าที่จะต้องปฏิบัติตามกฎหมายระหว่างประเทศ เมื่อรัฐละเมิดกฎหมายระหว่างประเทศและก่อให้เกิดความเสียหายแก่รัฐอื่น รัฐนั้นจึงต้องมีหน้าที่และความรับผิดชอบโดยการต้องชดเชยค่าเสียหายต่อรัฐที่ได้รับความเสียหาย (กรนต์ ธนเทพ, 2555) การที่รัฐจะรับผิดชอบตามกฎหมายระหว่างประเทศต้องมีลักษณะ ดังนี้ การกระทำนั้นไม่ชอบด้วยกฎหมายระหว่างประเทศ และการกระทำนั้นถือได้ว่าเป็นความรับผิดชอบของรัฐ ฉะนั้นการดำเนินการโรงไฟฟ้านิวเคลียร์จึงตั้งอยู่บนข้อความคิด เรื่องความเสี่ยงภัยซึ่งสัมพันธ์กับความรับผิดชอบแบบเด็ดขาด (Shekhar Sumit, 2017) เมื่อผู้กระทำทำความเสียหายเกิดขึ้นแล้ว และรู้ว่าผู้ใดเป็นผู้ทำ หรือผู้ก่อแล้วผู้นั้นก็ต้องรับผิดชอบโดยหาจำต้องมีความผิด (la Fault) ด้วยไม่ แนวคิดหรือทฤษฎีเสี่ยงภัยนี้ เกิดขึ้นครั้งแรกในกฎหมายแพ่งก่อนแล้ว ภายหลังได้มีอิทธิพลต่อกฎหมายระหว่างประเทศ ซึ่งได้มีผลใช้บังคับกับการดำเนินกิจกรรมโรงไฟฟ้านิวเคลียร์ด้วย โดยในร่างอนุสัญญานี้ว่าด้วยความรับผิดชอบระหว่างประเทศสำหรับความเสียหายอันเป็นผลมาจากการกระทำที่ไม่ต้องห้ามโดยกฎหมายระหว่างประเทศ (International Liability for Injurious Consequences Arising Out of Acts Not Prohibited By International Law) ซึ่งได้จัดทำขึ้นในกรอบของคณะกรรมการกฎหมายระหว่างประเทศแห่งสหประชาชาติ (International Law Commission) มาตรา 2 (a) ก็ได้ให้คำนิยามว่า กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความเสี่ยงภัย (Activities Involving Risk ) หมายถึง กิจกรรมที่อาจผลิตรังสีอันตรายได้ตลอดจนกระบวนการดำเนินงานแต่ละขั้นตอน เช่น การเปิดเครื่อง การควบคุม ฯลฯ มีความสลับซับซ้อนทางเทคนิควิทยาศาสตร์ ซึ่งบุคคลธรรมดาทั่วไปย่อมขาดความรู้ด้านนี้ การพิสูจน์ความผิด (Proof of Fault) เป็นเรื่องยาก นอกจากนี้แล้วยังเป็นการแบ่งเบาภาระของศาลในการที่จะกำหนดมาตรฐานการควบคุมดูแลที่เหมาะสม (Appropriate Standard of Reasonable Care) และภาระการพิสูจน์ของโจทก์ว่าจำเลยได้ละเมิดมาตรฐานดังกล่าว เนื่องจากกระบวนการดังกล่าวมีความซับซ้อนยุ่งยากทางเทคนิคมากจึงไม่เป็นธรรมและไม่เหมาะสมที่ผลภาระการพิสูจน์ให้ตกอยู่กับฝ่ายโจทก์ เหตุผลประการสุดท้ายนั้นเป็นการพิจารณาในแง่ของกฎหมายสิ่งแวดล้อม กล่าวคือ ความเสียหายที่เกิดจากอุบัติเหตุนิวเคลียร์นั้นย่อมก่อให้เกิดภาวะมลพิษอย่างรุนแรงซึ่งมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือระบบนิเวศน์วิทยา การพิสูจน์ว่าจำเลยมีความผิดเสียก่อนจึงจะให้จำเลยเยียวยาความเสียหายนั้น ไม่เป็นธรรมอย่างยิ่งเพราะระบบนิเวศน์วิทยาที่ถูกทำลายนั้นจะส่งผลกระทบต่อ

ต่อชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนเป็นจำนวนมากจึงต้องรีบแก้ไขอย่างทันที่เพราะฉะนั้นจำเลยจึงต้องรับผิดชอบโดยเด็ดขาด องค์ประกอบเรื่องความรับผิดชอบมิใช่เป็นสาระสำคัญของกฎหมายสิ่งแวดล้อม ด้วยเหตุนี้เองนักกฎหมายระหว่างประเทศจึงต้องกำหนดให้การดำเนินกิจกรรมโรงไฟฟ้านิวเคลียร์ตกอยู่ภายใต้ระบอบแห่งความรับผิดชอบพิเศษเพื่อความเสียหายทางนิวเคลียร์ ( a special regime for nuclear damage) มิใช่ระบอบความรับผิดชอบแบบดั้งเดิม (Traditional or Classical Regime) ซึ่งจะเรียกร้องให้รัฐมีความรับผิดชอบทางระหว่างประเทศได้ รัฐผู้เสียหายจะต้องพิสูจน์ว่ามี “ความผิด” (Fault) ไม่ว่าจะความผิดนั้นจะเกิดจากความจงใจ (Dolus) หรือความประมาทเลินเล่อ (Culpa)

ซึ่งเมื่อพิจารณาจากกฎหมายไทยในเรื่องความรับผิดจากการระเบิดและการครอบครองวัตถุอันตรายแล้วจะเห็นความแตกต่างจากหลักความรับผิดจากการระเบิดของกฎหมายภายในตามมาตรา ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์มาตรา 420 นั้น ไม่สามารถนำมาใช้ในเรื่องของกิจกรรมที่มีต้องห้ามตามกฎหมายระหว่างประเทศได้ เช่น การครอบครองเครื่องกำเนิดรังสี เครื่องปฏิกรณ์นิวเคลียร์ เนื่องจากภาระในการพิสูจน์ ดังที่กล่าวไปข้างต้นดังนี้ สำหรับความรับผิดของผู้ประกอบการตามที่กฎหมายภายใน ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์มาตรา 437 ได้วางหลักไว้กล่าว คือ บุคคลใดครอบครองหรือควบคุมดูแลยานพาหนะอย่างใด ๆ อันเดินด้วยกำลังเครื่องจักรกล บุคคลนั้นจะต้องรับผิดชอบเพื่อการเสียหายอันเกิดแต่พาหนะนั้น เว้นแต่จะพิสูจน์ได้ว่าการเสียหายนั้นเกิดแต่เหตุสุดวิสัย หรือเกิดเพราะความผิดของผู้ต้องเสียหายนั้นเอง ความข้อนี้ให้ใช้บังคับได้ตลอดถึงผู้มีไว้ในครอบครองของตนซึ่งทรัพย์สินอันเป็นของอันตรายได้โดยสภาพหรือโดยความมุ่งหมายที่จะใช้หรือโดยอาการกลไกของทรัพย์สินนั้นด้วย เมื่อพิจารณาจากกฎหมายภายในของไทยเรื่องระเบิดจึงไม่อาจจะบังคับเอาผิดที่จะให้รับผิดชอบได้ตามมาตรา 420 และ ในมาตรา 437 วรรคสองนั้น ถึงแม้จะบังคับได้แต่ก็ขาดการกระทำของตัวบุคคลไป เพราะกิจกรรมโรงไฟฟ้านิวเคลียร์เป็นกิจกรรมที่ไม่ต้องห้ามตามกฎหมายระหว่างประเทศและมีอันตรายจึงควรมีการออกกฎหมายในเรื่องความรับผิดโดยปราศจากความผิดไปอย่างชัดเจน เพื่อมีผลต่อความรับผิดและการเข้ามารับประกันวินาศภัยอย่างเป็นรูปธรรม ดังนั้นการเข้าเป็นภาคีในความตกลงระหว่างประเทศในเรื่องความรับผิดทางแพ่งจากภัยนิวเคลียร์ จึงมีจำเป็นในแง่การอนุวัติการกฎหมายภายในที่เกี่ยวข้องกับการประกันภัยรองรับกิจกรรมการใช้นิวเคลียร์เชิงสันติทุกรูปแบบ

## 2.3 กรณีศึกษากฎหมายต่างประเทศที่มีประกันภัยต่อความรับผิดทางนิวเคลียร์

### 2.3.1 ความรับผิดทางนิวเคลียร์ประเทศญี่ปุ่น (ดลนภา นันทวโรไพโร, 2561)

จากบทสรุปของเหตุการณ์ความเสียหายครั้งใหญ่ ที่ฟูกูชิม่า ล่าสุดได้มีการแก้ไขเพิ่มเติมความรับผิดทางนิวเคลียร์ในระดับโลก ซึ่งถูกเรียกว่า “Conclusion of The Convention on Supplementary Compensation (CSC) for Nuclear Damage and Its Domestic Implementation in Japan” ซึ่งเป็นมาตรการที่จะเยียวยาแก่ผู้เสียหายและนำมา บังคับใช้ภายในประเทศญี่ปุ่น

เมื่อวันที่ 15 เมษายน ค.ศ. 2015 เป็นก้าวสำคัญที่จะสร้างความเข้มแข็ง ด้านความรับผิดทางนิวเคลียร์ในระดับโลก ซึ่งเป็นวันที่อนุสัญญาว่าด้วยค่าชดเชยจากความเสียหายทางนิวเคลียร์เพิ่มเติมมีผลบังคับใช้ อนุสัญญาว่าด้วยค่าชดเชยจากความเสียหายทางนิวเคลียร์เพิ่มเติมได้ดัดแปลงมาจากพิธีสารแก้ไขอนุสัญญากรุงเวียนนาว่าด้วยความรับผิดทางแพ่งจากความเสียหายทางนิวเคลียร์ ใน ปี ค.ศ. 1997 อนุสัญญาว่าด้วยค่าชดเชยจากความเสียหายทางนิวเคลียร์เพิ่มเติมยังไม่ได้มีผลบังคับใช้เป็นระยะเวลาอันยาวนาน เนื่องจากจะมีผลบังคับใช้ได้ก็ต่อเมื่อมีประเทศสมาชิกลงนามอย่างน้อย 5 ประเทศ และมีการติดตั้งนิวเคลียร์มากกว่า 400,000 MWt. ซึ่งญี่ปุ่นได้ร่วมลงนามเมื่อวันที่ 15 มกราคม ค.ศ. 2015 ซึ่งทำให้เงื่อนไขนี้สมบูรณ์ และนำไปสู่การบังคับ



ใช้ในส่วนนี้จะกล่าวถึงบทสรุปของ อนุสัญญาว่าด้วยค่าชดเชยจากความเสียหายทางนิวเคลียร์เพิ่มเติมและแง่มุมทางกฎหมายของญี่ปุ่น ตลอดจนการบังคับใช้กฎหมายภายในประเทศโดยอ้างอิงระบบการชดเชยค่าเสียหายอันเกิดจากนิวเคลียร์ หลังจากเกิดเหตุการณ์ที่โรงไฟฟ้านิวเคลียร์ฟูกูชิมะไดอิจิ เมื่อวันที่ 11 มีนาคม ค.ศ. 2011 ก่อนเกิดเหตุการณ์ฟูกูชิมะ ญี่ปุ่นมีความพยายามในการหาระบบที่ดีที่สุดเพื่อจ่ายค่าชดเชยจากความเสียหายทางนิวเคลียร์ โดยได้มีหามองหาความเป็นไปได้ในการที่ญี่ปุ่นจะเข้าร่วมในระบบการจ่ายค่าชดเชยในระดับนานาชาติประเทศ ในเวลานั้นญี่ปุ่นแสดงให้เห็นว่า ญี่ปุ่นสามารถยอมรับให้อนุสัญญาว่าด้วยค่าชดเชยจากความเสียหายทางนิวเคลียร์เพิ่มเติมเป็นฐานทางกฎหมาย และต่อยอดไปยังความตกลงระหว่างประเทศระหว่างญี่ปุ่นกับสหรัฐฯ เนื่องจากมีอุตสาหกรรมนิวเคลียร์คล้ายๆ กัน โดยมี 3 เหตุผลที่ญี่ปุ่นสามารถนำอนุสัญญาว่าด้วยค่าชดเชยจากความเสียหายทางนิวเคลียร์เพิ่มเติมมาเป็นพื้นฐานทางกฎหมายได้ คือ เหตุผลที่ 1 เนื้อหาของอนุสัญญาว่าด้วยค่าชดเชยจากความเสียหายทางนิวเคลียร์เพิ่มเติมง่ายต่อการเข้าร่วมของหลายๆ รัฐรวมถึงญี่ปุ่นด้วย หากเทียบกับกฎหมายอื่นๆ เช่น อนุสัญญาเวียนนา หรือ อนุสัญญาปารีส เหตุผลที่ 2 คือ อนุสัญญาว่าด้วยค่าชดเชยจากความเสียหายทางนิวเคลียร์เพิ่มเติม มีการเตรียมการในกรณีหลักประกันทางการเงินไม่เพียงพอโดยจะมีการช่วยเหลือจากประเทศอื่นๆ ที่ร่วมลงนาม และเหตุผลที่ 3 คือ ผู้ที่ร่วมลงนามในอนุสัญญาเวียนนา ไม่ได้ร่วมลงนามในสัญญาอื่นๆ ระดับนานาชาติ และประเทศนิวเคลียร์ที่เกิดใหม่มีแนวโน้มจะร่วมลงนามในอนุสัญญาว่าด้วยค่าชดเชยจากความเสียหายทางนิวเคลียร์เพิ่มเติมมากกว่าและประเทศสหรัฐอเมริกาที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับญี่ปุ่นเป็นผู้นำในการให้สัตยาบันต่ออนุสัญญาว่าด้วยค่าชดเชยจากความเสียหายทางนิวเคลียร์เพิ่มเติม อย่างไรก็ตามญี่ปุ่นแสดงให้เห็นว่า ในปี ค.ศ. 2008 ญี่ปุ่นยังไม่มีความต้องการที่จะร่วมระบบการชดเชยความเสียหายในระดับโลกโดยทันที เนื่องจากญี่ปุ่นมีระบบการชดเชยความเสียหายภายใต้ประเทศที่ล้ำหน้ากว่าประเทศอื่นในขณะนั้น แต่การเตรียมความพร้อม และบังคับใช้ระบบการจ่ายค่าชดเชยอย่างเต็มรูปแบบก็เป็นเรื่องที่ญี่ปุ่นให้ความสำคัญ หลังจากนั้น ได้มีการพัฒนาความเป็นไปได้ทางกฎหมายโดยได้รับความเห็นชอบจากสภานิติบัญญัติแห่งชาติ (ญี่ปุ่น) เมื่อวันที่ 19 ธันวาคม ค.ศ. 2014 เมื่ออนุสัญญาว่าด้วยค่าชดเชยจากความเสียหายทางนิวเคลียร์เพิ่มเติมได้รับการยอมรับจึงต้องมีการพิจารณาความสอดคล้องของกฎหมายภายในประเทศ และอนุสัญญาว่าด้วยค่าชดเชยจากความเสียหายทางนิวเคลียร์เพิ่มเติมเพื่อที่จะแน่ใจว่าอนุสัญญาว่าด้วยค่าชดเชยจากความเสียหายทางนิวเคลียร์เพิ่มเติมจะได้รับการบังคับใช้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีประเด็นต่างๆ ที่ได้รับการพิจารณา ดังจะกล่าวต่อไปนี้

การพิจารณาทางกฎหมายภายในของญี่ปุ่น อันเป็นผลสืบเนื่องจากอนุสัญญาว่าด้วยค่าชดเชยจากความเสียหายทางนิวเคลียร์เพิ่มเติม (Legal Examination Concerning Japan's Conclusion of the CSC)

การพิจารณาจากกรอบแนวคิดทางกฎหมายของญี่ปุ่น (Examination Concerning the Issues from Japanese Legal Points of View) ตามที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้น อนุสัญญาว่าด้วยค่าชดเชยจากความเสียหายทางนิวเคลียร์เพิ่มเติม มีบทบัญญัติที่ง่ายกว่าอนุสัญญาระดับนานาชาติอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับค่าชดเชยค่าเสียหายจากนิวเคลียร์สำหรับญี่ปุ่น ตัวอย่างเช่น ภายใต้กฎหมายภายในของประเทศญี่ปุ่น “พระราชบัญญัติว่าด้วยการชดเชยค่าเสียหายจากนิวเคลียร์” (ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “พระราชบัญญัติการชดเชย”) โดยได้บัญญัติว่าในกรณีที่เกิดความเสียหายจากภัยธรรมชาติที่มีความรุนแรงมากผู้ดำเนินการด้านนิวเคลียร์ไม่จำเป็นต้องมีความรับผิดชอบซึ่งอนุสัญญาเวียนนาในปี ค.ศ.1997 และอนุสัญญาปารีส ค.ศ. 2004 ไม่ได้มีการกำหนดข้อยกเว้นของความเสียหายทางนิวเคลียร์ที่เกิดจากภัยธรรมชาติแต่รัฐสามารถร่วมลงนามได้ในอนุสัญญาว่าด้วยค่าชดเชยจากความเสียหายทางนิวเคลียร์เพิ่มเติมได้หากกฎหมายภายในประเทศมีการกำหนดข้อยกเว้นที่เกิดจากภัยธรรมชาติที่มีความรุนแรงมาก

ผู้เขียนบทความเห็นว่าอนุสัญญาว่าด้วยค่าชดเชยจากความเสียหายทางนิวเคลียร์เพิ่มเติมเป็นระบบระดับนานาชาติที่เมื่อญี่ปุ่นได้เข้าร่วมแล้ว และออกพระราชบัญญัติการชดเชยสามารถสร้างความเชื่อมั่นได้ อย่างไรก็ตามแน่นอนว่าญี่ปุ่นจำเป็นต้องวิเคราะห์อนุสัญญาว่าด้วยค่าชดเชยจากความเสียหายทางนิวเคลียร์เพิ่มเติมเพื่อดำเนินการออกกฎหมายภายในที่สอดคล้องเมื่อญี่ปุ่นตัดสินใจเข้าร่วม อนุสัญญาว่าด้วยค่าชดเชยจากความเสียหายทางนิวเคลียร์เพิ่มเติม โดยในส่วนแรกนั้นเป็นการนำเสนอของฝ่ายรัฐบาล ซึ่งได้พิจารณาประเด็นหลักๆ ทางกฎหมาย จากนั้นจะเป็นขั้นตอนการออกกฎหมาย การแก้ไข และการบังคับใช้ภายในประเทศ

2.3.2 กรณีศึกษากฎหมายว่าด้วยความรับผิดชอบทางนิวเคลียร์ฉบับใหม่ของประเทศแคนาดา The New Canadian Nuclear Liability Law (ดลนภ นันทวิโรพร, 2561)

อันเป็นกฎหมายความรับผิดชอบที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาเปลี่ยนผ่าน (Transitioning Over-ช่วงเวลาเปลี่ยนผ่าน) การรักษาสมาคมระหว่างความต้องการในภาคการรับประกันภัยและความเสี่ยงต่อผู้ดำเนินการ ผู้ผลิต และผู้รับเหมาโดยมีการประสานให้เกิดผลทางกฎหมายและมีการชดเชยค่าเสียหายอย่างมีประสิทธิภาพสำหรับผู้ที่ได้รับ ความเสียหายเหตุนิวเคลียร์เป็นประเด็นหลักในการจัดทำกฎหมายว่า ด้วยความรับผิดชอบทางนิวเคลียร์ และการชดเชยค่าเสียหายของประเทศแคนาดาและได้กฎหมายได้รับการประกาศใช้เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ ค.ศ. 2015 ซึ่งได้ใช้เวลาระยะหนึ่งในการพัฒนาข้อกฎหมายที่จำเป็น รวมไปถึงการออกแบบการติดตั้งนิวเคลียร์ การจัดลำดับขั้นของการติดตั้งนิวเคลียร์ความรับผิดชอบของแต่ละขั้นนิวเคลียร์ และความเสี่ยงของแต่ละขั้นนิวเคลียร์ นอกจากนี้ยังมีความท้าทายต่างๆ โดยเป็นความท้าทายในการได้รับการเห็นชอบจากตัวแทนประกันภัยในการจ่ายค่าสินไหมทดแทนระหว่างรัฐบาลแคนาดาและตัวแทนประกันที่ตัวแทนประกันไม่ได้เตรียมการคุ้มครองไว้ กฎหมายใหม่ และการออกกฎหมายนี้ จะมีผลบังคับใช้ใน วันที่ 1 มกราคม ค.ศ. 2017 ขอบเขตว่าด้วยการรับผิดชอบทางนิวเคลียร์ของผู้ดำเนินการเครื่องปฏิกรณ์นิวเคลียร์จะแบ่งเป็นระยะๆ เงินจำนวน 650 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในเดือนมกราคม ค.ศ. 2017 เงินจำนวน 750 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในเดือนมกราคม ค.ศ. 2018 เงินจำนวน 850 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในเดือนมกราคม ค.ศ. 2018 และเงินจำนวน 1 ล้านดอลลาร์สหรัฐในเดือนมกราคม ค.ศ. 2020

2.3.2.1 ขอบเขตความรับผิดชอบทางนิวเคลียร์ (Liability Limit) ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นว่าการออกกฎหมายหรือพระราชบัญญัติว่าด้วยขอบเขตความรับผิดชอบทางนิวเคลียร์ยังไม่เพียงพอต่อความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้จากโรงงานนิวเคลียร์ โดยตามที่ได้กำหนดในพระราชบัญญัติว่าจะมีช่วงเวลาในการดำเนินความรับผิดชอบทางนิวเคลียร์ 3 ช่วงด้วยกัน ซึ่งเริ่มจาก 650 ล้านดอลลาร์สหรัฐ จนถึง 1 พันล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ อย่างไรก็ตาม มีการกำหนดขอบเขตความรับผิดชอบทางนิวเคลียร์ที่แตกต่างกันออกไปสำหรับสิ่งปลูกสร้างทางนิวเคลียร์ที่มีความเสี่ยงน้อยกว่า ตัวอย่างเช่น สิ่งปลูกสร้างสำหรับการจัดการกากเชื้อเพลิงนิวเคลียร์ ซึ่งมีการนำเชื้อเพลิงนิวเคลียร์ออกจากเครื่องปฏิกรณ์นิวเคลียร์และมีการจำกัดจำนวนยูเรเนียมไอโซโทป โดยเจ้าของสิ่งปลูกสร้างสำหรับการจัดการกากเชื้อเพลิงนิวเคลียร์จะจำกัดความรับผิดชอบที่ 13 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในขณะที่ผู้ดำเนินการจัดการกากเชื้อเพลิงนิวเคลียร์จะมีขอบเขตความรับผิดชอบทางนิวเคลียร์จำนวน 40 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และอย่างน้อยทุก 5 ปี จะต้องมีการทบทวนขอบเขตความรับผิดชอบทางนิวเคลียร์ ของโรงงานนิวเคลียร์ โดยขึ้นอยู่กับดัชนีราคาผู้บริโภค ซึ่งคณะรัฐมนตรีอาจมีการปรับขอบเขตความรับผิดชอบทางนิวเคลียร์ของโรงงานนิวเคลียร์ขึ้น ความสำเร็จในการสร้างสมดุระหว่างภาคการชดเชยขอบเขตความรับผิดชอบทางนิวเคลียร์ และประสิทธิภาพในการจ่ายค่าชดเชยสำหรับผู้ได้รับความเสียหายได้รับการยอมรับทาง



กฎหมายในระดับสากลโดยอาศัยผู้ดำเนินการทางนิวเคลียร์ที่พร้อมในการรับผิดชอบทางนิวเคลียร์หากเกิดความเสียหายขึ้นตามหัวข้อต่างๆ ที่บัญญัติไว้ในพระราชบัญญัติหากความเสียหายที่เกิดขึ้นนอกเหนือจากที่บัญญัติไว้กฎหมายบัญญัติไว้ว่า “ผู้ที่ดำเนินการเกี่ยวกับนิวเคลียร์จะไม่มี ความรับผิดชอบทางนิวเคลียร์อันเกิดจากความเสียหายที่ไม่ได้ระบุไว้ในพระราชบัญญัตินี้”

2.3.2.2 ความเสียหายที่สามารถชดเชยได้ตามพระราชบัญญัติ (Compensable Damage Under the Act) ได้แก่ ความเสียหายอันเกิดแก่ร่างกาย การสูญเสียชีวิต และทรัพย์สินสูญหายความบอบช้ำทางจิตใจซึ่งเกิดจากความเสียหายต่อร่างกาย ความเสียหายทางการเงินที่เกิดขึ้นจากความสูญเสียข้างต้น ค่าเสียหายจากการสูญเสียทรัพย์สิน การขาดรายได้หากเป็นพนักงาน ยกเว้นค่าเสียหายที่เกิดจากการไม่มีไฟฟ้าใช้ การชดเชยค่าเสียหายที่สมเหตุสมผลจากการซ่อม ผลิต หรือบรรเทาสภาพแวดล้อมที่ได้รับความเสียหาย ซึ่งได้รับคำสั่งจากผู้มีอำนาจรัฐ โดยอ้างกฎหมายว่าด้วยการปกป้องสิ่งแวดล้อม รวมทั้งการชดเชยค่าเสียหายที่เกิดจากการสูญเสียทรัพย์สินเมื่อเกิดการป้องกันต่างๆ ในสถานการณ์ฉุกเฉินเพื่อตอบสนองต่ออันตรายหรือความรุนแรง ในกรณีฉุกเฉินผู้ดำเนินการด้านนิวเคลียร์จากประเทศแคนาดาจะอยู่ภายใต้ความรับผิดชอบที่เกิดจากความเสียหายทางนิวเคลียร์ ในประเทศคู่สัญญาหรือประเทศในกลุ่มเศรษฐกิจ หากมีการปล่อยกัมตภาพรังสีจากแหล่งกัมตภาพรังสีต่างๆ ที่อยู่ภายในบริเวณที่มีการติดตั้งนิวเคลียร์ในประเทศแคนาดา

2.3.2.3 ความเสียหายที่ไม่สามารถเรียกร้องค่าชดเชยได้ (Non-Compensable Damage) พระราชบัญญัติฉบับดังกล่าวข้างต้นไม่ได้ครอบคลุมผลจากนิวเคลียร์ที่มีสาเหตุมาจาก สงคราม ความเป็นปรปักษ์ สงครามกลางเมืองหรือการจลาจล แต่พระราชบัญญัติดังกล่าวครอบคลุมถึงการกระทำใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับการก่อการร้าย ตามที่ระบุในประมวลกฎหมายลักษณะอาญาของประเทศแคนาดา พระราชบัญญัติฉบับนี้ไม่ได้ครอบคลุมถึงความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการติดตั้งนิวเคลียร์หรือทรัพย์สินที่เกี่ยวข้องกับการติดตั้งนิวเคลียร์

### 2.3.3 กรณีศึกษาความรับผิดชอบทางนิวเคลียร์ของสาธารณรัฐอินเดีย

อินเดียนั้นเป็นประเทศกำลังพัฒนาที่มีการใช้พลังงานนิวเคลียร์เชิงสันติเพื่อให้ประชาชนจำนวนมากกว่าพันล้าน ได้เข้าถึงพลังงานในต้นทุนต่ำ จึงได้มีการออกพระราชบัญญัติในด้านความรับผิดชอบทางนิวเคลียร์ในปี ค.ศ. 2010 และต่อมาได้ออกกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกันภัยโดยทำในลักษณะการจัดตั้งกองทุนที่เรียกว่า Nuclear Insurance Pool โดยมีบริษัทของรัฐภายใต้ชื่อ General Insurance Corporation of India ร่วมมือกับบริษัทประกันภัยหลายบริษัทในอินเดียเริ่มต้นจัดตั้งกองทุนด้านการประกันภัยขึ้นมา (Nuclear Business Platform-India,2020 )

### บทสรุป

ประเทศไทยมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้วัสดุนิวเคลียร์ แต่ปราศจากกฎหมายด้านประกันภัย การประกันภัยนั้นถือเป็นสิ่งจำเป็นที่ได้มีบัญญัติไว้ในกฎหมายนิวเคลียร์เรื่องความรับผิดชอบที่จะต้องมีการดำเนินการด้านนิวเคลียร์อันส่งผลต่อความปลอดภัยของชีวิตและสิ่งแวดล้อม ซึ่งในระดับระหว่างประเทศเป็นเรื่องบังคับใช้ในประเทศที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมนิวเคลียร์เพื่อสันติ ไม่ว่าจะเป็นประเทศพัฒนาแล้ว และกำลังพัฒนามิใช่ปล่อยให้กิจกรรมนั้นๆ ดำเนินไปโดยไม่มีกฎหมายรองรับ รัฐจึงจำเป็นต้องผลักดันให้มีมาตรการการออกกฎหมายด้านการประกันภัยอุบัติเหตุนิวเคลียร์ สำคัญ คือ การให้มีการรับประกันภัยเข้ามาร่วมเฉลี่ยความรับผิดชอบจากผู้ประกอบการกิจกรรมนิวเคลียร์การที่ประเทศไทยมีกิจกรรมการใช้เครื่องปฏิกรณ์นิวเคลียร์

เครื่องกำเนิดรังสี และในอนาคตจำเป็นต้องมีโรงไฟฟ้านิวเคลียร์ การรับประกันภัยต่อสถานปฏิบัติการนิวเคลียร์ เครื่องปฏิกรณ์นิวเคลียร์เป็นสิ่งที่ต้องดำเนินการตามความตกลงระหว่างประเทศ ปัจจุบันความไม่เพียงพอของกฎหมายภายในที่ยังไม่รองรับในเรื่องการประกันภัยและความผิดจากความเสียหายทางแพ่งจึงส่งผลต่อการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้อง

## เอกสารอ้างอิง

- กรันต์ ฐนเทพ. (2555). *กฎหมายระหว่างประเทศแผนกคดีเมือง*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ดลนภา นันทวโรไพโร. (2561). *มาตรการทางกฎหมายที่จำเป็นต่อการไม่แพร่ขยายอาวุธนิวเคลียร์ของประชาคมอาเซียน*. คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.
- นพนธิ สุริยะ. (2552). *กฎหมายระหว่างประเทศ เล่ม 2*. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์วิญญูชน.
- พรชัย ด่านวิวัฒน์. (2551). *กฎหมายการค้าและสิ่งแวดล้อมระหว่างประเทศ*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์วิญญูชน
- พีรฤติ บุญสุวรรณ และ อนิรุทธ์ ทรงจักรแก้ว. (2554). *ทบทวนรศของอุบัติเหตุทางนิวเคลียร์ การเยียวยาความเสียหาย และปัญหาการจัดการกากกัมมันตรังสี*. กรุงเทพฯ : สำนักงานปรมาณูเพื่อสันติ.
- วาริรัตน์ ธาราบุญรัตน์. (2553). *ความรับผิดชอบทางแพ่งสำหรับความเสียหายอันเกิดจากการใช้พลังงานนิวเคลียร์ในประเทศไทย*. คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- สุศักดิ์ พงศ์พันธุ์สุข. (2554). *ความรับผิดชอบสำหรับความเสียหายทางนิวเคลียร์, สถาบันเทคโนโลยีนิวเคลียร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน)*. (20 มีนาคม 2563) สืบค้นจาก <http://www0.tint.or.th/nkc/nkc54/content-01/nstkc54-030.html>.
- สำนักงานปรมาณูเพื่อสันติ. (2560). *อนุสัญญาและสนธิสัญญา สำนักงานปรมาณูเพื่อสันติ กระทรวงการอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์วิจัย และนวัตกรรมกรุงเทพมหานคร*. (20 มีนาคม 2563) สืบค้นจาก <http://www.oap.go.th/about-us/treaties>.
- อภิญา เลื่อนฉวี. (2562). *กฎหมายระหว่างประเทศแผนกคดีเมือง*. กรุงเทพมหานคร : นิติธรรม.
- Nuclear Law Association India. (2016). Global Nuclear Liability Regime an Era of Integrated Management. *Nuclear Inter Jura Congress New Delhi*, 7, 6-8.
- Martin Fackler. (2011). *Report Finds Japan Underestimated Tsunami Danger*. (March 22, 2020) Retrieved from <https://www.nytimes.com/2011/06/02/world/asia/02japan.html>.
- Patrick Reyners. (2017). Liability for Nuclear Damage under International Conventions. *Nuclear Inter Jura Congress New Delhi*, 10, 2.
- Shekhar Sumit. (2017). Nuclear energy regulation and liability regime–United Kingdom. *Nuclear Inter Jura Congress New Delhi*, 10, 35-38.
- Would Nuclear Association. (2015). *Three Mile Island Accident*. (March 10, 2020) Retrieved from <http://www.would-nuclear.org.info>.



# 9

## ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away ของกลุ่มนักศึกษาในเขตจังหวัดสมุทรปราการ

Factors Affecting Purchase Behavior About Bakery Take Away of  
Student Groups in Samut Prakan Province

---

บรกรณ์ ทาสอน

Borakorn Thasorn







# ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away ของกลุ่มนักศึกษาในเขตจังหวัดสมุทรปราการ

Factors Affecting Purchase Behavior About Bakery Take Away of  
Student Groups in Samut Prakan Province

บรรกรณ์ ทาสอน<sup>1</sup>

Borakorn Thasorn

<sup>1</sup>คณะศิลปศาสตร์ สาขาวิชาการบริหารจัดการองค์การ มหาวิทยาลัยเกริก 100/575ก ทรัพย์บุญชัย ซอย 35

หมู่ 10 ถนนศรีนครินทร์ ตำบลบางเมือง อำเภอเมือง สมุทรปราการ 10270 ประเทศไทย

โทรฯ : 090-9483497 e-mail : aifvsnop@hotmail.com

Faculty of Liberal Arts Organization Management Program Krirk University, 100/575ka Saboonchai Soi 35,

Moo 10, Srinakarin Road, Bang Mueang Subdistrict, Mueang District, Samut Prakan 10270, Thailand

Tel : 090-9483497 e-mail : aifvsnop@hotmail.com

*Received : May 8, 2020 Revised : June 12, 2020 Accepted : June 16, 2020*

## บทคัดย่อ

จากการศึกษาเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเลือกซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away และเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การหาความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติ F-test และการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมา คือ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ ในส่วนพฤติกรรมในการเลือกซื้อประเภทของเบเกอรี่ คือ ขนมปัง เหตุผลในการซื้อ คือ รสชาติอร่อย ความถี่ในการซื้อ คือ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ สถานที่ในการซื้อ คือ ร้านเบเกอรี่ ข้างทาง ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย คือ 101-150 บาท ช่วงเวลาในการซื้อ คือ ช่วงบ่าย และ โอกาสในการซื้อ คือ โดยซื้อเป็นประจำ เช่น บริโภคเอง บริโภคในครอบครัว และผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ และระดับชั้นปีที่ต่างกัน มีพฤติกรรมการซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away ไม่แตกต่างกัน และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away

**คำสำคัญ :** พฤติกรรมการซื้อ; ขนมเบเกอรี่แบบ Take Away

## Abstract

The objectives of this study were to analyze the use of marketing-mix factors affecting the behavior for purchasing the take away bakery of student groups in Samutprakarn Province, investigate their behavior in purchasing the take away bakery, and analyze their personal

factors affecting their behavior in purchasing the take away bakery. This research was a quantitative one. The questionnaire was used as the research tool. The samples were four hundred students in Samutprakan Province. The data received were analyzed by frequency, percentage, mean, standard deviation, F-test, and Chi-Square at the statistical significant level of 0.05.

The results revealed that the majority of the respondents used the overall marketing-mix factors affecting their behavior in purchasing the take away bakery at the highest level. Considering at each factor, the factor of product received the highest mean. Next on down were price, channel of distribution, marketing promotion, service process, personnel, and physical condition, respectively. In terms of the behavior, the majority of the respondents mentioned that the type of the take away bakery purchased was bread. The reason for their purchase was its taste. The frequency of their purchase was 1-2 times/week. The place of purchasing was at the street bakery. The average expenses used were between 101-150 bahts. The purchase period was in the afternoon. They purchased the take away bakery regularly for themselves and for their family. The results of the hypothetical testing found that the respondents who were from different gender, age group, and educational level showed no different behavior in purchasing the take away bakery. In addition, their use of marketing-mix factors did not affect their behavior in purchasing the take away bakery.

**Keywords :** Purchase Behavior; Take Away Bakery

## บทนำ

ปัจจุบันผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อการบริโภคมีอยู่มากมายหลายประเภทผลิตภัณฑ์อาหารประเภท ขนมอบ จัดเป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่ได้รับความนิยมบริโภคกันอย่างแพร่หลายไปทั่วโลก ซึ่งเบเกอรี่เป็นผลิตภัณฑ์อาหารประเภทที่ทำจากแป้งสาลีเป็นหลักและทำให้สุกโดยวิธีการอบ อย่างเช่น ขนมปังโดนัท เป็นต้น โดยได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจนกลายเป็นอาหารประจำมือเช้า กลางวัน เย็น และสามารถรับประทานอาหารร่วมกับชาได้อีกด้วย ซึ่งปัจจุบันประชากรในประเทศไทยมีวิถีความเป็นอยู่แบบเร่งรีบมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ซึ่งมีนิสัยการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงลงทำให้ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่เข้ามามีบทบาทในสังคมไทยมากขึ้น กล่าวคือ มีผู้คนจำนวนมากหันมาบริโภคผลิตภัณฑ์ขนมอบชนิดต่างๆ ทดแทนการบริโภคอาหารหลักอย่างข้าว เนื่องจากต้องการที่จะประหยัดเวลาและลดขั้นตอนการจัดเตรียมที่อยู่ยาก จากความนิยมในการบริโภคผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ ทำให้มีธุรกิจเบเกอรี่เปิดใหม่เพิ่มขึ้นอย่างมากมาย (สุไมยะ มูซอ และคณะ, 2559)

ธุรกิจเบเกอรี่ขยายตัวอย่างต่อเนื่องเป็นผลมาจากพฤติกรรมผู้บริโภคในเมืองที่มีชีวิตที่เร่งรีบและต้องการความสะดวกสบายในการรับประทานอาหารพร้อมรับประทาน เบเกอรี่จึงเข้ามามีบทบาทในแง่ของการเป็นอาหารว่างรองท้อง (Quick Snack) ที่ผู้บริโภคสามารถซื้อรับประทานได้ง่ายพกพาออกไปนอกบ้านได้บ่อยมากยิ่งขึ้น หากพิจารณาโอกาสการเติบโตของธุรกิจขนมอบ โดยพิจารณาปริมาณการบริโภคขนมปังของคนไทยที่ยังมีเพียง 2-3 กิโลกรัมต่อคนต่อปี ซึ่งถือว่ายังน้อยเมื่อเทียบกับต่างประเทศ เช่น ประเทศญี่ปุ่น 10-15

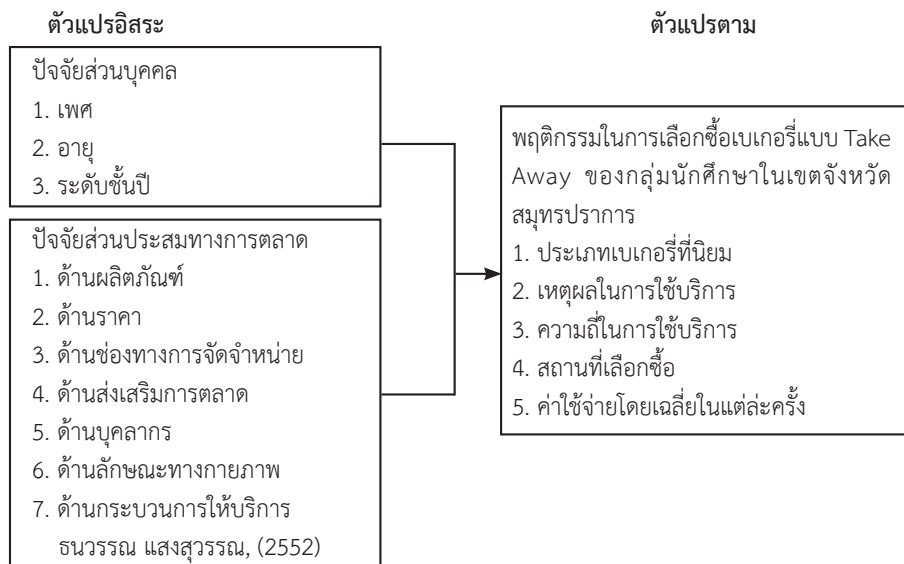


กิโลกรัมต่อคนต่อปี หรือประเทศรัสเซีย 80-90 กิโลกรัมต่อคนต่อปี (ศูนย์วิจัยเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร, 2559) จะเห็นได้ว่าธุรกิจเบเกอรี่ในประเทศไทยนั้นยังไม่ถึงจุดอิ่มตัวและยังมีโอกาสเติบโตได้อีกมากในอนาคต รวมถึงการขยายตลาดไปยังต่างประเทศ จากการได้รับสิทธิประโยชน์ของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC : Asian Economic Community) ถือเป็นโอกาสทางการค้าทำให้มีการเข้าไปลงทุนในต่างประเทศ ซึ่งหลายบริษัทในประเทศไทยเริ่มขยายสาขาและมีแผนออกไปตั้งโรงงานต่างประเทศเพิ่มขึ้น จากข้อมูลดังกล่าวถือเป็นการตอกย้ำว่าธุรกิจเบเกอรี่มีโอกาสเติบโตสูงในอนาคต

จากการที่กล่าวมาข้างต้นเป็นการตอกย้ำให้เห็นว่า ตลาดเบเกอรี่ยังคงได้รับความต้องการจากผู้บริโภคเสมอมา โดยส่วนประสมทางการตลาดการบริการและภาพลักษณ์ตราสินค้าถือเป็นปัจจัยที่สำคัญในการเลือกซื้อเบเกอรี่ แต่ด้วยภาวะเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอนการแข่งขันที่รุนแรงต้นทุนสินค้า การบริการหรือการประชาสัมพันธ์ที่สูงขึ้นทำให้กลยุทธ์ที่นำมาใช้ในการประกอบธุรกิจขนมอบควรต้องมีความเหมาะสมและคุ้มค่า เพราะการลงทุนในกลยุทธ์ที่ไม่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคอาจทำให้เสียเปรียบในการแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่น ผู้วิจัยได้เล็งเห็นความสำคัญในส่วนนี้ จึงได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away ซึ่งเป็นการกระตุ่นทางเศรษฐกิจที่สำคัญโดยมีปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดเป็นตัวแปรอิสระที่ใช้ในการศึกษาเพื่อให้ฝ่ายที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจเบเกอรี่สามารถนำผลวิจัยไปใช้ในการวิเคราะห์แนวโน้มของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของกลุ่มนักศึกษาซึ่งอาจขยายผลไปสู่การกำหนดหรือปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตรงกับความต้องการของนักศึกษามากยิ่งขึ้น

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเลือกซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away



กรอบแนวคิดในการวิจัย

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away
2. เพื่อนำผลวิจัยที่ได้รับมาศึกษาหาแนวทางการส่งเสริมการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

## ขอบเขตการศึกษา

### 1. ด้านเนื้อหา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นเนื้อหาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และพฤติกรรมในการซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away

### 2. ด้านประชากร

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ นักศึกษาที่ใช้บริการร้านเบเกอรี่แบบ Take Away ของในเขตจังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 400 คน

### 3. ด้านพื้นที่

ร้านเบเกอรี่แบบ Take Away ในเขตจังหวัดสมุทรปราการที่มีนักศึกษามาใช้บริการ

### 4. ด้านระยะเวลา

การศึกษาค้นคว้านี้ได้ดำเนินการเป็นระยะเวลาตั้งแต่ เดือน ตุลาคม 2562 ถึงเดือน ธันวาคม 2562

## นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ

พฤติกรรมการเลือกซื้อ หมายถึง การแสดงออกของลูกค้าในลักษณะประเภทเบเกอรี่ที่นิยม เหตุผลในการใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ สถานที่เลือกซื้อ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในแต่ละครั้งช่วงวันในการใช้บริการ และโอกาสในการเลือกซื้อ

ปัจจัยส่วนบุคคล การตัดสินใจของผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนทางด้านต่างๆ ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ ค่านิยมการดำรงชีวิต ทั้งหมดที่กล่าวมามีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภค

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ปัจจัยที่ใช้ในการเลือกซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมทางการขาย ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง ลักษณะของสินค้าของร้านเบเกอรี่แบบ Take Away ที่มีลักษณะเฉพาะโดดเด่น มีคุณภาพ มีความสะอาด มีความสวยงาม

ด้านราคา หมายถึง ราคาของสินค้านร้านเบเกอรี่แบบ Take Away มีความเหมาะสมราคาคู่แข่งกับผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ การแสดงราคาชัดเจน

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้านร้านเบเกอรี่แบบ Take Away มีความเหมาะสม ทำเลสะดวก รูปแบบร้านสวยงามและสะอาด



ด้านส่งเสริมทางการตลาด หมายถึง การส่งเสริมการขาย การโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าร้านเบเกอรี่แบบ Take Away

ด้านบุคลากร หมายถึง พนักงานที่ให้บริการภายในร้านเบเกอรี่แบบ Take Away มีมารยาท พูดจาสุภาพ เอาใจใส่ลูกค้า แต่งกายสะอาดเรียบร้อย

ด้านลักษณะทางกายภาพ หมายถึง การตกแต่งร้านเบเกอรี่แบบ Take Away มีภาพลักษณ์สวยงาม สะอาด มีความสะอาด

ด้านกระบวนการให้บริการ หมายถึง การให้บริการของร้านเบเกอรี่แบบ Take Away มีความรวดเร็ว มีมาตรฐานในการให้บริการ

การเข้าใช้บริการ หมายถึง การที่ผู้บริโภคเข้ามาใช้บริการซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away แล้วเกิดความประทับใจในการบริการแล้วกลับมาใช้บริการอีก

เบเกอรี่ หมายถึง ร้านที่ขายขนมทุกชนิดที่ผ่านการอบ เช่น ขนมปัง พายชั้น คุกกี้เค้ก เพสตรี เดนิส/ครัวซอง ชูเพสต์/เอแคร และครีมหัสตาร์ด ไส้ขนมต่างๆ เป็นต้น

### วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นักศึกษาปี 1-4 ที่ใช้บริการร้านเบเกอรี่แบบ Take Away ของในเขตจังหวัดสมุทรปราการ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ นักศึกษาปี 1-4 ที่ใช้บริการร้านเบเกอรี่แบบ Take Away ของในเขตจังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 400 คน การศึกษาครั้งนี้ได้ดำเนินการเป็นระยะเวลาตั้งแต่ เดือนตุลาคม 2562 ถึงเดือน ธันวาคม 2562 โดยเลือกวิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Selection) มีเกณฑ์ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เป็นนักศึกษาที่ชื่นชอบบริโภคเบเกอรี่ เป็นลูกค้าประจำที่เคยมาใช้บริการร้านเบเกอรี่อย่างน้อย 2 ครั้งขึ้นไป และมีการซื้อสินค้าอย่างน้อย 5 ชิ้นต่อครั้ง เกณฑ์กรณีที่ไม่ทราบขนาดของประชากร (Infinite Population) ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากการสุ่มตัวอย่างที่มีค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคอเชรอน Cochran (กัลยา วาณิชย์ปัญญา, 2549 : 74)

### เครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away

### การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติ

#### 1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายลักษณะของตัวแปรสำหรับ ดังนี้

1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ และระดับชั้นปี ใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

1.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการขาย ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ ใช้การแจกแจงค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

1.3 พฤติกรรมในการเลือกซื้อร้านเบเกอรี่แบบ Take Away ได้แก่ ประเภทเบเกอรี่ที่นิยม เหตุผลในการใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ สถานที่เลือกซื้อ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในแต่ละครั้งช่วงวันในการใช้บริการ และโอกาสในการเลือกซื้อ ใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) และร้อยละ (Percentage)

1.4 การวิเคราะห์ข้อมูลคะแนนมาหาค่าเฉลี่ยค่าเฉลี่ยเป็นมาตรวัด 5 ระดับ ตาม Likert Scale (Best, 1981)

## 2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

2.1 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยสำหรับตัวแปรอิสระที่มี 2 กลุ่ม และมากกว่า 2 กลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลในด้านเพศ อายุ และระดับชั้นปีที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away สถิติที่ใช้ คือ F-test กรณีที่พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติจะทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยเซฟเฟ (Scheffe)

2.2 สถิติใช้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away โดยใช้สถิติการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square)

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	SD	ระดับความเห็น
ด้านผลิตภัณฑ์	4.50	0.625	มากที่สุด
ด้านราคา	4.50	0.619	มากที่สุด
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.48	0.670	มากที่สุด
ด้านส่งเสริมการตลาด	4.36	0.695	มากที่สุด
ด้านบุคลากร	4.25	0.731	มากที่สุด
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.21	0.780	มากที่สุด
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.28	0.760	มากที่สุด
รวม	4.37	0.697	มากที่สุด

### ผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลของพฤติกรรมการซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away ของกลุ่มนักศึกษา

จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.5 มีอายุ 21 ปีจำนวน 170 คนคิดเป็นร้อยละ 42.5 และมีระดับชั้นปีที่ 2 จำนวน 170 คนคิดเป็นร้อยละ 42.5

พฤติกรรมการซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away ของกลุ่มนักศึกษา

จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกซื้อประเภทของเบเกอรี่ คือ ขนมปัง ร้อยละ 26.2 รองลงมา คือ คุกกี้ ร้อยละ 18.5 เดนิส/ครัวซอง ร้อยละ 18.1 เค้ก ร้อยละ 14.8 ครีมน้ำตาล ใส่นมต่างๆ ร้อยละ 10.2 ชูเพสต์/เอแคร์ ร้อยละ 7.0 และซื้อน้อยที่สุด คือ พายต่างๆ ร้อยละ 5.2 ตามลำดับ



เหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่แบบ Take Away คือ รสชาติอร่อยมากที่สุด ร้อยละ 30.5 รองลงมา คือ มีโปรโมชันหลากหลาย ร้อยละ 23.4 ราคาสมเหตุสมผล ร้อยละ 14.5 สะดวก หาซื้อได้ง่าย ร้อยละ 13.0 รูปลักษณ์เบเกอรี่สวยงาม น่ารับประทาน ร้อยละ 8.2 มีเพื่อน / คนแนะนำ ร้อยละ 7.2 และน้อยที่สุด คือ ร้านมีชื่อเสียง ร้อยละ 3.2 ตามลำดับ

ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่แบบ Take Away จำนวน 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 44.5 รองลงมา คือ ทุกวัน ร้อยละ 20.8 จำนวน 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 19.2 และน้อยที่สุด คือ เดือนละ 1-2 ครั้ง ร้อยละ 15.5 ตามลำดับ

ซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่แบบ Take Away ร้านเบเกอรี่ข้างทางมากที่สุด ร้อยละ 45.5 รองลงมา คือ ร้านสะดวกซื้อ / มินิมาร์ท ร้อยละ 29.0 ร้านในซูเปอร์มาร์เก็ต ร้อยละ 20.0 และน้อยที่สุด คือ ร้านในสรรพสินค้า ร้อยละ 5.5 ตามลำดับ

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่แบบ Take Away ระหว่าง 101-150 บาท ร้อยละ 39.8 รองลงมา คือ ระหว่าง 50-100 บาท ร้อยละ 30.7 มากกว่า 150 บาทขึ้นไป ร้อยละ 20.0 และน้อยที่สุด คือ ต่ำกว่า 50 บาท ร้อยละ 9.5 ตามลำดับ

ช่วงเวลาในการซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่แบบ Take Away ช่วงบ่าย ร้อยละ 50.2 รองลงมา คือ ช่วงเย็น ร้อยละ 33.3 และน้อยที่สุด คือ ช่วงเช้า ร้อยละ 16.5 ตามลำดับ

โอกาสในการซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่แบบ Take Away โดยซื้อเป็นประจำ เช่น บริโภคเอง และบริโภคในครอบครัวมากที่สุด ร้อยละ 59.0 รองลงมา คือ ซื้อช่วงเทศกาล เช่น วันขึ้นปีใหม่ ร้อยละ 21.0 ซื้อในโอกาสพิเศษ เช่น วันเกิด ร้อยละ 12.2 และน้อยที่สุด คือ อื่นๆ ร้อยละ 7.8 ตามลำดับ

### ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away ของกลุ่มนักศึกษา

จากผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away ของกลุ่มนักศึกษาในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า มีเบเกอรี่รูปแบบใหม่ๆ ออกมาอยู่เสมอตามโอกาส หรือเทศกาลต่างๆ ให้ได้เลือกซื้ออย่างหลากหลาย รองลงมา คือ การระบุวันหมดอายุอย่างชัดเจน เลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพดีให้รสชาติอร่อยถูกปาก มีความหลากหลายของคุณค่าทางโภชนาการ และน้อยที่สุด คือ เบเกอรี่ที่มีความสดใหม่ ตามลำดับ

ด้านราคา พบว่า ราคาเบเกอรี่มีความหลากหลาย มีการแสดงราคาชัดเจน ราคากับความเหมาะสมของคุณภาพมากที่สุด และน้อยที่สุด คือ ราคามีความเหมาะสมกับปริมาณที่ได้รับ ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีบริการรับสั่งซื้อหลายทาง เช่น ทางโทรศัพท์ หรือ Online พร้อมจัดส่งมากที่สุด รองลงมา คือ มีการจัดส่งที่รวดเร็วเมื่อต้องการสั่งแบบ Online สถานที่ตั้งของร้านเบเกอรี่ถูกค้ำมองเห็นได้ง่ายชัดเจน เช่น ตั้งอยู่ในบริเวณทางออกห้างสรรพสินค้า และน้อยที่สุด ตั้งอยู่ในย่านชุมชน / ย่านธุรกิจที่เข้าถึงได้สะดวกกับ ร้านเบเกอรี่มีจำนวนหลายสาขาให้เลือกซื้อ ตามลำดับ

ด้านส่งเสริมทางการขาย มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ทำให้ลูกค้ารู้จักมากขึ้น เช่น สื่อทางโทรทัศน์ วิทยุ มากที่สุด ลำดับต่อมา มีการส่งเสริมทางการตลาดที่น่าสนใจ เช่น การให้ของแถมเป็นการ

ทดลองชิม กับ มีการจัดโปรโมชั่นอย่างสม่ำเสมอ เช่น มีกิจกรรมในช่วงเทศกาลต่างๆ มีการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตเพื่อรับแต้มสะสม โปรโมชั่นสำหรับลูกค้าเก่า และการให้ส่วนลดและสิทธิพิเศษอย่างหลากหลายตามความเหมาะสมของแต่ละช่วง ตามลำดับ

ด้านบุคลากร พบว่า พนักงานดูแลใส่ใจในการบริการกับลูกค้าเป็นอย่างดีที่สุด รองลงมา คือ พนักงานขายพูดจาสุภาพอัธยาศัยดีพนักงานขายมีความกระตือรือร้นเต็มใจให้บริการแก่ลูกค้า และพนักงานขายแต่งกายอย่างเหมาะสม น้อยที่สุด คือ พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับเบเกอรี่เป็นอย่างดี ตามลำดับ

ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ภายในร้านต้องมีความสะอาดถูกสุขอนามัยมากที่สุด รองลงมา คือ การจัดวางเบเกอรี่อย่างเหมาะสม มีบรรยากาศภายในร้านที่อบอุ่นเป็นกันเอง และน้อยที่สุด คือ ภายในร้านมีการตกแต่งอย่างสวยงามทันสมัยกับการจัดแสงสว่างภายในร้านอย่างเหมาะสม ตามลำดับ

ด้านกระบวนการให้บริการ มีเบเกอรี่บริการตามความต้องการของลูกค้ามากที่สุด รองลงมา คือ มีผลิตภัณฑ์รองรับลูกค้าให้มีความสะดวกรวดเร็วในการบริการและมีขั้นตอนการให้บริการอย่างเป็นระบบ และน้อยที่สุด คือ ลูกค้าได้รับการบริการด้วยความถูกต้องแม่นยำ ตามลำดับ

## สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away ซึ่งสามารถอภิปรายผลตามประเด็นที่สำคัญได้ ดังนี้

1) ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away ที่ต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05

1.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมการซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุชาติ จิตรโรจนรักษ์ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าร้านศรีฟ้าเบเกอรี่ จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า ได้แก่ เพศที่ต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าร้านศรีฟ้าเบเกอรี่ ไม่แตกต่างกัน

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุที่ต่างกัน มีพฤติกรรมการซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลธิชา คงสุวรรณ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือก บริโภคขนมเบเกอรี่ร้านเอพริลเบเกอรี่ ของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล พบว่า ปัจจัยบุคคลอายุที่ต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคขนมเบเกอรี่ ร้านเอพริลเบเกอรี่ของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ไม่แตกต่างกัน

1.3 กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับชั้นปีที่ต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัมรา เจริญทรัพย์ (2551) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของระดับชั้นปีไม่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่

2) ปัจจัยพฤติกรรมการเลือกซื้อเบเกอรี่ ได้แก่ ประเภทในการซื้อแต่ละครั้ง สถานที่ในการซื้อทางหน้าร้านหรือออนไลน์ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการซื้อ และโอกาสในการซื้อ ซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุไมยะ มูซอ และคณะ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาความต้องการของผู้บริโภคเบเกอรี่ในหมู่บ้านลิมุด ตำบลท่าสาป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา พบว่า ข้อมูล





พฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภคในหมู่บ้านลิมุด มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคเบเกอร์รี่ในหมู่บ้านลิมุด ตำบลท่าสาป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา และมีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก และสอดคล้องกับแนวคิดของ Kolter. (1997 : 171) ได้กล่าวถึง ปัจจัยของพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่เป็นการค้นหาพฤติกรรมกรรมการซื้อของผู้บริโภคเพื่อที่จะทราบถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งวัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objective) ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการด้านร่างกายและด้านจิตวิทยา จึงต้องศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการซื้อ ได้แก่ ปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยทางสังคม และวัฒนธรรม ปัจจัยเฉพาะบุคคล

3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากร ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการซื้อเบเกอร์รี่แบบ Take Away สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลธิชา คงสุวรรณ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคขนม เบเกอร์รี่ร้านเอพริลเบเกอร์รี่ ของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล พบว่า ปัจจัยทางการตลาดของธุรกิจเบเกอร์รี่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคขนมเบเกอร์รี่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ซึ่งปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อเบเกอร์รี่แบบ Take Away ประกอบด้วย 4 ปัจจัย โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพและราคาที่เหมาะสมกับปริมาณ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นต้น

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษาไปใช้

- 1) ด้านผลิตภัณฑ์ ควรมีการพัฒนาารูปแบบของผลิตภัณฑ์รวมถึงบรรจุภัณฑ์ให้มีความหลากหลายแปลกใหม่ ทันสมัย เป็นที่นิยม ตามกระแส โดดเด่น น่าจับตามอง และมีความแข็งแรง วัสดุควรเหมาะกับทุกเพศ ทุกวัย และมอบเป็นของขวัญในโอกาสต่างๆ ได้เพื่อที่จะสามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้าให้มาสนใจผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น
- 2) ด้านราคา พบว่า ควรมีการผลิตขนมอบที่มีความหลากหลายทางด้านราคา ขนาดสินค้า และประเภทของผลิตภัณฑ์มากขึ้น เพื่อที่จะได้ให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าในราคาที่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าและเป็นราคาที่ไม่แพงกับกลุ่มนักศึกษามากเกินไป
- 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรมีการบริการสั่งซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ มีรูปภาพประกอบที่ชัดเจน เพื่อลดข้อผิดพลาดในการสั่งซื้อ และมีบริการการจัดส่งถึงที่จากร้านสู่ลูกค้าจะได้ให้บริการแก่ลูกค้าในการซื้อเบเกอร์รี่ที่สะดวกสบายและยังสามารถเพิ่มฐานลูกค้าในการจัดจำหน่ายได้มากยิ่งขึ้น
- 4) ด้านส่งเสริมการตลาด ควรมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็น เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน ไลน์ บล็อก โพสต์โซเชียลมีเดีย โทรทัศน์ และการแนะนำหรือรีวิวจากลูกค้าที่มาใช้บริการ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักกับกลุ่มลูกค้าที่เพิ่มมากขึ้นได้
- 5) ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า เจ้าของร้านควรมีการพัฒนาการบริการที่ดีมีคุณภาพแก่ลูกค้า อยู่เสมอเพื่อให้ลูกค้ามีความประทับใจในการให้บริการทุกครั้งที่มาใช้บริการและสามารถกลับมาใช้บริการใหม่อีกครั้ง
- 6) ด้านบุคลากร ควรดูแลเอาใจใส่ลูกค้าที่มาใช้บริการอย่างมีคุณภาพและเท่าเทียมกันมีการทักทายพูดคุยกับลูกค้าอยู่เสมอ ให้คำปรึกษาพร้อมแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ภายในร้าน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ

ใจและเชื่อมั่นในการมาใช้บริการของร้าน และควรมีการฝึกอบรมพนักงานเกี่ยวกับความรู้พื้นฐานของขนมอบต่างๆให้เข้าใจมากขึ้น

7) ด้านลักษณะทางกายภาพ ควรปรับปรุงและพัฒนาอุปกรณ์ภายในร้านให้มีความสะอาด ทันสมัย น่าใช้บริการมากขึ้น เพื่อที่จะทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์และมีความประทับใจภายในร้านได้

### ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1) ควรมีการขยายขอบเขตของงานวิจัยให้กว้างขึ้นโดยอาจขยายผลการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคร้านเบเกอรี่แบบ Take Away ออกไปยังหัวเมืองใหญ่ในต่างจังหวัด เพื่อให้ทราบว่าคุณลักษณะพฤติกรรมและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการซื้อนั้นมีความแตกต่างจากผู้บริโภคอย่างไร เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เกิดความเหมาะสมในแต่ละพื้นที่

2) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away ของกลุ่มนักศึกษา จึงควรทำการศึกษาและวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม ควบคุมไปกับการแจกแบบสอบถาม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เฉพาะเจาะจง และสามารถที่จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถที่จะนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามหรือสัมภาษณ์เชิงลึกมาใช้ในการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้ตรงจุดมากยิ่งขึ้น

### เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วาณิชย์ปัญญา. (2549). *สถิติสำหรับงานวิจัย*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชลธิชา คงสุวรรณ. (2559). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคขนมเบเกอรี่ร้านเอพริลเบเกอรี่ ของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล*. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ธนวรรณ แสงสุวรรณ. (2552). *การจัดการการตลาด*. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- ศุภย์อัจฉริยะเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร. (2559). *ข้อมูลศูนย์ข้อมูลอัจฉริยะอุตสาหกรรมอาหาร*. (1 ตุลาคม 2562) สืบค้นจาก <http://www.nfi.or.th/service-single-page.php?id=296>.
- สุชญา อาภาภัทร. (2559). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away ของกลุ่มคนทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- สุชาดา จิตรโรจนรักษ์. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าร้านครีฟ่าเบเกอรี่จังหวัดกาญจนบุรี*. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.
- สุไมยะ มูซอ และคณะ. (2559). *การศึกษาความต้องการของผู้บริโภคเบเกอรี่ในหมู่บ้านลิมุดตำบลท่าเสาปอ อำเภอเมือง จังหวัดยะลา*. การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ราชธานีวิชาการ ครั้งที่ 1 สร้างเสริมสหวิทยาการ ผสมผสานวัฒนธรรมไทย ก้าวอย่างมั่นใจเข้าสู่ AC วันที่ 29 กรกฎาคม 2559 ณ มหาวิทยาลัยราชธานี อุบลราชธานี, 627-638.



อัมรา เจริญทรัพย์. (2551). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของนักศึกษามหาวิทยาลัย  
เชียงใหม่. รายงานการวิจัยตลาดปริญญามหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่,  
เชียงใหม่.

Best. (1981). *Research in Education*. (4<sup>th</sup> ed). New Jersey : Prentice – Hall Inc.

Kolter. (1997). *Marketing management : analysis, planning implementation and control*.  
(9<sup>th</sup> ed). New Jersey : Asimmonand Schuster.

# 10

การจัดกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์เพื่อสร้างสัมพันธภาพระหว่างนักศึกษา อาจารย์ผู้สอนและพี่เลี้ยงโดยใช้เทคนิคการให้คำปรึกษาของนักศึกษา ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ระบบทวิภาคี วิทยาลัยเทคโนโลยี ภาควิชาตะวันออก (อี.เทค)

Group Relation Activity to Build Relationship Among Students, Instructors, and Mentors Using Advice Giving Technique of High Vocational Certificate Students (High Voc. Cert.), Bilateral System, Eastern Technological College (E.TECH)

ไพเราะ ราชสมบูรณ์ สุมิตรา ยาประดิษฐ์  
เชษฐภณัญญ์ ลีลาศรีศิริ และ ไตรรัตน์ สิทธิทูล  
Phairoh Rachsomboon Sumitra Yapradit  
Chetphanat Leelasrisiri and Tirath Sithitool





# การจัดกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์เพื่อสร้างสัมพันธภาพระหว่างนักศึกษา อาจารย์ผู้สอนและพี่เลี้ยงโดยใช้เทคนิคการให้คำปรึกษาของนักศึกษา ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ระบบทวิภาคี วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคตะวันออก (อี.เทค)

Group Relation Activity to Build Relationship Among Students, Instructors, and  
Mentors Using Advice Giving Technique of High Vocational Certificate Students  
(High Voc. Cert.), Bilateral System, Eastern Technological College (E.TECH)

ไพเราะ ราชสมบุญ<sup>1</sup> สุมิตรา ยาประดิษฐ์<sup>2</sup> เชษฐภณัญญ์ สีลาศรีศิริ<sup>3</sup> และ ไตรรัตน์ สิทธิทูล<sup>4</sup>

Phairoh Rachsomboon Sumitra Yaprudit Chetphanat Leelasrisiri and Trirath Sithitool

<sup>1</sup>คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก 3 ถนนรามอินทรา แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพฯ 10220 ประเทศไทย

โทรฯ : 089-2496050 e-mail : paioa@gmail.com

Faculty of Liberal Arts Krirk University 3, Ram Intra Road, Anusawari Subdistrict, Bang Khen District,  
Bangkok 10220, Thailand Tel : 0892496050 e-mail : paioa@gmail.com

<sup>2</sup>คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก 3 ถนนรามอินทรา แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพฯ 10220 ประเทศไทย

โทรฯ : 0866102694 e-mail : nannie.sju@gmail.com

Faculty of Liberal Arts Krirk University 3, Ram Intra Road, Anusawari Subdistrict, Bang Khen District,  
Bangkok 10220, Thailand Tel : 086-6102694 e-mail : nannie.sju@gmail.com

<sup>3</sup>คณะศึกษาศาสตร์ วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม 46 ถนนจรัญสนิทวงศ์ แขวงวัดท่าพระ เขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพฯ 10600

ประเทศไทย โทรฯ : 065-9604914 e-mail : chetphanat\_l@hotmail.com

Faculty of Education Siam Technology College 46, Charan Sanitwong Road, Wat Tha Phra Subdistrict,  
Bangkok Yai District, Bangkok 10600, Thailand. Tel : 065-9604914 e-mail : chetphanat\_l@hotmail.com

<sup>4</sup>คณะศึกษาศาสตร์ วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม 46 ถนนจรัญสนิทวงศ์ แขวงวัดท่าพระ เขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพฯ 10600,

ประเทศไทย โทรฯ : 090-5656242 e-mail : triraths@siamtechno.ac.th

Faculty of Education Siam Technology College 46, Charan Sanitwong Road, Wat Tha Phra Subdistrict,  
Bangkok Yai District, Bangkok 10600, Thailand Tel : 090-5656242 e-mail : triraths@siamtechno.ac.th

*Received : March 16, 2020 Revised : June 11, 2020 Accepted : June 12, 2020*

## บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่เข้าร่วมกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์เพื่อสร้างสัมพันธภาพระหว่างนักศึกษา อาจารย์ผู้สอนและพี่เลี้ยงโดยใช้เทคนิคการให้คำปรึกษาและ 2) เพื่อศึกษาผลของการจัดกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างนักศึกษา อาจารย์ผู้สอนและพี่เลี้ยงโดยใช้เทคนิคการให้คำปรึกษาของนักศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ระบบทวิภาคี วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคตะวันออก (อี.เทค) กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษา ปวส. ระบบทวิภาคีชั้นปีที่ 1 จำนวน 608 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม 3 ตอน และกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์เพื่อสร้างความสัมพันธ์ภาพ

ระหว่างนักศึกษาอาจารย์ผู้สอนและพี่เลี้ยงโดยใช้เทคนิคการให้คำปรึกษา สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า 1) นักศึกษาชั้นปีที่ 1 มีความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมฯ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.91$ ) 2) หลังจากนักศึกษาเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์เพื่อสร้างสัมพันธภาพระหว่างนักศึกษา อาจารย์ผู้สอนและพี่เลี้ยงโดยใช้เทคนิคการให้คำปรึกษา พบว่า นักศึกษากล้าขอคำปรึกษาจากอาจารย์เมื่อประสบปัญหาเรื่องการเรียนรู้หลังจากเข้าร่วมกิจกรรมครั้งนี้ ( $\bar{x} = 4.50$ ) โดยกิจกรรมที่สามารถสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนนักศึกษามากที่สุด คือ กิจกรรมปิดตาเล่าแต่้ม ( $\bar{x} = 4.47$ ) และกิจกรรมที่สามารถสร้างความสัมพันธ์ระหว่างนักศึกษา อาจารย์และพี่เลี้ยงมากที่สุด คือ กิจกรรมก้าวแรกไม่เป็นไรก้าวต่อไปให้ถึงฝัน ( $\bar{x} = 4.48$ )  
**คำสำคัญ :** กิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์; นักศึกษาทวิภาคี; อาชีวศึกษา

### Abstract

The research aimed to 1) study satisfaction of students who attend the group relation activity to build relationship among students, instructors, and mentors using advice giving technique and 2) to study results of organizing the group relation activity to build relationship among students, instructors, and mentors using advice giving technique of high vocational certificate students (High Voc.Cert.), Bilateral System, Eastern Technological College (E.TECH). The sample comprised 608 persons of the 1st year high vocational certificate students who attended the group relation activity in the second semester, the academic year 2019. The instrument used in the study was a questionnaire with 3 parts and group Relation Activity to Build Relationship Among Students, Instructors, and Mentors Using Advice Giving Technique. The statistics for data analysis included percentage, mean, and standard deviation.

The findings from the study showed that 1) the 1st year student were overall satisfied with the activity at a high degree ( $\bar{x} = 3.91$ ), 2) after the students attended the group relation activity to build relationship among students, instructors, and mentors using the advice giving technique, it was found that students dared to ask for advice from instructors when they had problems with their study ( $\bar{x} = 4.50$ ), followed by students wished the college to organize such activity again ( $\bar{x} = 4.49$ ), and students were motivated to finish their study after they attended this activity ( $\bar{x} = 4.44$ ). The activity that could build relationship between students the most was blindfold activity ( $\bar{x} = 4.47$ ) and the activity that could build relationship among students, instructors, and mentors the most was the first step does not matter, the next step will reach the dream ( $\bar{x} = 4.48$ ).

**Keywords :** Group Relation; Students Bilateral System; Vocational Education

### บทนำ

ในช่วงศตวรรษที่ผ่านมา ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศได้ถูกพัฒนาอย่างก้าวกระโดดจนกลายเป็นองค์ประกอบสำคัญที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงต่อกระบวนการกิจกรรมของมนุษย์ในหลายๆ ด้าน



นอกจากนี้ ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดังกล่าวยังส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจต่างๆ ด้วย โดยเฉพาะสถาบันการศึกษาที่ต้องเผชิญกับการแข่งขันทางการตลาดที่รุนแรง และอัตราการเกิดที่ลดลง จึงทำให้สถาบันการศึกษาจำเป็นต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับสภาวะดังกล่าวที่เกิดขึ้น

ทางรอดหนึ่งของสถาบันการศึกษา คือ การเปิดหลักสูตรออนไลน์ ซึ่งหลักสูตรออนไลน์ที่จะเปิดนั้นต้องมีความน่าเชื่อถือและแม้จะเป็นการเปิดหลักสูตรออนไลน์ แต่บางช่วงได้มีการบังคับไว้ในหลักสูตรว่าต้องไปเรียนในที่จริง ต้องไปสัมผัสกับบรรยากาศห้องเรียนจริงๆ ในมหาวิทยาลัย (โพสต์ทูเดย์, 2561) ในขณะที่ไพเราะ ราชสมบุรณ์ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาระบบบริหารการจัดการเรียนการสอนระบบทวิภาคี สอนเสริมด้วยสื่อออนไลน์ วิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน และได้ทดลองใช้ระบบการเรียนออนไลน์กับนักศึกษาหลักสูตรทวิภาค 1 ภาคเรียนการศึกษา พบว่า ผู้เรียนมีผลการเรียนทุกวิชาเฉลี่ย 2.0 ขึ้นไป สูงถึงร้อยละ 63.57 และผู้เรียนมีความพึงพอใจในการใช้ระบบฯ ทุกด้านอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด

จากผลวิจัยดังกล่าว วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคตะวันออก (อี.เทค) ภายใต้การกำกับของสังกัดสำนักงานคณะกรรมการอาชีวศึกษา (สอศ.) ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการผลิตบุคลากรในสายอาชีพให้มีความรู้ มีทักษะในการปฏิบัติงานเพื่อป้อนเข้าสู่ตลาดแรงงาน โดยเฉพาะแรงงานที่จบในสายอาชีวศึกษาซึ่งยังขาดแคลนอยู่ สอดคล้องกับ ไพเราะ ราชสมบุรณ์ (2559) ที่ระบุว่าแรงงานระดับล่างและระดับกลางเป็นกลุ่มแรงงานที่ตลาดมีความต้องการสูงมาก โดยเฉพาะแรงงานที่จบการศึกษาในระดับอาชีวศึกษา มีความต้องการจ้างงานสูงมาก แต่กลับพบว่า มีนักศึกษาเรียนน้อยมาก ดังนั้น วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคตะวันออก (อี.เทค) จึงได้ทำความร่วมมือกับสถานประกอบการเปิดระบบบริหารการจัดการเรียนการสอนระบบทวิภาคี สอนเสริมด้วยสื่อออนไลน์ขึ้น เพื่อเป็นการเปิดโอกาสทางการศึกษาให้กับนักศึกษาโดยตรง

เมื่อวิทยาลัยฯ ได้ดำเนินการเปิดระบบบริหารการจัดการเรียนการสอนระบบทวิภาคี สอนเสริมด้วยสื่อออนไลน์ขึ้น พบว่า มีจำนวนนักศึกษาออกกลางคันเป็นจำนวนมาก ทางวิทยาลัยฯ และสถานประกอบการได้ตระหนักถึงปัญหาการออกกลางคันของนักศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ระบบทวิภาคี จึงได้แต่งตั้งอาจารย์และพี่เลี้ยงในการให้คำปรึกษาแก่นักศึกษา โดยได้มีการให้ความรู้เรื่องเทคนิคการให้คำปรึกษาสำหรับอาจารย์ที่ปรึกษาตามแนวคิดของ สำเนา ขจรศิลป์ (2534) ให้แก่อาจารย์และพี่เลี้ยง เพื่อให้สามารถให้คำปรึกษากับนักศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

อย่างไรก็ตาม ปัญหาการออกกลางคันของนักศึกษาก็ยังคงมีอยู่โดย ไพเราะ ราชสมบุรณ์ (2559) ได้ระบุปัญหาของนักศึกษาระบบทวิภาคีของวิทยาลัยเทคโนโลยีภาคตะวันออก (อี.เทค) ว่าปัญหาที่ทำให้ผู้เรียนระบบทวิภาคีไม่สามารถสำเร็จการศึกษาได้ตามกำหนดระยะเวลาของหลักสูตร โดยเฉพาะนักศึกษาทวิภาคีในสาขาบริหารธุรกิจ คือ นักศึกษาที่ทำงานในโรงงานหรือสถานประกอบการเกี่ยวกับให้บริการ การขายสินค้าอุปโภคบริโภคต้องทำงานในวันหยุดหรือทำงานเข้ากะ เข้าเวร บางครั้งเข้ากะกลางคืน เข้าต้องเข้าเรียนทำให้สมองไม่สามารถรับการเรียนรู้ในห้องเรียนได้บางครั้งมานั่งหลับในห้องเรียนผู้เรียนติดงานด่วนไม่สามารถลางานได้ ผู้เรียนมีเวลาทำงานเล็กหรือหยุดไม่พร้อมกันทำให้เวลาการมาเรียนไม่ถึง 80% จึงทำให้หมดสิทธิ์เข้าสอบ

นอกจากนี้ ทางคณะผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการสัมภาษณ์นักศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ระบบทวิภาคี วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคตะวันออก (อี.เทค) กลุ่มผู้เสี่ยงที่จะลาออกกลางคันในเชิงลึกถึงสาเหตุของการลาออกกลางคัน พบว่า อีกสาเหตุหนึ่งของนักศึกษาเมื่อมีปัญหาด้านการเรียน และการทำงานไม่กล้าที่จะเข้ามาขอคำปรึกษากับอาจารย์ คือ นักศึกษา อาจารย์และพี่เลี้ยงไม่มีความคุ้นเคยกันเพราะการเรียนในระบบ

ออนไลน์สามารถทำให้นักศึกษาสามารถทำงานพร้อมกับเรียนได้ แต่นักศึกษาก็มีโอกาสพบปะอาจารย์เพียงแค่ 1-2 ครั้งในวันพบกลุ่มก่อนสอบ จึงทำให้เมื่อนักศึกษามีปัญหาระหว่างเรียนไม่กล้าที่ขอคำแนะนำจากอาจารย์และพี่เลี้ยง

ดังนั้น เมื่อได้พบปัญหาที่ทำให้นักศึกษาออกกลางคันแล้ว ทางคณะผู้วิจัยจึงได้จัดกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์เพื่อสร้างสัมพันธภาพระหว่างนักศึกษา อาจารย์ผู้สอนและพี่เลี้ยงขึ้น เพื่อให้อาจารย์ พี่เลี้ยง และนักศึกษา ได้มีโอกาสพบปะทำกิจกรรมร่วมเพื่อสานสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน โดยให้อาจารย์และพี่เลี้ยงนำเทคนิคการให้คำปรึกษาสำหรับอาจารย์ที่ปรึกษาตามแนวคิดของ สำเนา ขจรศิลป์ (2534) มาใช้กับนักศึกษาตลอดการร่วมกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ เพื่อลดช่องว่างระหว่างนักศึกษา อาจารย์ และพี่เลี้ยง และเป็นการลดอัตราการออกกลางคันของนักศึกษา

### วัตถุประสงค์

1) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่เข้าร่วมกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์เพื่อสร้างสัมพันธภาพระหว่างนักศึกษา อาจารย์ผู้สอนและพี่เลี้ยงโดยใช้เทคนิคการให้คำปรึกษาของนักศึกษาประเภทนิตยภัตวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ระบบทวิภาคี วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคตะวันออก (อี.เทค)

2) เพื่อศึกษาผลของการจัดกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธภาพระหว่างนักศึกษา อาจารย์ผู้สอน และพี่เลี้ยงโดยใช้เทคนิคการให้คำปรึกษาของนักศึกษาประเภทนิตยภัตวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ระบบทวิภาคี วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคตะวันออก (อี.เทค)

### การทบทวนวรรณกรรม

#### เทคนิคการให้คำปรึกษาสำหรับอาจารย์ที่ปรึกษา

เสนห์ ระหว่างบ้าน และคณะ (2551) ได้อธิบายว่า อาจารย์ที่ปรึกษา หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่สถาบันการศึกษาแต่งตั้งขึ้นเพื่อให้คำปรึกษา แนะนำ และช่วยเหลือนักศึกษาในด้านต่างๆ อาทิเช่น ด้านวิชาการ ด้านคุณธรรม ด้านมนุษยสัมพันธ์ การปรับตัวเข้ากับสังคม การเข้าร่วมกิจกรรม รวมทั้งการวางแผนเตรียมตัวเพื่อประกอบอาชีพต่อไป ในขณะที่ สำเนา ขจรศิลป์ (2534) ได้ระบุว่า อาจารย์ที่ปรึกษามีความสำคัญกับนักศึกษาและกระบวนการพัฒนานักศึกษาเป็นอย่างมากโดยอาจารย์ที่ปรึกษาสามารถดูแลให้คำปรึกษาแก่นักศึกษาหลายด้านทั้งด้านวิชาการ ด้านสังคม ตลอดจนด้านอารมณ์

จากความหมายในข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า อาจารย์ที่ปรึกษา หมายถึง บุคคลที่สถาบันการศึกษาได้แต่งตั้งขึ้นเพื่อให้ทำหน้าที่ดูแลให้คำปรึกษาให้แก่นักศึกษาด้านวิชาการ ด้านสังคม ด้านอารมณ์ตลอดระยะเวลาที่นักศึกษาศึกษาอยู่ เพื่อให้ นักศึกษาสามารถฝ่าฟันอุปสรรคต่างๆ ในระหว่างเรียนจนนักศึกษาสำเร็จการศึกษา

ในส่วนของเทคนิคการให้คำปรึกษาสำหรับอาจารย์ที่ปรึกษานั้น สำเนา ขจรศิลป์ (2534) ได้กล่าวถึงบทบาทของอาจารย์ที่ปรึกษาว่า อาจารย์ที่ปรึกษาต้องมีความเข้าใจในเทคนิควิธีการที่จะสามารถให้คำปรึกษาและสนับสนุนนักศึกษาในความดูแลได้อย่างมีคุณภาพซึ่งมีเทคนิคที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

1) เทคนิคในการสร้างสัมพันธภาพกับนักศึกษา โดยเทคนิคนี้อาจารย์ที่ปรึกษาต้องพยายามสร้างสัมพันธภาพที่ดีให้เกิดกับนักศึกษา เพื่อให้ นักศึกษารู้สึกอบอุ่นใจและกล้าที่จะเข้ามาขอคำปรึกษาถือเป็นเทคนิคที่สำคัญในการเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาที่ดี





2) เทคนิคการให้คำแนะนำ เป็นเทคนิควิธีการที่อาจารย์ที่ปรึกษาต้องให้ความช่วยเหลือด้านข้อมูลแก่นักศึกษาให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้

3) เทคนิคการให้คำปรึกษา ถือว่าเป็นกระบวนการสำคัญที่ช่วยเหลือให้นักศึกษาเข้าใจตนเอง สภาพแวดล้อม การดำเนินชีวิตที่เหมาะสมกับตนเอง และเพื่อการปรับตัวที่ดีในอนาคต

### โปรแกรมกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์

ทิตนา แชมมณี (2522) ได้กล่าวว่า กิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์เป็นวิทยาการแขนงหนึ่งที่สามารถนำไปใช้ในการปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของคน อันจะเป็นประโยชน์ในการเสริมสร้างความสัมพันธ์และการปรับปรุงการทำงานของกลุ่มคนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

สุณี แสงทอง (2552) ได้กล่าวว่า กลุ่มสัมพันธ์เป็นกระบวนการการเรียนรู้ที่สมาชิกเข้าไปมีส่วนร่วมในการกระทำกิจกรรมร่วมกัน เพื่อให้ได้รับความรู้อย่างกว้างขวางเป็นการพัฒนาตนเอง เป็นการลดความวิตกกังวล และความตึงเครียด ช่วยในการแก้ปัญหาต่างๆ ที่ตนเองหรือสมาชิกกำลังประสบอยู่ให้หมดไปซึ่งเป็นประโยชน์ในการที่จะก่อให้เกิดพฤติกรรมกล้าแสดงออก

ในส่วนของรูปแบบและวิธีการของกลุ่มสัมพันธ์นั้น ทิตนา แชมมณี (2545) กล่าวว่า การจัดกิจกรรมการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับหลักการเรียนรู้และหลักการสอน ของกลุ่มสัมพันธ์มีอยู่หลายวิธี ดังนี้

1) เกม (Game) เป็นวิธีการหนึ่งซึ่งสามารถนำไปใช้ในการสอนได้เป็นอย่างดีโดยครูผู้สอนสร้างสถานการณ์สมมติขึ้น ให้ผู้เรียนลงเล่นด้วยตนเองภายใต้ข้อตกลงหรือกติกาบางอย่างที่กำหนดไว้ ซึ่งผู้เรียนจะต้องตัดสินใจทำอย่างใดอย่างหนึ่งอันมีผลออกมาในรูปการแพ้หรือชนะ วิธีการนี้จะช่วยให้ผู้เรียนเกิดความสนุกสนานในการเรียนอีกด้วย

2) บทบาทสมมติ (Role - Playing) เป็นวิธีการอีกวิธีหนึ่งซึ่งได้รับความนิยมในการนำมาใช้ในการสอน วิธีการนี้มีลักษณะเป็นสถานการณ์สมมติขึ้นมาแล้วให้ผู้เรียนสวมบทบาทนั้นและแสดงออกตามธรรมชาติโดยอาศัยบุคลิกภาพ ประสบการณ์ ความรู้สึกของตนเป็นหลัก ดังนั้นวิธีการนี้จึงมีส่วนช่วยเสริมสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ที่น่าสนใจ

3) สถานการณ์จำลอง (Simulation) เป็นการสร้างสถานการณ์ให้ใกล้เคียงกับความจริง และให้ผู้เรียนได้มีโอกาสเข้าไปอยู่ในสถานการณ์นั้นโดยให้ผู้เรียนได้มีปฏิริยาโต้ตอบซึ่งกันและกัน วิธีการนี้จะช่วยให้ผู้เรียนได้มีโอกาสนำความรู้ ประสบการณ์ที่มีมาใช้ทดลองพฤติกรรมต่างๆ ซึ่งในสถานการณ์จริงผู้เรียนอาจไม่กล้าแสดงเพราะจะเป็นการเสี่ยงต่อผลที่ได้รับจนเกินไป

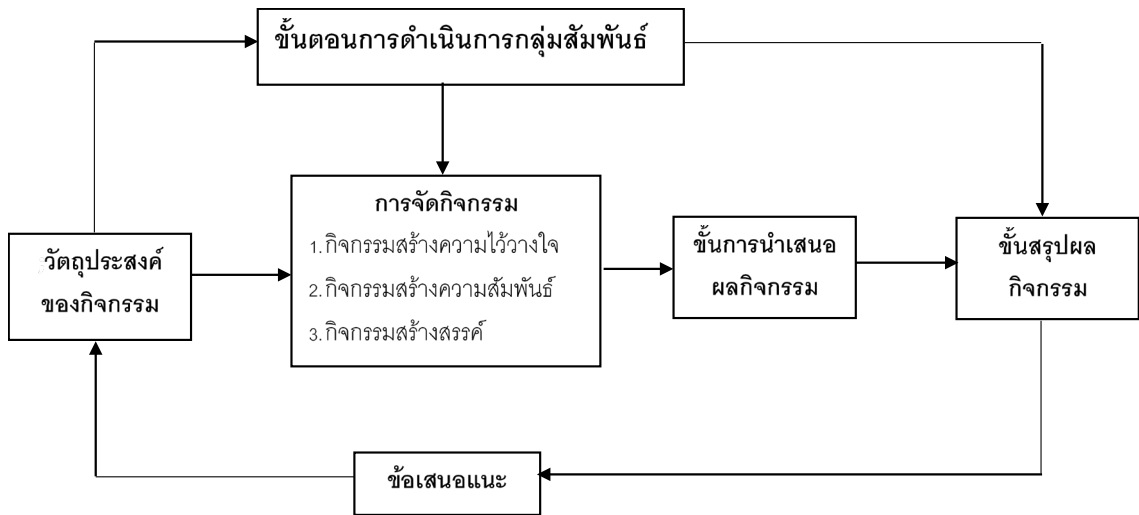
4) กรณีตัวอย่าง (Case) เป็นวิธีการสอนอีกวิธีหนึ่งซึ่งใช้กรณีหรือเรื่องราวต่างๆ ที่เกิดขึ้นจริงนำมาดัดแปลง และใช้เป็นตัวอย่างในการให้ผู้เรียนได้ศึกษาวิเคราะห์และอภิปรายกันเพื่อความเข้าใจและฝึกฝนทางแก้ไขปัญหานั้น วิธีการนี้จะช่วยให้ผู้เรียนได้รู้จักคิดและพิจารณาข้อมูลที่ได้รับอย่างถี่ถ้วน และการอภิปรายจะช่วยให้ผู้เรียนได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกัน รวมทั้งการนำเอากรณีต่างๆ ซึ่งคล้ายคลึงกับชีวิตจริงมาใช้ จะช่วยให้การเรียนรู้มีลักษณะที่ใกล้เคียงกับความจริงซึ่งมีส่วนทำให้การเรียนรู้นั้นมีความหมายสำหรับผู้เรียนมากยิ่งขึ้น

5) ละคร (Acting or Dramatization) เป็นวิธีการที่ผู้เรียนได้ทดลองแสดงบทบาทตามที่เขียนหรือกำหนดไว้ให้ โดยผู้แสดงจะต้องพยายามแสดงให้สมบทบาทตามที่กำหนดไว้ โดยไม่นำเอาบุคลิกภาพและความรู้สึกนึกคิดของตนเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้อง อันจะทำให้เกิดผลเสียต่อการแสดงบทบาทนั้นๆ วิธีการนี้จะช่วยให้ผู้เรียน

ได้มีประสบการณ์ในการที่จะเข้าใจความรู้สึก เหตุผล และพฤติกรรมของผู้อื่น ซึ่งความเข้าใจอันนี้จะมีส่วนช่วยเสริมสร้างความเห็นอกเห็นใจกันนอกจากนั้นการที่ผู้เรียนได้มีโอกาสแสดงละครร่วมกันจะเป็นการฝึกให้ผู้เรียนเกิดความรับผิดชอบในการเรียนร่วมกันและได้ฝึกการทำงานร่วมกัน

6) กลุ่มย่อย (Small Group) เป็นวิธีการที่ใช้มานานแล้ว เล็งเห็นว่าเป็นประโยชน์ในการเรียนรู้ของผู้เรียนมาก วิธีการนี้เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้เรียนทุกคนได้มีส่วนร่วมในการแสดงออกและช่วยให้ผู้เรียนได้ข้อมูลเพิ่มเติมยิ่งขึ้น

ในขณะที่ เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย (2554) ได้ระบุว่า ขั้นตอนการดำเนินการกลุ่มสัมพันธ์เพื่อให้บรรลุเป้าหมายนั้น จำเป็นต้องดำเนินการอย่างเป็นขั้นตอนเพื่อจะปฏิบัติได้สะดวกและมีหลักดำเนินการที่ชัดเจน โดยเริ่มจากการกำหนดวัตถุประสงค์ของกิจกรรม จะมีเส้นทางของกระบวนการคือ ขั้นตอนการดำเนินกิจกรรม 3 ลักษณะกิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมสร้างความไว้วางใจ กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ของบุคคล และกิจกรรมสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นกิจกรรมกลุ่มซึ่งร่วมกันทำกิจกรรมเพื่อนำเสนอกิจกรรมสู่ขั้นสรุปผลเพื่อย้อนกลับข้อเสนอแนะและตามวัตถุประสงค์ของกิจกรรม ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กระบวนการจัดการกลุ่มสัมพันธ์  
ที่มา : เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย (2554)

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ศุภสิริ โสมาเกตต์ (2544) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดหรือเจตคติของบุคคลที่มีต่อการทำงานหรือการปฏิบัติกิจกรรมในเชิงบวก ดังนั้น ความพึงพอใจในการเรียนรู้จึง หมายถึง ความรู้สึกพอใจ ชอบใจในการร่วมปฏิบัติกิจกรรม การเรียนการสอน และต้องการดำเนินกิจกรรมนั้นๆ จนบรรลุผลสำเร็จ

ปริญญา จเรรัตน์ และคณะ (2546) กล่าวว่า มาตราวัดความพึงพอใจสามารถกระทำได้หลายวิธี ได้แก่

1) การใช้แบบสอบถามโดยผู้สอบถามจะออกแบบสอบถามเพื่อต้องการทราบความคิดเห็นซึ่งสามารถทำได้ในลักษณะที่กำหนดคำตอบให้เลือก หรือตอบคำถามอิสระคำถามดังกล่าวอาจถามความพึงพอใจในด้านต่างๆ เช่น การบริการการบริหารและเงื่อนไขต่างๆ เป็นต้น

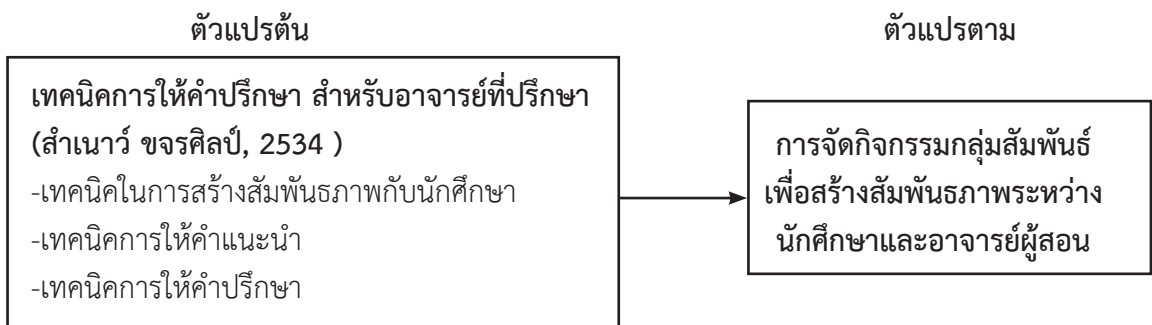


2) การสัมภาษณ์เป็นวิธีวัดความพึงพอใจทางตรงทางหนึ่งซึ่งต้องอาศัยเทคนิค และวิธีการที่ดีที่จะทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริงได้

3) การสังเกตเป็นวิธีการวัดความพึงพอใจโดยสังเกตพฤติกรรมของบุคคลเป้าหมาย ไม่ว่าจะแสดงออกจากการพูดกริยาท่าทางวิธีนี้จะต้องอาศัยการกระทำอย่างจริงจังและการสังเกตอย่างมีระเบียบแบบแผน

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดโดยนำแนวคิดเทคนิคการให้คำปรึกษาสำหรับอาจารย์ที่ปรึกษาของ สำเนา ขจรศิลป์ (2534) ซึ่งประกอบไปด้วย เทคนิคในการสร้างสัมพันธภาพกับนักศึกษา เทคนิคการให้คำแนะนำ และเทคนิคการให้คำปรึกษา มาใช้เป็นกรอบในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

### วิธีดำเนินการวิจัย

**ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง** ประชากรในการวิจัยในครั้งนี้ คือ นักศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ระบบทวิภาคี วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคตะวันออก (อี.เทค) จำนวน 890 คน โดยได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 608 คน คิดเป็นร้อยละ 77.52 ด้วยการสุ่มอย่างง่าย

**เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย** ในการวิจัยในครั้งนี้ ประกอบด้วย

1. แบบสอบถามแบบ เป็นแบบประมาณค่า 5 ระดับ โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สถานภาพทั่วไปของนักศึกษา

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการจัดกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ โดยใช้เทคนิคการให้คำปรึกษา สำหรับอาจารย์ที่ปรึกษา (สำเนา ขจรศิลป์, 2534 ) ได้แก่

- 1) เทคนิคในการสร้างสัมพันธภาพกับนักศึกษา
- 2) เทคนิคการให้คำแนะนำ และ
- 3) เทคนิคการให้คำปรึกษา

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นอื่น ๆ

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม และนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องรายข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC : Index of Item Objective Congruence) ก่อนนำไปใช้ ปรากฏว่าแบบสอบถามมีค่า IOC ที่ 0.69 ถึง 1.00 เป็นค่าที่ใช้ได้ (สมนึก ภัททิยธานี, 2546) และได้แก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

## 2. กิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์เพื่อสร้างสัมพันธภาพระหว่างนักศึกษา อาจารย์ผู้สอนและพี่เลี้ยง การสร้างรูปแบบกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ มีลำดับขั้นตอนในการสร้างกิจกรรม ดังนี้

1.1 ผู้วิจัยศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดรูปแบบกิจกรรมที่สอดคล้องกับเป้าหมายในการจัดกิจกรรม

1.2 สร้างรูปแบบกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับเป้าหมายในการจัดกิจกรรม

1.3 นำรูปแบบกิจกรรมที่สร้างขึ้นให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ตรวจสอบความเหมาะสม

1.4 นำรูปแบบกิจกรรมที่ปรับปรุงแล้วจากคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิไปทดลองใช้กับนักศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ระบบทวิภาคี วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคตะวันออก (อี.เทค.) จำนวน 890 คน

1.5 ประชุมชี้แจงทำความเข้าใจให้กับอาจารย์ที่ปรึกษาและพี่เลี้ยงในการนำแนวคิดเทคนิคการให้คำปรึกษามาใช้ในสังเกตพฤติกรรมและให้คำปรึกษาแก่นักศึกษาตลอดระยะเวลาที่ดำเนินการทดลองกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์

1.6 ดำเนินการจัดกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ ระหว่างวันที่ 14-21 ตุลาคม 2562 ณ วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคตะวันออก (อี.เทค.) โดยแบ่งนักศึกษาออกเป็น 5 กลุ่ม ๆ ละ 30 คน

1.7 หลังจากการทำกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์เสร็จสิ้นแล้ว ให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการจัดกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์

1.8 สรุปผลการดำเนินกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์

### การวิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถาม

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาทั้งหมดมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม โดยเลือกเฉพาะแบบสอบถามที่สมบูรณ์เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เป็นรายข้อและรายด้าน โดยมีเกณฑ์ในการแปลความหมาย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2554)

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50	หมายถึง	น้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50	หมายถึง	น้อย
ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50	หมายถึง	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50	หมายถึง	มาก
ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00	หมายถึง	มากที่สุด

### ผลการวิจัย

1) การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 608 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 75.3) มีอายุระหว่าง 18-20 ปี (ร้อยละ 97) ทำงานอยู่ในเครือ Central Group (ร้อยละ 45.4) และพักอาศัยอยู่กับเพื่อน (ร้อยละ 58.7)

2) ระดับความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการจัดกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธภาพระหว่างนักศึกษา อาจารย์ผู้สอน และพี่เลี้ยงของนักศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ระบบทวิภาคี วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคตะวันออก (อี.เทค) โดยรวมมีความพึงพอใจต่อกิจกรรมฯ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.91$ ,



S.D. = .487) เมื่อเรียงลำดับจากมากไปน้อยเป็นรายข้อ พบว่า นักศึกษาได้รับความรู้จากการเข้าร่วมกิจกรรม ( $\bar{x} = 4.43$ , S.D.= .627) กิจกรรมมีความเหมาะสม ( $\bar{x} = 4.40$ , S.D.= .644) และระยะเวลาในการจัดกิจกรรม ( $\bar{x} = 4.37$ , S.D.= .689) ตามลำดับ ดังตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** ระดับความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการจัดกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างนักศึกษา อาจารย์ผู้สอน และพี่เลี้ยงโดยใช้เทคนิคการให้คำปรึกษา

หัวข้อ	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
รูปแบบการจัดกิจกรรมมีความน่าสนใจ	1.72	.451	น้อย
นักศึกษาได้รับความรู้จากการเข้าร่วมกิจกรรม	4.43	.627	มาก
กิจกรรมมีความเหมาะสม	4.40	.644	มาก
ระยะเวลาในการจัดกิจกรรม	4.37	.689	มาก
สถานที่ในการจัดกิจกรรม	4.29	.751	มาก
วิทยากร	4.30	.740	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.91</b>	<b>.487</b>	<b>มาก</b>

ระดับความคิดเห็นของนักศึกษาหลังจากเข้าร่วมจัดกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ที่สามารถสร้างความสัมพันธ์ระหว่างนักศึกษาและนักศึกษา พบว่า ในภาพรวมนักศึกษามีความพึงพอใจหลังจากเข้าร่วมกิจกรรมอยู่ในระดับมาก นี้ ( $\bar{x} = 4.44$ , S.D.= .533) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับหัวข้อที่นักศึกษามีความคิดเห็นมากที่สุด พบว่า นักศึกษากล้าขอคำปรึกษาจากอาจารย์เมื่อประสบปัญหาเรื่องการเรียนหลังจากเข้าร่วมกิจกรรมครั้งนี้ ( $\bar{x} = 4.50$ , S.D.= .649) รองลงมาคือ นักศึกษาอยากให้สถาบันฯ จัดกิจกรรมเช่นนี้อีก ( $\bar{x} = 4.49$ , S.D.= .649) และ นักศึกษามีแรงจูงใจที่จะศึกษาให้สำเร็จหลังจากเข้าร่วมกิจกรรมในครั้งนี ( $\bar{x} = 4.44$ , S.D.= .650) ดังตารางที่ 2

**ตารางที่ 2** ระดับความคิดเห็นของนักศึกษาหลังจากเข้าร่วมจัดกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ที่สามารถสร้างความสัมพันธ์ระหว่างนักศึกษา อาจารย์ผู้สอน และพี่เลี้ยงโดยใช้เทคนิคการให้คำปรึกษา

หัวข้อ	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
นักศึกษามีความพึงพอใจในการเข้าร่วมกิจกรรมครั้งนี้	4.43	.636	มาก
นักศึกษาได้รับความรู้จากการเข้าร่วมกิจกรรมครั้งนี้	4.43	.663	มาก
นักศึกษาอยากให้สถาบันฯ จัดกิจกรรมเช่นนี้อีก	4.49	.610	มาก
การเข้าร่วมกิจกรรมในครั้งนี ทำให้นักศึกษามีความสัมพันธ์ภาพอันดีกับอาจารย์ผู้สอน	4.40	.650	มาก
นักศึกษากล้าขอคำปรึกษาจากอาจารย์เมื่อประสบปัญหาเรื่องการเรียนหลังจากเข้าร่วมกิจกรรมครั้งนี้	4.50	.649	มากที่สุด
นักศึกษามีแรงจูงใจที่จะศึกษาให้สำเร็จหลังจากเข้าร่วมกิจกรรมในครั้งนี	4.44	.649	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.44</b>	<b>.533</b>	<b>มาก</b>

ระดับความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อการทำกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ร่วมกับอาจารย์และพี่เลี้ยงในภาพรวม นักศึกษามีความเห็นที่ว่าทุกฐานกิจกรรมสามารถสร้างความสัมพันธ์กับอาจารย์และพี่เลี้ยงอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.38, S.D. = .600$ ) เรียงลำดับจากมากไปน้อย โดยกิจกรรมกลุ่มที่สามารถสร้างความสัมพันธ์ระหว่างอาจารย์ พี่เลี้ยง และนักศึกษามากที่สุด คือ กิจกรรมฐานที่ 1 ก้าวแรกไม่เป็นไร ก้าวต่อไปให้ถึงฝัน ( $\bar{x} = 4.48, S.D. = .700$ ) รองลงมา คือ กิจกรรมฐานที่ 4 พาปิงปองไปหาปองแป้ง ( $\bar{x} = 4.39, S.D. = .683$ ) ดังตารางที่ 3

**ตารางที่ 3** ระดับความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อการทำกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ร่วมกับอาจารย์และพี่เลี้ยงโดยใช้เทคนิคการให้คำปรึกษา

หัวข้อ	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
ฐานที่ 1 ก้าวแรกไม่เป็นไร ก้าวต่อไปให้ถึงฝัน	4.48	.700	มาก
ฐานที่ 2 กลับสู่สถานี	4.38	.743	มาก
ฐานที่ 3 ปิดตำลาค้าแต้ม	4.38	.709	มาก
ฐานที่ 4 พาปิงปองไปหาปองแป้ง	4.39	.683	มาก
ฐานที่ 5 กระจิบลับตัวเลขหรรษา	4.38	.760	มาก
รวม	4.38	.600	มาก

ระดับความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อการทำกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ร่วมกับเพื่อนนักศึกษาในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.38, S.D. = .600$ ) เรียงตามลำดับจากมากไปน้อยโดยกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ที่สามารถสร้างความสัมพันธ์ระหว่างนักศึกษาและเพื่อนนักศึกษามากที่สุด คือ กิจกรรมฐานที่ 3 ปิดตำลาค้าแต้ม ( $\bar{x} = 4.47, S.D. = .659$ ) รองลงมา คือ กิจกรรมฐานที่ 1 ก้าวแรกไม่เป็นไร ก้าวต่อไปให้ถึงฝัน ( $\bar{x} = 4.45, S.D. = .652$ ) และกิจกรรมฐานที่ 4 พาปิงปองไปหาปองแป้ง ( $\bar{x} = 4.42, S.D. = .674$ ) ตามลำดับ ดังตารางที่ 4

**ตารางที่ 4** กิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ที่สร้างความสัมพันธ์ระหว่างนักศึกษาและเพื่อนนักศึกษา

หัวข้อ	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
ฐานที่ 1 ก้าวแรกไม่เป็นไร ก้าวต่อไปให้ถึงฝัน	4.45	.652	มาก
ฐานที่ 2 กลับสู่สถานี	4.18	.788	มาก
ฐานที่ 3 ปิดตำลาค้าแต้ม	4.47	.659	มาก
ฐานที่ 4 พาปิงปองไปหาปองแป้ง	4.42	.674	มาก
ฐานที่ 5 กระจิบลับตัวเลขหรรษา	4.32	.781	มาก
รวม	4.38	.600	มาก

ระดับความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อเทคนิคการให้คำปรึกษาของอาจารย์และพี่เลี้ยงระหว่างการทำกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ร่วมกัน ในภาพรวมอยู่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.36, S.D. = .791$ ) เรียงตามลำดับจากมากไปน้อย โดยเทคนิคการให้คำปรึกษาสำหรับอาจารย์ที่ปรึกษาที่สามารถช่วยเหลือนักศึกษา ระหว่างทำกิจกรรมเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ เทคนิคการให้คำแนะนำ ( $\bar{x} = 4.46, S.D. = .640$ )



เทคนิคการให้คำปรึกษา ( $\bar{x} = 4.44$ , S.D. = .553) และเทคนิคในการสร้างสัมพันธ์ภาพกับนักศึกษา ( $\bar{x} = 4.43$ , S.D. = .547) ดังตารางที่ 5

**ตารางที่ 5** ความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อเทคนิคการให้คำปรึกษาของอาจารย์และพี่เลี้ยงระหว่างการทำกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์

หัวข้อ	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
เทคนิคในการสร้างสัมพันธ์ภาพกับนักศึกษา	4.43	.547	มาก
เทคนิคการให้คำแนะนำ	4.46	.640	มาก
เทคนิคการให้คำปรึกษา	4.44	.553	มาก
รวม	4.36	.791	มาก

### สรุปและการอภิปรายผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ได้ ดังนี้

1) ผลการประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาที่เข้าร่วมกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์เพื่อสร้างสัมพันธ์ภาพระหว่างนักศึกษา อาจารย์ผู้สอน และพี่เลี้ยงของนักศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ระบบทวิภาคี วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคตะวันออก (อี.เทค) พบว่า นักศึกษามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.91$ , S.D. = .487) โดยหัวข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ นักศึกษาได้รับความรู้และสามารถนำความรู้ที่ได้จากการเข้าร่วมกิจกรรมในครั้งนี้ไปประยุกต์ใช้ในการทำงานและใช้ในชีวิตประจำวันได้ ( $\bar{x} = 4.43$ , S.D. = .627) อาจเป็นเพราะ การจัดกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ในครั้งนี้ วิทยาลัยฯ ได้บูรณาการกิจกรรมกับความรู้ที่นักศึกษาจะนำไปปรับใช้ในการทำงาน ซึ่งนอกจากนักศึกษาจะได้รับความรู้แล้วกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ยังทำให้นักศึกษาเกิดความสุขสนุกสนานและผ่อนคลายความเครียดจากการเรียนและการทำงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวดี ปุยฝ้าย (2552) ที่ได้ศึกษาผลการจัดกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ต่อการลดความเครียดของนักเรียนที่มีปัญหาทางการเรียนรู้ พบว่า กิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์มีเนื้อหาการเรียนเรียนรู้ที่สามารถเสริมแรงให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ไปตามระดับความรู้ความสามารถ และได้ประสบการณ์แห่งความสำเร็จ ทำให้ผู้เรียนเกิดความสุขไปกับการเรียนรู้ ไม่เบื่อหน่ายกับการทำกิจกรรมและช่วยลดความเครียดของนักเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพเพราะกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์สามารถตอบสนองความต้องการของผู้เรียน ที่มุ่งจัดกิจกรรมเพื่อให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ในสิ่งที่ผู้เรียนคุ้นเคย ส่งเสริมและพัฒนาความสามารถและความถนัดของผู้เรียนแต่ละคนได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล และสอดคล้องกับแนวคิดของ ทิศนา เขมมณี (2545) ที่กล่าวว่า การเรียนรู้ที่มีความหมายต่อผู้เรียน คือ การเรียนรู้ที่สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ การช่วยให้ผู้เรียนได้ใช้ความรู้จะช่วยให้ผู้เรียนเกิดความเข้าใจในสิ่งนั้นมากขึ้นและเกิดความรู้มากขึ้น

2) ผลของการจัดกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ภาพระหว่างนักศึกษา อาจารย์ผู้สอน และพี่เลี้ยงของนักศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ระบบทวิภาคี วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคตะวันออก (อี.เทค) พบว่า หัวข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ นักศึกษากล้าขอคำปรึกษาจากอาจารย์เมื่อประสบปัญหาเรื่องการเรียนหลังจากเข้าร่วมกิจกรรมครั้งนี้ ( $\bar{x} = 4.50$ ) อาจเป็นเพราะนักศึกษาอาจารย์และพี่เลี้ยงมีโอกาส

ทำความเข้าใจและสานสัมพันธ์กันมากขึ้น เพราะนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ยังไม่รู้จักอาจารย์ พี่เลี้ยง และเพื่อนนักศึกษา ไม่กล้าแม้กระทั่งจะกล่าวทักทายกัน แต่การจัดกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ฯ ทำให้นักศึกษาเกิดการละลายพฤติกรรม เปิดใจที่จะทำความเข้าใจกับอาจารย์ พี่เลี้ยงและเพื่อนนักศึกษา ตลอดจนเกิดการร่วมมือร่วมใจและความสามัคคี ที่จะช่วยเหลือกันในระหว่างการทำกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ตามฐานต่างๆ ให้ประสบความสำเร็จ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมจิตร ไชยผง (2549) ที่ได้ศึกษาผลการใช้กิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ต่อการปรับตัวทางสังคมของ นิสิตชั้นปีที่ 1 คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม พบว่า นิสิตที่เข้าร่วมกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์มีการปรับตัวทางสังคมมากขึ้นและมีพฤติกรรมปรับตัวทางสังคมโดยรวมและทั้ง 2 ด้าน คือ ด้านการรู้จักตนเอง และด้านการสร้างสัมพันธ์ภาพกับเพื่อนเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น โดยเฉพาะนักศึกษาที่เป็นกลุ่มทดลอง พบว่า หลังการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์มีคะแนนการปรับตัวทางสังคมสูงขึ้น โดยรวมทั้งสองด้าน คือ ด้านการรู้จักตนเอง และด้านการสร้างสัมพันธ์ภาพกับเพื่อนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องของ จิตติมา จันทภาค (2562) ที่ได้พัฒนาคุณลักษณะของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ สถาบันอุดมศึกษาโดยใช้ กิจกรรมกลุ่มเป็นฐานในการเรียนรู้ พบว่า กิจกรรมกลุ่มสามารถหล่อหลอมทำให้นักศึกษาเกิดความรับผิดชอบ รับผิดชอบต่อตนเอง และสังคม ตลอดจนสามารถสร้างประสบการณ์และทักษะต่างที่จำเป็นในการทำงาน เช่น การทำงานเป็นทีม การวางแผนในการทำงานทีม มีชื่อเสียงและเคารพผู้อื่นและสามารถแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้าต่างๆ ได้และนักศึกษามีความพึงพอใจในการเข้าร่วมกิจกรรมสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดอย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ .01 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ มิตรยา ยาประดิษฐ์ (2558) ที่ได้พัฒนารูปแบบการจัดการ ลูกค้าสัมพันธ์ของศึกษาศาสตร์ สถาบันอุดมศึกษาเอกชน พบว่า การที่สถาบันการศึกษาสร้างกิจกรรมที่ทำให้ อาจารย์และนักศึกษาได้ทำกิจกรรมร่วมกันนอกชั้นเรียนจะสามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างอาจารย์ และนักศึกษาได้ ซึ่งนอกจากจะทำให้สถาบันอุดมศึกษาเอกชนมีความโดดเด่นในเชิงของการผลิตบัณฑิตที่มี คุณภาพแล้ว ยังช่วยลดอัตราการการสูญเสียนักศึกษาที่ออกกลางคันได้อีกด้วย

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ควรพัฒนาปรับเนื้อหาให้กิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ให้มีรูปแบบจัดกิจกรรมที่หลากหลาย แปลกใหม่น่า สนใจ และสอดคล้องกับบริบทของนักศึกษา
- 2) ควรนำรูปแบบกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ไปใช้เพื่อพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างอาจารย์ที่ปรึกษาในระดับ ชั้นอื่น

### เอกสารอ้างอิง

- จิตติมา จันทภาค. (2562). *การพัฒนาคุณลักษณะของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ สถาบันอุดมศึกษาเอกชน*. การศึกษาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยพะเยา, พะเยา.
- เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย. (2554). *การนันทนาการ*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไทยโพสต์. (2561). *ปรับตัวหนีถูกปิด ทางรอด มหาวิทยาลัยไทย*. (12 กุมภาพันธ์ 2563) สืบค้นจาก <https://www.posttoday.com/politic/report/566111>.
- ทิตินา แคมมณี. (2522). *กลุ่มสัมพันธ์ : ทฤษฎีและแนวทางปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ : บุรพาศิลป์.
- ทิตินา แคมมณี. (2545). *14 วิธีการสอนสำหรับครูมืออาชีพ*. กรุงเทพฯ : ด่านสุทธการพิมพ์.





- นิสริน เหมจา. (2554). การพัฒนาพฤติกรรมการร่วมมือของเด็กปฐมวัยโดยใช้การจัดประสบการณ์แบบ บทบาทสมมติ. คุรุศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการปฐมวัยศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏ พระนคร, กรุงเทพฯ.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2554). การวิจัยเบื้องต้น. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- ปริญญญา จเรรัชต์ และคณะ. (2546). ความพึงพอใจของเกษตรกรผู้ผลิตและผู้ใส่เสปียงสัตว์จังหวัดสุพรรณบุรี กิจกรรมนาหญ้าและพัฒนาอาชีพผลิตเสปียงสัตว์เพื่อการจำหน่าย. กรุงเทพฯ : กองอาหารสัตว์ กรม ปศุสัตว์.
- ไพเราะ ราชสมบุรณ์. (2559). การพัฒนาระบบบริหารการจัดการเรียนการสอนระบบทวิภาคี สอนเสริมด้วย สื่อออนไลน์ วิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน. ปรัชญาดุสิตบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษาและภาวะ ผู้นำ มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น, กรุงเทพฯ.
- ศุภสิริ โสมาเกต. (2544). การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ในการเรียนและความพึงพอใจในการเรียนภาษาอังกฤษ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 ระหว่างการเรียนรู้โดยโครงการงานกับการเรียนรู้ตามคู่มือครู. การศึกษามหาบัณฑิต หลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, มหาสารคาม.
- สมจิตร ไชยผง. (2549). ผลของกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ต่อการปรับตัวทางสังคมของนิสิต ชั้นปีที่ 1 คณะ เภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. การศึกษามหาบัณฑิต หลักสูตรและการสอน. มหาวิทยาลัย มหาสารคาม, มหาสารคาม.
- สมนึก ภัททิยธานี. (2546). การวัดผลการศึกษา. กภาพสินธุ์ : ประสานการพิมพ์.
- สุณี แสงทอง. (2552). ผลการใช้กลุ่มสัมพันธ์เพื่อสร้างเจตคติในการเรียนวิชาภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้น ประถมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนวัดทองสุธาราม กรุงเทพมหานคร. ศึกษาศาสตร์ สาขาวิชาจิตวิทยาและ แขนงแนว มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- สุวดี ปุยฝ้าย. (2552). ผลการจัดกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ต่อการลดความเครียดของนักเรียนที่มีปัญหาทาง การเรียนรู้ ช่วงชั้นที่ 3. คุรุศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาการศึกษาพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, มหาสารคาม.
- สุमितรา ยาประดิษฐ์. (2558). การพัฒนารูปแบบการจัดการลูกคำสัมพันธ์ของศึกษาศาสตร์สถาบันอุดมศึกษา เอกชน. ปรัชญาดุสิตบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษาและภาวะผู้นำ มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น, กรุงเทพฯ.
- สำเนาวิ ขจรศิลป์. (2534). ระบบอาจารย์ที่ปรึกษาวิชาการระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ : กองบริการการศึกษา สำนักงานปลัดทบวงมหาวิทยาลัย.
- เสนห์ ระหว่างบ้าน และคณะ. (2551). ความพึงพอใจของนักศึกษาที่ปรึกษาหมู่เรียน มหาวิทยาลัยราชภัฏ หมู่บ้านจอมบึง. (12 กุมภาพันธ์ 2563) สืบค้นจาก <http://newtdc.thailis.or.th/docview.aspx?tdcid=9801>.



### แบบฟอร์มการส่งบทความตีพิมพ์ในวารสารร่วมพฤษ

บทความวิจัย     บทความวิชาการ     อื่นๆ (ระบุ) .....

1. ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) .....
2. สถานภาพทางวิชาการ  
 ศาสตราจารย์    รองศาสตราจารย์    ผู้ช่วยศาสตราจารย์    อาจารย์    นักศึกษา    อื่นๆ .....
3. สังกัด คณะ.....มหาวิทยาลัย .....
- ที่อยู่ .....
- โทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้ .....
- อีเมล.....
4. ชื่อบทความ  
    (ภาษาไทย) .....
- (ภาษาอังกฤษ) .....

กองบรรณาธิการวารสารร่วมพฤษมีนโยบายและเกณฑ์การรับพิจารณาและตีพิมพ์บทความซึ่งไม่เคยเสนอเพื่อขอตีพิมพ์ และไม่เคยเผยแพร่ในเอกสารฉบับอื่นๆ มาก่อนหน้านี้ และไม่ใช้บทความวิจัยจากงานวิจัยในชั้นเรียน ไม่ใช้บทความวิจัยจากงานวิจัยสถาบัน โดยบทความที่จะได้รับการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารร่วมพฤษนั้นต้องผ่านการประเมินบทความจากผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งไม่ทราบชื่อผู้แต่งและผู้แต่งไม่ทราบชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ (Double Blind Peer Review) จากสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องอย่างน้อย 2 ท่าน ทุกบทความที่ตีพิมพ์ในวารสารร่วมพฤษ มหาวิทยาลัยฯ สงวนลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ.2537

ข้าพเจ้าขอรับรองว่าบทความที่ส่งมานี้ยังไม่เคยเสนอตีพิมพ์ที่ใดๆ และมีได้ตัดออกจากบทความของผู้อื่น และรับทราบ/ยอมรับในเกณฑ์ดังกล่าวแล้ว จึงขอส่ง 1) ข้อมูลตามแบบฟอร์มการส่งบทความ 2) ใบโอนเงิน และ 3) บทความ เข้ารับการประเมินเพื่อร่วมตีพิมพ์ในวารสารร่วมพฤษ

.....ลงนาม

...../...../.....

#### ผู้เขียนชำระค่าธรรมเนียม\*ตามเงื่อนไขต่อไปนี้

- 1) ชำระค่าตีพิมพ์บทความโดยแยกประเภท ดังนี้

บทความ	นศ. ม.เกริก ค่าธรรมเนียมต่อ 1 บทความ	บุคคลทั่วไป ค่าธรรมเนียมต่อ 1 บทความ
ภาษาไทย	3,000 บาท	4,000 บาท
ภาษาอังกฤษ	6,000 บาท	8,000 บาท

- 2) จ่ายผ่าน ธนาคารกรุงไทย ชื่อบัญชี มหาวิทยาลัยเกริก เลขที่บัญชี 060-1-06501-8
- 3) หลังจากชำระแล้วส่งเอกสารทั้ง 3 รายการ คือ (1) ข้อมูลตามแบบฟอร์มการส่งบทความ (2) ใบโอนเงิน และ (3) บทความ มาที่ <https://www.tci-thaijo.org/index.php/romphruekj/index>

\* หมายเหตุ : 1. ผู้เขียนไม่สามารถขอคืนค่าธรรมเนียมได้ในทุกกรณี (กรุณาศึกษารายละเอียดก่อนส่งบทความ)  
 2. กรุณาส่งเอกสารให้ครบถ้วน ตามข้อ 1) - 3) เพื่อความรวดเร็วในการพิจารณาดำเนินการของกองบรรณาธิการ

## หลักเกณฑ์และรูปแบบการเขียนบทความเพื่อตีพิมพ์ในวารสารร่วมพฤษ

### หลักเกณฑ์การเสนอบทความเพื่อตีพิมพ์วารสารร่วมพฤษ

1. ผู้เขียนต้องชำระค่าธรรมเนียมตีพิมพ์บทความ
2. บทความที่ส่งมาต้องเขียนให้อยู่ในรูปแบบที่วารสารร่วมพฤษกำหนดเท่านั้น
3. ผู้เขียนต้องส่งเอกสาร 1) แบบฟอร์มการส่งบทความ 2) ใบโอนเงิน และ 3) บทความ มาที่ <https://www.tci-thaijo.org/index.php/romphruekj/index> (ระบบออนไลน์) เท่านั้น โดยจะไม่รับพิจารณาบทความที่ส่งทางอีเมลล์ ไปรษณีย์หรือช่องทางอื่นๆ
4. ระยะเวลาที่ใช้ในกระบวนการตั้งแต่รับบทความจนผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความเสร็จโดยประมาณ 75 วัน
5. ผู้เขียนจะได้รับหนังสือตอบรับการตีพิมพ์เมื่อกองบรรณาธิการได้รับบทความที่ผู้เขียนแก้ไขตามข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิหลังจากการประเมินแล้วเท่านั้น
6. ขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาเฉพาะบทความที่ส่งมาตามเงื่อนไขนี้เท่านั้น

### เงื่อนไขการส่งบทความเสนอขอรับการประเมินเพื่อตีพิมพ์ในวารสารร่วมพฤษ

1. เป็นบทความทางด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
2. ต้องเป็นบทความที่ไม่เคยเสนอขอตีพิมพ์หรือเผยแพร่ในวารสารฉบับอื่นๆ มาก่อน
3. ผู้เขียนจะต้องส่งต้นฉบับเป็นไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ โดย
  - พิมพ์ลงในโปรแกรม Microsoft word ความยาวไม่เกิน 15 หน้า (A4)
  - อักษร Cordia New /ขนาดอักษร 16 point (ทั้งภาษาไทยและอังกฤษ)
  - กำหนดระยะขอบกระดาษทั้ง 4 ด้าน คือ 2.54 เซนติเมตร หรือ 1 นิ้ว (ขอบบน ซ้าย ขวา และล่าง)
4. รูปแบบการเขียนบทความ ควรเขียนเชิงพรรณนาความ หากเป็นบทความที่มาจากงานวิจัยต้องเป็นการเขียนใหม่ โดยนำประเด็นสำคัญมานำเสนอ และใช้รูปแบบการเขียนที่ไม่ใช่เป็นการย่อจากงานวิจัย

### บทความวิจัย ควรประกอบด้วยหัวข้อดังนี้ (ไม่ต้องใส่ตัวเลขหน้าหัวข้อในบทความ)

1. ชื่อบทความ ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ
2. ชื่อผู้เขียน ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ
3. บทคัดย่อ ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ (รวม 2 ภาษา ควรมีความยาวไม่เกิน 1 หน้า A4)
4. คำสำคัญ ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ (3-5 คำ ใช้ เครื่องหมาย semicolon (;) คั่น ระหว่างคำ)
5. ที่มาและความสำคัญของปัญหา
6. วัตถุประสงค์ / แนวคิดทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรม (งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง)
7. วิธีการวิจัย (ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง วิธีการเก็บและการวิเคราะห์ข้อมูล)
8. ผลการวิจัย (ผลที่ได้จากการวิจัย อาจแสดงภาพหรือตารางที่สำคัญประกอบการอธิบายผลวิจัย)
9. บทสรุป (สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ)
10. เอกสารอ้างอิง (วารสารร่วมพฤษใช้รูปแบบ APA 6<sup>th</sup>)

## บทความวิชาการ ควรประกอบด้วยหัวข้อดังนี้ (ไม่ต้องใส่ตัวเลขหน้าหัวข้อในบทความ)

1. ชื่อบทความ ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ
2. ชื่อผู้เขียน ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ
3. บทคัดย่อ ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ (ทั้ง 2 ภาษา ควรมีความยาวไม่เกิน 1 หน้า A4)
4. คำสำคัญ ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ (3-5 คำ ใช้ เครื่องหมาย semicolon (;) คั่น ระหว่างคำ)
5. บทนำ (ที่มา หรือ ความสำคัญของบทความที่ต้องการนำเสนอ)
6. เนื้อหา (ผู้เขียนนำเสนอหัวข้อสำคัญที่เกี่ยวข้องประกอบบทความที่นำเสนอ)
7. บทสรุป (สรุปประเด็นสำคัญที่ได้นำเสนอจากบทความ โดยสรุปท้ายบทความอาจตั้งประเด็นคำถาม หรือ การสร้างความต้องการให้ผู้อ่านคิดค้นหาคำตอบใหม่ ๆ)
8. เอกสารอ้างอิง (วารสารร่วมพิภกษใช้รูปแบบ APA 6<sup>th</sup>)

5. สำหรับบทความปริทัศน์-บทวิจารณ์หนังสือ ผู้เขียนจะต้องแจ้งแหล่งที่มาโดยละเอียด

### 6. วารสารร่วมพิภกษ ของสงวนสิทธิ์ ในการรับพิจารณาบทความ กรณี

- 6.1 การใช้อีเมลและหมายเลขโทรศัพท์ของผู้อื่นในการส่งบทความ
- 6.2 ไม่รับพิจารณาบทความวิจัยในชั้นเรียนและบทความจากงานวิจัยสถาบัน
- 6.3 รับพิจารณาบทความที่เขียนตามรูปแบบของวารสารร่วมพิภกษเท่านั้น
- 6.4 รับพิจารณาบทความผ่านระบบ ThaiJO [<https://www.tci-thaijo.org/index.php/romphruekj/index>]  
เท่านั้น

**การเขียนเชิงอรรถ** เป็นการเขียนข้อความที่บอกแหล่งที่มาของอัญประภาษหรืออัญพจน์ อาจเป็นรายละเอียดเพิ่มเติมข้อความบางแห่งในรายงาน ตำแหน่งของเชิงอรรถให้เขียนไว้ท้ายหน้ากระดาษแต่ละหน้าโดยเว้นห่างจากข้อความในส่วนเนื้อเรื่องพอสมควร และมีเส้นขีดคั่นเพื่อมิให้ปะปนกับเนื้อเรื่อง ดังตัวอย่างต่อไปนี้

- **เชิงอรรถโยง (Gross - Reference) คือ การเขียนเพื่อเชื่อมโยงเนื้อหาให้ผู้อ่านสามารถดูหรืออ่านเพิ่มเติมเพื่อความเข้าใจที่ชัดเจนยิ่งขึ้น โดยมีลักษณะการเขียนดังนี้**

.....ในการปฏิบัติหน้าที่ และการทำงานในหน่วยงานต่างๆ อันจะก่อให้เกิดประสิทธิภาพและผลงานที่ดีแล้ว จะต้องมีการบริหารองค์กรที่ดี นั้นหมายความว่า การดำเนินการจะต้องยึดหลักการบริหารงาน<sup>1</sup>

<sup>1</sup>ดูรายละเอียดเพิ่มเติม เรื่อง หลักการบริหารงาน บทที่ 4 หน้า 75.

- **เชิงอรรถอธิบาย (Content Footnote)** เชิงอรรถเสริมความที่เป็นข้อความอธิบาย ขยายความเพิ่มเติมจากเนื้อหาของรายงานบางตอนที่คิดว่าช่วยให้ผู้อ่านเข้าใจได้ง่ายขึ้น มีลักษณะการเขียน ดังนี้

เลขเรียกหนังสือ (Book Number) หรือเลขผู้แต่ง<sup>1</sup> (Author Number) การจัดหนังสือ

.....  
<sup>1</sup>เลขเรียกหนังสือหรือเลขผู้แต่ง คือ ตัวเลขที่กำหนดขึ้นแทนตัวอักษรของชื่อ หรือนามสกุล ผู้แต่ง จะใส่กำกับตามหลังพยัญชนะตัวแรกของชื่อผู้แต่งในเลขเรียกหนังสือ

### รูปแบบการเขียนเอกสารอ้างอิงในเนื้อหาบทความ

**เอกสารอ้างอิง** เป็นการรวบรวมเฉพาะรายการเอกสารที่ถูกอ้างไว้ในส่วนเนื้อเรื่องเท่านั้น ดังนั้นจำนวนรายการเอกสารที่อ้างอิงในส่วนท้ายเรื่องจึงต้องมีจำนวนเท่ากับที่ถูกอ้างอิงไว้ในส่วนเนื้อเรื่อง การอ้างอิงแบบนาม-ปี เป็นการอ้างอิงโดยระบุ **ชื่อผู้แต่ง และ ปีที่พิมพ์ของเอกสาร** ไว้ข้างหน้าหรือข้างหลังข้อความที่ต้องการอ้าง เพื่อบอกแหล่งที่มาของข้อความในเนื้อหานั้น และอาจระบุ **เลขหน้าของเอกสารที่อ้าง** ได้ เพื่อให้ผู้อ่านสามารถตรวจสอบข้อมูลทางบรรณานุกรมของเอกสารที่ใช้อ้างอิงได้จากรายการเอกสารอ้างอิง (references) หรือ บรรณานุกรม (bibliography)

**ตัวอย่าง** (ผู้แต่ง 1 คน)

(พรรรณี บัวเล็ก, 2559)

พรรรณี บัวเล็ก (2559)

**ตัวอย่าง** (ผู้แต่ง 2 คน) หากมีผู้แต่งมากกว่า 3 คน ให้ใส่ชื่อผู้แต่งทุกคน

Dunning and Friedman (2014 : 79-120)

(Dunning and Friedman, 2014 : 79-120)

หรือการสรุปเนื้อหาทั้งหมดเล่ม ไม่ใช่เฉพาะส่วนใดส่วนหนึ่งหรือหน้าใดหน้าหนึ่ง ก็ไม่ต้องระบุหมายเลขหน้า ดังนี้

**ตัวอย่าง**

(ดิน ปรัชญพฤทธิ, 2558)

กรณีการอ้างอิงผู้แต่งเป็นชาวต่างประเทศให้ระบุแต่นามสกุล ไม่ต้องใส่ชื่อแรก

**ตัวอย่าง**

(Hobbs, 2015 : 58 – 81)

กรณีที่มีผู้แต่งมีฐานันดรศักดิ์ ให้คงไว้เหมือนบรรดาศักดิ์/สมณศักดิ์ เดิม ดังนี้

**ตัวอย่าง**

(หม่อมราชวงศ์ปรีดิยาธร เทวกุล, 2558 : 59)

หรือกรณีผู้แต่งมีศทางทหาร ตำรวจ ตำแหน่งทางวิชาการ คำเรียกทางวิชาชีพ ไม่ต้องใส่ไว้ เช่น ศาสตราจารย์  
นายแพทย์

**ตัวอย่าง**

(สมชาย ผลเอี่ยมเอก, 2558 : 68)

กรณีอ้างอิงจากเว็บไซต์ ให้ใส่ชื่อผู้แต่ง ปี พ.ศ. ซึ่งปรากฏในเรื่องที่สืบค้น ดังนี้

**ตัวอย่าง**

(อาทิตย์ ทองอินทร์, 2559)

สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2559)

**การเขียนเอกสารอ้างอิง (ท้ายบทความ)**

การเขียนเอกสารอ้างอิง (บรรณานุกรม) ให้เขียนโดยเรียงลำดับตามหลักการเดียวกับการเรียงคำตามลำดับอักษรในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (ภาษาไทย) หรือ Dictionary (ภาษาอังกฤษ) โดยคำที่มีตัวสะกดจัดเรียงไว้ก่อนคำที่มีรูปสระตามลำดับตั้งแต่ ก-ฉ และ A-Z ส่วนคำที่ขึ้นต้นด้วยพยัญชนะตัวเดียวกันเรียงลำดับตามรูปสระที่เรียงในภาษาไทย โดยเรียงภาษาไทยก่อนตามด้วยภาษาอังกฤษ

วารสารร่วมพฤษฯ ใช้รูปแบบที่นิยมใช้กันทั่วไปทางสังคมศาสตร์ คือ APA 6<sup>th</sup> (American Psychological Association) เพื่อในการบันทึกการอ้างอิงตามมาตรฐานของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) โดยเขียนประเภทการอ้างอิง ดังตัวอย่างต่อไปนี้

**หนังสือ**

ชื่อผู้แต่ง. (ปี). ชื่อหนังสือ. สถานที่พิมพ์ : สำนักพิมพ์.
Ex. วิจารณ์ พานิช. (2556). สนุกกับการเรียนในศตวรรษที่ 21. นนทบุรี : บริษัท เอส.อาร์.พี.รឹងตั้งแมสโปรดักส์ จำกัด.

**บทความในหนังสือ วารสาร และนิตยสาร**

ชื่อผู้แต่ง. (ปี). ชื่อบทความ. ชื่อวารสาร, ปีที่(ฉบับที่), หน้า.
Ex. อมรรัตน์ กุลสุจริต. (2559). ระบบการตรวจสอบทรัพย์สินและหนี้สินของรัฐมนตรี. <i>ร่วมพฤษ</i> , 34(1), 209-234.

## วิทยานิพนธ์

ชื่อผู้แต่ง. (ปี). ชื่อวิทยานิพนธ์. คณะ/ชื่อสถาบัน-มหาวิทยาลัย, สถานที่พิมพ์.

Ex.

วริศรา ศิริมังคละ. (2552). *บทบาทของผู้บริหารกับการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก, กรุงเทพฯ.*

## การนำเสนอผลงานวิชาการในการประชุมทางวิชาการ

ชื่อผู้เขียน. (ปี). ชื่อบทความ. ชื่อรายงานการประชุม, หน้า.

Ex.

สุจิตรา เนตรสกุล. (2559). *การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล : ศึกษากรณีการส่งต่อข้อมูลบนเฟซบุ๊ก. การนำเสนอผลงานวิชาการบัณฑิตศึกษาระดับชาติประจำปี พ.ศ.2559 วันที่ 5 พฤศจิกายน 2559 ณ มหาวิทยาลัยเกริก กรุงเทพฯ, 588-600.*

## เว็บไซต์

ชื่อผู้เขียน. *เรื่องที่สืบค้น*. (วัน เดือน ปีที่สืบค้น) สืบค้นจาก ชื่อเว็บไซต์ (URL).

Ex.

ธเนศ อาภรณ์สุวรรณ. *ทรมั้บ่ก่าล้งเผชญหน้ากั้บ “ตุลาการภิวัฒน์” ฉบับอเมริกัน?* (14 กุมภาพันธ์ 2560) สืบค้นจาก <http://www.bbc.com/thai/thailand-38915635>.

## สัมภาษณ์

ชื่อผู้ถูกสัมภาษณ์. ตำแหน่ง. สัมภาษณ์, วัน เดือน ปี.

Ex.

ประภาส แสงประดับ, ประธานชุมชนวัดบางบัว. สัมภาษณ์, 9 ธันวาคม 2558.

## หนังสือออนไลน์ (e Book)

ชื่อผู้แต่ง. (ปี). ชื่อเรื่อง. สืบค้นเมื่อ (วัน เดือน ปี ที่สืบค้น). สืบค้นจาก ชื่อเว็บไซต์ (URL).

Ex.

สมนึก อุ่นแก้ว. (2556). *ทฤษฎีดนตรีแนวปฏิบัติ*. (23 กุมภาพันธ์ 2560). สืบค้นจาก <http://www.ebooks.in.th/mybookshelf.html>

## บทความในวารสารออนไลน์ (e Journal)

ชื่อผู้แต่ง. (ปี). ชื่อบทความ. (วัน เดือน ปี ที่สืบค้น). สืบค้นจาก ชื่อเว็บไซต์ (URL).

Ex.

สุจิตรา สามัคคีธรรม. (2559). เศรษฐศาสตร์การเมืองว่าด้วยเครือข่ายป่าชุมชนในเขตรอยต่อ 5 จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. (22 กุมภาพันธ์ 2560). สืบค้นจาก <https://www.tci-haijo.org/index.php/romphruengkj/article/view/72599/58412>.

## การลงรายการผู้แต่งในเอกสารอ้างอิง

1. ชื่อผู้แต่งชาวไทยลงรายการทั้งชื่อและนามสกุล โดยไม่มีคำนำหน้า และลงรายการชื่อทุกคนหากมีผู้แต่งตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป
2. ผู้แต่งมีคำนำหน้า ฐานันดรศักดิ์ หรือบรรดาศักดิ์ ลงรายการท้ายชื่อ โดยใช้เครื่องหมายจุลภาค (,) คั่นระหว่างชื่อและฐานันดรศักดิ์หรือบรรดาศักดิ์

Ex.

ณัดศรี สวัสดิวัตน์, ม.ร.ว.

สุพัตรา มาศดิตถ์, คุณหญิง.

3. ผู้แต่งที่เป็นพระสงฆ์ที่มีสมณศักดิ์ให้ลงรายการตามเดิม และ ใส่ชื่อเดิมไว้ในวงเล็บ

Ex.

สมเด็จพระพุฒาจารย์ (โต พรหมรังสี).

4. ผู้แต่ง 2 คน ลงรายการโดยใช้ คำว่า “และ” หรือ “&” เชื่อมทั้ง 2 ผู้แต่งที่ 1 และ ผู้แต่งที่ 2
5. ผู้แต่งตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป ใช้คำเชื่อม “และ” หรือ “&” เชื่อมคนรองสุดท้าย และ คนสุดท้าย
6. ผู้แต่งชาวต่างชาติ ลงรายการด้วยชื่อสกุล โดยใช้เครื่องหมายจุลภาค (,) ตามด้วยอักษรย่อของชื่อต้น และ อักษรย่อชื่อกลาง (หากมี) ทั้งนี้ การลงรายการชื่อชาวต่างชาติสามารถปรับเปลี่ยนไปตามความนิยมของแต่ละชาติได้ตามความเหมาะสม
7. ผู้แต่งที่เป็นหน่วยงานราชการ องค์กร สถาบันต่างๆ ลงรายการโดยเรียงลำดับจากหน่วยงานใหญ่ไปหน่วยงานย่อย โดยเว้นวรรคระหว่างชื่อทั้ง 2 (โดยใช้ชื่อเต็มไม่ใช้อักษรย่อ)
8. หนังสือที่ไม่ปรากฏชื่อผู้แต่งให้ลงรายการโดยใช้ชื่อหนังสือ และเรียงลำดับตามรายการชื่อผู้แต่ง



## รูปแบบการเขียนบทความ (วิจัย)

ชื่อบทความ ภาษาไทย (Cordia New 16 pt ตัวหนา)

ชื่อบทความ ภาษาอังกฤษ (Cordia New 16 pt ตัวปกติ)

ชื่อและนามสกุล<sup>1</sup> (ภาษาไทย Cordia New 16 pt ตัวหนา)

ชื่อและนามสกุล (ภาษาอังกฤษ Cordia New 16 pt ตัวปกติ)

<sup>1</sup>ระบุหน่วยงานสังกัดผู้เขียน (ไม่ระบุสถานภาพ ยศ ตำแหน่ง คำนำหน้าชื่อใดๆ) ที่อยู่.....  
โทรฯ : ..... email ..... (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ Cordia New 14 pt ตัวปกติ)

### บทคัดย่อ

(ไม่เกินครึ่งหน้า A4 ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ วิธีดำเนินการวิจัยและผลการวิจัย)

(Cordia New 16 pt ตัวปกติ)

คำสำคัญ : ภาษาไทย ไม่เกิน 3-5 คำ (Cordia New 16 pt ตัวปกติ)

### Abstract

The abstract should be described in 1 paragraph with content including Objectives, Methods, and Results. (Cordia New 16 pt ตัวปกติ)

Keywords : Please type in English not more than 3-5 words. (Cordia New 16 pt ตัวปกติ)

### บทนำ / ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ไม่เกิน 1 หน้า A4 (Cordia New 16 pt ตัวปกติ)

### วัตถุประสงค์ / แนวคิดทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรม (งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง)

(Cordia New 16 pt ตัวปกติ)

### วิธีการวิจัย

(ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง วิธีการเก็บและการวิเคราะห์ข้อมูล)

(Cordia New 16 pt ตัวปกติ)

### ผลการวิจัย

(ผลที่ได้จากการวิจัย อาจแสดงภาพหรือตารางที่สำคัญประกอบการอธิบายผลวิจัย)

(Cordia New 16 pt ตัวปกติ)

### บทสรุป

(สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ)

(Cordia New 16 pt ตัวปกติ)

เอกสารอ้างอิง (รูปแบบ APA 6<sup>th</sup>) (Cordia New 16 pt)



## Journal Article Submission Form for Publishing in Romphruek Journal

Research Article     Academic Article     Others (Please Specify).....

1. I (Mr. /Mrs. /Ms.) .....

2. Academic Title :

- Professor Associate     Professor     Assistant Professor     Lecturer/ Instructor
- Students                       Others

3. Faculty/ Department/

School.....University.....

Address.....

Phone Number.....E-mail.....

4. Title of the Submitted Article

(in Thai) .....

(in English) .....

The submitted manuscript must have not been previously published in any journals nor any publications before. The submitted manuscript must have not been a classroom research nor a research article of the institutional research. The submitted manuscript for publishing in Romphruek Journal must first be selected by the representatives of Romphruek Journal editorial board whose identity will be concealed. Then the manuscripts selected will be reviewed by at least two reviewers from the field of study approved by the editorial board of Romphruek Journal. The reviewers will not be identified nor revealed their personal background (Double Blind Peer Review). All articles published in Romphruek Journal are copyrighted and belong to Krirk University entitled by the Property Act B.E. 2537.

I, hereby, confirm that the submitted manuscript is original, and has not been published in any forms before. I have read the submission policy and criteria with fully understand its content and agree to comply with the submission policy and criteria. Thus, I agree to send 1) the filled-out article submission form, 2) the pay-in slip, and 3) the submitted manuscript for publishing in Romphruek Journal.

..... (Signature)

...../...../.....

### Fee Payment

The author of the submitted manuscript agree to pay fees according to the following condition :

1.

Article	Faculty, staff and students of Krirk University Payment per one article	General Public Payment per one article
in Thai	3,000 baht	4,000 baht
in English	6,000 baht	8,000 baht

2. Pay through Krung Thai Bank, Krirk University account name, account number 060-1-06501-8

3. Once the total payment has been paid, please send the copy of these following three documents :

3.1 the complete filled-out article submission form    3.2 the pay-in slip

3.3 the revised submitted manuscript to <http://www.tci-thaijo.org/index.php/romphruek/index>

\*Remark : the author could not request the fee refund in any case (please read the policy carefully before submission)\*

## Criteria and Writing Pattern for the Article Submission Published in Romphruek Journal

### Criteria for the Article Submission for Publishing in Romphruek Journal

1. The author must pay the fees for the article publishing in Romphruek Journal.
2. The submitted manuscript must follow the referencing styles used in academic writing set by Romphruek Journal.
3. The author of the submitted manuscript must send :
  - 3.1) the complete filled-out article submission form.
  - 3.2) the pay-in slip
  - 3.3) submit the manuscript to  
<http://www.tci-thaijo.org/index.php/romphruekj/index> (on line). Please note that the manuscript submitted via e-mail, or post mail, or others will not be selected for publishing in Romphruek Journal.
4. The process starting from retrieving the submitted manuscript to the peer review evaluation process takes about 75 days.
5. The author of the submitted manuscript will receive the letter of acceptance for publishing, when the editorial committee has received the revised paper according to the suggestions of the peer reviewers.
6. The editorial board reserves its rights to consider only the paper received under the above condition.

### The Manuscript Submission Guideline for Publishing in Romphruek Journal

1. The manuscript must be in the fields of humanities and social sciences.
2. The submitted manuscript must have never been published in any journals nor any types of publication before.
3. The author of the submitted manuscript must send the manuscript in e-file, and follow the direction below:
  - Type in Microsoft Word Program and the length should not exceed 15 pages (A4)
  - Font: Cordia New/ 16 points (Thai and English)
  - The page margin on four sides is 2.54 cm. or 1 inch (upper, left, right and bottom)
4. The pattern of the writing should be descriptive. If the paper derived from the research paper, the author should rewrite and present the main point of the research, not only as the summary of the research paper.

### The Submitted Research Article Should Have the Following Main Parts (Do Not Put Number 1, 2, 3...in the Proposed Manuscript)

1. Article Title in Thai and in English
2. Name of the Author in Thai and in English
3. Abstract in Thai and in English (the length of both Thai and English abstract should not exceed one page of A4 paper size)
4. Key Words in Thai and in English [3-5 words, use semicolon (;) between words]
5. Introduction (Background and Significance of the Study; Review of the Literature; Hypothesis; Objectives of the Study; Related Concepts and Theories)
6. Research Methodology (Population; Samples; Data Collection Method; and Data Analysis)
7. Results of the Research (the results can include figures or tables together with detailed explanation)
8. Conclusion (Conclusion; Discussion; Suggestion and Recommendation)
9. Reference (Romphruek Journal uses the APA Referencing Style 6<sup>th</sup> Edition)

The Submitted Academic Article Should Have the Following Main Parts (Do Not Put Number 1, 2, 3...in the Proposed Manuscript)

1. Article Title in Thai and in English
2. Name of the Author in Thai and in English
3. Abstract in Thai and in English (the length of both Thai and English abstract should not exceed one page of A4 paper size)
4. Key Words in Thai and in English [3-5 words, use semicolon (;) between words]
5. Introduction (Background and Significance of the Article)
6. Content (the author presents the main topics related to the article)
7. Conclusion (Summary of the main issues presented in the article. The conclusion can be the question or the intention to lead the readers to search for the new response)
8. Reference (Romphruek Journal uses the APA Referencing Style 6<sup>th</sup>. Edition)

5. In terms of the review article or the book review, the author must notify the sources in detail.  
6. The editorial board of Romphruek Journal reserves its rights to accept the manuscript submitted under the following condition:

- 6.1 The author uses his/her own e-mail or phone number for submission.
- 6.2 The manuscript submitted is not the classroom research nor the institutional research.
- 6.3 The manuscript submitted follows the writing style of Romphruek Journal.
- 6.4 The editorial board accept for consideration the article submitted via ThaiJO only. [<https://www.tci-thaijo.org/index.php/romphruekj/index>]

Footnotes - are notes placed at the bottom of a page. They cite references or comment on a designated part of the text above it. The footnotes must be placed at the bottom of that page by leaving enough line space to separate the content and the footnote by drawing a line, as the example below:

- Cross-Reference is an instance refers to related information in another text or in the same text which enables the readers to get more related or more detailed information. An example of a cross-reference is a citation at the bottom of a page, as shown below

...In terms of carrying out one's duty and working in any section in the organization to create efficiency and good performance, it is necessary to have good management. In other words, the operation must rely on the principles of magement.<sup>1</sup> [In Thai]  
.....  
<sup>1</sup> See also, Principles of Management, Chapter 4, p. 75 [In Thai]

- Content Footnote – is used to provide additional information or reference that simplifies or supplements information of the text. An example of a content footnote is a citation at the bottom of the page, as shown below:

Book Number or Author Number<sup>1</sup> Book Classification  
.....  
<sup>1</sup>Book Number or Author Number is a unique code number assigned to the letter of the author's name and last name. The Book Number or the Author Number is placed after the first alphabet of the author's name in the Call Number.

## The Reference Style of In-Text Citation

The fact that the documents listed in the reference section are the collection of the documents that have been referred only in the text. The number of the documents listed in the reference section must, therefore, equal to the number of the document referred to in the text. The name-year system is the system of in-text citation appeared in brackets, and consisted of the author(s), and the year of the document publication. The citation, appeared in brackets, can be placed in front of or after the referring statement. Besides, it can also indicate the page number of the document that the statement is referred to facilitate the readers to examine the bibliographical data in the reference or the bibliography.

Example : The in-text citation for one work written by one author :

(Punnee Bualek, 2559)

Punnee Bualek (2559)

ขอเสนอ ผู้แต่งหนึ่งคน (ภาษาอังกฤษ)

(Watson, 2008)

Watson (2008)

Example : The in-text citation for one work written by two authors:

(Dunning & Friedman, 2014 : 99-120)

Dunning & Friedman (2014 : 99-120)

The in-text citation for one work written by three authors or more – write the names of all authors down the first time and from then on include only the last name of the first author followed by the words et al. ('et al' is Latin for 'and other').

Example : Research can be defined as a systematic method of creating new knowledge or a way to verify existing knowledge (Watson, McKenna & Keady, 2008)

Deciding on a research method demands the researcher consider carefully the problem or area of investigation being researched (Watson et al., 2008).

In case that the author summarizes the content of the whole book, not paraphrasing or quoting part of the paragraph, identifying page number is not required.

The example is as follows:

(Tin Prachyapruit, 2558)

In case that the author of the manuscript is foreigner, write his/her last name, year of publication, and page number as follows :

Example : (Hobbs, 2015 : 58-81)

If the author of the manuscript hold the royal title, or the monk's rank, maintain his/her royal title or the monk's rank as follows

Example : (M.R. Pridiyathorn Devakula, 2558 : 59)

In the case that the author hold the military rank, academic title, or professional title, leave out those rank and title as follows:

Example : (Somchai Phol-iam-ek, 2558 : 68)

In case of the in-text reference from web-site, write down the author of the document and the year appeared in the document, as follows:

Example : (Arthit Thong-in, 2559)

National Statistical Office (2559)

### Reference List (the Collection of the Reference at the End of the Article)

All references or information sources cited in the proposed work need to be listed in the reference list at the end of the document under “References” or “Reference List.” The Reference List provides all the details necessary for the readers to locate and retrieve information source cited in the reference list. The Reference List is arranged in alphabetical order of the author’s first name (if the author is Thai) and the author’s last name (if the author is non-Thai). The alphabetical order follows the alphabetical order issued by the Royal Institute Dictionary (Thai Language) or Dictionary (English language). The word with final consonant is placed before the word with vowel. The word begins with the same consonant is placed in order according to the vowel pattern in Thai language. In addition, the Thai authors are placed in front of the International authors

In writing the Reference, the author of the proposed work must use the APA 6<sup>th</sup> Edition Style (American Psychological Association), which follows the Standards of Thai Journal Citation Index Center (TCI) by classifying the type of document as follows:

#### Book

Author’s name. (Year of publication). <i>Book Title in Italics</i> . Place of Publication : Publisher’s name.
Example : Vicharn Panich. (2556). <i>Enjoy learning in 21th. Century</i> . Nonthaburi : S.R. Printing Mass Products, Co. Ltd. (in Thai)
แต่ในภาษาอังกฤษ การเขียนอ้างอิงในบรรณานุกรมแตกต่างจากภาษาไทยดังนี้
Author’s last name, followed by initials. (Year of publication). <i>Book Title in Italics capitalized only the first word of the title</i> . Place of Publication : Publisher’s name.
Collier, A. (2008). <i>The world of tourism and travel</i> . Rosedale, New Zealand : Pearson Education New Zealand.

#### Articles in Books, Journal, and Magazine

Author’s name. (Year of publication). Title of the Article. <i>Name of the journal (in Italics)</i> , Volume number (issue no.), page numbers.
Example : Amornrat Kulsudjarit. (2559). Assets and liabilities declaration and verification system for ministers. <i>Romphruek Journal</i> , 34(1), 209-234.
แต่ในภาษาอังกฤษ การเขียนอ้างอิงในบรรณานุกรมแตกต่างจากภาษาไทยดังนี้
Author’s last name, followed by initials. (Year of publication). Title of the article capitalized only the first word of the article. <i>Title of the journal on full in Italics</i> . Volume number (Issue number), all page numbers
Becker, L.J., & Selgman, C. (1981). Welcome to the energy crisis. <i>Journal of Social Issues</i> , 37(2), 1-7.

## Thesis

Author's name. (Year of publication). <i>Thesis Title (in Italics)</i> . Faculty/Name of the University. Place of Publication
Example : Varisara Sirimangkhal. (2552). <i>Roles of Administration with the Department of Information Technology</i> . Faculty of Liberal Arts Krirk University, Bangkok.

แต่ในภาษาอังกฤษ การเขียนอ้างอิงในบรรณานุกรมแตกต่างจากภาษาไทย ดังนี้

Author's last name, followed by initials. (Year of publication). <i>Thesis Title in Italics capitalized only the first word of the title</i> (Master's Thesis or Doctoral Dissertation). Name of University.
Liou, J. (1993). <i>Environmental knowledge, attitude, behavioral intention and behavior of preservice elementary teachers in Taiwan, the Republic of China</i> . Doctoral Dissertation. University of Florida.

## Conference Paper

Author's name. (Year of publication). <i>Title of the Article (in italics)</i> . Name of the Conference, page numbers.
Example : ไม่มีข้อมูลชื่อผลงานวิชาการภาษาอังกฤษ**** (ไม่สามารถแปลได้) สุจิตรา เนตรสกุล. (2559). <i>การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล: ศึกษากรณีการส่งต่อข้อมูลบนเฟสบุ๊ก</i> . การนำเสนอผลงานวิชาการบัณฑิตศึกษาระดับชาติ ประจำปี พ.ศ. 2559 วันที่ 5 พฤศจิกายน 2559 ณ มหาวิทยาลัยเกริก กรุงเทพฯ, 588-600.

แต่ในภาษาอังกฤษ การเขียนอ้างอิงในบรรณานุกรมแตกต่างจากภาษาไทยดังนี้

Author's last name, followed by initials. (Year of publication). Title of the presentation paper. In Name of the Conference, page number.
Williams, & Seary, K. (2010). Bridging the divide : Scaffolding the learning experiences of the mature age student. In J. Terrell (Ed.), <i>Making the links : Learning, teaching and high quality student outcomes</i> . Proceedings of the 9 <sup>th</sup> Conference of the New Zealand Association of Bridging Educators (pp. 104-116). Wellington, New Zealand.

## Website

Author's name. <i>Title of the article retrieved (in Italics)</i> . (Date, month, year of retrieval) retrieved from name of the website (URL).
Example : Thanes Apornsuwan. <i>ทรมันกำลังเผชิญหน้ากับ "ตุลาการภิวัตน์" ฉบับอเมริกัน?</i> . (14 February, 2560) retrieved from <a href="http://www.bbc.com/thai/thailand-38915635">http://www.bbc.com/thai/thailand-38915635</a> [in Thai].
Ministry of Health. (2014). <i>Ebola : Information for the public</i> . Retrieved from <a href="http://www.health.govt.nz/your-health/conditions-and-treatments/diseases-and-illness/ebolainformation-public">http://www.health.govt.nz/your-health/conditions-and-treatments/diseases-and-illness/ebolainformation-public</a> .

Interview การติดต่อสื่อสารส่วนบุคคล ให้ทำ การอ้างอิงในเนื้อหา (in-text citation) โดยไม่ต้องลง รายการในบรรณานุกรมท้ายเรื่อง (References)

Interviewer, Position. Interview date, month, year
Example : Praphas Saengpradap, Wat Bang Bua community President. 9 December 2558. [in Thai]
G. A. Smith, Interview, October 5, 2012

#### E-Book

Author of the book. (Year). *Book Title (in Italics)*. Retrieved date (date month year). Retrieved from website (URL)

Example :

Somnuek Oonkaew. (2556). *Theory of practical music*. (23 February 2560) Retrieved from <http://www.ebooks.in.th/mybookshelf.html>. [in Thai]

#### E-Journal

Author of the article. (Year). *Article Title (in Italics)*. (Date month year of retrieval). Retrieved from name of Website (URL).

Example :

Sujittra Samakkitham. (2559). *Political economy of the community forest network in the five provincial borders of the eastern region*. (22 February 2560) Retrieved from <https://www.tci-haijo.org/index.php/romphruekj/article/view/72599/58412>. [in Thai]

#### Cataloguing for Author(s) in the Reference List

1. The name of the Thai author is catalogued both first name and last name, also listed all authors in the case that there are more than two authors.
2. The author with royal title, place the royal title behind his/her last name by placing comma to separate these two parts  
Example : Thanadsri Sawasdiwat, M.R.  
Supatra Masdit, Khunyng
3. The author who is the monk with the monk's rank, put the name of the monk's rank with his real name in brackets.  
Example : Somdet Phra Buddhacarya (Toh Braharamasi)
4. Two authors, place the word "and" or "&" between the name of the first author and the second.
5. More than three authors, place the word "and" or "&" between the second last author and the last one.
6. For the foreign author, place the author's last name first, followed by comma (,) and the initials. However, the list of the foreign author can be changed according to the style of each nation.
7. If the author is the official agency, organization, and institute, the list must be in order from the line agency to the sub-department. The name of the two agencies are separated by spacing (the name of the agency is written in full).
8. The book written with unknown author, start with the title of the book and follow in order according to the author's list.



## **Sample-Writing of a Research Article**

**Article Title : in Thai (Font : Cordia New 16 pt. Boldface)**

Article Title : in English (Font : Cordia New 16 pt. Regular Type Face)

**First and last name<sup>1</sup> (in Thai Cordia New 16 pt. Boldface)**

First and last name (in English Cordia New 16 pt. Regular Type Face)

<sup>1</sup> Please indicate only the Office that you work for (do not mention the status, rank, job position, nor the name title)

Address: ..... Tel. No.....

E-mail..... (Cordia New 14 pt. regular type face)

### **Abstract : (in Thai)**

The abstract should be described in one paragraph with content including Objectives, Methods and Results. (Cordia New 16 pt., regular type face).

**Keywords :** Please type in English not more than 3-5 words (Cordia New 16 pt. regular type face).

### **Abstract : (in English)**

The abstract should be described in one paragraph with content including Objectives, Methods and Results. (Cordia New 16 pt., regular type face).

**Keywords :** Please type in English not more than 3-5 words (Cordia New 16 pt. regular type face).

### **Introduction**

(Background and Significance of Study, Concerning Researches, Hypotheses, Objectives, Concepts and Theories)

The introduction should not exceed one A4 paper size, the content should be about the background and the significance of the study (Cordia New 16 pt. regular type face).

### **Research Methodology**

(Population and Sample, Data Collection and Data Analysis)

(Cordia New 16 pt. regular type face).

### **Results of the Research**

(The Results of the Research can be shown in figures or tables)

(Cordia New 16 pt. regular type face).

### **Conclusion**

(Conclusion, Discussion, Suggestion and Recommendation)

(Cordia New 16 pt. regular type face)

**Reference :** American Psychology Association (APA) 6<sup>th</sup> Edition Referencing Style

(Cordia New 16 pt. regular type face)



### romphruek 期刊投稿流程表格

研究型文章     学术型文章     其他

1. 姓名 (男/女) .....
2. 学位职称  
 教授     副教授     助教教师     学生     其他 .....
3. 任职院校..... 学校 (大学) .....
- 住址.....
- 联系电话..... 电子邮箱.....
4. 文章标题  
 (泰语) .....
- (英语) .....

romphruek 期刊投稿规定直接接受首次发表的论文不接受课堂教师研究和来自研究院的论文。

所以编辑收到发表的文章 romphruek 期刊必须编辑名称隐私的选者合格和估计文章。任关何发表的稿件必须经过特定领域或相领域的至少两名同行评审专家的评审。期刊采用双盲同行评审原则，即同行评审专家和作者都不知道彼此的身份。所有的格乐大学出版 romphruek 期刊版权法 1994 年保留权利。

本人保证本篇论文的首次发表，没有抄袭剽窃其他文章，本人接受 romphruek 期刊投稿规则，申请该论文公开发表。

..... 签名

...../...../.....

#### 付帐方式：

泰京银行 账户：格乐大学 / 账号：060-1-06501-8

请拿转帐表和注册表至寄电子邮箱：romphruek.kru@gmail.com

或者格乐大学研究与发展中心

No. 3 Soi Ramindra 1, Khwaeng Anusawari, Khet Bang Khen, Krung Thep Maha Nakhon 10220

文章	校内申请人和学生 手续费 / 1 篇	校外申请人 手续费 / 1 篇
泰语	3,000 泰铢	4,000 泰铢
英语	6,000 泰铢	8,000 泰铢

## 文章格式说明

### (提交的稿件格式必须符合如下要求：)

1. 一、论文是有关人文和社会科学的学术论文。
2. 二、提交的文章必须从未在任何其他期刊上发表过也不得在任何其他期刊出版前的流程中审批过，此外，作者不得剽窃其他人的原创内容。
3. 三、作者必须将原件通过电邮方式(Microsoft Word)发送至本期刊。
  - 页数 A4 纸不超过 15 (页 A4)
  - 字体为 (包括泰语和英语)
  - 页边距 (上、下、左、右) 均1寸 (2.54 厘米)
  - 论文要提前 2 个月上交。
4. 文章写作风格，应该写描述性的，如果是来自调查报告，应该从新写，然后呈现出关键内容，不要使用报告的摘要。

### 研究型论文的组成部分

1. 文章标题 (泰文-英文)
2. 作者姓名 (泰英文两种语言)
3. 泰英文摘要 (所有两种语言不超过一页 A4)
4. 泰英文含关键词 3-5 个,分号 (;) 在单词之间移动)
5. 研究型文章内容，研究背景及重要性、包括引言、研究目的、文献综述。
6. 研究方法
7. 研究结果 (可以显示图档，图表，表格或其他插图)
8. 结论 (讨论、总结和建议)
9. 参考文献 (romphruek 期刊格式 APA 6<sup>th</sup>)

### 学术型论文的组成部分

1. 文章标题 (泰文-英文)
2. 作者姓名 (泰英文两种语言)
3. 泰英文摘要 (所有两种语言不超过一页 A4)
4. 泰英文含关键词 3-5 个,分号 (;) 在单词之间移动)
5. 学术型文章内容，学术背景及重要性。
6. 内容 (作者提出标题相关文章的主题的组成)
7. 结论是论文的最后总结，要说明解决了那些问题和有那些创新点。
8. 参考文献 (romphruek 期刊格式 APA 6<sup>th</sup>)

5.五、对于评论文章-研究文章 (作者必须说明文章来源。)

6.六、请进入网站注册投稿(ThaiJo)稿件上填写联系方式：电子邮件、电话号码、住址。

7. 七、romphruek 期刊不接受评审文章的原则。

7.1 不能用其他人的电子邮件和电话号码投稿。

7.2 不接受来自课堂研究和研究院的文章。

7.3 参考 romphruek 期刊文章的格式，请参照本期刊的格式要求投稿。

7.4 只通过 ThaiJO [<https://www.tci-thaijo.org/index.php/romphruekj/index>] 系统的投稿接受。

脚注是写作者的个人信息,例如作者姓名、职务、国籍、单位通讯方式,这篇发表的文章是来自哪个项目或者基金组织的。写在最后每页脚注的位置。如下

-总参考(Gross - Reference)参考文献的使用是为了让读者更清楚地了解与文章相关的内容。

.....ในการปฏิบัติหน้าที่ และการทำงานในหน่วยงานต่างๆ อันจะก่อให้เกิดประสิทธิภาพและผลงานที่ดีแล้ว จะต้องมีการบริหารองค์กรที่ดี นั้นหมายความว่า การดำเนินการจะต้องยึดหลักการบริหารงาน<sup>1</sup>  
.....  
<sup>1</sup>ดูรายละเอียดเพิ่มเติม เรื่อง หลักการบริหารงาน บทที่ 4 หน้า 75.

-脚注解释(Content Footnote)的内容补充信息是为了帮助读者理解文章的内容。格式如下

书号 (Book Number)或作者编号<sup>1</sup>

<sup>1</sup>书号 (Book Number)或作者编号是代替作者姓名的编号放在作者姓名编号后。

### 参考文献

参考文献是援引内容文档的项目,所以参考目录必须跟参考内容数目一样。

内容引用要在文章文本中识别文档的来源,必须在引用的前面或后面注明引用文档的作者姓名,出版年份和页码,使读者可以在参考(references)和参考书目(bibliography)查阅。

ตัวอย่าง 例如 : (作者 1 人)

(พรณี บัวเล็ก, 2559)

พรณี บัวเล็ก (2559)

例如 : (作者 2 人)如有三人以上需要填写所有作者姓名。

Dunning and Friedman (2014 : 79-120)

(Dunning and Friedman, 2014 : 79-120)

结论部分不必写上页码。

**例如：**

(ติน ปรัชญพฤทธิ, 2558) (Thin patchapruit,2558)

如果作者是外国人只放姓不放名。

**例如：**

(Hobbs, 2015 : 58 – 81)

如果作者有皇室或僧侣的职称要放全称。

**例如：**

(หม่อมราชวงศ์ปรีดิยาธร เทวกุล, 2558 : 59)

如果作者有军衔、警衔学术职称等不必写。比如：医生教授

**例如：**

(สมชาย ผลเยี่ยมเอก, 2558 : 68)

引用网络资料要注明作者。(网络发表年份). 标题. 搜索时间, 从 URL 地址检索。

**例如：**

(อาทิตย์ ทองอินทร์, 2559)

สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2559)

### 编写参考文献（文章的最后）

编写参考文献（参考书目）根据泰国皇家词典或者英文词典中的字母顺序进行编写，泰国从 ก-จ，英语从 A-Z，如果相同辅音开头的，按照泰国元音字母顺序排序，泰国文献排序应该在英语文献之前。

书籍

格式：作者.(出版年份). 书名. 出版社地址: 出版社名称.

**例如**

วิจารณ์ พานิช. (2556). *สนุกกับการเรียนในศตวรรษที่ 21*. นนทบุรี : บริษัท เอส.อาร์.พี.รึ้นตั้งแมสโปรดักส์ จำกัด.

期刊或杂志

格式：作者.(出版年份). 标题. 期刊名称. 卷（期）. 页.

**例如**

อมรรัตน์ กุลสุจริต. (2559). ระบบการตรวจสอบทรัพย์สินและหนี้สินของรัฐมนตรี. *ร่วมทุกข์*, 34(1), 209-234.

## 论文

**格式：作者. (年份). 论文标题. 所在学校名称. 书名. 出版地.**

### 例如

วริศรา ศิริมังคละ. (2552). บทบาทของผู้บริหารกับการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก, กรุงเทพฯ.

## 学术会议的报告

**格式：作者. (年份). 期刊名称. 会议报告的名称, 页.**

### 例如

สุจิตรา เนตรสกุล. (2559). การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล : ศึกษากรณีการส่งต่อข้อมูลบนเฟซบุ๊ก. การนำเสนอผลงานวิชาการบัณฑิตศึกษาระดับชาติประจำปี พ.ศ.2559 วันที่ 5 พฤศจิกายน 2559 ณ มหาวิทยาลัยเกริก กรุงเทพฯ, 588-600.

## 网络资料

**格式：作者. (网络发表年份). 标题. 搜索时间, 从 URL 地址检索**

### 例如

ธเนศ อาภรณ์สุวรรณ. ทรัมป์กำลังเผชิญหน้ากับ “ตุลาการวิวัฒน์” ฉบับอเมริกัน?. (14 กุมภาพันธ์ 2560) สืบค้นจาก <http://www.bbc.com/thai/thailand-38915635>.

## 访谈

**格式：作者. 职位. 访谈. (出版年月日).**

### 例如

ประภาส แสงประดับ, ประธานชุมชนวัดบางบัว. สัมภาษณ์, 9 ธันวาคม 2558.

## (e Book) 电子书

**格式：作者. 标题. 搜索时间, 从 URL 地址检索**

### 例如

สมนึก อุ่นแก้ว. (2556). ทฤษฎีดนตรีแนวปฏิบัติ. (23 กุมภาพันธ์ 2560). สืบค้นจาก <http://www.ebooks.in.th/mybookshelf.html>

(e Journal) 电子期刊

格式：作者.(年份). 期刊名称. 搜索时间, 从 URL 地址检索

**例如**

สุจิตรา สามัคคีธรรม. (2559). เศรษฐศาสตร์การเมืองว่าด้วยเครือข่ายป่าชุมชนในเขตรอยต่อ 5 จังหวัดภาคตะวันออกเฉียง. (22 กุมภาพันธ์ 2560). สืบค้นจาก <https://www.tci-haijo.org/index.php/romphruekj/article/view/72599/58412>.

参考文献著录项目如下

- 1.如有 2 位以上作者，每位泰国作者放名姓的全称。
2. 如有皇室、僧侣、社会地位高的作者尊严请使用使用逗号（，）分隔姓名和职称。

**例如**

ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, ม.ร.ว.

สุพัตรา มาศดิตถ์, คุณหญิง.

- 3.如果作者是僧侣，原来的名字放在括号里。

**例如**

สมเด็จพระพุฒาจารย์ (โต พรหมรังสี).

- 4.如果是两位作者请使用“和”或“&”来连接作者 1 和作者 2
5. 三位作者以上使用“和”或“&”来连接作者 2 和作者 3
6. 外国作者名姓使用逗号（，）隔开名和中间名字（如有）外国作者的名字可以根据不同用情做调整。
7. 作者是政府机构公务员，单位名称从大到小全称排列大部门到小部门。在两个名字之间（使用全名，不能用缩写）
- 8.果在书上没有作者的名字可以用书名，请按作者姓名列表作者姓名排序。

---例如---

泰文题目(Cordia New 16 号 加粗)

英文题目(Cordia New 16 号)

作者<sup>1</sup> (泰文 Cordia New 16 号 加粗)

作者 (英文 Cordia New 16 号)

## 摘要

不超过一半 A4 其基本要素包括研究目的、方法、结果和结论。

关键词：(3-5 个关键词， Cordia New 16 号)

## 引言

引言作为开头介绍论文的背景和提出文中要研究的课题篇幅不超过一页 A4 Cordia New 16 号

## 文献综述

Cordia New 16 号

## 研究目的

Cordia New 16 号

## 研究方法

Cordia New 16 号

## 研究结果 (讨论结果和建议)

研究结果 (如图、表) Cordia New 16 号

## 参考文献

APA 6<sup>th</sup> 格式 Cordia New 16 号



## ใบสมัครสมาชิกวารสารร่มพฤษภ : ROMPHRUEK JOURNAL



ข้าพเจ้า ชื่อ – สกุล (หรือ ชื่อหน่วยงาน) .....

ออกใบเสร็จในนาม.....

ที่อยู่ (ที่จัดส่งสมาชิก).....

.....

โทรศัพท์.....โทรสาร.....

E-mail : .....

ขอสมัครสมาชิก “วารสารร่มพฤษภ” ปีที่.....ฉบับที่.....(ระบุปีที่และฉบับที่ของวารสารที่ต้องการ)

1. ฉบับแรกถึงฉบับปีที่ 34 (กรุณาสอบถามเพื่อตรวจสอบก่อนสั่งซื้อเพราะบางฉบับอาจหมดสต็อก)

สมาชิกรายปี 3 ฉบับ                      ราคา 200 บาท (รวมค่าจัดส่ง)

ขายปลีก 1 ฉบับ                              ราคา 70 บาท (รวมค่าจัดส่ง)

2. ฉบับปีที่ 35 เป็นต้นไป (เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ.2560)

สมาชิกรายปี 3 ฉบับ                      ราคา 300 บาท (รวมค่าจัดส่ง)

ขายปลีก 1 ฉบับ                              ราคา 120 บาท (รวมค่าจัดส่ง)

พร้อมกันนี้ได้ชำระเงินจำนวน .....บาท (ตัวอักษร.....)

### ชำระเงินโดย

เงินสด ที่งานการเงินชั้น 2 อาคารมังคละพฤษภ มหาวิทยาลัยเกริก

ธนาคารที่ส่งจ่ายในนามวารสารร่มพฤษภ (ป.ณ.รามอินทรา) พร้อมส่งธนาคาและใบสมัครมาที่ ศูนย์วิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเกริก เลขที่ 3 ซอยรามอินทรา 1 ถนนรามอินทรา แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพฯ 10220

โอนเงินเข้าธนาคารกรุงไทย (สาขารามอินทรา กม.2)

ชื่อบัญชี มหาวิทยาลัยเกริก เลขที่บัญชี 060-1-06501-8 แล้วส่งใบโอนเงินและใบสมัครมาที่ ศูนย์วิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเกริก เลขที่ 3 ซอยรามอินทรา 1 ถนนรามอินทรา แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพฯ 10220 หรือ

อีเมล : romphruek.kru@gmail.com

ลงชื่อ.....

ว/ด/ป.....

หมายเหตุ : กรณีโอนเงินค่าสมัครสมาชิกวารสารร่มพฤษภแล้ว มหาวิทยาลัยขอสงวนสิทธิ์การขอคืนเงินค่าสมัครสมาชิกในทุกกรณี

# มหาวิทยาลัยเกริก

เลขที่ 3 ซอยรามอินทรา 1 แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร 10220

โทรศัพท์ : 02-552-3500-9 ต่อ 402

<http://romphruekj.krirk.ac.th>