



วารสารคุณภาพชีวิตกับกฎหมาย

Quality of Life and Law Journal

ปีที่ 21 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2568

Vol. 21 No. 2 July - December 2025

ISSN 3056-9826 (Online)

บทความวิชาการ

- ❖ ความผิดอาญาแผ่นดินที่สามารถจับกันได้ในพื้นที่งานสอบสวน
ด้วยพระราชบัญญัติการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท พ.ศ.2562
มงคล เทียนประเทืองชัย

รายงานวิจัย

- ❖ ปัญหาทางกฎหมายในการควบคุมธุรกิจการซื้อขายกลุ่มสินค้า
ศุภศักดิ์ เพ็ญมกระโทก กฤษฎา แสงเจริญทรัพย์
- ❖ ทศนคติต่อผลิตภัณฑ์สีเขียว ความตั้งใจเปิดรับการสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมในการซื้อ
ผลิตภัณฑ์สีเขียวของนักศึกษาจีนที่หอพักในมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ลัดดา วัจนะสาริกกุล
- ❖ Factors Affecting the Well-being of University Students in Sichuan Province, China
Feizhi Yao Apirut Singthangarn Phanthida Laophuangsak





สโมสรมือปาฐาวิชาฐานุสรณ์

สโมสรมือปาฐาวิชาฐานุสรณ์ก่อตั้งเพื่อ

- ๑) เพื่อน้อมรำลึกถึงพระมหากรุณาธิคุณพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว พระผู้พระราชทานกำเนิดกิจการเสือป่าและลูกเสือไทย รวมถึงแสดงความจงรักภักดีแด่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว องค์พระประมุขของคณะลูกเสือแห่งชาติ
- ๒) เพื่อเป็นการเทิดพระเกียรติสมเด็จพระเจ้าภคินีเธอ เจ้าฟ้าเพชรรัตนราชสุดา สิริโสภาพัณณวดี ทรงมีพระชนมายุครบ ๘๔ พรรษา ในปี พ.ศ. ๒๕๕๒
- ๓) เพื่อให้ความช่วยเหลือ ส่งเสริม และสนับสนุนกระบวนการลูกเสือและกิจกรรมของคณะลูกเสือแห่งชาติ
- ๔) เพื่อศึกษาและรวบรวม บทความ งานพระราชนิพนธ์ของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว พระผู้พระราชทานกำเนิดเสือป่าและลูกเสือไทย
- ๕) เพื่อเป็นการให้ความรู้และเผยแพร่กิจการเสือป่าและลูกเสือไทย ให้เป็นที่รู้จักกว้างขวางยิ่งขึ้น ทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- ๖) เพื่อส่งเสริมและพัฒนางานวิชาการให้มีความทันสมัย ประยุกต์ใช้กับลูกเสือได้ในยุคโลกาภิวัตน์



“กล้วยไม้สิงโตเจ้าฟ้าเพชรรัตน”

เป็นกล้วยไม้คู่สม ที่นายภพล ศุภนันถนันทน์ ผู้เลี้ยงและนักเพาะพันธุ์พืชและสัตว์น้ำสมัครเล่น ได้ดำเนินการผสมพันธุ์กล้วยไม้ระหว่างสิงโตแคลป์โตเนนเซ่ (Bulbophyllum claptoneze) และสิงโตปาละวัน (Bulbophyllum palawanense) เมื่อประมาณเดือนพฤศจิกายน ๒๕๕๒ จนได้กล้วยไม้ลูกผสมพันธุ์ใหม่ของโลก เมื่อความทราบฝ่าพระบาท สมเด็จพระเจ้าภคินีเธอ เจ้าฟ้าเพชรรัตนราชสุดา สิริโสภาพัณณวดี ทรงพระกรุณาโปรดพระราชทานพระอนุญาตให้เชิญพระนามมาตั้งเป็นนามกล้วยไม้คู่สมใหม่นี้ว่า กล้วยไม้สิงโตเจ้าฟ้าเพชรรัตน โดยทรงพระกรุณาโปรดให้ พระเจ้าวรวงศ์เธอ พระองค์เจ้าโสมสวลี กรมหมื่นสุทธนารีนาถ เสด็จออกแทนพระองค์ ณ วังรื่นฤดี สุขุมวิท ๓๘ ประทานพระวโรกาสให้ นายชัชพล ไชยพร ข้าราชการบริพาร นายนายภพล ศุภนันถนันทน์ ฝ่าถวายกล้วยไม้คู่สมนี้แด่สมเด็จพระเจ้าภคินีเธอ เจ้าฟ้าเพชรรัตนราชสุดา สิริโสภาพัณณวดี และพระเจ้าวรวงศ์เธอ พระองค์เจ้าโสมสวลี กรมหมื่นสุทธนารีนาถ เมื่อวันที่ ๑๙ พฤษภาคม ๒๕๕๔ ซึ่งในวันเดียวกันนี้ สมามคัมพีชสวนอังกฤษ ได้ดำเนินการขึ้นทะเบียนกล้วยไม้คู่สมดังกล่าวในนาม “Bulbophyllum Princess Bejaratana”

พระนามและพระبارมีของสมเด็จพระเจ้าภคินีเธอ เจ้าฟ้าเพชรรัตนราชสุดา สิริโสภาพัณณวดี ย่อมยังให้ประชาชนได้หันมาสนใจกล้วยไม้สกุลนี้กันมากขึ้น เมื่อมีคนสนใจและนิยมกล้วยไม้สกุลนี้กันอย่างแพร่หลายแล้ว ก็จะเป็นการส่งเสริมให้เกษตรกรรายอื่นๆ หันมาช่วยกันพัฒนากล้วยไม้สกุลนี้ให้เป็นกล้วยไม้สกุลหลักอีกสกุลหนึ่ง ในการทำรายได้เข้าประเทศต่อไปในอนาคต รวมถึงเป็นขวัญกำลังใจสำหรับผู้พัฒนาพันธุ์กล้วยไม้สกุลนี้ และเป็นจุดเริ่มต้นให้ประชาชนหันมาสนใจกับทรัพยากรธรรมชาติ เป็นการเจริญรอยพระยุคลบาท สมเด็จพระเจ้าภคินีเธอฯ ผู้สนพระทัยธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอีกสถานหนึ่งด้วย



วารสารคุณภาพชีวิตกับกฎหมาย

ISSN 3056-9826 (Online)

“เป็นวารสารที่มุ่งเน้นเฉพาะวิชาการทางด้านสังคมสุขภาวะและคุณภาพชีวิต รวมถึงวิชาการทางด้านกฎหมายการแพทย์ สาธารณสุข สิ่งแวดล้อม และวิทยาศาสตร์ ตลอดจนสหวิทยาการและมาตรการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสรรค์สร้างสังคมสุขภาวะ”

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเผยแพร่ความรู้ ผลงานวิจัย ข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ในทางวิชาการ ด้านกฎหมายการแพทย์ สาธารณสุข สิ่งแวดล้อม และวิทยาศาสตร์ ตลอดจนสหวิทยาการและมาตรการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสรรค์สร้างสังคมสุขภาวะ
2. เพื่อเป็นสื่อกลางแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นทางด้านสังคมสุขภาวะและคุณภาพชีวิต รวมถึงวิชาการทางด้านกฎหมายการแพทย์ สาธารณสุข สิ่งแวดล้อม และวิทยาศาสตร์ ตลอดจนสหวิทยาการและมาตรการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสรรค์สร้างสังคมสุขภาวะ ของคณาจารย์ นักวิชาการทั้งภายในและภายนอกสถาบัน
3. เพื่อส่งเสริมให้ผู้ทรงคุณวุฒิ คณาจารย์ นักวิชาการ และนักศึกษาทั้งภายใน และภายนอกสถาบันได้เผยแพร่ผลงานทางวิชาการ
4. เพื่อให้บริการทางวิชาการแก่สังคมในรูปแบบของวารสารวิชาการ
5. เพื่อให้เป็นเอกสารประกอบการศึกษาในระดับอุดมศึกษา

คณะที่ปรึกษา

สมเด็จพระอริยวงศาคตญาณ สมเด็จพระสังฆราช สกลมหาสังฆปริณายก (อัมพร อมฺพโร)
ศาสตราจารย์ ดร.คณิต ฒ นคร
ศาสตราจารย์นายแพทย์สมพล พงศ์ไทย
ศาสตราจารย์นายแพทย์สุรศักดิ์ ฐานิพานิชกุล
ศาสตราจารย์ ดร. ม.ร.ว. ชัยนุสรณ์ สวัสดิวัตน์
ศาสตราจารย์ ดร.รัศมีดารา หุ่นสวัสดิ์
ดร.หิมาลัย ผิวพรรณ

บรรณาธิการ

ดร.วรานิษฐ์ ลำไย

ผู้ช่วยบรรณาธิการ รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา วิสูตรเรืองเดช มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

กองบรรณาธิการ ศาสตราจารย์ ดร.พนอเนือง สุทัศน์ ณ อยุธยา
รองศาสตราจารย์ พ.ต.อ.ดร.พงศ์กุลธร โรจน์วีรุพห์
รองศาสตราจารย์อัจฉริยา ชูตินันท์
รองศาสตราจารย์ ดร.วรรณรา ชื่นวัฒนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รณภูมิ สามัคคีคารมย์
ดร.สุภัทรา กรอุไร
อาจารย์มณิสรา จุลสมัย
นายสุรพล ศุขอัจจะสกุล
นายสรภพ แต่สุวรรณ
นายจักรพงษ์ ทัพพปริญา
นางสาวอิสริยาศิริ พยัคติกุล
นายคำรณ โชนะโชติ
นางสาวอุษราณ์ ไทยวัฒน์
นางกรณัญฐ์ รักไคร้

มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
โรงเรียนนายร้อยตำรวจ
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ศาลยุติธรรม
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
ศาลยุติธรรม
สพฐ. ประถมศึกษาบุรี
การประปาส่วนภูมิภาค
กระทรวงพาณิชย์
มหาวิทยาลัยมหิดล
สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา
บริษัท เอ็นดีเอส โฮลดิ้ง จำกัด

ฝ่ายจัดการ นายประนพ ศิรินพ

เจ้าของ สโมสรเสือป่าวชิราวุธานุสรณ์

สำนักงาน 38 ถ.วัดโพธิ์ไพโรจน์ ตำบลโพธาราม
อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี 70120

กำหนดออก ปีละ 2 ฉบับ (มกราคม - มิถุนายน) , (กรกฎาคม - ธันวาคม)

วารสารคุณภาพชีวิตกับกฎหมาย
อยู่ในฐานข้อมูลของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI)
ซึ่งผ่านการรับรองคุณภาพของ TCI



ทุกบทความได้รับการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) อย่างน้อย 2 ท่าน
ก่อนลงตีพิมพ์ในวารสารคุณภาพชีวิตกับกฎหมาย

☆ บทความหรือข้อคิดเห็นใดๆ ในวารสารคุณภาพชีวิตกับกฎหมาย
เป็นวรรณกรรมของผู้เขียนโดยเฉพาะ สโมสรเสื่อป่าวชิราวุธานุสรณ์ และ
กองบรรณาธิการไม่จำเป็นต้องเห็นด้วย

☆ กองบรรณาธิการไม่สงวนสิทธิ์ในการคัดลอกบทความเพื่อการศึกษา
แต่ให้อ้างอิงแหล่งที่มาให้ครบถ้วนสมบูรณ์

☆ ท่านที่ประสงค์จะส่งบทความวิชาการ ผลงานวิจัย ข้อคิดเห็น
ทางวิชาการลงตีพิมพ์วารสารคุณภาพชีวิตกับกฎหมาย กรุณาส่งมาที่
สโมสรเสื่อป่าวชิราวุธานุสรณ์

ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ (Peer Review)

ศาสตราจารย์คลินิกนายแพทย์วิรุณ บุญนุช

มหาวิทยาลัยมหิดล

ศาสตราจารย์ ดร.ฉัตรสมัน พงษ์นิมิต

มหาวิทยาลัยมหิดล

ศาสตราจารย์ บุญธรรม กิจประติมาภิสิทธิ์

มหาวิทยาลัยบูรพา

ศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา

มหาวิทยาลัยศิลปากร

รองศาสตราจารย์ ดร.เนาวรัตน์ พลายน้อย

ข้าราชการบำนาญ มหาวิทยาลัยมหิดล

รองศาสตราจารย์ ดร.อรสา กงตาล

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

รองศาสตราจารย์ ดร.ปกรณ์ สิงห์สุริยา

มหาวิทยาลัยมหิดล

รองศาสตราจารย์ พ.ต.อ.ดร.กิตติธเนศ เลอวงษ์รัตน์

กองบัญชาการการศึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร.อุนิษา เลิศโตมรสกุล

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รองศาสตราจารย์ ดร.ไพรัช บวรสมพงศ์

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

พลเรือโท นพ.วิชัย มนต์ศิริวิทยา (ร.น.)

กรมการแพทย์ทหารเรือ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพ.ประยงค์ เต็มขวลา

วิทยานิพนธ์ดุษฎี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูริวัจน์ ปุณยวุฒิปริตตา

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วินิพพล มหาอาษา

มหาวิทยาลัยมหิดล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุรฉกร โตรัตน์

มหาวิทยาลัยมหิดล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภ ชมชื่น

วิทยาลัยเชียงราย

ดร.ชาลิต หมื่นนุช

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ดร.ปนัดดา รักษาแก้ว

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ดร.มาสริน ศุกลปักษ์

วิทยาลัยพยาบาลราชชนนี จังหวัดนนทบุรี

ดร.วาณิชชา จันทสระ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

ศาสตราจารย์ ดร.จันทน์ อติวัฒนสิทธิ์

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ศาสตราจารย์ มาลี พงษ์พวง

ข้าราชการบำนาญ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ศาสตราจารย์ พล.ต.ต.หญิง ดร.พัชรา สีนลอยมา

โรงเรียนนายร้อยตำรวจ

รองศาสตราจารย์ ดร.ศุภวัตร พลายน้อย

ข้าราชการบำนาญ มหาวิทยาลัยมหิดล

รองศาสตราจารย์ ดร.โกวิท วงศ์สุรวัฒน์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร.ประธาน วัฒนวานิชย์

ข้าราชการบำนาญ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ชุมนะ รุ่งปัจฉิม

มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

รองศาสตราจารย์ พินิจ ทิพย์มณี

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

รองศาสตราจารย์ พันตำรวจโท ดร.เพชร สันทัด

โรงเรียนนายร้อยตำรวจ

พลโท ดร.วีระ วงศ์สรรค์

ข้าราชการบำนาญ กองบัญชาการกองทัพไทย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรภัทร วรบำรุงกุล

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พ.ต.ต. ดร.ธวัช สุดสาคร

โรงเรียนนายร้อยตำรวจ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐนันต์ศักดิ์ บวรนนท์กุล

มหาวิทยาลัยมหิดล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชฎาพร เกตานนท์

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชรภรณ์ ไชยสังข์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เมธา หริมเทพธิป

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ดร.เอกพงษ์ สารน้อย

มหาวิทยาลัยศรีปทุม

ดร.วศิน พิพัฒน์ฉัตร

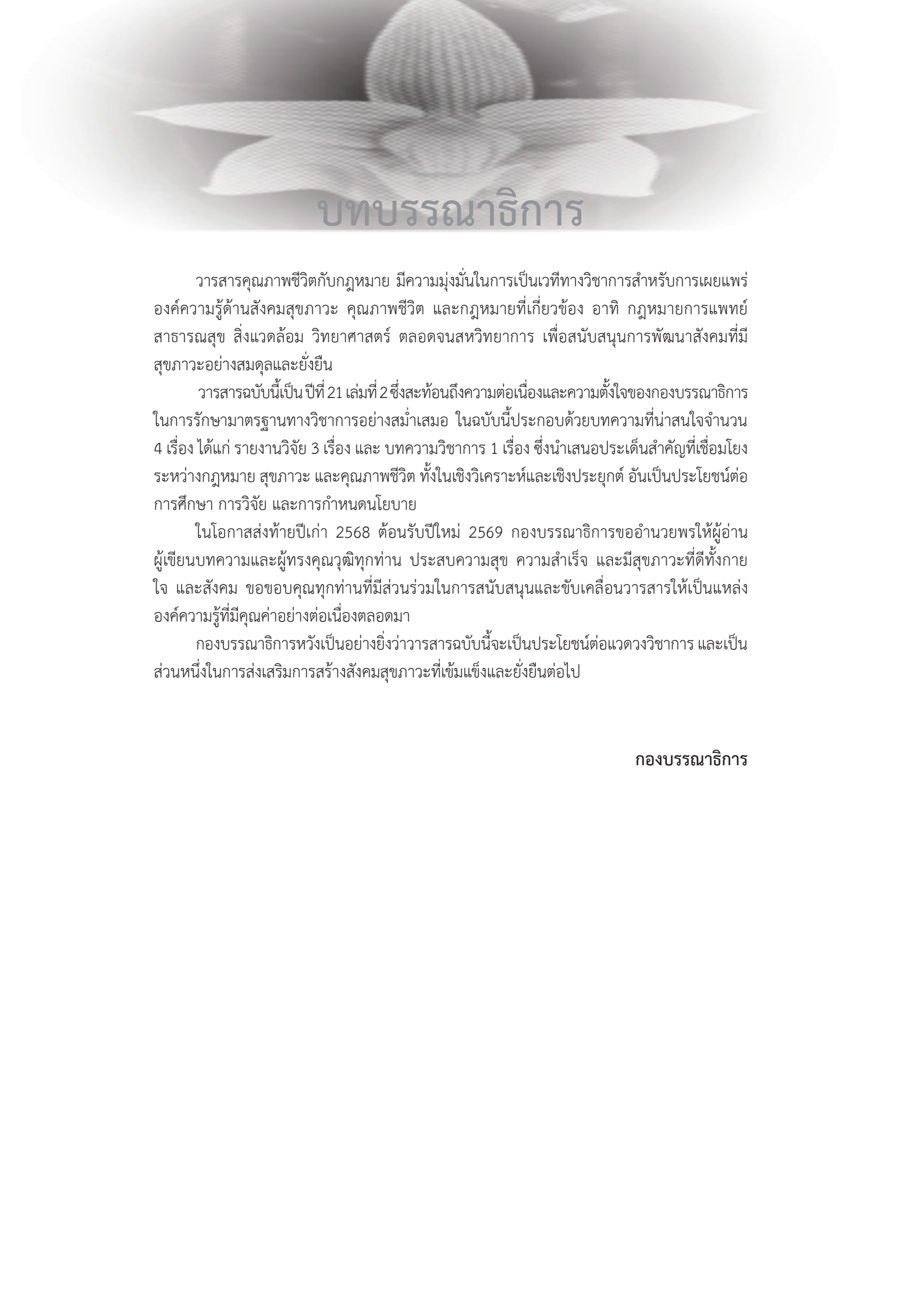
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ดร.วรานิช ล่ำไย

มหาวิทยาลัยชินวัตร

ดร.เอกศิริ นิยมศิลป์

มหาวิทยาลัยชินวัตร



บทบรรณาธิการ

วารสารคุณภาพชีวิตกับกฎหมาย มีความมุ่งมั่นในการเป็นเวทีทางวิชาการสำหรับการเผยแพร่ องค์ความรู้ด้านสังคมสุขภาวะ คุณภาพชีวิต และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง อาทิ กฎหมายการแพทย์ สาธารณสุข สิ่งแวดล้อม วิทยาศาสตร์ ตลอดจนสหวิทยาการ เพื่อสนับสนุนการพัฒนาสังคมที่มี สุขภาวะอย่างสมดุลและยั่งยืน

วารสารฉบับนี้เป็นปีที่ 21 เล่มที่ 2 ซึ่งสะท้อนถึงความต่อเนื่องและความตั้งใจของกองบรรณาธิการ ในการรักษามาตรฐานทางวิชาการอย่างสม่ำเสมอ ในฉบับนี้ประกอบด้วยบทความที่น่าสนใจจำนวน 4 เรื่อง ได้แก่ รายงานวิจัย 3 เรื่อง และ บทความวิชาการ 1 เรื่อง ซึ่งนำเสนอประเด็นสำคัญที่เชื่อมโยง ระหว่างกฎหมาย สุขภาวะ และคุณภาพชีวิต ทั้งในเชิงวิเคราะห์และเชิงประยุกต์ อันเป็นประโยชน์ต่อการ ศึกษา การวิจัย และการกำหนดนโยบาย

ในโอกาสส่งท้ายปีเก่า 2568 ต้อนรับปีใหม่ 2569 กองบรรณาธิการขออวยพรให้ผู้อ่าน ผู้เขียนบทความและผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่าน ประสบความสุข ความสำเร็จ และมีสุขภาวะที่ดีทั้งกาย ใจ และสังคม ขอขอบคุณทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการสนับสนุนและขับเคลื่อนวารสารให้เป็นแหล่ง องค์ความรู้ที่มีคุณค่าอย่างต่อเนื่องตลอดมา

กองบรรณาธิการหวังเป็นอย่างยิ่งว่าวารสารฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อแวดวงวิชาการ และเป็น ส่วนหนึ่งในการส่งเสริมการสร้างสังคมสุขภาวะที่เข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป

กองบรรณาธิการ

สารบัญ

บทความวิชาการ

- ❖ ความผิดอาญาแผ่นดินที่สามารถจับกันได้ในพื้นที่พนักงานสอบสวน
ด้วยพระราชบัญญัติการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท พ.ศ.2562
มงคล เทียนประเทืองชัยe281621

รายงานวิจัย

- ❖ ปัญหาทางกฎหมายในการควบคุมธุรกิจการซื้อขายกล่องสุมสินค้า
คู่ค้าที่ดี เพื่อมกระโทก และกฎหมาย แสงเจริญทรัพย์e282092
- ❖ ทศนคติต่อผลิตภัณฑ์สีเขียว ความตั้งใจเปิดรับการสื่อสารการตลาด
ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมในการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวของนักศึกษาจีนที่หอพัก
ในมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ลัดดา วัจนะสาริกากุลe284266
- ❖ Factors Affecting the Well-being of University Students
in Sichuan Province, China
Feizhi Yao Apirut Singthangarn and Phanthida Laophuangsak.....e284013

**ความผิดอาญาแผ่นดินที่สามารถจบกันได้ในระดับพนักงานสอบสวน
ด้วยพระราชบัญญัติการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท พ.ศ.2562**
**Criminal Offenses that can be Resolved at the Investigation Officer Level
by the Dispute Mediation Act B.E. 2562**

มงคล เทียนประทีปชัย*

Mongkol Thianprathuangchai*

(Received: 18 June 2025, Revised: 21 November 2025, Accepted: 30 December 2025)

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาบทบัญญัติของพระราชบัญญัติการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท พ.ศ.2562 ที่เกี่ยวกับการยุติความผิดอาญาแผ่นดินในระดับพนักงานสอบสวน 2) เพื่อศึกษาอุปสรรคของการใช้วิธีไกล่เกลี่ยข้อพิพาททางอาญาตามพระราชบัญญัติการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท พ.ศ.2562 ต่อกรณีมาตรา 294 วรรคหนึ่ง มาตรา 295 มาตรา 296 มาตรา 299 วรรคหนึ่ง มาตรา 300 และมาตรา 334 แห่งประมวลกฎหมายอาญา 3) เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบต่อกระบวนการยุติธรรมกระแสหลักและความยุติธรรมทางเลือก โดยการวิจัยเอกสาร

ประการแรกพบว่า มาตรา 41 (3) มาตรา 43 แห่ง พ.ร.บ.การไกล่เกลี่ยข้อพิพาท พ.ศ.2562 จากสถิติที่พบยังมีการนำไปใช้ไม่มากพอที่จะทำให้ปริมาณคดีของศาลลดน้อยลง และลดงบประมาณแผ่นดินที่ต้องเสียไปในระบบความยุติธรรมกระแสหลัก ประการที่สอง พบว่า ความผิดอาญาแผ่นดินตามมาตรา 294 วรรคหนึ่ง มาตรา 295 มาตรา 296 มาตรา 299 วรรคหนึ่ง มาตรา 300 และมาตรา 334 แห่งประมวลกฎหมายอาญายังยึดตามจารีตแบบเดิมคือถูกนำไปใช้เป็นเครื่องมือต่อรองเรียกค่าเสียหายทางแพ่งสูงเกินควรโดยจะฟ้องศาลให้ได้รับโทษจำคุก และบางส่วนไม่ทราบว่าจะสามารถจบกันได้ในระดับพนักงานสอบสวนตามพระราชบัญญัติการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท พ.ศ.2562 และประการสุดท้าย พบว่า ผลของการไกล่เกลี่ยตามมาตรา 294 วรรคหนึ่ง มาตรา 295 มาตรา 296 มาตรา 299 วรรคหนึ่ง มาตรา 300 และมาตรา 334 ไม่ปรากฏชัดเจนทั้งในกระบวนการยุติธรรมกระแสหลักและความยุติธรรมทางเลือก อาจเนื่องจากข้อมูลแต่ละหน่วยงานเก็บแยกกันและไม่ได้เปิดเผยสู่สาธารณะเท่าที่ควร

คำสำคัญ: ความผิดทางอาญา / อาญาแผ่นดิน / การไกล่เกลี่ยข้อพิพาท / ชั้นพนักงานสอบสวน

* รองศาสตราจารย์ ดร. ประจำคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

* Associate Professor Dr., Faculty of Law, Rangsit University

Corresponding author: Mongkol Thianprathuangchai, email: mongthian65@gmail.com

Abstract

This study has three objectives: 1) To study the provisions of the Dispute Mediation Act B.E. 2562 (2019) regarding the resolution of non-compoundable criminal offenses or criminal offenses at the investigation Officer level. 2) To study the obstacles to the use of criminal mediation of disputes under the Dispute Mediation Act B.E. 2562 regarding Section 294 paragraph one, Section 295, Section 296, Section 299 paragraph one, Section 300, and Section 334 of the Criminal Code. 3) To analyze the impact on mainstream (Justice by Criminal Court) and alternative (justice (Restorative Justice) processes. By Documentary Research Method.

First, it was found that, based on statistics, Sections 41 (3) and 43 of the Dispute Mediation Act B.E. 2562 are still insufficiently implemented to reduce the court's caseload. and reduce the national budget spent on the mainstream justice system (Justice by Criminal Court). Second, it was found that non-compoundable criminal cases or criminal cases of the state under Sections 294 paragraph one, Section 295, Section 296, Section 299 paragraph one, Section 300, and Section 334 of the Criminal Code still adhere to the traditional practice of being used as a bargaining chip to seek excessive civil damages by threatening to sue and impose imprisonment. Some are unaware that these cases can be resolved at the investigator officer level under the Dispute Mediation Act B.E.2562. Finally, it was found that the results of mediation of Disputes under Sections 294 paragraph one, Section 295, Section 296, Section 299, paragraph one, Section 300, and Section 334 of Criminal Code are not clearly evident in both mainstream (Justice by Criminal Court) and alternative (Restorative Justice) processes. Perhaps because data is collected separately by each agency (Royal Thai Police and the Thai Court of Justice) and is not publicly disclosed as much as necessary.

Keywords: Crime / Criminal Offences / Dispute Mediation / Investigation Officer Level

บทนำ

เมื่อพิจารณาจากสถิติคดีอาญาของสำนักงานตำรวจแห่งชาติและของศาลยุติธรรม ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2562 จนถึงปี พ.ศ. 2567 คดีในศาลยังลดลงไม่มากพอ เช่น รายงานสถิติคดีศาลยุติธรรม ประจำปี พ.ศ. 2567 มีคดีเก่าค้าง 269,848 คดี มีคดีใหม่ 1,804,797 คดี รวมเป็น 2,074,645 คดี แยกเป็นคดีอาญา 621,709 คดี (สำนักแผนงานและงบประมาณ ศาลยุติธรรม, 2567) จะเห็นได้ว่าคดียังมีมากอยู่แม้รัฐจะมีการออกพระราชบัญญัติการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท พ.ศ. 2562 ที่มีวัตถุประสงค์หลักคือ เพื่อให้ปริมาณคดีขึ้นสู่ศาลน้อยลง ลดปัญหาความขัดแย้ง ก่อให้เกิดความสมานฉันท์ขึ้นในสังคม ลดงบประมาณแผ่นดิน และเสริมสร้างให้อยู่ร่วมกันอย่างปกติสุข แต่นับจากที่พระราชบัญญัติฉบับนี้มีผลบังคับใช้ คือเมื่อวันที่ 20 กันยายน พ.ศ. 2562 เป็นต้นมา สถิติคดีอาญาเท่าที่พบ เช่น เมื่อปี 2564 แจ้งความ 653,973 คดี จับกุม 664,980 คือ ปี 2565 แจ้งความ 833,900 คดี จับกุม 873,303 คดี และปี 2566 แจ้งความ 1,371,008 คดี จับกุม 1,462,854 คดี (รายงานสถานการณ์ อาชญากรรมและกระบวนการยุติธรรม ประจำปี 2564, ปี 2565 และปี 2566 ของสำนักกิจการคดี ศาลยุติธรรม) มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ในส่วนการไกล่เกลี่ยคดีอาญาในชั้นพนักงานสอบสวน ตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญาที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน (การไกล่เกลี่ยคดีอาญาในชั้นศาล) นั้นเป็นไปตามกระบวนการความยุติธรรมกระแสหลักซึ่งเจ้าพนักงานสอบสวนมีหน้าที่ดำเนินการโดยแจ้งให้คู่คดีทราบเป็นปกติ แต่การไกล่เกลี่ยข้อพิพาททางอาญาในชั้นพนักงานสอบสวนตามพระราชบัญญัติการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท พ.ศ. 2562 นี้ อาจจะเรียกว่ากระบวนการความยุติธรรมทางเลือกหรือความยุติธรรมสมานฉันท์ มีเจ้าพนักงานสอบสวนแจ้งให้คู่กรณีทราบสิทธิ ตามมาตรา 43 มากน้อยอย่างไร ว่าคดีอาญาของคู่กรณี (ทั้งฝ่ายผู้เสียหายและฝ่ายผู้กระทำผิด) แม้จะเป็นความผิดอาญาที่ยอมความกันเองไม่ได้หรือความผิดอาญาแผ่นดิน แต่มีสิทธิตาม มาตรา 41 (3) คือ ความผิดที่มีอัตราโทษจำคุกอย่างสูงไม่เกินสามปีตามท้ายพระราชบัญญัตินี้ ได้แก่ 1) ความผิดฐานเข้าร่วมในการชุมนุมต่อสู้และมีผู้ถึงแก่ความตายจากการชุมนุมต่อสู้ นั้น ตามมาตรา 294 วรรคหนึ่ง 2) ความผิดฐานทำร้ายร่างกาย ตามมาตรา 295 3) ความผิดฐานทำร้ายร่างกายโดยมีเหตุฉกรรจ์ ตามมาตรา 296 4) ความผิดฐานเข้าร่วมในการชุมนุมต่อสู้และมีผู้ได้รับอันตรายสาหัสจากการชุมนุมต่อสู้ นั้น ตามมาตรา 299 วรรคหนึ่ง 5) ความผิดฐานประมาทเป็นเหตุให้ผู้อื่นได้รับอันตรายสาหัส ตามมาตรา 300 และ 6) ความผิดฐานลักทรัพย์ ตามมาตรา 334 ผู้เขียนเห็นว่า สิ่งเหล่านี้หากไม่ย่ำเตือน เผยแพร่ให้กว้างขวางอยู่เป็นประจำ อาจทำให้คู่ความในคดีอาญาไม่ทราบสิทธิ ทำให้เพิ่มภาระศาลและงบประมาณต่อไป ดังนั้นเพื่อช่วยแก้ไขปัญหานี้ ขอแบ่งวิเคราะห์เป็น 3 ประเด็น คือ 1) รายละเอียดของบทบัญญัติของพระราชบัญญัติการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท พ.ศ. 2562 ที่เปิดช่องให้ไกล่เกลี่ยข้อพิพาททางอาญา เกี่ยวกับความผิดอาญาแผ่นดิน ในประมวลกฎหมายอาญา 2) ศึกษาถึงอุปสรรคหรือปัญหาของการใช้วิธีการไกล่เกลี่ยข้อพิพาททางอาญาใน มาตรา 294 วรรคหนึ่ง มาตรา 295 มาตรา 296 มาตรา 299 มาตรา 300 และมาตรา 334 และ 3) วิเคราะห์ถึงผลกระทบต่อความยุติธรรมทั้งกระแสหลักและความยุติธรรมทางเลือก ที่ไม่ปรากฏอย่างชัดเจน ซึ่งทั้ง 3 ประเด็นจะแทรกอยู่ใน 2 หลักการ และจะวิเคราะห์ด้วยแนวคิด/ทฤษฎีความยุติธรรม

แนวคิด/ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการวิเคราะห์พระราชบัญญัติการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท พ.ศ.2562 ต่อกรณีความผิดอาญาแผ่นดิน (บางมาตรา) ในประมวลกฎหมายอาญา

แนวคิด/ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการวิเคราะห์บทบัญญัติในพระราชบัญญัติการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท พ.ศ.2562 ต่อความผิดอาญาแผ่นดินหรือความผิดอันยอมความไม่ได้ (บางมาตรา) ในประมวลกฎหมายอาญานั้น ขอสรุปรวมสาระสำคัญจากแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ในทางนิติปรัชญามาเป็นเครื่องมือในการจัดการข้อมูลและอธิบายข้อมูล โดยแยกเป็น 2 แนว คือ 1) แนวคิด/ทฤษฎีทางนิติปรัชญา ที่ใช้แสวงหาว่ากฎหมายที่แท้จริงคืออะไรแล้วนำสิ่งนั้นมาทำสัญญาประชาคมบัญญัติเป็นกฎหมาย เพื่อใช้เป็นหลักในการพิทักษ์ “ความยุติธรรมตามกฎหมายที่บัญญัติขึ้น” ซึ่งผู้เขียนถือว่าเป็นความยุติธรรมกระแสหลัก 2) แนวคิด/ทฤษฎีทางนิติปรัชญา ที่ใช้แสวงหาว่า ความยุติธรรมที่แท้จริงคืออะไร แล้วนำสิ่งนั้นมาใช้พิทักษ์รักษาความเป็นธรรม ซึ่งมีทั้งความยุติธรรมตามกฎหมาย (ความยุติธรรมกระแสหลัก) และความยุติธรรมทางเลือก เช่น ความยุติธรรมเชิงสมานฉันท์หรือความปรองดอง เป็นต้น (มงคล เทียนประเทืองชัย, 2564) โดยทั้ง 2 แนวดังกล่าวสามารถนำมาใช้กับความยุติธรรมทางอาญาได้ อาจแยกเป็น 2 กระแส คือ 1) ความยุติธรรมกระแสหลักหรือตามกฎหมาย ที่ส่วนใหญ่ปรากฏในประมวลกฎหมายอาญาของไทย และยังแยกเป็นความผิดที่รุนแรงมีโทษหนักมักยอมความไม่ได้หรือเป็นอาญาแผ่นดิน ส่วนความผิดที่ไม่รุนแรงมากนักจะมีโทษไม่หนักมาก มักจะเป็นความผิดอันยอมความกันได้ 2) ความยุติธรรมทางเลือก ที่ผู้เขียนถือว่าเป็นความยุติธรรมกระแสรอง เช่น ความยุติธรรมเชิงสมานฉันท์หรือความปรองดอง เป็นต้น เริ่มถูกนำมาใช้ในกฎหมายอาญาทั้งส่วนที่เป็นความผิดอันยอมความได้ และความผิดที่ยอมความกันเองไม่ได้หรือความผิดอาญาแผ่นดิน แทนกระบวนการยุติธรรมกระแสหลักหรือตามกฎหมาย โดยแนวคิดความยุติธรรมเชิงสมานฉันท์นั้น เป็นแนวคิดในการจัดการกับอาชญากรรมที่มุ่งเน้นไปที่การแก้ไขความเสียหายที่เกิดขึ้นกับผู้เสียหาย ชุมชน และความสัมพันธ์ทางสังคม ซึ่งความยุติธรรมเชิงสมานฉันท์นั้น ตั้งอยู่บนหลักการพื้นฐาน 3 ประการ คือ 1) การเยียวยาความเสียหาย 2) การมีส่วนร่วม และ 3) ความรับผิดชอบ ดังจะเห็นได้บางส่วนใน มาตรา 41 (3) แห่งพระราชบัญญัติการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท พ.ศ.2562

หลักการของการไกล่เกลี่ยข้อพิพาททางอาญาในชั้นพนักงานสอบสวน ตามพระราชบัญญัติการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท พ.ศ.2562

พระราชบัญญัติการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท พ.ศ. 2562 ได้วางหลักการไว้ว่า สามารถไกล่เกลี่ยได้ทั้งข้อพิพาททางแพ่ง (หมวด 2 มาตรา 20 ถึงมาตรา 34) และข้อพิพาททางอาญา (หมวด 3 มาตรา 35 ถึงมาตรา 67) แต่ในนี้ขอกล่าวเน้นไปที่การไกล่เกลี่ยข้อพิพาททางอาญาในชั้นพนักงานสอบสวน โดยเฉพาะมาตรา 41 (3) คือมาตรา 294 วรรคหนึ่ง มาตรา 295 มาตรา 296 มาตรา 299 วรรคหนึ่ง มาตรา 300 และมาตรา 334 แห่งประมวลกฎหมายอาญา ซึ่งเป็นความผิดอาญาแผ่นดิน แต่สามารถจบกันได้ด้วยพระราชบัญญัติการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท พ.ศ.2562 ตามมาตรา 64 และมาตรา 66 นั้น เจ้าพนักงานสอบสวนผู้มีหน้าที่ได้แจ้งให้

คู่กรณีทราบตามมาตรา 43 นั้นมีอุปสรรคอย่างไร เช่น แจ้งแล้วแต่คู่พิพาทไม่ประสงค์จะใช้สิทธิ หรือไม่ได้แจ้งด้วยเหตุอื่นใด โดยทั้งหมดนี้พอสรุปมากล่าวได้เป็น 2 หลักการ

หลักการข้อแรกของพระราชบัญญัติการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท พ.ศ.2562 คือการขยายขอบเขตสู่ความผิดอาญาแผ่นดิน ตามมาตรา 41 (3) นอกจากความผิดอาญาอันยอมความกันได้ตามมาตรา 41 (1) และความผิดลหุโทษตามมาตรา 390 มาตรา 391 มาตรา 392 มาตรา 393 มาตรา 394 มาตรา 395 และมาตรา 397 แห่งประมวลกฎหมายอาญา และความผิดลหุโทษอื่นที่ไม่กระทบต่อส่วนรวมตามที่กำหนดในพระราชกฤษฎีกาตามมาตรา 41 (2) ก่อนหน้านี้นี้มีกฎหมายที่มีผลใช้บังคับการยุติคดีอาญาในชั้นสอบสวนด้วยการประนีประนอมยอมความทำได้เฉพาะความผิดอันยอมความได้เท่านั้น เนื่องจากเป็นความผิดที่กฎหมายให้อำนาจผู้เสียหายสามารถถอนคำร้องทุกข์หรือยอมความได้ ซึ่งมีผลให้สิทธินำคดีอาญามาฟ้องระงับไป (เช่น ประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา เป็นต้น) กล่าวคือการขยายขอบเขตที่สำคัญโดยกำหนดให้ความผิดอาญาแผ่นดิน (ความผิดที่ยอมความตนเองไม่ได้) สามารถนำมาไกล่เกลี่ยและยุติได้ อาจแบ่งกล่าวได้ 2 ประเด็น

ประเด็นแรก ต้องเข้าเงื่อนไขสำคัญ 2 ประการ คือ

มาตรา 42 บัญญัติไว้ว่า “คดีความผิดตามมาตรา 41 (3) ต้องเป็นกรณีที่

(1) ผู้ต้องหาไม่เคยได้รับการไกล่เกลี่ยข้อพิพาททางอาญาตามพระราชบัญญัตินี้ เว้นแต่เป็นคดีความผิดที่ได้กระทำโดยประมาท คดีความผิดลหุโทษ ซึ่งพ้นระยะเวลาเกินสามปีนับแต่มีคำสั่งยุติคดี

(2) ผู้ต้องหาไม่อยู่ระหว่างต้องคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุกหรือพ้นโทษมาแล้วเกินกว่าห้าปี เว้นแต่เป็นคดีความผิดที่ได้กระทำโดยประมาท คดีความผิดลหุโทษ หรือคดีความผิดที่ผู้ต้องหาได้กระทำในขณะที่มีอายุต่ำกว่าสิบแปดปี” จากบทบัญญัตินี้ อาจมีประเด็น เรื่องการต้องไปตรวจสอบประวัติผู้ต้องหา ว่าต้องห้ามหรือไม่ ซึ่งอาจต้องใช้เวลา หรือเจ้าพนักงานสอบสวนไม่ทราบว่ามีความผิดนี้อยู่และระบุให้เป็นหน้าที่ต้องแจ้งคู่กรณี

ประเด็นที่สอง ต้องเป็นไปตามดุลพินิจ ตามมาตรา 40 วรรคสอง ที่บัญญัติไว้ว่า “พนักงานสอบสวนผู้มีอำนาจออกคำสั่งให้ไกล่เกลี่ยข้อพิพาททางอาญา ให้เป็นไปตามระเบียบที่ผู้บัญชาการตำรวจแห่งชาติ ปลัดกระทรวงกลาโหม ปลัดกระทรวงมหาดไทย หรือปลัดกระทรวงยุติธรรม หรือข้อบังคับที่อัยการสูงสุดกำหนด แล้วแต่กรณี” นี่อาจเป็นปัญหาหรืออุปสรรคอย่างหนึ่งของการที่เจ้าพนักงานสอบสวนไม่ได้แจ้งสิทธิ

หลักการข้อที่ 2 ของพระราชบัญญัติการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท พ.ศ. 2562 วางหลักการทางปฏิบัติค่อนข้างมาก กล่าวคือ มีการกำหนดให้มีผู้ไกล่เกลี่ย (มาตรา 48 ถึงมาตรา 49) มีกระบวนการไกล่เกลี่ยข้อพิพาททางอาญา ในชั้นการสอบสวน (มาตรา 50 ถึงมาตรา 57) มีการยุติการไกล่เกลี่ยข้อพิพาททางอาญาในชั้นสอบสวน (มาตรา 58 ถึงมาตรา 63) และสุดท้าย คือผลการไกล่เกลี่ยข้อพิพาททางอาญาในชั้นการสอบสวน (มาตรา 64 ถึงมาตรา 67) ซึ่งทั้งหมดนี้มีรายละเอียดค่อนข้างมากและบางส่วนอาจต้องใช้เวลาทำความเข้าใจ เช่น

ประเด็นแรก ผู้ใกล้ชิด ตามที่มาตรา 48 วรรคแรกวางหลักไว้ว่า “บุคคลที่ประสงค์จะขึ้นทะเบียนเป็นผู้ใกล้ชิด ให้ยื่นคำขอต่อผู้บัญชาการตำรวจแห่งชาติ ปลัดกระทรวงกลาโหม ปลัดกระทรวงมหาดไทย ปลัดกระทรวงยุติธรรม หรืออัยการสูงสุด แล้วแต่กรณี ในฐานะนายทะเบียน และให้นำความในมาตรา 9 มาใช้บังคับโดยอนุโลม (เช่น การสรรหา และระยะเวลา)” และมาตรา 48 วรรคสองวางหลักไว้ว่า “ผู้ใกล้ชิดตามวรรคหนึ่งต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา 10” ประกอบด้วยมาตรา มาตรา 49 วรรคแรกวางหลักไว้ว่า “ให้พนักงานสอบสวนจัดให้มีการประชุมระหว่างคู่กรณีเพื่อเลือกและแต่งตั้งผู้ใกล้ชิดภายในเจ็ดวันนับแต่วันที่พนักงานสอบสวนผู้มีอำนาจออกคำสั่งมีคำสั่งให้ใกล้ชิดข้อพิพาททางอาญา ถ้าคู่กรณีไม่อาจตกลงเลือกผู้ใกล้ชิดได้ ให้พนักงานสอบสวนเลือกและแต่งตั้งผู้ใกล้ชิดแล้วแจ้งให้ผู้ใกล้ชิดและคู่กรณีทราบ” และมาตรา 49 วรรคสองวางหลักไว้ว่า “การเลือกและแต่งตั้งผู้ใกล้ชิดตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในระเบียบที่ผู้บังคับบัญชาการตำรวจแห่งชาติ ปลัดกระทรวงกลาโหม ปลัดกระทรวงมหาดไทย หรือปลัดกระทรวงยุติธรรม หรือข้อบังคับที่อัยการสูงสุด กำหนด แล้วแต่กรณี” นี่อาจเป็นปัญหาและอุปสรรคในช่วงแรกของการใช้กฎหมายนี้ กล่าวคือ ผู้ใกล้ชิดเปลี่ยนจากพนักงานสอบสวน ตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา ที่มีอำนาจใกล้ชิดและประนีประนอมคดี มาเป็นบุคคลภายนอกที่ไม่ใช่พนักงานสอบสวน นอกจากนั้น ไม่น่าเป็นผู้ใกล้ชิดชั้นในศาลของสำนักคุ้มครองสิทธิในศาลอาญาต่าง ๆ ที่มีการอบรมและขึ้นทะเบียนไว้แล้ว

ประเด็นที่ 2 กระบวนการใกล้ชิดข้อพิพาททางอาญาในชั้นการสอบสวน (ตามมาตรา 50 ถึงมาตรา 57) ที่อาจต้องใช้เวลาในการเตรียมการและทำความเข้าใจ เช่น พนักงานสอบสวนต้องกำหนดการใกล้ชิดข้อพิพาททางอาญารั้งแรกภายในเจ็ดวัน นับแต่แต่งตั้งผู้ใกล้ชิด (ซึ่งสัมพันธ์กับมาตรา 49) และสามารถขยายเวลาออกไปได้อีกเจ็ดวัน (มาตรา 50) ถ้ามีเหตุจำเป็น คู่กรณีต้องเข้าใกล้ชิดด้วยตนเองและมีสิทธิให้ผู้ซึ่งตนไว้วางใจเข้าร่วมได้อีกไม่เกินฝ่ายละสองคน (มาตรา 51) สามารถใช้ล่ามได้ (มาตรา 52) ผู้ใกล้ชิดต้องอธิบายรายละเอียด (มาตรา 53) ต้องสุจริต เป็นกลาง (มาตรา 54) ต้องใกล้ชิดให้เสร็จภายในสามสัปดาห์ นับแต่ครั้งแรก (มาตรา 55) คู่กรณีมีสิทธิเจรจาเพื่อหารื้อร่วมกันได้โดยอิสระ (มาตรา 56) และเมื่อตกลงกันได้แล้วต้องทำบันทึกข้อตกลงเพื่อนำไปเป็นหลักปฏิบัติ (มาตรา 57) ซึ่งทั้งหมดนี้อาจเป็นปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญในการบังคับใช้กฎหมายนี้อยู่มากและตลอดมา ทั้งต่อคู่กรณีและพนักงานสอบสวน

ประเด็นที่ 3 การยุติการใกล้ชิดข้อพิพาททางอาญาในชั้นสอบสวน (มาตรา 58 ถึงมาตรา 63) ที่พอสรุปหลักการสำคัญมากกล่าวได้ดังนี้ คือ คู่กรณีมีสิทธิถอนตัวได้ (มาตรา 58) มีสิทธิยุติการใกล้ชิดได้ (มาตรา 59) ถ้ามีการยื่นฟ้องศาลให้การใกล้ชิดข้อพิพาทเป็นอันยุติ (มาตรา 60) ผู้ใกล้ชิดมีอำนาจให้ยุติการใกล้ชิดได้ (มาตรา 61) และถ้าใกล้ชิดไม่สำเร็จก็ต้องดำเนินคดีต่อไป (มาตรา 62) ซึ่งสิ่งเหล่านี้อาจเป็นปัญหาหรืออุปสรรคได้ เช่น อดิของคู่กรณี เช่น ฝ่ายผู้เสียหายที่ต้องการใช้คดีอาญาเป็นเครื่องมือตามระบบเดิมของประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา เพื่อข่มขู่ผู้ต้องหาด้วยหวังว่าจะเรียกร้องค่าเสียหายทางแพ่งให้ได้ตามที่ต้องการ เป็นต้น

ประเด็นที่ 4 ผลการใกล้เคียงข้อพิพาททางอาญาในชั้นสอบสวน (มาตรา 64 ถึงมาตรา 67) กล่าวคือ มาตรา 64 วรรคแรกวางหลักไว้ว่า “เมื่อผู้กระทำความผิดได้ปฏิบัติตามบันทึกข้อตกลงตามมาตรา 57 แล้ว ให้แจ้งพนักงานสอบสวนทราบ เพื่อจัดทำบันทึกการปฏิบัติตามข้อตกลง ส่งไปยังพนักงานอัยการพร้อมด้วยสำนวนการสอบสวนและเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อพิจารณาสั่งยุติคดี” และมาตรา 66 วางหลักไว้ว่า “เมื่อพนักงานอัยการมีคำสั่งยุติคดี สิทธินาคดีอาญามาฟ้องเป็นอันระงับ” แต่ถ้าใกล้เคียงไม่สำเร็จ กล่าวคือ มาตรา 64 วรรคสองวางหลักไว้ว่า “ในกรณีที่มิได้มีการปฏิบัติตามบันทึกข้อตกลงไม่ครบถ้วน ให้ผู้กระทำความผิดแจ้งให้พนักงานสอบสวนทราบเพื่อเสนอพนักงานสอบสวนผู้มีอำนาจออกคำสั่งพิจารณาจำคุกต่อไป เว้นแต่ผู้เสียหายพอใจในการปฏิบัติตามข้อตกลงที่ได้กระทำไปแล้ว ให้ผู้กระทำความผิดแจ้งพนักงานสอบสวนเพื่อดำเนินการตามวรรคหนึ่ง” และมาตรา 65 วางหลักไว้ว่า “ถ้าความปรากฏแก่พนักงานสอบสวนว่าผู้กระทำความผิดเป็นผู้ต้องหาจริงใจไม่ปฏิบัติตามข้อตกลงโดยไม่มีเหตุอันควร ให้พนักงานสอบสวนผู้มีอำนาจออกคำสั่งมีคำสั่งดำเนินคดีต่อไป” สุดท้ายมาตรา 67 วางหลักไว้ว่า “การใกล้เคียงข้อพิพาททางอาญาไม่ตัดอำนาจของพนักงานสอบสวนที่จะทำการสอบสวนต่อไป” ซึ่งจากข้อความในบทบัญญัติต่างๆ เหล่านี้มีหลายส่วนอาจเป็นปัญหาและอุปสรรค ที่ทำให้ผลของการใกล้เคียง ทั้งจำนวนคดีที่สมัครใจเข้าระบบ และผู้กระทำความผิดที่ใกล้เคียงสำเร็จ หากพิจารณาจากสถิติของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ และสำนักงานกึ่งการคดีของศาลยุติธรรม จะพบว่า ผลการใกล้เคียงข้อพิพาททางอาญาในชั้นพนักงานสอบสวน ในคดีอาญาแผ่นดินตามมาตรา 294 วรรคหนึ่ง มาตรา 295 มาตรา 296 มาตรา 299 วรรคหนึ่ง มาตรา 300 และมาตรา 334 นั้น ยังไม่อาจทราบได้ชัดเจน จากสถิติคดีอาญาที่กล่าวไว้ในบทนำและข้อมูลตั้งแต่ปี 2564 ถึงปี 2567 นั้น มีการแจ้งสิทธิแก่ผู้กระทำความผิด และเข้าสู่ระบบการใกล้เคียงจำนวนเท่าไร และผลสำเร็จมีมากน้อยแค่ไหน ในอันจะช่วยลดปริมาณคดีของศาล และลดงบประมาณตามวัตถุประสงค์ของกฎหมายฉบับนี้ โดยขอสรุปแสดงเป็นตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงสถิติคดีอาญา ตั้งแต่ปี 2564 - 2566

ปี พ.ศ.	จำนวนคดีอาญาทั้งหมด		ความผิดต่อชีวิต ร่างกาย เพศ		ความผิดฐานลักทรัพย์	
	จำนวนคดีที่แจ้ง	จำนวนคดีที่จับกุม	จำนวนคดีที่แจ้ง	จำนวนคดีที่จับกุม	จำนวนคดีที่แจ้ง	จำนวนคดีที่จับกุม
2564	653,973	664,890	6,862	7,322	23,285	22,623
2565	833,900	873,303	1,734	1,804	28,444	29,333
2566	1,371,008	1,462,854	4,891	5,134	58,324	60,009

อ้างอิงจาก รายงานสถานการณ์ อาชญากรรมและกระบวนการยุติธรรม ประจำปี 2564, 2565 และ 2566 ของสำนักงานกึ่งการคดี ศาลยุติธรรม

จากตารางสถิติคดีอาญาที่ยกมากล่าวเพียงบางส่วนนี้ เป็นการเน้นย้ำให้เห็นถึงประเด็นสำคัญต่าง ๆ ดังกล่าวไว้ข้างต้น คือ 1) ตามมาตรา 41 (3) แห่งพระราชบัญญัติการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท พ.ศ.2562 ได้แก้คดีอาญาแผ่นดิน ความผิดตามมาตรา 294 วรรคหนึ่ง มาตรา 295 มาตรา 296 มาตรา 299 วรรคหนึ่ง มาตรา 300 และมาตรา 334 ที่แต่ละหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีการไกล่เกลี่ยไปแล้วจำนวนเท่าไร สำเร็จเท่าไร แต่ปัญหาอาจอยู่ที่การจัดเก็บข้อมูลไว้ของแต่ละหน่วยงานที่ไม่ได้ปรากฏเป็นการสาธารณะโดยง่ายนั้น จึงยังมีคำถามว่ามีจำนวนกี่คดี เข้าสู่ระบบการไกล่เกลี่ยข้อพิพาททางอาญาจำนวนกี่คดี และไกล่เกลี่ยสำเร็จมากน้อยเท่าไร เนื่องจากเมื่อพิจารณาจากแนวโน้มคดีอาญาแต่ละปียังคงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และ 2) ตามมาตรา 43 คือการที่ไม่ปรากฏข้อมูลอย่างชัดเจนของคู่กรณีในการใช้สิทธิเข้าสู่ระบบการไกล่เกลี่ยข้อพิพาททางอาญาตามพระราชบัญญัติการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท พ.ศ.2562 นี้ เจ้าพนักงานผู้มีหน้าที่มีการแจ้งสิทธิแก่คู่กรณีหรือไม่อย่างไร ทั้งหมดนี้จะได้วิเคราะห์ให้เห็นต่อไป

วิเคราะห์ปัญหาการบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับการไกล่เกลี่ยข้อพิพาททางอาญาในชั้นพนักงานสอบสวน ตามพระราชบัญญัติการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท พ.ศ.2562

ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาเรื่องนี้ คือประเด็นแรกรายละเอียดของบทบัญญัติของพระราชบัญญัติการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท พ.ศ.2562 ที่เปิดช่องให้การไกล่เกลี่ยข้อพิพาททางอาญา เกี่ยวกับความผิดอาญาแผ่นดินในประมวลกฎหมายอาญา

กล่าวคือ ปัญหาสำคัญในประเด็นแรก ความผิดอาญาทั้ง 6 ฐานในประมวลกฎหมายอาญา ที่ระบุไว้ในมาตรา 41 (3) แห่งพระราชบัญญัติการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท พ.ศ.2562 ทำไมจึงมีการนำไปใช้จริงยังไม่มากพอ ทั้งที่กฎหมายมีผลบังคับใช้นานพอสมควร (เมื่อตีความจากสถิติคดีอาญาที่กล่าวไว้ในหลักการข้อ 2) เป็นเพราะเหตุใด ทั้งที่รัฐพยายามปกป้องคุ้มครองสิทธิ เสรีภาพของประชาชนตามแนวคิดแบบนิติธรรมหรือนิติรัฐ และความยุติธรรม โดยออกกฎหมายที่สร้างความเป็นธรรมทางเลือก อันจะก่อให้เกิดความสมานฉันท์มากขึ้น

เมื่อวิเคราะห์แล้วพบว่า เพราะเป็นกฎหมายใหม่ที่เพิ่งเริ่มใช้เมื่อปี 2562 ประกอบกับการเผยแพร่ความรู้ยังไม่กว้างขวางมากพอ จึงทำให้หลายฝ่ายยังไม่ค่อยทราบ หรือไม่ค่อยเข้าใจในรายละเอียดและยังไม่เห็นประโยชน์เท่าที่ควร เช่น คู่กรณี หน่วยงานของคู่กรณี และเจ้าพนักงานสอบสวน เป็นต้น ยังไม่ทราบว่ากฎหมายนี้อยู่ ในขณะเดียวกันก็ยังคุ้นเคยกับความยุติธรรมกระแสหลักแบบเดิม ๆ คือว่าไปตามประมวลกฎหมายอาญา ประมวลวิธีพิจารณาคดีอาญา ประกอบกับในระบบเดิมนั้นยังมีผู้เสียหายบางคนที่มีทัศนคติว่าการใช้ความผิดอาญาไม่ว่าจะในคดีลหุโทษ คดียอมความกันได้ หรือคดียอมความกันเองไม่ได้ เป็นเครื่องมือต่อรอง โดยชูว่าจะฟ้องให้ได้รับโทษจำคุก ถ้าผู้เสียหายไม่หาเงินค่าเสียหายทางแพ่งมาให้ตนตามที่ต้องการนั้น น่าจะเป็นประโยชน์ต่อฝ่ายตนมากกว่า ดังนั้นต่อให้เขาทราบว่า มีช่องทางให้การไกล่เกลี่ยข้อพิพาททางอาญาในชั้นพนักงานสอบสวน ตามพระราชบัญญัติการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท พ.ศ.2562 เขาก็อาจจะไม่ใช่ช่องทางนี้

แต่จะมีประโยชน์อย่างมากสำหรับคดีอาญาที่เป็นความผิดอาญาแผ่นดิน (ยอมความกันเองไม่ได้) ที่ฝ่ายผู้เสียหายที่คิดให้อภัย ให้โอกาสผู้ต้องหา (อาจจะเห็นว่าผู้ต้องหาเป็นผู้ประพฤติดี มีสัมมาอาชีพ

มีความรับผิดชอบ ที่ทำผิดไปนั้นเป็นเพราะประมาทหรือมีเหตุจำเป็นบางประการ) โดยตกลงไม่เอาความต่อผู้ต้องหา แต่เนื่องในความผิดอาญาแผ่นดินตามประมวลกฎหมายอาญานั้น ยอมความกันเองไม่ได้ แม้คู่กรณีไม่เอาความแต่ทางราชการก็ยังคงฟ้องต่อศาลไปจนถึงศาล ซึ่งเป็นลักษณะของความยุติธรรมกระแสหลักหรือความยุติธรรมตามกฎหมาย ต่อมาเมื่อมีมาตรา 41 (3) แห่งพระราชบัญญัติการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท พ.ศ.2562 ให้คู่กรณี มีสิทธิที่จะเข้าสู่ระบบการไกล่เกลี่ยข้อพิพาททางอาญาในชั้นพนักงานสอบสวน จึงก่อให้เกิดผลดี โดยเฉพาะผู้ต้องหาที่มีความประพฤติดี มีความรับผิดชอบ แต่อาจจะประมาทหรือพลาดพลั้งไปกระทำผิดบางอย่าง ได้มีโอกาสไม่ต้องตกเป็นจำเลย ไม่ต้องเสียเวลาไปศาล ไม่ต้องมีการประกันตัวชั่วคราว ไม่ต้องมีประวัติอาชญากรรม ส่วนฝ่ายผู้เสียหายก็ได้รับการชดเชยค่าเสียหายทางแพ่งอย่างเหมาะสม ไม่จำเป็นต้องอาศัยความผิดอาญาเป็นเครื่องมือต่อรอง และที่สำคัญคือทำให้ทั้งสองฝ่ายสมานฉันท์ อยู่ร่วมกันในสังคมอย่างปกติสุข

นอกจากนั้น ความผิดอาญาในประมวลกฎหมายอาญาที่นำมาเป็นเหตุให้มีการไกล่เกลี่ยข้อพิพาทในชั้นสอบสวนได้ ตามพระราชบัญญัติการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท พ.ศ. 2562 มาตรา 41 นี้ อาจจะยังมีน้อยไป โดยเฉพาะในกรณี มาตรา 41 (3) ในอนาคตควรจะเพิ่มให้มากขึ้น เพื่อช่วยลดปริมาณในศาลและป้องกันการใช้ความผิดอาญาแผ่นดินที่ยอมความกันเองไม่ได้เป็นเครื่องมือในการต่อรองฟ้องศาลเพื่อเรียกร้องค่าเสียหายทางแพ่งสูงเกินควร เช่น ความผิดทางเพศ ในมาตรา 276 วรรคแรก และความผิดอนาจาร มาตรา 278 วรรคแรก เป็นต้น เนื่องจากตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เราจะเห็นว่ามีการใช้ความผิดทั้งสองฐานนี้เป็นเครื่องมือต่อรองโดยผู้ฟ้องศาล เพื่อเรียกร้องค่าเสียหายทางแพ่งสูงเกินควร

ประเด็นที่สอง อุปสรรคหรือปัญหาของการใช้วิธีการไกล่เกลี่ยข้อพิพาททางอาญาใน มาตรา 294 วรรคหนึ่ง มาตรา 295 มาตรา 296 มาตรา 299 วรรคหนึ่ง มาตรา 300 และมาตรา 334 จากหลักการข้อสองจะพบว่ามีมากมายหลายเรื่อง เช่น การกำหนดให้มีผู้ไกล่เกลี่ย (มาตรา 48 ถึงมาตรา 49) รายละเอียดของกระบวนการไกล่เกลี่ยข้อพิพาททางอาญาในชั้นการสอบสวน (มาตรา 50 ถึงมาตรา 57) เงื่อนไขในการยุติการไกล่เกลี่ยข้อพิพาททางอาญาในชั้นสอบสวน (มาตรา 58 ถึงมาตรา 63) และสุดท้าย คือผลการไกล่เกลี่ยข้อพิพาททางอาญาในชั้นการสอบสวน (มาตรา 64 ถึงมาตรา 67) อาจต้องใช้เวลาทำความเข้าใจ แต่ที่สำคัญอย่างยิ่ง คือเจ้าพนักงานสอบสวนแจ้งสิทธิแก่คู่กรณี (ตามมาตรา 43) หรือไม่ หากไม่มีการแจ้งเป็นเพราะเหตุใด (การไม่แจ้งหรือแจ้งล่าช้า ทำให้เสียสิทธิหรือเสียโอกาสในการไกล่เกลี่ยข้อพิพาททางอาญาในชั้นพนักงานสอบสวน เจ้าพนักงานสอบสวนคนนั้น ควรจะมีความผิดอย่างไรหรือไม่)

จากการวิเคราะห์ พบว่า การที่เจ้าพนักงานสอบสวนไม่ค่อยได้แจ้งสิทธิแก่คู่กรณีให้ทราบ ว่าเขามีสิทธิในการไกล่เกลี่ยข้อพิพาททางอาญาในชั้นพนักงานสอบสวน ทั้งที่คู่กรณีมีสิทธิตามมาตรา 41 (3) แห่งพระราชบัญญัติการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท พ.ศ.2562 นั้น อาจจะเป็นเพราะว่า เจ้าพนักงานสอบสวนไม่ทราบรายละเอียดและขั้นตอนของการใช้กฎหมายฉบับนี้ หรือด้วยความไม่พร้อมของระบบราชการ คือการขึ้นทะเบียนของผู้ไกล่เกลี่ย การแต่งตั้งผู้ไกล่เกลี่ยข้อพิพาท ขั้นตอนทางปฏิบัติ เป็นต้น ในขณะเดียวกัน เจ้าพนักงานสอบสวนยังคุ้นเคยกับระบบการไกล่เกลี่ยแบบเดิม ๆ เช่น คิดว่าเป็นความผิดอาญาแผ่นดินไม่สามารถยอมความกันได้ ต้องส่งฟ้องแล้วไปจับกันที่ศาล และคิดว่าการไกล่เกลี่ยนั้นต้องเป็นคดีที่ยอมความได้

เท่านั้น ส่วนจะเป็นการใกล้เคียงเป็นทางการหรือการใกล้เคียงไม่เป็นทางการก็ได้ เช่น ให้ฝ่ายผู้เสียหายและฝ่ายผู้ต้องหาใกล้เคียงกันเอง หรือเจ้าพนักงานเป็นผู้ใกล้เคียงให้ในชั้นสอบสวน เป็นต้น

ส่วนปัญหาในประเด็นที่สาม คือ กระบวนการใกล้เคียงข้อพิพาททางอาญาในชั้นพนักงานสอบสวนนั้น อาจจะยังเป็นเรื่องใหม่ และมีรายละเอียดมากพอสมควร จนทำให้เข้าใจยากในระยะเวลาสั้น ๆ หรือบางฝ่ายมองว่ายุ่งยาก อาจต้องมีการปรับปรุงให้เข้าใจได้ง่ายขึ้นในโอกาสต่อไป อันน่าจะเป็นการช่วยลดอคติของฝ่ายผู้เสียหายบางคนที่จะใช้ความผิดอาญาเป็นเครื่องมือในการต่อรอง โดยชู่จะฟ้องศาลให้ผู้ต้องหาได้รับโทษทางอาญา เพื่อเรียกร้องค่าเสียหายทางแพ่งที่ตนเห็นว่ามีความประสิทธิภาพดีกว่า

ประเด็นสุดท้าย วิเคราะห์ถึงผลกระทบต่อความยุติธรรมทั้งกระแสนหลักและความยุติธรรมทางเลือก จากหลักการข้อ 2 ของพระราชบัญญัติการใกล้เคียงข้อพิพาท พ.ศ.2562 ในประเด็นที่ 4 ถ้าวิเคราะห์จากข้อมูลส่วนใหญ่ของสำนักงานตำรวจแห่งชาติหรือสำนักงานกึ่งการคดี ศาลยุติธรรม พอตีความได้ว่า จำนวนคดีอาญาส่วนใหญ่ต้องผ่านศาล ส่วนจะจบด้วยการพิพากษาหรือการใกล้เคียงข้อพิพาททางอาญาในชั้นศาล (เช่น ส่วนคุ้มครองสิทธิในศาลอาญาต่าง ๆ) ซึ่งถือว่ายังขึ้นอยู่กับความยุติธรรมกระแสนหลักหรือความยุติธรรมตามกฎหมาย คดีอันยอมความไม่ได้หรือคดีอาญาแผ่นดินก็ยังคงต้องปฏิบัติไปตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา อันอาจไม่ได้ช่วยให้คดีลดน้อยลงและลดงบประมาณในส่วนนี้ โจทก์บางคนที่มีอคติก็ยังคงใช้กฎหมายอาญาอันยอมความไม่ได้เป็นเครื่องมือต่อรองเรียกร้องค่าเสียหายทางแพ่งตามที่ตนต้องการ ในฝ่ายจำเลยก็ต้องมีประวัติอาชญากรรม ต้องประกันตัวผู้คดี หรืออาจโทษโดยไม่สมควร ทั้งที่ตามหลักการข้อแรกเขามีโอกาสตามมาตรา 41 (3) แห่งพระราชบัญญัติการใกล้เคียงข้อพิพาท พ.ศ.2562 คือให้คู่กรณีให้มีสิทธิเข้าระบบการใกล้เคียงข้อพิพาททางอาญา ซึ่งมีรายละเอียดในตั้งแต่มาตรา 35 ถึงมาตรา 67 ดังนั้นประการแรกคู่กรณีควรต้องได้รับการแจ้งสิทธิจากพนักงานสอบสวนตามมาตรา 43 ก่อนว่าคดีของเขาอยู่ในข่ายของมาตรา 41 (3) เป็นลำดับแรกก่อน ส่วนจะสมัครเข้าสู่ระบบหรือไม่ก็เป็นสิทธิของคู่กรณี นอกจากนี้ เจ้าพนักงานสอบสวนควรอธิบายรายละเอียดในหลักการข้อ 2 โดยย่อพอเข้าใจเบื้องต้น โดยเฉพาะตามมาตรา 64 วรรคหนึ่งและมาตรา 66 คือเมื่อพนักงานอัยการมีคำสั่งยุติคดี สิทธินาคดีอาญามาฟ้องเป็นอันระงับ คือจบกันได้ชั้นพนักงานสอบสวนนั้น ซึ่งถือเป็นการใช้ความยุติธรรมทางเลือก คือกระบวนการยุติธรรมเชิงสมานฉันท์ที่เป็นแนวคิดในการจัดการกับอาชญากรรมที่มุ่งเน้นไปที่การแก้ไขความเสียหายที่เกิดขึ้นกับผู้เสียหาย ชุมชน และความสัมพันธ์ทางสังคม

สรุป

จากผลการศึกษาการใกล้เคียงข้อพิพาททางอาญาในชั้นสอบสวน ตามพระราชบัญญัติการใกล้เคียงข้อพิพาท พ.ศ.2562 โดยเฉพาะมาตรา 41 (3) มาตรา 43 และมาตรา 66 นั้น เมื่อวิเคราะห์ด้วยแนวคิดกระบวนการความยุติธรรมทางเลือกหรือกระบวนการความยุติธรรมสมานฉันท์แล้ว พบว่ามีประโยชน์อย่างมากต่อความผิดอาญาในประมวลกฎหมายอาญา นอกจากเป็นการลดปริมาณคดีที่ขึ้นสู่ศาลให้น้อยลง และลดงบประมาณแผ่นดินแล้ว ยังถือเป็นความยุติธรรมทางเลือกที่มาเสริมความยุติธรรมกระแสนหลัก ที่ช่วยลดความ

ขัดแย้ง ทำให้คู่กรณีตกลงกันได้ ฝ่ายผู้เสียหายก็ไม่จำเป็นต้องใช้ความผิดอาญาเป็นเครื่องมือในการต่อรอง โดยเชื่อว่าฟ้องศาลให้ผู้ต้องหาได้รับโทษจำคุกอีกต่อไป เพราะเมื่อเข้าระบบการไกล่เกลี่ยข้อพิพาททางอาญาในชั้นพนักงานสอบสวน มีการตกลงกันได้ และมีการปฏิบัติตามข้อตกลงครบถ้วน สามารถทำให้คดีอาญาจบ แม้จะเป็นความผิดอาญาแผ่นดินก็ตาม ก็ยุติได้ตามมาตรา 66 และที่สำคัญ ฝ่ายผู้เสียหายก็ได้ค่าทดแทนทางแพ่งที่เหมาะสม ฝ่ายผู้ต้องหาที่ได้รับโอกาส คือไม่ต้องตกเป็นจำเลยในชั้นศาล ไม่ต้องประกันตัวชั่วคราว ไม่มีประวัติอาชญากรรม ก่อให้เกิดความสมานฉันท์และเสริมสร้างสังคมให้อยู่ร่วมกันอย่างปกติสุข

บรรณานุกรม

พระราชบัญญัติการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท พ.ศ.2562. ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 136 ตอนที่ 67 ก

ฉบับลงวันที่ 22 พฤษภาคม 2562.

พระราชบัญญัติให้ใช้ประมวลกฎหมายอาญา. (2499). ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 73 ตอนที่ 95

หน้า 1 (ฉบับพิเศษ) (15 พฤศจิกายน 2499).

มงคล เทียนประเทืองชัย. (2566). นิติปรัชญา : ประวัติศาสตร์ความคิดทางนิติปรัชญา และทฤษฎีกฎหมาย.

ปทุมธานี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรังสิต.

มงคล เทียนประเทืองชัย. (2564). คำอธิบายกฎหมายอาญา : ภาควิชาความผิดและลหุโทษ. ปทุมธานี :

สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยรังสิต.

สำนักงานกิจการยุติธรรม. (2566). “รายงานสถานการณ์อาชญากรรมและกระบวนการยุติธรรม ประจำปี

2566” ออนไลน์ เมื่อวันที่ 17 พฤศจิกายน 2568, จาก

<https://www.oja.go.th/2024/09/30/whitepaper-2023/>

สำนักงานกิจการยุติธรรม. (2565). “รายงานสถานการณ์อาชญากรรมและกระบวนการยุติธรรม ประจำปี

2565” ออนไลน์ เมื่อวันที่ 17 พฤศจิกายน 2568,

จาก https://www.oja.go.th/wp-content/uploads/2023/10/criminal_report65.pdf

สำนักงานกิจการยุติธรรม. (2566). EP.10 การไกล่เกลี่ยข้อพิพาทคดีอาญา/Podcast” ออนไลน์

เมื่อวันที่ 26 มิถุนายน 2566, จาก <https://www.youtube.com/watch?v=zsFP1N9SBOA>

สำนักงานกิจการยุติธรรม. (2567). “ฮาว ทู ดู/ไกล่เกลี่ยไม่เสียเวลา คดีอาญาก็เคลียร์ได้” ออนไลน์

เมื่อวันที่ 7 มิถุนายน 2567, จาก <https://www.youtube.com/watch?v=2Png3yqw3AQ>

สำนักแผนงานและงบประมาณ ศาลยุติธรรม. (2567). “รายงานสถิติคดีศาลยุติธรรม ประจำปี 2567”

ออนไลน์ เมื่อวันที่ 9 เมษายน 2568, จาก

<https://oppb.coj.go.th/th/content/category/detail/id/8/cid/2085/iid/507985>

ศิริภา จันทรหงษ์. (2565). การไกล่เกลี่ยข้อพิพาททางอาญาในชั้นพนักงานสอบสวน.

สารนิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต สาขากฎหมายอาญา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อริยพร โพธิ์ใส. (2565). หลักเกณฑ์การไกล่เกลี่ยข้อพิพาทในคดีอาญา. *จุลนิติ*, 19(1), 75-82 ออนไลน์
เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2568, จาก

https://www.senate.go.th/assets/portals/93/fileups/272/files/Sub_Jun/11all/all91.pdf

Srisunglaw (เอกสิทธิ์ ศรีสังข์). (2566). “การไกล่เกลี่ยในคดีอาญาที่ยอมความไม่ได้: หาทางออกอย่างไร”
ออนไลน์ เมื่อวันที่ 4 ต.ค. 2567, จาก <https://www.youtube.com/watch?v=snOVvSTyzwc>

ปัญหาทางกฎหมายในการควบคุมธุรกิจการซื้อขายกล่องสุ่มสินค้า Legal Issues in the Regulation of Mystery Box Sale Businesses

ศุภศักดิ์ เพ็ญมกระโทก* กฤษฎา แสงเจริญทรัพย์**

Supasak preamkratok* Krisda Saengcharoensap**

(Received: 6 July 2025, Revised: 8 October 2025, Accepted: 7 December 2025)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษามาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคจากการซื้อขายกล่องสุ่มสินค้า โดยใช้วิธีเอกสาร ศึกษาจากกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับ เอกสารทางกฎหมาย แนวคำพิพากษา และความเห็นทางกฎหมาย พร้อมทั้งเปรียบเทียบกับกฎหมายของต่างประเทศ

ผลการวิจัยพบว่า กฎหมายของสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร และญี่ปุ่น มีการกำหนดมาตรการทางกฎหมายที่ชัดเจนในการควบคุมกล่องสุ่มสินค้าและได้นำแนวคิดทางกฎหมายมาปรับใช้กำหนดเป็นกฎหมายสำหรับประเทศไทย ปัญหาทางกฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภคจากการซื้อขายกล่องสุ่มสินค้าสามารถแบ่งได้ดังนี้คือ ปัญหาการควบคุมการขายกล่องสุ่มสินค้าก่อนวางขายในท้องตลาด ปัญหาการควบคุมการโฆษณาสินค้าเกินจริงระหว่างการวางจำหน่ายกล่องสุ่มสินค้า และปัญหาการควบคุมการขายกล่องสุ่มสินค้าภายหลังการวางจำหน่ายกล่องสุ่มสินค้า

ข้อเสนอแนะพบว่า เพื่อแก้ไขปัญหาการควบคุมกล่องสุ่มสินค้าก่อนวางขาย ควรอาศัยอำนาจตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ให้นายกรัฐมนตรีออกกฎกระทรวงกำหนดหน้าที่และรายละเอียดเกี่ยวกับกล่องสุ่มสินค้าที่ผู้ประกอบการต้องปฏิบัติตามก่อนนำออกวางขาย สำหรับปัญหาการโฆษณาเกินจริง ควรแก้ไขกฎหมายโดยอาศัยอำนาจตาม พ.ร.บ. คุ้มครองผู้บริโภคฯ ให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาออกประกาศกำหนดรายละเอียดข้อมูลของกล่องสุ่มสินค้าที่ผู้ประกอบการมีหน้าที่ต้องโฆษณาให้ผู้บริโภคทราบ และปัญหาการควบคุมหลังการขาย ควรแก้ไขพระราชบัญญัติขายตรงและการตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 เพื่อให้สัญญาซื้อขายกล่องสุ่มสินค้าอยู่ภายใต้การคุ้มครองของกฎหมายนี้ ซึ่งจะให้ผู้บริโภคมีสิทธิเลิกสัญญาได้

คำสำคัญ: การซื้อขายกล่องสุ่มสินค้า / การคุ้มครองผู้บริโภค / กล่องสุ่มสินค้า

* นักศึกษาหลักสูตรนิติศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

** อาจารย์ ดร. คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

* Graduate student, Master of Law, Faculty of Law Rangsit University

**Instructor Dr., Faculty of Law Rangsit University

Corresponding author: Krisda Saengcharoensap, email: krisda.sae@gmail.com

Abstract

The objective of this research was to examine the legal framework governing consumer protection in relation to the purchase and sale of mystery boxes. The study employs a documentary research methodology, drawing upon relevant statutes, regulations, legal documents, judicial precedents, and scholarly legal opinions, as well as conducting a comparative analysis with the laws of selected foreign jurisdictions.

The findings indicate that the legal systems of the United States, the United Kingdom, and Japan have established clear and comprehensive regulatory measures concerning the control of mystery box transactions, incorporating relevant legal principles into their legislative frameworks. In contrast, Thailand continues to face several legal challenges in protecting consumers in this context. These challenges include deficiencies in the regulation of mystery boxes prior to market entry, inadequate control over exaggerated or misleading advertising during their distribution, and insufficient legal mechanisms governing mystery box transactions after the products have been placed on the market.

The Suggestions found that the issue of pre-market regulation of mystery boxes be addressed through amendments to Thai law under the authority of the Consumer Protection Act B.E. 2522 (1979), empowering the Prime Minister to issue ministerial regulations specifying mandatory obligations and requirements for business operators prior to marketing mystery boxes. Furthermore, to strengthen oversight of deceptive advertising during the distribution phase, it is proposed that the Consumer Protection Committee on Advertising, pursuant to the same Act, issue a formal directive prescribing the essential information that business operators must disclose to consumers. Lastly, with regard to post-sale protection, the Direct Sales and Direct Marketing Act B.E. 2545 (2002) should be amended to extend its protection to contracts for the purchase of mystery boxes, thereby ensuring that consumers are afforded the legal right to rescind such contracts.

Keywords: Buying and Selling Mystery Boxes / Consumer Protection / Mystery Box

บทนำ

กลยุทธ์ทางการตลาดที่ได้รับความนิยมอย่างสูงในปัจจุบันและพบเห็นได้แพร่หลายในประเทศไทย คือ กลยุทธ์ทางการตลาดแบบกล่องส้มสินค้า กลยุทธ์นี้ถูกนำมาใช้เพราะมีผลต่ออารมณ์ของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อ โดยเฉพาะความรู้สึกรักของการได้ลุ้นและเสี่ยงโชค (สิรินวรรณ อินทร์แก้ว, 2566) ลักษณะสำคัญของกล่องส้มคือ ผู้ขายจะนำสินค้าหลายประเภทบรรจุรวมกันโดยที่ผู้บริโภคไม่มีสิทธิเลือกประเภทสินค้าและไม่เห็นสินค้าที่ตนจะได้รับก่อนการซื้อ ซึ่งก่อให้เกิดความตื่นเต้นและความประหลาดใจและทำให้ผู้บริโภคต้องการซื้อกล่องส้มสินค้าอย่างต่อเนื่อง (Gupta A., et al., 2020) อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการบางรายใช้ประโยชน์จากกล่องส้มเพื่อวัตถุประสงค์อื่น เช่น การระบายสินค้าคงค้าง หรือสินค้าใกล้หมดอายุ และยังเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการที่จะทำให้ผู้บริโภคได้ทดลองใช้สินค้าใหม่ ๆ ที่ผู้ประกอบการต้องการวางจำหน่ายโดยไม่ต้องโฆษณาสินค้าให้ผู้บริโภคเข้าใจรายละเอียดของสินค้าที่ผู้ประกอบการต้องการจะขาย ช่วยสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการมีฐานลูกค้ารายใหม่เกิดขึ้น ซึ่งนำมาสู่ปัญหาการซื้อขายกล่องส้มสินค้าในประเทศไทย ได้แก่ ปัญหาคุณภาพสินค้าไม่ได้มาตรฐาน สินค้าชำรุดบกพร่อง หรือใกล้หมดอายุ รวมถึงการโฆษณาจูงใจด้วยสินค้ามูลค่าสูงกว่ากล่องส้มมาก ซึ่งอาจนำไปสู่ปัญหาการหลอกลวงผู้บริโภค และการกระทำความผิดทางอาญา ซึ่งปัจจุบันกฎหมายไทยยังขาดบทบัญญัติที่ชัดเจนและเฉพาะเจาะจงในการคุ้มครองผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายกล่องส้ม โดยเฉพาะการควบคุมการขายกล่องส้มสินค้าก่อนวางจำหน่ายในท้องตลาด การควบคุมการซื้อขายกล่องส้มสินค้านั้นระหว่างที่สินค้าวางจำหน่าย และการควบคุมการซื้อขายกล่องส้มสินค้าภายหลังการวางจำหน่าย ประกอบกับยังเป็นที่ถกเถียงในหมู่นักกฎหมายว่ากล่องส้มสินค้าเป็นการพนันหรือไม่ แต่อย่างไรก็ดีกิจกรรมใดจะเป็นการพนันได้ต้องมีการเสี่ยงโชค (จิตรกาน เจียรตระกูล, 2566) แม้ว่ากล่องส้มที่มีมูลค่าสินค้าเท่ากันจะไม่จัดเป็นการพนัน แต่กล่องส้มที่สินค้ามีมูลค่าสูงกว่าราคากล่องส้มอาจเข้าข่ายการจัดให้มีการแกมพนหรือรางวัล ซึ่งต้องขออนุญาตตาม พ.ร.บ. การพนัน พ.ศ. 2478 มาตรา 8 อย่างไรก็ดี กฎหมายการพนันของไทยยังไม่มีมาตรการเฉพาะเจาะจงในการคุ้มครองผู้บริโภคจากกล่องส้ม นอกจากต้องขออนุญาตก่อนจัดให้มีการกิจกรรมดังกล่าวเท่านั้นไม่ได้กำหนดรายละเอียดใดในการคุ้มครองผู้บริโภคให้ชัดเจน แม้ว่าจะมีข้อเสนอแนะให้มีมาตรการทางกฎหมายเชิงรุกจากคณะอนุกรรมการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค แต่ก็ยังไม่มี ความชัดเจน (คณะอนุกรรมการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค, 2567)

ในมิติทางกฎหมายแพ่ง การซื้อขายกล่องส้มสินค้าถือเป็น สัญญาซื้อขาย แต่เมื่อเกิดข้อพิพาทเกี่ยวกับสินค้าชำรุดบกพร่อง ผู้ขายอาจอ้างข้อสัญญาที่ระบุว่าผู้ขายไม่ต้องรับผิดชอบ ซึ่งการดำเนินคดีในศาลมีค่าใช้จ่ายสูงและซับซ้อนเกินควรต่อภาระของผู้บริโภค ผู้ซื้ออาจตกลงกับผู้ขายในขณะที่ทำสัญญาซื้อขายกันว่าผู้ขายไม่ต้องรับผิดชอบในการชำรุดบกพร่อง หรือการรอนสิทธิได้ ส่งผลให้เมื่อเกิดเป็นข้อพิพาททางคดีบนชั้นศาล ผู้ขายอาจอ้างข้อสัญญาดังกล่าวเพื่อปิดความรับผิดชอบของตนได้ (เอมิกา คงคา, 2559) ประกอบกับหลักการเลิกสัญญาตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ที่กำหนดให้เลิกสัญญาได้ก็ต่อเมื่อมีข้อสัญญาหรือกฎหมายกำหนดไว้ โดยเฉพาะ ซึ่งปัจจุบันยังไม่มีกฎหมายที่บัญญัติเกี่ยวกับการกำกับดูแลการซื้อขายกล่องส้มสินค้าด้านสัญญาไว้

โดยเฉพาะ ทำให้การเลิกสัญญาต้องขึ้นอยู่กับความดีความและดุลพินิจของศาล ซึ่งไม่มีความแน่นอนเพราะต้องอาศัยการพิจารณาข้อสัญญาที่แตกต่างกัน ด้วยเหตุนี้ การที่กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของไทยยังขาดความชัดเจนและเฉพาะเจาะจง ส่งผลให้ปัญหาที่เกิดจากการซื้อขายกล่องสุ่มสินค้ายังไม่ได้รับการแก้ไขอย่างมีประสิทธิภาพ การวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นการศึกษาและเสนอแนะมาตรการทางกฎหมายที่เหมาะสม เพื่อสร้างความเป็นธรรมและคุ้มครองคุณภาพชีวิตของผู้บริโภคในสังคม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับ การคุ้มครองผู้บริโภคและการซื้อขายกล่องสุ่มสินค้า
2. เพื่อศึกษาแนวทางในการควบคุมการซื้อขายกล่องสุ่มสินค้าของประเทศไทยและต่างประเทศ
3. เพื่อศึกษาปัญหาการให้ความคุ้มครองกับผู้บริโภค จากการซื้อขายกล่องสุ่มในประเทศไทย
4. เพื่อเสนอแนะและหาแนวทางที่เหมาะสมเกี่ยวกับมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคจากการซื้อขายกล่องสุ่มสินค้า

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้ เป็นการวิจัยเอกสาร (Documentary research) โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ จัดหมวดหมู่ และสังเคราะห์องค์ความรู้จากเอกสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย 1) เอกสารชั้นปฐมภูมิ ได้แก่ หลักกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 รวมถึงกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ และแนวคำพิพากษาที่เกี่ยวข้อง 2) เอกสารชั้นทุติยภูมิ ได้แก่ วารสารวิชาการ ผลงานวิจัย หนังสือตำรากฎหมาย บทความวิชาการ ข้อมูลสถิติ วิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ และข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตจากฐานข้อมูลหอสมุดตามมหาวิทยาลัยต่าง ๆ โดยจะนำข้อมูลต่าง ๆ ที่รวบรวมมาทำการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ ภายใต้แนวคิดพื้นฐานในเรื่องสิทธิของผู้บริโภค แนวคิดการใช้สิทธิเลิกสัญญา เพื่อตอบวัตถุประสงค์และคำถามการวิจัย ให้สอดคล้องกับประเด็นที่ตั้งสมมุติฐานตามวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ นอกจากนี้ยังมีการวิเคราะห์เปรียบเทียบกับกฎหมายและมาตรการควบคุมกล่องสุ่มสินค้าของต่างประเทศ ได้แก่ สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น

ผลการวิจัย

จากการศึกษากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายกล่องสุ่มสินค้า และการเปรียบเทียบกับกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของสหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ความหมายและลักษณะของกล่องสุ่มสินค้า

กล่องสุ่มสินค้าคือ กลยุทธ์ทางการตลาดรูปแบบหนึ่ง (Muhammad Amin, et al., 2020) ซึ่งถูกคิดค้นมาเพื่อตอบสนองต่อการขายผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการ โดยกล่องสุ่ม (Mystery box) คือ การที่ผู้ประกอบการนำสินค้าใส่ลงในกล่องกระดาษ ด้วยการสุ่มสินค้าแบบคละกันรวมกันกับสินค้าหลายประเภท ผู้บริโภคจะไม่ทราบว่าตนจะได้รับสินค้าอะไร และไม่มีโอกาสได้เห็นสินค้าก่อนที่จะตัดสินใจซื้อกล่องสุ่มสินค้า

2. แนวคิดพื้นฐานในเรื่องสิทธิของผู้บริโภค

แนวคิดสิทธิของผู้บริโภค (Consumer Rights Protection) ที่นำมาใช้สำหรับการคุ้มครองผู้บริโภค (สกลพงษ์ ตรีสมพงษ์, 2563) จากการซื้อขายกล่องสุ่มสินค้าคือ สิทธิของผู้บริโภคเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารในผลิตภัณฑ์สินค้า (Right to information) ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะได้รับข้อมูลข่าวสารและคำพรรณนาเกี่ยวกับสินค้าที่ถูกต้อง ตรงตามความเป็นจริง และมีรายละเอียดเพียงพอสำหรับการตัดสินใจซื้อ เพื่อป้องกันการหลงผิด ด้วยเหตุนี้สิทธิดังกล่าว ทำให้ผู้ประกอบการมีหน้าที่ต้องให้ข้อมูลที่ถูกต้องและเพียงพอ

3. แนวคิดการใช้สิทธิเลิกสัญญา

แนวคิดการใช้สิทธิเลิกสัญญา (cooling off period) คือ การให้สิทธิกับผู้บริโภคในการเลิกสัญญาซื้อขายกับ คนขายหรือผู้ประกอบการได้ องค์กรประกอบสำคัญได้แก่ ระยะเวลาที่ผู้บริโภคจะใช้สิทธิเลิกสัญญาซื้อขายกล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคตกลงทำสัญญาซื้อขายกับผู้ประกอบการธุรกิจ และมีความประสงค์จะเลิกสัญญาซื้อขาย ผู้บริโภคจำเป็นต้องใช้สิทธิเลิกสัญญาภายในระยะเวลาที่กฎหมายกำหนด หน้าที่ของผู้ประกอบการธุรกิจในการรับคืนสินค้า และหน้าที่ในการคืนเงินให้แก่ผู้บริโภค (วิหิต พรจะเด็ด, 2560)

4. กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทยในการกำกับดูแลกล่องสุ่มสินค้าก่อนวางขายในท้องตลาด

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 เป็นกฎหมายทั่วไปไว้เพื่อคุ้มครองผู้บริโภค มาตรา 21 กรณีที่มีกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคในด้านใดไว้โดยเฉพาะไม่นำกฎหมายนี้มาใช้ หากเป็นกรณีที่เกิดข้อพิพาทที่มีกฎหมายอื่นบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคไว้เป็นการเฉพาะแล้วก็ให้ใช้กฎหมายที่เฉพาะเจาะจงดังกล่าว ทั้งนี้หากไม่มีมาตรการทางกฎหมายใดๆ กฎหมายไทยก็ได้อุดช่องว่างทางกฎหมายด้วยการนำพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 มาบังคับใช้ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 ได้กำหนด สิทธิของผู้บริโภคที่ได้รับความคุ้มครองไว้ในมาตรา 4 สิทธิของผู้บริโภคที่จะได้จะได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย และเป็นรากฐานที่ของกฎหมายไทยฉบับอื่น ที่นำเอาสิทธิตามมาตรา 4 ไปบัญญัติเป็นกฎหมายให้ชัดเจนครอบคลุมกับสิทธิคุ้มครองผู้บริโภคเช่น สิทธิในการได้รับข่าวสาร และคำพรรณนาเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าที่ถูกต้องเพียงพอในการใช้สินค้าและสิทธิอื่น ๆ แต่กฎหมายประเทศไทยในปัจจุบันที่นำพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 มาบังคับใช้ซึ่งเป็นหลักกฎหมายทั่วไปเป็นการวางหลักกฎหมายในลักษณะกว้าง แม้กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคจะกำหนดสิทธิของผู้บริโภคที่ได้รับความคุ้มครอง แต่กฎหมายไม่ได้ระบุรายละเอียดให้ผู้ประกอบการมีหน้าที่จัดทำกล่องสุ่มสินค้าไม่ให้เอาเปรียบกับผู้บริโภคอย่างไร จึงส่งผลให้ใน

ปัจจุบันผู้บริโภคเมื่อซื้อกล่องสุ่มสินค้า (สภาองค์กรของผู้บริโภค, 2565) อาจได้รับสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ สินค้าที่ชำรุดบกพร่องเพราะยังขาดบรรทัดฐานทางกฎหมาย

4.1 กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของสหราชอาณาจักรในการกำกับดูแลกล่องสุ่มสินค้าก่อนวางขายในท้องตลาด

กฎหมายสหราชอาณาจักร (Conway L, 2023) มีกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคก่อนสินค้าวางจำหน่ายในท้องตลาดคือ พระราชบัญญัติว่าด้วยการค้าที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2551 (The Consumer Protection from Unfair Trading Regulations 2008) โดยได้นำเอาแนวคิดแนวคิดสิทธิพื้นฐานของสิทธิผู้บริโภคมาปรับใช้ตามข้อบังคับที่ 3 ผู้ประกอบการมีหน้าที่ทำการค้าอย่างยุติธรรมและซื่อสัตย์ กล่าวคือ ผู้ประกอบการจะต้องไม่ทำการใดๆ ที่ส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจผิดเกี่ยวกับสินค้าด้วยการไม่เปิดเผยข้อมูลสำคัญของสินค้า หรือการขายสินค้า และผู้ประกอบการมีหน้าที่ตรวจสอบสินค้าของตน ไม่ให้ชำรุดบกพร่องโดยละเอียดก่อนวางขายสินค้าข้อบังคับที่ 5 ก่อนที่สินค้าจะถูกวางจำหน่ายแก่ผู้บริโภค ห้ามผู้ประกอบการใช้กลยุทธ์ที่สร้างความสับสนให้กับผู้บริโภค บังคับให้ข้อมูลของสินค้าก่อนวางจำหน่ายสินค้าจะต้องเป็นความจริง และต้องไม่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสับสน และตามข้อบังคับที่ 6 กำหนดให้ผู้ประกอบการควรแจ้งข้อมูลสำคัญให้กับผู้บริโภครับทราบก่อนทำการตัดสินใจซื้อสินค้า กล่าวคือ ผู้ประกอบการต้องเปิดเผยข้อมูลสำคัญที่ผู้บริโภคจำเป็นต้องทราบเพื่อประกอบการตัดสินใจซื้ออย่างรอบด้านและชัดเจน

4.2 กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของอเมริกาในการกำกับดูแลกล่องสุ่มสินค้าก่อนวางขายในท้องตลาด

รัฐบัญญัติวิธีปฏิบัติที่ไม่เป็นธรรมทางการค้า (Uniform Deceptive Trade Practices Act) กฎหมายฉบับนี้ (ณัฐนันท์ ยนต์วิทย์, 2559) ซึ่งเป็นกฎหมายระดับสหพันธรัฐ ดำเนินการออกกฎหมายบังคับใช้ในแต่ละมลรัฐภายในประเทศแบบกว้างตามมาตรา 2 วางหลักว่า การปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมคือการกระทำใดๆ ที่บุคคลได้กระทำลงในระหว่างการประกอบธุรกิจการค้าขาย ซึ่งมีลักษณะเป็นการหลอกลวง ทำให้เข้าใจผิดหรือก่อให้เกิดความสับสนแก่ผู้บริโภค

4.3 กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของญี่ปุ่นในการกำกับดูแลกล่องสุ่มสินค้าก่อนวางขายในท้องตลาด

ในการกำกับดูแลกล่องสุ่มสินค้าก่อนวางขายในท้องตลาดประเทศญี่ปุ่นถูกกำกับดูแลด้วยพระราชบัญญัติพรีเมียมและโฆษณาเกินจริง (Act against Unjustifiable Premiums and Misleading Representations) (ชนภัทร สุดาวงค์, 2565) โดยถือว่า การซื้อขายกล่องสุ่มสินค้าเป็นรางวัล ในรูปแบบหนึ่ง เพื่อไม่ให้ผู้บริโภคถูกหลอกลวงจากการทำการซื้อขายโดยปราศตามมาตรา 2(3) รางวัล มีความหมายว่า ทรัพย์สินที่เป็นเงิน สิ่งของ หรือผลประโยชน์ อันมีมูลค่าเชิงเศรษฐกิจ ที่มอบให้กับผู้บริโภค โดยมีจุดประสงค์ เพื่อจูงใจผู้บริโภค ในการซื้อขายสินค้า รวมถึงการใช้วิธีการสุ่มชิงโชคเพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคซื้อสินค้า ตามมาตรา 4 วางหลักว่า หากนายกรัฐมนตรีมีความเห็น จำเป็นต้องป้องกัน ผู้บริโภคจากการถูกหลอกลวง นายกรัฐมนตรีมีดุลพินิจ ที่จะใช้อำนาจตามกฎหมาย ในการกำหนดขอบเขตของ มูลค่า ปริมาณ ประเภท หรือวิธีการมอบรางวัล รวมถึงมี

อำนาจกำหนดมาตรการต่าง ๆ ที่มีรายละเอียดที่ใช้บังคับกับรางวัล หรือจะสั่งห้ามไม่ให้มีการให้รางวัลเพื่อ
จูงใจผู้บริโภคจากการซื้อขายสินค้าดังกล่าวก็ได้ ปัจจุบันนายกรัฐมนตรีใช้อำนาจประกาศระบบการสุ่ม หรือ
การแข่งขันเพื่อรางวัล ซึ่งเนื้อหาว่า กล่องสุ่มสินค้าคือรางวัล กำหนดให้มูลค่าสูงสุดต้องมีมูลค่าไม่เกินกว่า 10
เท่าของมูลค่ากล่องสุ่มที่ต้องการขาย ห้ามขายกล่องสุ่มด้วยมีเงื่อนไขที่ผู้บริโภคจะต้องรวบรวมสินค้าอื่นก่อนให้
ครบถ้วนจึงจะมีสิทธิในการซื้อกล่องสุ่มสินค้า

5.กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทยในการควบคุมการโฆษณาสินค้าเกินจริงในระหว่างการวาง จำหน่ายกล่องสุ่มสินค้า

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 มาตรา 4 ได้กำหนดสิทธิของผู้บริโภคในด้านของการ
โฆษณา ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะได้รับข่าวสาร และคำพรรณนาเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้า ที่ถูกต้องตรงความเป็น
จริงและ เพียงพอในการใช้สินค้าบริการ มาตรา 22 วางหลักว่า การโฆษณาจะต้องไม่ใช่ข้อความที่ไม่เป็นธรรม
กับผู้บริโภค ซึ่งข้อความที่ไม่เป็นธรรมคือ การที่ผู้ประกอบการใช้ข้อความที่เป็นเท็จหรือถ้อยคำโฆษณาสินค้าที่
เกินกว่าความเป็นจริงกว่าที่สินค้า ในกรณีที่มีการโฆษณาใช้ข้อความซึ่งอาจสร้างความเสียหายขัดกับศีลธรรมอัน
ดีของสังคม คณะกรรมการมีอำนาจในการออกคำสั่งห้ามการโฆษณาหรือสั่งให้แก้ไขการโฆษณาได้ เนื่องจากไม่
มีกฎหมายที่บังคับใช้กับการโฆษณาซื้อขายกล่องสุ่มสินค้าในระหว่างที่สินค้าวางจำหน่ายโดยเฉพาะเจาะจง
จึงนำพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มาปรับใช้ตามหลักกฎหมายทั่วไปซึ่งกฎหมายดังกล่าว ไม่ได้
กำหนดกฎหมายที่ควบคุมการซื้อขายกล่องสุ่มสินค้าไว้โดยเฉพาะส่งผลให้ไม่มีกฎหมายควบคุมการโฆษณา
กล่องสุ่มสินค้า (เจตริน ใจตรง, 2565) ทำให้ในปัจจุบันยังมีการโฆษณาเกินจริงเพื่อการขายกล่องสุ่มสินค้า
ปรากฏอยู่ในสังคม

5.1 กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของสทราชอาณาจักรในการควบคุมการโฆษณาสินค้าเกินจริงใน ระหว่างการวางจำหน่ายกล่องสุ่มสินค้า

กฎหมายสทราชอาณาจักรในด้านของการควบคุมการโฆษณาสินค้าที่ได้มีบัญญัติกฎหมายคุ้มครอง
ผู้บริโภคจากการค้าที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2551 (Consumer Protection From Unfair Trading Regulations
2008 (CPR)) กำหนดการกระทำของผู้ประกอบการที่สร้างความสับสนให้แก่ผู้บริโภคตามมาตรา 6 การโฆษณา
ของผู้ประกอบการที่ส่งผลทำให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจผิดในการโฆษณาสินค้าคือ การที่ผู้ประกอบการใช้
ถ้อยคำหรือกระทำการใด อันเกี่ยวกับลักษณะของสินค้า ด้วยข้อความ หรือวิธีการต่างๆ ที่ทำให้เกิดความเข้าใจ
ผิดแก่ผู้บริโภค รวมถึงการปกปิดไม่แจ้งข้อมูลที่สำคัญ ส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจผิดในการซื้อสินค้า
ปัจจุบันสทราชอาณาจักรให้ความสำคัญกับการขายกล่องสุ่มสินค้า (Department for Culture, Media and
Sport, 2023) โดยทำการศึกษาลักษณะที่เกิดจากกล่องสุ่มสินค้าในเกมและกล่องสุ่มสินค้าทางกายภาพ และ
เริ่มหาแนวทางในการควบคุมกล่องสุ่มสินค้าด้วยการใช้กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคมากำกับดูแลมีวัตถุประสงค์
ให้การค้าขายเป็นไปด้วยความยุติธรรมกับการขายกล่องสุ่มทั้งสอง กำหนดให้ผู้ประกอบการต้องให้ข้อมูลที่
เพียงพอต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า และโปร่งใส เกี่ยวกับสินค้าโดยรัฐบาลออกแนวทางเกี่ยวกับกล่องสุ่มสินค้า

ต้องมีข้อมูลที่ชัดเจนเกี่ยวกับโอกาสในการได้รับสินค้าจากซ็อกล่องสุม เพื่อผู้บริโภคสามารถตัดสินใจได้อย่างมีเหตุมีผลจากข้อมูล เพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค การเปิดเผยข้อมูลล่องสุมสินค้าอย่างตรงไปตรงมา จะทำให้ผู้บริโภคไม่สับสนเข้าใจผิด และป้องกันไม่ให้ผู้บริโภคถูกหลอกลวง ซึ่งแตกต่างจากพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ที่ยังขาดมาตรการทางกฎหมายและแนวทางที่ชัดเจนดังเช่น หลักการทางกฎหมายของสหราชอาณาจักร

5.2 กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของอเมริกาในการควบคุมการโฆษณาสินค้าเกินจริงในระหว่างการจัดจำหน่ายล่องสุมสินค้า

กฎหมายสหรัฐอเมริกา (Mary K. Engle, 2019) รัฐบัญญัติคณะกรรมการการค้าของรัฐบาลกลาง (The Federal Trade Commission Act) มาตรา 12 และ มาตรา 13 ห้ามไม่ให้บุคคลไม่ว่าจะเป็น บุคคลธรรมดา หรือนิติบุคคล กระทำการเผยแพร่โฆษณาเป็นเท็จและเกินความจริง และมีหน่วยงาน Federal Trade Commission (FTC) กำกับดูแลโดยมีอำนาจ ให้ผู้โฆษณามีหน้าที่ต้องแสดงข้อเท็จจริงให้ถูกต้องและมีหน้าที่กำหนดให้การโฆษณาสินค้าต้องมีข้อเท็จจริงที่ทำให้ผู้บริโภคทราบถึงรายละเอียดของสินค้า หน่วยงานดังกล่าวสามารถกำหนดกฎเกณฑ์ให้ผู้โฆษณาสินค้าต้องให้ ข้อมูลที่เป็นความจริงที่ผู้บริโภคต้องทราบรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าและมีอำนาจในการสั่งให้มีการแก้ไขข้อความหรือวิธีที่จะทำการโฆษณา ที่ฝ่าฝืนข้อบังคับ รวมถึงอำนาจในการการออกคำสั่งห้ามการโฆษณา เกี่ยวกับการโฆษณาเกินจริงของการล่องสุมสินค้า FTC มีความเห็นว่า การขายล่องสุมสินค้าซึ่งใช้ในวิถีเกมที่กับล่องสุมสินค้าทางกายภาพทั้งสองประเภท มีการเสียดวงเพื่อได้สินค้าเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการขาย FTC แนะนำผู้ประกอบการให้ปฏิบัติตามพระราชบัญญัติคณะกรรมการการค้าของรัฐบาลกลาง เห็นว่าล่องสุมสินค้ามีความไม่ชัดเจนในอัตราความสำเร็จของการได้รับสินค้าตามที่ได้โฆษณาไว้และยังขาดหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนทำให้เกิดความไม่โปร่งใสเป็นธรรม กล่าวคือยังคงขาดข้อมูลที่ผู้ประกอบการควรให้กับผู้บริโภคในด้านของอัตราความสำเร็จที่จะได้รับสินค้าจากการซ็อกล่องสุมสินค้า มีแนวทางให้กับทางผู้ประกอบการต้องเปิดเผยอัตราของการที่ผู้บริโภคจะได้รับสินค้าจากการซ็อกล่องสุมสินค้าตามความเป็นจริง ผู้ประกอบการมีหน้าที่ต้องเปิดเผยข้อมูลของสินค้า รายละเอียดที่สำคัญเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับทราบ

5.3 กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของญี่ปุ่นในการควบคุมการโฆษณาสินค้าเกินจริงในระหว่างการจัดจำหน่ายล่องสุมสินค้า

ประเทศญี่ปุ่น (Ishida M, 2008) ได้กำหนดหลักเกณฑ์การควบคุมการโฆษณาไว้ใน Unfair Competition Prevention Law 1934 ตามมาตรา 2 วางหลักการว่า การแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมในทางธุรกิจคือการโฆษณาของผู้ประกอบการที่ใช้ข้อความที่ไม่เป็นความจริง การโฆษณาที่ใช้ข้อความที่ทำให้เกิดความสับสนในสาระสำคัญอันเกี่ยวกับสินค้าของผู้ประกอบการ หรือการโฆษณาเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้า สาระสำคัญของสินค้า ที่ทำให้ผู้บริโภคสับสน มีคณะกรรมการเพื่อความเป็นธรรมทางการค้า (Fair Trade Commission) ทำหน้าที่ในการควบคุมการโฆษณามีอำนาจทำการตรวจสอบการกระทำความผิดทางการค้าและการโฆษณาที่

ฝ่าฝืนกฎหมาย มีอำนาจออกคำสั่งให้งดเว้นการกระทำที่ฝ่าฝืนต่อกฎหมายในด้านของการโฆษณาได้ในทันที พร้อมทำงานร่วมกับทางอัยการให้ดำเนินคดีกับผู้ฝ่าฝืนกฎหมายได้ โดยคณะกรรมการดังกล่าวมีอำนาจออกคำสั่งให้ผู้โฆษณาแก้ไขวิธีการโฆษณา ถ้อยคำข้อความที่ใช้โฆษณา การออกคำสั่งห้ามไม่ให้ดำเนินการโฆษณา

6. กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทยในการควบคุมการขายกล่องสุ่มสินค้าภายหลังการวางจำหน่ายกล่องสุ่มสินค้า

ปัจจุบันกฎหมายไทย (วิฑูรย์ พรหมเดช, 2560) นำแนวความคิดการใช้สิทธิเลิกสัญญา มาบัญญัติไว้ในพระราชบัญญัติขายตรงและการตลาดแบบตรง พ.ศ.2560 ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการกำกับดูแลการซื้อขายด้วยการแสดงเจตนาไปยังผู้รับการแสดงเจตนาที่อยู่ห่างกันโดยระยะทาง มาตรา 33 วางหลักการว่า ผู้บริโภคมีสิทธิเลิกสัญญาด้วยการส่งหนังสือแสดงเจตนาเลิกสัญญาซื้อขายไปยังผู้ประกอบการภายในระยะเวลาเจ็ดวัน นับแต่วันที่ได้รับสินค้าหรือบริการ และผู้ประกอบการมีหน้าที่ตามมาตรา 36 จะต้องคืนเงินค่าสินค้าที่ผู้บริโภคทำการซื้อสินค้าดังกล่าวจากผู้ประกอบการเต็มจำนวนภายในสิบห้าวัน นับแต่วันที่ได้รับหนังสือการบอกเลิกสัญญาจากผู้บริโภคโดยหากผู้ประกอบการละเลยไม่ทำตามกฎหมายด้วยการไม่คืนเงินเต็มจำนวนภายในระยะเวลาที่กฎหมายกำหนดไว้จะทำให้ผู้ประกอบการต้องชำระเบี้ยปรับ แต่อย่างไรก็ตามกฎหมายฉบับนี้ คุ้มครองผู้บริโภคเฉพาะสัญญาซื้อขายในรูปแบบออนไลน์เท่านั้น ไม่นำมาบังคับใช้กับการซื้อขายที่แสดงเจตนาต่อบุคคลที่อยู่เฉพาะหน้า กฎหมายจึงไม่คุ้มครองผู้บริโภคที่ทำสัญญาซื้อขายกล่องสุ่มสินค้าทางกายภาพบนโลกแห่งความเป็นจริง และเมื่อนำกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ว่าด้วยการเลิกสัญญาก็ไม่อาจเลิกสัญญาได้เพราะการเลิกสัญญาต้องมีข้อสัญญากำหนดไว้ หรือมีข้อกฎหมายบัญญัติให้สัญญาซื้อขายเลิกกันได้ ประกอบกับเมื่อคู่สัญญา มีข้อพิพาทเกี่ยวกับการเลิกสัญญาซื้อขาย ข้อพิพาทจึงต้องขึ้นสู่ศาล ซึ่งต้องอาศัยการตีความแล้วใช้ดุลพินิจจากศาล จึงไม่แน่นอนว่าจะเลิกสัญญาได้หรือไม่ ทั้งนี้ในด้านการควบคุมสัญญาตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค (กฤษฎา แสงเจริญทรัพย์, 2567) การซื้อขายกล่องสุ่มสินค้าไม่อยู่ในการควบคุมของกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา

6.1 กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของสหราชอาณาจักรในการควบคุมการขายกล่องสุ่มสินค้าภายหลังการวางจำหน่ายกล่องสุ่มสินค้า

กฎหมายของสหราชอาณาจักรซึ่งได้นำเอาแนวความคิดการใช้สิทธิเลิกสัญญาคือ UK Consumer Rights Act 2015 มาตรา 2 สัญญาซื้อขาย สัญญาเช่าสินค้า สัญญาเช่าซื้อ สัญญาที่มีลักษณะของการโอนสินค้า ต้องอยู่ภายใต้การควบคุมของกฎหมายฉบับนี้ กฎหมายของสหราชอาณาจักร (วิฑูรย์ พรหมเดช, 2560) จึงบังคับใช้กับสัญญาซื้อขายสินค้าที่ผู้ประกอบการและผู้บริโภคแสดงเจตนาทำสัญญากันในโลกแห่งความเป็นจริง ทั้งนี้ยังได้บัญญัติกฎหมายให้ครอบคลุมถึงสัญญาทางการค้าทางสื่อดิจิทัลให้อยู่ในกฎหมายฉบับนี้ โดยแนวความคิดการใช้สิทธิเลิกสัญญา ตามมาตรา 29 วางหลักว่า ผู้บริโภคมีสิทธิในการเลิกสัญญา ด้วยการแสดงเจตนาไปยังผู้ประกอบการ โดยใช้วิธีการใดก็ได้ เช่น การส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ หรือทางโทรศัพท์ ตามมาตรา 34 กฎหมายได้กำหนดระยะเวลาในการแสดงเจตนาบอกเลิกสัญญาภายใน สิบสี่วัน นับแต่วันที่ผู้บริโภคได้รับ

สินค้า และเมื่อผู้บริโภคทำการเลิกสัญญา ผู้ประกอบการมีหน้าที่ในการคืนเงินให้กับผู้บริโภค ภายใน 14 วัน นับแต่วันที่ผู้ประกอบการได้รับสินค้าคืน หรือ นับแต่วันที่ผู้บริโภคได้ส่งหลักฐานการคืนสินค้าแก่ผู้ประกอบการ แล้ว เกี่ยวกับการคืนผลิตภัณฑ์หลังจากมีการเลิกสัญญา

6.2 กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของอเมริกาในการควบคุมการขายกล่องสุ่มสินค้าภายหลังการวางจำหน่ายกล่องสุ่มสินค้า

กฎหมายสหรัฐอเมริกา (วิทัต พรจะเต็ด, 2560) ในด้านการคุ้มครองผู้บริโภคมีหน่วยงาน คณะกรรมาธิการการค้าของรัฐบาลกลาง (The Federal Trade Commission (FTC)) ทำหน้าที่กำกับดูแล การขายสินค้าให้กับผู้บริโภค และเป็นหน่วยงานซึ่งทำหน้าที่ออกกฎเกณฑ์ทางกฎหมายในการคุ้มครอง ผู้บริโภค The Federal Trade Commission (FTC) ออกกฎ ผู้บริโภคสามารถเลิกสัญญาซื้อขายและทำการ คืนสินค้าแก่ผู้ขายแต่บังคับใช้เฉพาะ สัญญาซื้อขาย สัญญาเช่า แต่ไม่ครอบคลุมสัญญาซื้อขายออนไลน์ และ สัญญาซื้อขายทรัพย์สินที่มีมูลค่าต่ำกว่า 25 ดอลลาร์ซึ่งเป็นสัญญาซื้อขายที่แสดงเจตนาขึ้นเฉพาะหน้า และไม่ คุ้มครองทรัพย์สินประเภท อสังหาริมทรัพย์ ประกันภัย งานศิลปะที่ขายในนิทรรศการ ทั้งนี้ผู้ขายจะต้องแจ้ง สิทธิในการยกเลิกสัญญาให้กับผู้บริโภคในขณะทำการขายสินค้า เกี่ยวกับระยะเวลาในการเลิกสัญญาผู้บริโภค มีสิทธิเลิกสัญญาได้ภายในกำหนดระยะเวลา 3 วันนับแต่วันได้รับสินค้า เมื่อผู้บริโภคทำการเลิกสัญญาซื้อขาย สินค้า ผู้ประกอบการมีหน้าที่ต้องคืนเงินแก่ ผู้บริโภคภายในสิบวันนับแต่ยกเลิกสัญญา ผู้ประกอบการมีหน้าที่ ต้องรับสินค้าคืนจากผู้บริโภคภายใน 20 วัน และหากปรากฏว่ามีการจัดส่งสินค้าคืนแก่ผู้บริโภค ผู้ประกอบการ มีหน้าที่คืนเงินค่าจัดส่งแก่ผู้บริโภค ดังนั้นผู้บริโภคในสหรัฐอเมริกาจึงมีสิทธิที่จะสามารถเลิกสัญญาซื้อขาย สินค้าแบบธรรมดาได้ภายใน 3 วันนับแต่วันได้รับสินค้า โดยไม่ต้องพิจารณาถึงสัญญาซื้อขาย เพราะกฎหมาย ให้สิทธิเอาไว้ ซึ่งนำมาใช้กับวิธีการเลิกสัญญาซื้อขายกล่องสุ่มสินค้าและดำเนินการคืนสินค้าแก่ผู้ประกอบการ ได้ โดยผู้ประกอบการมีหน้าที่ตามกฎหมายต้องรับคืนสินค้า ไม่อาจอ้างเหตุผลใดมาปฏิเสธไม่รับคืนสินค้าและ ไม่คืนเงินได้

6.3 กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของญี่ปุ่นในการควบคุมการขายกล่องสุ่มสินค้าภายหลังการวางจำหน่ายกล่องสุ่มสินค้า

มาตรการทางกฎหมายของประเทศญี่ปุ่นซึ่งนำเอาแนวคิดการใช้สิทธิเลิกสัญญา มาใช้บังคับคือ พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมเชิงพาณิชย์เฉพาะของญี่ปุ่น (Act on Specified Commercial Transactions of Japan) (วิทัต พรจะเต็ด, 2560) มาตรา 1 กำหนดให้การทำสัญญาซื้อขายทางอิเล็กทรอนิกส์ และการซื้อ ขายในโลกทางกายภาพอยู่ภายใต้การควบคุมของกฎหมายฉบับนี้ ตามมาตรา 9 บัญญัติว่า ในการใช้สิทธิเพื่อยกเลิกสินค้า ผู้บริโภคจะต้องทำหลักฐานเป็นลายลักษณ์อักษร ประกอบกับใบเสร็จ หรือเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการ ยกเลิกสัญญาแสดงเจตนาไปยังผู้ประกอบการ เมื่อผู้บริโภคทำการเลิกสัญญา ผู้ประกอบการไม่มีสิทธิที่จะ เรียกหรือให้ผู้บริโภคชดเชยค่าเสียหาย หรือค่าปรับที่เกิดจากการเลิกสัญญา ระยะเวลาที่ผู้บริโภคต้องใช้สิทธิในการเลิกสัญญา ตามมาตรา 9 และมาตรา 10 กำหนดให้ การขายสินค้าในลักษณะของการใช้ตัวแทนจำหน่าย

สินค้า หรือการขายสินค้าในลักษณะเสนอขายสินค้าไปยังที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคจะต้องการบอกเลิกสัญญาภายใน แปดวัน นับแต่วันได้รับสินค้า และในส่วนของ การเสนอขายในลักษณะอื่นกฎหมายกำหนดระยะเวลาในการบอกเลิกสัญญาไว้ ยี่สิบวัน และมาตรา 9 บัญญัติให้ผู้บริโภคมีสิทธิได้รับเงินค่าสินค้าคืนทันทีเมื่อผู้บริโภคได้ใช้สิทธิในการเลิกสัญญาไปยังผู้ประกอบการ ดังนั้นผู้บริโภคจึงมีสิทธิตามกฎหมายที่จะเลิกสัญญาซื้อขายกล่องส่มสินค้าไม่ว่าจะถูกวางจำหน่ายในโลกทางกายภาพหรือผ่านช่องทางออนไลน์ได้ โดยไม่ต้องพิจารณาข้อสัญญาซื้อขายกล่องส่มสินค้าแต่อย่างใด

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษานี้ พบว่ากฎหมายไทยยังขาดมาตรการเฉพาะเจาะจงในการกำกับดูแลการซื้อขายกล่องส่มสินค้าเมื่อเปรียบเทียบกับกฎหมายของสหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น ซึ่งส่งผลกระทบต่อคุ้มครองผู้บริโภคใน 3 ช่วงเวลาหลัก ดังนี้

1. ปัญหาการควบคุมการขายกล่องส่มสินค้าก่อนวางขายในท้องตลาด

เมื่อเกิดปัญหาจากการซื้อขายกล่องส่มสินค้า กฎหมายไทยไม่มีกฎหมายที่จะนำมาใช้บังคับกับเรื่องการซื้อขายกล่องส่มสินค้าโดยเฉพาะต้องนำพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 มาปรับใช้ แต่อย่างไรก็ตาม กฎหมายไทยบัญญัติถึงสิทธิของผู้บริโภคในลักษณะกว้าง ขาดความชัดเจน ในการควบคุมกล่องส่มสินค้าก่อนที่สินค้าจะถูกวางจำหน่าย เมื่อพิจารณากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคก่อนสินค้าถูกวางจำหน่ายให้กับผู้บริโภค ประเทศสหรัฐอเมริกากับไทยจะมีความคล้ายกันเพราะวางหลักกฎหมายเอาไว้ในลักษณะกว้าง ซึ่งแตกต่างจากกฎหมายของสหราชอาณาจักรและญี่ปุ่นที่บัญญัติกฎหมายเฉพาะเจาะจง กำหนดหน้าที่ของผู้ประกอบการให้ต้องขายสินค้าที่ไม่ชำรุดบกพร่องและต้องแจ้งข้อมูลรายละเอียดของสินค้าก่อนวางขาย โดยเฉพาะประเทศญี่ปุ่นที่มีการออกประกาศควบคุมการซื้อขายกล่องส่มสินค้าเป็นการเฉพาะ มาตรการทางกฎหมายของไทยจึงควรได้รับการปรับปรุงให้สอดคล้องกับสิทธิของผู้บริโภค โดยนำหลักกฎหมายของสหราชอาณาจักรและญี่ปุ่นมาปรับใช้เพื่อกำหนดคุณลักษณะและมาตรฐานของกล่องส่มสินค้าก่อนออกวางขายอย่างชัดเจน

2. ปัญหาการควบคุมการโฆษณาสินค้าเกินจริงในระหว่างการวางจำหน่ายกล่องส่มสินค้า

แม้กฎหมายของประเทศไทยจะมีบทกฎหมายทั่วไป ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 ที่วางหลักการห้ามโฆษณาให้ข้อมูลสินค้าที่เกินจริง และโฆษณาที่มีข้อความที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญของสินค้า แต่กฎหมายไทยไม่มีกฎหมายควบคุมการโฆษณาขายกล่องส่มสินค้าให้ผู้โฆษณาต้องปฏิบัติตามเป็นบรรทัดฐานเดียวกันเพื่อแก้ปัญหาเห็นว่า การควบคุมการโฆษณาการขายกล่องส่มสินค้าควรนำหลักกฎหมายของสหราชอาณาจักรและสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่นมาใช้กับกฎหมายไทยกล่าวคือ กฎหมายไทยต้องกำหนดลักษณะการโฆษณาการขายกล่องส่มสินค้าให้ชัดเจน ให้อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา กำหนดวิธีการโฆษณาออกคำสั่งให้ในการโฆษณาขายกล่องส่มสินค้า ผู้ประกอบการต้องระบุ

ข้อความว่า กล่องส้มสินค้าต้องระบุชื่อของสินค้าลักษณะประเภทของสินค้าที่ใส่ในกล่องส้มสินค้า รวมถึงวิธีการส้มสินค้าการรับประกันสินค้ากำหนดให้เมื่อผู้บริโภคเลือกซื้อกล่องส้มจะได้รับกล่องส้มสินค้าตามที่ผู้ประกอบการโฆษณาไว้ และราคาของกล่องส้มสินค้าที่ผู้ประกอบการขายจะต้องมีราคาที่ชัดเจน ผู้ประกอบการต้องกำหนดอัตราความสำเร็จหรือโอกาส ที่ผู้บริโภคจะได้รับสินค้าแต่ละรายการที่ถูกนำมาใส่ในกล่องส้มสินค้า เพื่อผู้บริโภคมีข้อมูลในการตัดสินใจซื้อ

3. ปัญหาการควบคุมการขายกล่องส้มสินค้าภายหลังการวางจำหน่ายกล่องส้มสินค้า

ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์คู่สัญญาไม่อาจเลิกสัญญาต่อกันได้เว้นแต่จะมีข้อสัญญาหรือกฎหมายกำหนดไว้ ทั้งนี้การเลิกสัญญาทำได้ยากและต้องอาศัยการพิจารณาตีในศาลซึ่งมีค่าใช้จ่ายสูงและขั้นตอนซับซ้อน ขณะที่ พ.ร.บ. ขายตรงและการตลาดแบบตรง พ.ศ. 2560 ให้สิทธิเลิกสัญญาภายใน 7 วัน แต่มีขอบเขตการคุ้มครองจำกัดเฉพาะสัญญาซื้อขายในรูปแบบออนไลน์เท่านั้น ซึ่งแตกต่างจากกฎหมายของสหราชอาณาจักรและญี่ปุ่นที่ขอบเขตการคุ้มครองครอบคลุมสัญญาซื้อขายทั้งในรูปแบบออนไลน์และทางกายภาพ ในขณะที่สหรัฐอเมริกา กฎหมายคุ้มครองเฉพาะสัญญาซื้อขายในทางกายภาพแต่ไม่ครอบคลุมสัญญาซื้อขายทางออนไลน์ กับสัญญาซื้อขายทรัพย์สินซึ่งแสดงเจตนาต่อผู้ที่ยู่กันเฉพาะหน้า โดยมูลค่าทรัพย์สินต่ำกว่า 25 ดอลลาร์ โดยเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับกฎหมายของประเทศไทย พระราชบัญญัติขายตรงและการตลาดแบบตรง พ.ศ.2560 มีขอบเขตของการคุ้มครองผู้บริโภคจำกัดเฉพาะการทำสัญญาซื้อขายที่ทำสัญญาในรูปแบบออนไลน์ ด้วยเหตุนี้กฎหมายไทยไม่คุ้มครองผู้บริโภคที่ทำสัญญาซื้อขายกล่องส้มสินค้าทางกายภาพบนโลกแห่งความเป็นจริง ดังนั้นจึงควรแก้ไขพระราชบัญญัติขายตรงและการตลาดแบบตรง พ.ศ.2560 ให้มีขอบเขตการบังคับใช้กับการทำสัญญาซื้อขายกล่องส้มสินค้าบนโลกแห่งความเป็นจริงไม่จำกัดขอบเขตกับบังคับใช้เฉพาะการทำสัญญาซื้อขายกล่องส้มสินค้าบนโลกออนไลน์แต่เพียงอย่างเดียว โดยนำหลักกฎหมายของสหราชอาณาจักรและประเทศญี่ปุ่นและอเมริกา ที่กำหนดให้การทำสัญญาซื้อขายสินค้าที่เสนอขายสินค้าในโลกแห่งความจริงต้องอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกฎหมายมาปรับกับกฎหมายไทย เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความคุ้มครองตามแนวคิดการใช้สิทธิเลิกสัญญา ผู้บริโภคจะได้มีสิทธิเลิกสัญญาซื้อขายได้โดยไม่ต้องอาศัยสิทธิทางศาลซึ่งต้องใช้การตีความและเกิดความไม่แน่นอนเนื่องจากเป็นดุลพินิจของศาลที่จะวินิจฉัยข้อเท็จจริงที่แตกต่างกันไป

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการสรุปและอภิปรายผลดังที่ได้กล่าวมาแล้ว สามารถได้ข้อเสนอแนะแนวทางที่เหมาะสมในการแก้ปัญหาทางกฎหมายเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคจากการซื้อขายกล่องส้มสินค้าได้ดังนี้

1. ปัญหาการควบคุมการขายกล่องส้มสินค้าก่อนวางขายในท้องตลาด เห็นควรแก้ไขกฎหมายไทยโดยอาศัยอำนาจของพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคพ.ศ. 2522 มาตรา 8 ให้นายกรัฐมนตรีออกกฎกระทรวงกำหนดหน้าที่ของผู้ประกอบการที่ต้องทำก่อนนำสินค้าออกวางจำหน่ายแก่ผู้บริโภค โดยเฉพาะการนำหลัก

กฎหมายของญี่ปุ่นและสหราชอาณาจักรมาเป็นแม่แบบ กำหนดรายละเอียดที่ผู้ประกอบการต้องเปิดเผยอย่างชัดเจน ได้แก่ ประเภทของกล่องสุ่ม คุณลักษณะและคุณภาพของสินค้าที่ผู้บริโภคอาจได้รับ (สินค้าใหม่/เก่า/ชำรุดบกพร่อง) และต้องออกคำเตือนถึงความไม่แน่นอนของผลลัพธ์ โดยคิดเป็นอัตราส่วนความสำเร็จ (ร้อยละ) ในการได้รับสินค้าอย่างชัดเจน เพื่อให้ผู้บริโภคใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อ และกำหนดขอบเขตและมูลค่าสินค้า กำหนดให้กล่องสุ่มอยู่ภายใต้กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค โดยมูลค่าสินค้าภายในกล่องสุ่มต้องไม่เกิน 10 เท่าของมูลค่ากล่องสุ่ม และห้ามการขายกล่องสุ่มในลักษณะที่ผู้บริโภคต้องรวบรวมซื้อสินค้าอื่นให้ครบก่อนจึงจะมีสิทธิซื้อกล่องสุ่มสินค้า

2. ปัญหาการควบคุมการโฆษณาขายสินค้าเกินจริงในระหว่างการจัดจำหน่ายกล่องสุ่มสินค้า ควรแก้ไขกฎหมายโดยให้อำนาจแก่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มาตรา 28 เพื่อออกประกาศกำหนดรายละเอียดข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการมีหน้าที่แจ้งให้ผู้บริโภคทราบว่าในการโฆษณาขายกล่องสุ่มสินค้า กำหนดรายละเอียดที่ต้องระบุในการโฆษณาต้องระบุประเภทของสินค้าภายในกล่องสุ่ม คุณลักษณะและคุณภาพของสินค้า (ใหม่/เก่า/ชำรุดบกพร่อง) และที่สำคัญที่สุดคือต้องแจ้งอัตราความสำเร็จที่ผู้บริโภคจะได้รับสินค้าแต่ละประเภทที่บรรจุอยู่ในกล่องสุ่ม และควบคุมการโฆษณาที่เน้นสินค้ามูลค่าสูง/สินค้าพิเศษ หากมีการโฆษณาว่ามีสินค้ามูลค่าสูงเกิน 10 เท่าของราคากล่องสุ่ม หรือมีสินค้าแบบพิเศษ ผู้ประกอบการมีหน้าที่ต้องให้รายละเอียดของอัตราความสำเร็จในการได้รับสินค้าดังกล่าวอย่างชัดเจน

3. ปัญหาการควบคุมการขายกล่องสุ่มสินค้าภายหลังการจัดจำหน่ายกล่องสุ่มสินค้า เพื่อคุ้มครองสิทธิในการบอกเลิกสัญญาซื้อขายกล่องสุ่มและคืนสินค้าของผู้บริโภคสำหรับกล่องสุ่มที่จำหน่ายในโลกกายภาพ ควรแก้ไขพระราชบัญญัติขายตรงและการตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 โดยการเพิ่มนิยามความหมายของ สัญญาซื้อขายกล่องสุ่มสินค้าให้อยู่ในการคุ้มครองของพระราชบัญญัตินี้ ขยายขอบเขตการคุ้มครอง ให้ครอบคลุมถึงสัญญาซื้อขายกล่องสุ่มที่แสดงเจตนาต่อบุคคลที่อยู่เฉพาะหน้า (การซื้อขายทางกายภาพ) นอกเหนือจากการแสดงเจตนาต่อบุคคลที่อยู่ห่างโดยระยะทาง (ออนไลน์) การแก้ไขนี้จะช่วยให้ผู้บริโภคมีสิทธิเลิกสัญญาและได้รับเงินคืนได้ตามกฎหมาย โดยไม่ต้องพึ่งพากระบวนการทางศาลที่ซับซ้อนและไม่แน่นอน

บรรณานุกรม

- กฤษฎา แสงเจริญทรัพย์. (2567). แนวทางพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญาในทุกด้าน. เมื่อวันที่ 3 มิถุนายน 2567, จาก <https://www.tcc.or.th/wp-content/uploads/2024/09/ReportB2.pdf>.
- คณะอนุกรรมการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค. (2567). สรุปผลการดำเนินงานคณะอนุกรรมการด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในรอบ 5 ปี. ศูนย์บริการข้อมูลด้านกฎหมายและหน่วยประสานงานวุฒิสภา. กรุงเทพฯ เมื่อวันที่ 3 มิถุนายน 2567, จาก <https://www.senate.go.th/view/133TH-TH>.

- จิตรกาน เจียรตระกูล. (2566). กล่องสุ่มถือเป็นการพนันเข้าข่ายเป็นการแถมพหุหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคตามพระราชบัญญัติการพนัน พุทธศักราช 2478 หรือไม่. ศูนย์บริการข้อมูลด้านกฎหมายและหน่วยประสานงานนิติสภา. กรุงเทพฯ, จาก <https://www.dopa.go.th/news/uploads>.
- เจตริน ใจตรง. (2565). ปัญหาการบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับการซื้อขายสินค้าประเภทกล่องสุ่ม. เมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม 2567, จาก http://www.lawgrad.ru.ac.th/AbstractsFile/ca3f_abstract.pdf.
- ชนภัทร สุดาวงค์. (2565). ข้อจำกัดทางกฎหมายในการควบคุมกล่องสุ่มในเกมออนไลน์. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
- ณัฐนันท์ ยนต์วิทย์. (2559). หลักเกณฑ์การวินิจฉัยพฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมศึกษาเฉพาะกรณีพฤติกรรมการแข่งขันประเภทการส่งเสริมการแข่งขัน. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิฑิต พรจะเด็ด. (2560). การใช้สิทธิเลิกสัญญาในธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สกุลพงษ์ ตรีสมพงษ์. (2563). แนวทางการพัฒนากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับเนื้อหาดิจิทัล. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. สถาบันพัฒนาบริหารศาสตร์.
- สิรินวรรณ อินทร์แก้ว. (2566). ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการซื้อขายสินค้าประเภทกล่องสุ่มออนไลน์. เมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม 2567, จาก http://www.lawgrad.ru.ac.th/AbstractsFile/6424011292_abstract.pdf.
- เอมิกา คงคา. (2559). หลักความผิดกับการเลิกสัญญาในระบบกฎหมายไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Conway L. (2023). Consumer protection: unfair trading regulations. House of commons library. Retrieved October 12, 2024, from <https://researchbriefings.files/SN04678/SN04678.pdf>.
- Department for Culture, Media and Sport. (2023). Loot boxes in video games: update on improvements to industry-led protections. Retrieved October 12, 2024, from <https://www.gov.uk/guidance/loot-boxes-in-video-games-update-on-improvements-to-industry-led-protections>.
- Federal Trade Commission. (2019). <https://www.ftc.gov/news-events/events/2019/08/inside-game-unlocking-consumer-issues-surrounding-loot-boxes>.
- Gupta A., Eilert M., Gentry JW. (2020). Can I surprise myself? A conceptual framework of surprise self-gifting among consumers. *Journal of Retailing and Consumer Services*. Elsevier, 54(C). DOI: 10.1016/j.jretconser.2018.11.017.

- Ishida M. (2008). Outline of the Japanese unfair competition prevention law. Retrieved October 12, 2024, from https://www.jpo.go.jp/e/news/kokusai/developing/training/textbook/document/index/Unfair_Competition.pdf.
- Mary K. Engle. (2019). X2 Biosystems inc ftc matter no 182-3097. Retrieved October 5, 2023, from https://www.ftc.gov/system/files/documents/closing_letters/nid/x2_final_closing_letter_7-9-12.pdf.
- Muhammad Amin, Muh Lmaduddin Akbar, Bhismodi TriWahyu Faizal, Rizka Amaliyah Maghifroh. (2023). The legal consequences of mystery box purchase and sale transactions based on the disclosure concept. *Jurnal Imaiah Mizani*, 10(2), 266-269.

ทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์สีเขียว ความตั้งใจเปิดรับการสื่อสารการตลาด ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมในการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวของนักศึกษาจีน ที่หอพักในมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์

**Attitude Toward Green Products, Intention to Receive Marketing
Communication that Affects the Purchasing Behavior of Green Products
of Chinese Students in Dormitories at Valaya Alongkorn Rajabhat University**

ลัดดา วัจนะสาริกกุล*

Ladda Vatjanasaregagul*

(Received: 9 October 2025, Revised: 3 December 2025, Accepted: 16 December 2025)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวของนักศึกษาจีนที่พักหอพักในมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ 2) ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติสีเขียวในการซื้อผลิตภัณฑ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้า 3) ความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจเปิดรับการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียว และ 4) ทำนายสมการความสัมพันธ์ของทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์สีเขียว ความตั้งใจเปิดรับการสื่อสารการตลาด และพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียว โดยเลือกแบบเจาะจง เป็นนักศึกษาจีน 350 ตัวอย่าง นำมาวิเคราะห์สหสัมพันธ์เพื่อวัดความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สมการถดถอย

ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวอยู่ในระดับมาก 2) ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติสีเขียวในการซื้อผลิตภัณฑ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้า มีค่าเท่ากับ 0.81 3) ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจเปิดรับการสื่อสารจากผู้ขายกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวมีค่าเท่ากับ 0.75 และ 4) สมการความสัมพันธ์ของทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์สีเขียว ความตั้งใจเปิดรับการสื่อสารการตลาดและพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวคือ พฤติกรรมในการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวอยู่ที่ $-0.18 + 0.931$ ทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์สีเขียวอยู่ที่ $+ 0.995$ ของความตั้งใจเปิดรับการสื่อสารการตลาด

ข้อเสนอแนะพบว่า ผู้ผลิตสินค้าควรนำข้อมูลที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนธุรกิจ ทั้งในกระบวนการผลิตและการออกแบบกิจกรรมส่งเสริมการขาย เพื่อเสริมสร้างทัศนคติที่ดีของผู้บริโภคต่อ

* นักวิจัยอิสระ

* Independent Researcher

Corresponding author: Ladda Vatjanasaregagul, email: Zhaoyaoping364@gmail.com

ผลิตภัณฑ์สีเขียว อันจะนำไปสู่ความตั้งใจในการเปิดรับการสื่อสารทางการตลาด และส่งผลต่อการเกิดพฤติกรรมซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียว ซึ่งจะช่วยกระตุ้นยอดขายและสร้างผลกำไรให้แก่ธุรกิจในระยะยาว

คำสำคัญ: ทศนคติต่อผลิตภัณฑ์สีเขียว / พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียว / ความตั้งใจเปิดรับการสื่อสารการตลาด

Abstract

This quantitative research was the study to: 1) the level of green product buying behavior of Chinese students living in dormitories at Walaiyolangkorn Rajabhat University, 2) the relationship between green attitudes in purchasing products and green shopping behaviors, 3) the relationship between intention to be exposed to marketing communications that affect green product buying behavior, and 4) predict the correlation equation of attitudes towards green products. The intention to be open to marketing communication and green product buying behavior by selecting a specific sample of 350 Chinese students was used to analyze the correlation to measure the relationship of variables using regression equations.

The results showed that 1) the level of behavior in buying green products of the study group was very high, 2) the correlation between green attitudes in purchasing products and green behavior in purchasing products. 3) The correlation between the intention to receive communication from the seller and the behavior to buy green products is equal to 0.755, and 4) the correlation equation of attitudes towards green products: the intention to open to marketing communication and the behavior of buying green products is $-0.18 + 0.931$, the attitude towards green products is $+ 0.995$ of the intention to be open to marketing communications.

Manufacturers should utilize information related to green products in business planning, including production processes and the design of promotional activities, in order to foster positive consumer attitudes toward green products. This, in turn, can enhance consumers' willingness to engage with marketing communications and lead to green purchasing behavior, thereby stimulating sales and contributing to long-term business profitability.

Keywords: attitude towards green products / Behavior in buying green products/ communications

บทนำ

สถานการณ์ด้านสิ่งแวดล้อมในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา การบริโภคของมนุษย์ทั่วโลกทำลายธรรมชาติ ก่อให้เกิดภัยพิบัติร้ายแรงทางธรรมชาติทั่วโลก หลายประเทศตระหนักในเรื่องนี้และพยายามรณรงค์ให้ผู้บริโภคคำนึงถึงการบริโภคผลิตภัณฑ์สีเขียวเพื่อสภาพแวดล้อมทุกฝ่าย รวมทั้งวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์เห็นความสำคัญในเรื่องนี้

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์เป็นวิทยาลัยที่อยู่ภายใต้การดำเนินงานของมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์ ที่มีพันธกิจที่สำคัญด้านหนึ่งคือ การพัฒนามหาวิทยาลัยแห่งการอยู่ดีมีสุข ที่มีการบริหารจัดการตามเกณฑ์การดำเนินงานที่เป็นเลิศและหลักธรรมาภิบาล ก้าวสู่การเป็น Smart University และมหาวิทยาลัยที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green University) (ศูนย์คอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, 2024) ซึ่งการส่งเสริมพันธกิจนี้ มีแนวทางหนึ่งที่สามารถดำเนินการได้คือ การทำวิจัยเพื่อต่อยอดองค์ความรู้ที่ตอบโจทย์ตามพันธกิจดังกล่าว

เพื่อเพิ่มความตระหนักรู้เกี่ยวกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้กับนักศึกษาในมหาวิทยาลัย เกี่ยวกับความเป็นธรรมชาติโดยเฉพาะผลิตภัณฑ์สีเขียว (Green product) เช่น ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากต้นไม้ ใบหญ้า เป็นต้น ผู้วิจัยจึงทำการศึกษา และได้เพิ่มความสำคัญให้กับบริบทของชาวต่างชาติ ด้วยการเลือกนักศึกษาจีนในประเทศไทย ซึ่งเป็นนักศึกษาที่กำลังศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในปัจจุบัน เป็นกลุ่มตัวแทนประชากร ทั้งนี้ด้วยความคาดหวังเพื่อเป็นการรณรงค์และความร่วมมือในการอนุรักษ์ธรรมชาติ รวมทั้งการมีส่วนร่วมของความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ดังนั้นทางมหาวิทยาลัย จึงมีแนวทางที่ต้องการจะสร้างองค์ความรู้ที่สามารถนำเสนอแก่บุคคลทั่วไปและโดยเฉพาะนักศึกษาชาวจีน ในฐานะนักศึกษาต่างชาติและเป็นสมาชิกในประชาคมของมหาวิทยาลัยเช่นกัน ซึ่งน่าจะสะท้อนแง่คิดและความเห็นที่แตกต่างจากนักศึกษาไทยทั่วไป งานวิจัยนี้จึงได้กำหนดวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer's Behavior) ซึ่งก็คือนักศึกษาจีน ที่มีลักษณะทางแนวคิดและวัฒนธรรมที่แตกต่างจากคนไทยทั่วไป การศึกษาความสัมพันธ์ของแนวคิดเชิงทัศนคติ (Attitude concept) กับการเลือกซื้อสินค้าแนวธรรมชาติ รวมทั้งความตั้งใจที่จะเปิดรับการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภค ด้วยเหตุผลดังกล่าว จึงได้กำหนดเป็นวัตถุประสงค์ในการวิจัยเป็นลำดับ ดังนี้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาระดับพฤติกรรมในการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียว
2. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติสีเขียวในการซื้อผลิตภัณฑ์กับพฤติกรรมสีเขียวในการซื้อสินค้า

3. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจเปิดรับการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมในการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียว
4. ทำนายสมการความสัมพันธ์ของทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์สีเขียว ความตั้งใจเปิดรับการสื่อสารการตลาด และ พฤติกรรมในการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียว

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior)

ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์สีเขียว และความตั้งใจเปิดรับการสื่อสารการตลาด และพฤติกรรมในการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียว ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนเป็นส่วนหนึ่งของทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action) ของ Ajzen & Fishbein (1991) พัฒนาขึ้นมาเพื่อใช้อธิบายพฤติกรรมที่อยู่ในการควบคุมของบุคคลอย่างเต็มที่ (Volitional control)

นอกจากนี้ Gifford and Sussman (2012) กล่าวว่า ทัศนคติสีเขียวหมายถึงการห่วงใยหรือการดูแลสภาพแวดล้อม Ugulu (2013) กล่าวว่า เป็นเรื่องจำเป็นในการศึกษาทัศนคติสีเขียวในการซื้อผลิตภัณฑ์ เนื่องจากคนที่มีทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์สีเขียวทางลบจะสร้างปัญหาให้กับสภาพแวดล้อม

Kalafatis, Pollard, East, and Tsogas (1999) กล่าวว่า ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนมีความเหมาะสมอย่างมากในการทำนายและอธิบายความตั้งใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เนื่องจากมีความโดดเด่นทางด้านการรับรู้ของผู้บริโภคที่นำไปสู่พฤติกรรมผู้บริโภคได้อย่างชัดเจน ในการศึกษาความตั้งใจเชิงพฤติกรรมตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนที่ได้กล่าวมานั้น เมื่อนำมาใช้ประยุกต์ใช้กับพฤติกรรมการซื้อ เกิดเป็นความตั้งใจในการซื้อซึ่งมีความหมายว่า การตัดสินใจของผู้บริโภคที่มีผลมาจากการประเมินเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ รวมไปถึงความเต็มใจที่จะเลือกซื้อของผู้บริโภค ความตั้งใจของผู้บริโภคที่คาดว่าจะซื้อในอนาคตและการซื้อซ้ำ (Blackwell, Miniard, & Engel, 2001; Dodds, Monroe, & Grewal, 1991)

ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร

Hunt and Ruben (1993) ได้กล่าวถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสาร ไว้ดังนี้

1. ความต้องการ (Need) คือ ปัจจัยที่สำคัญในกระบวนการเลือกของมนุษย์ ได้แก่ ความต้องการทางกาย ความต้องการทางใจ ในระดับสูงหรือต่ำ
2. ทัศนคติ และค่านิยม (Attitude and Values) ทัศนคติ คือ ความชอบ และมีใจที่โน้มเอียงต่อเรื่องต่าง ๆ ค่านิยม คือ หลักพื้นฐานที่เป็นความรู้สึกที่ควรทำ หรือไม่ควรทำในการมีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม
3. เป้าหมาย (Goal) มนุษย์มีเป้าหมาย และกำหนดเป้าหมายในการดำรงชีวิต ทั้งเรื่อง อาชีพ การเข้าสังคม การพักผ่อน เป้าหมายของกิจกรรมต่าง ๆ ที่กำหนดขึ้น

4. ความสามารถ (Capability) ความสามารถที่เกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง รวมถึงด้านภาษา ซึ่งมีอิทธิพลในการเลือกเปิดรับสาร เลือกตีความหมาย การเลือกจดจำ หรือการเลือกเก็บเนื้อหาไว้

5. การใช้ประโยชน์ (Utility) จะให้ความสนใจ และใช้ความพยายามในการที่จะเข้าใจ และจดจำสารที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

6. สไตล์ในการสื่อสาร (Communication Style) ผู้เปิดรับสารจะเลือกเปิดรับสาร หรือจะเลือกจดจำ ขึ้นอยู่กับสไตล์ในการสื่อสาร คือ ความชอบหรือไม่ชอบสื่อใดสื่อหนึ่ง

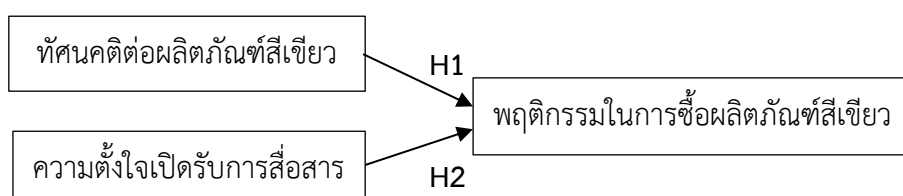
7. สถานะ (Context) ได้แก่ บุคคล สถานที่ และเวลาที่อยู่ในเหตุการณ์นั้น การสื่อสาร จึงมีอิทธิพลต่อการเลือกของผู้เปิดรับสาร การมีคนอื่นอยู่ด้วยจะมีอิทธิพลโดยตรงต่อการเลือกใช้สื่อ และข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และเลือกจดจำข่าวสาร

8. ประสบการณ์ และนิสัย (Experience and Habit) ผู้เปิดรับสารจะพัฒนานิสัยการเปิดรับ สาร ซึ่งเป็นมีอิทธิพลมาจากประสบการณ์ในการเปิดรับข่าวสาร อาจพัฒนาความชอบสื่อใดสื่อหนึ่ง หรือรายการใดรายการหนึ่งจึงเลือกใช้สื่อชนิดนั้น

แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ โดยองค์กรหรือหน่วยงานจะนำมาใช้ร่วมกัน เพื่อตอบสนองความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย แต่เดิมส่วนประสมการตลาดจะประกอบด้วย 4 ส่วน (4Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ต่อมาได้เพิ่มเติมขึ้นมาอีก 3 ส่วน ได้แก่ บุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process) เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดการตลาดสมัยใหม่โดยเฉพาะธุรกิจบริการ ดังนั้นจึงเป็นส่วนประสมทางการตลาดแบบ 7Ps (Kotler, 1997; Kotler & Armstrong, 2018)

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 ความสัมพันธ์ของทัศนคติฯ ความตั้งใจและพฤติกรรม

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยมีดังนี้

1. ทศนคติต่อผลิตภัณฑ์สีเขียว มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียว (H1)
2. ความตั้งใจเปิดรับการสื่อสารการตลาด มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียว (H2)

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรเป้าหมาย คือ นักศึกษาจีนที่พักในหอพักของมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ และมีความต้องการซื้อคอมพิวเตอร์ กลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยได้ทำการคำนวณด้วยสูตรของ Cochran ได้จำนวนขนาดตัวอย่างที่คำนวณได้คือ 323 คน แต่เพื่อให้ครอบคลุมความคลาดเคลื่อนจากการเก็บข้อมูลไม่ได้ตามเป้าหมายจึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้เป็นจำนวน 400 ตัวอย่าง และทำการสุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non Probability Sampling) ด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ได้ทำการแบ่งสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างออกเป็นเมืองที่มีภูมิลำเนาตัวแทนอย่างละ 200 คน รวม 400 คน และได้อีเมลตอบกลับจำนวน 350 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์สีเขียว ความตั้งใจเปิดรับการสื่อสารการตลาดและพฤติกรรมในการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวของนักศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ส่วนที่ 2 แบบสอบถามทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์สีเขียว ความตั้งใจเปิดรับการสื่อสารการตลาดและพฤติกรรมในการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวของนักศึกษา โดยพัฒนาแบบสอบถามมาจากการวิจัยเกี่ยวกับเรื่องผลิตภัณฑ์สีเขียวเป็นคำถามแบบปลายปิดที่ใช้มาตรวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ โดยมีตัวเลือกที่แบ่งเป็นระดับ ตั้งแต่ระดับ 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด ถึงระดับ 5 คือ เห็นด้วยมากที่สุด

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบเพื่อหาความเที่ยงตรง (validity) และความเชื่อมั่น (reliability) รายละเอียดดังนี้ 1) ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) โดยใช้เทคนิคการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาและความเหมาะสมของเนื้อหาที่ใช้ (Item Objective Congruency : IOC) คือ ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบจำนวน 3 คน ผลการตรวจสอบมีค่าความเหมาะสมอยู่ระหว่าง 0.60-1.00 ซึ่งถือว่ามีความเหมาะสม และ 2) นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบและแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริงจำนวน 30 ชุด เพื่อตรวจสอบความเชื่อมั่นด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ผลการวิเคราะห์ได้ค่าความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาทั้งฉบับได้เท่ากับ 0.833 ด้านทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์สีเขียวมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.846 ด้านความตั้งใจเปิดรับการสื่อสารการตลาดมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.805 และด้านพฤติกรรมในการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.899

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้การส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ไปยังนักศึกษาจีนที่พักในหออินเทอร์เน็ตของมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ จำนวน 400 ตัวอย่าง งานวิจัยนี้ได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้การประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ดังนี้

(1) การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ทศนคติต่อผลิตภัณฑ์สีเขียว ความตั้งใจเปิดรับการสื่อสารการตลาดและพฤติกรรมในการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวของนักศึกษาจีนที่พักในหออินเทอร์เน็ตของมหาวิทยาลัย (วัตถุประสงค์ข้อที่ 1)

(2) การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ในการทดสอบสมมติฐาน (วัตถุประสงค์ข้อที่ 2)

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้สามารถสรุปผลการนำเสนอโดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของนักศึกษาจีนที่พักหอพักในมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 73.71 มีอายุระหว่าง 18-20 ปี จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 62.86

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ค่าสถิติต่าง ๆ เช่น ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ มีรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ตัวแปร ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตัวแปร	M	S.D.	1	2	3
ทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์สีเขียว	4.073	0.582	1	-	-
ความตั้งใจเปิดรับการสื่อสารการตลาด	4.236	0.613	0.851**	1	-
พฤติกรรมในการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียว	4.475	0.782	0.814**	0.755**	1

**p<.01

จากตารางที่ 1 พบว่า ทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์สีเขียวโดยรวมอยู่ในระดับมาก (M= 4.07, S.D. = 0.58) ความตั้งใจเปิดรับการสื่อสารการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก (M= 4.23, S.D. = 0.61) พฤติกรรม

ในการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวของนักศึกษาโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($M = 4.47$, $S.D. = 0.78$) พฤติกรรมในการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์สีเขียวและความตั้งใจเปิดรับการสื่อสารการตลาดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.814 และ 0.851 ตามลำดับ ความตั้งใจเปิดรับการสื่อสารการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.755 ดังนั้นยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 1 ที่กล่าวว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์สีเขียวกับความตั้งใจเปิดรับการสื่อสารการตลาดและพฤติกรรมในการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวของนักศึกษา ยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 2 ที่กล่าวว่า มีความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์สีเขียวกับพฤติกรรมในการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวของนักศึกษา

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ความถดถอยของของทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์สีเขียว ความตั้งใจเปิดรับการสื่อสารการตลาดและพฤติกรรมในการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวของนักศึกษา

ตัวแปร	พฤติกรรมในการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวของนักศึกษา				
	b	S.E.	β	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	-0.18	0.172		8.610	0.00
ทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์สีเขียว	0.929	0.204	0.931	14.03	0.00**
ความตั้งใจเปิดรับการสื่อสารการตลาด	0.983	0.165	0.995	7.65	0.00**
R = 0.871, $R^2 = 0.758$, adjusted $R^2 = 0.688$, S.E. = 0.192					

** $P < .01$

จากตารางที่ 2 พบว่า ตัวแปรทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์สีเขียวและตัวแปรความตั้งใจเปิดรับการสื่อสารการตลาดส่งผลต่อพฤติกรรมในการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวของนักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าประสิทธิภาพการพยากรณ์เท่ากับ (R^2) เท่ากับ 0.758 แสดงว่าตัวแปรทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์สีเขียวและตัวแปรความตั้งใจเปิดรับการสื่อสารการตลาดร่วมกันทำนายพฤติกรรมในการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวของนักศึกษาได้ร้อยละ 75.8 สามารถเขียนสมการการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบได้ดังนี้ พฤติกรรมในการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวเท่ากับ $-0.18 + 0.929$ ทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์สีเขียว $+ 0.983$ ความตั้งใจเปิดรับการสื่อสารการตลาด และสามารถเขียนสมการการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้ พฤติกรรมในการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียว เท่ากับ $-0.18 + 0.931$ ทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์สีเขียว และ $+ 0.995$ เป็นความตั้งใจเปิดรับการสื่อสารการตลาด

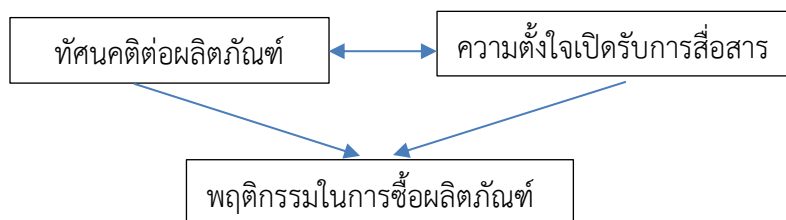
การอภิปรายผล

ความสัมพันธ์ทั้งสามตัวแปร ได้แก่ ความสัมพันธ์ของทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์สีเขียว ความตั้งใจเปิดรับการสื่อสารมีความสัมพันธ์และพฤติกรรมในการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียว สูงถึง 0.755 แสดงว่ามีค่าความสัมพันธ์แบบเชิงบวก (Positive Correlation) หมายความว่า เมื่อทัศนคติและความตั้งใจเปิดรับการสื่อสารเพิ่มขึ้น พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเช่นกัน และเมื่อตีความในเชิงพฤติกรรมการบริโภค จะเห็นว่าผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์สีเขียว และเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เหล่านี้ มีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมการซื้อจริงมากขึ้น สามารถนำไปใช้ในการวางกลยุทธ์การตลาดเพื่อส่งเสริมการบริโภคอย่างยั่งยืนได้ในลำดับต่อไป สอดคล้องกับงานวิจัยที่ว่าด้วยความตั้งใจในการบริโภคสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมนั้นจะส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม (Rahmi, et al., 2017) และสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior) ซึ่งได้รับการพัฒนามาจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล ของฟิชบายน์ และไอน์เซ็นเพื่อทำนายพฤติกรรมของผู้บริโภคจากความตั้งใจ

โดยแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนประกอบด้วย 3 ส่วน คือ ทัศนคติต่อการกระทำของพฤติกรรม การคล้ายตามกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ความตั้งใจมีอิทธิพลอย่างมากต่อพฤติกรรม โดยบุคคลที่มีความตั้งใจแน่วแน่ โอกาสที่นำไปสู่พฤติกรรมก็จะมีสูงมากขึ้นตามไปด้วย (Ajzen & Fishbein, 1980) และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Correia, Sousa, Viseu, & Larguinho (2023) ที่พบว่า ความตั้งใจของผู้บริโภคต่อการสื่อสารการตลาดสีเขียวของบริษัทมีค่าความสัมพันธ์อย่างสูงกับพฤติกรรมสีเขียวในการซื้อผลิตภัณฑ์ และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Herman, Bagus, & Farida (2021) ที่พบว่าการโฆษณาสีเขียวและทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์สีเขียว สามารถสร้างความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวและจากการศึกษาของ Riskos, Dekoulou, Mylonas, & Tsourvakas (2021) ที่ได้ผลว่าความน่าเชื่อถือของการสื่อสารสีเขียวจากผู้ขาย มีผลทางบวกต่อทัศนคติและการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียว

องค์ความรู้ใหม่

สถานการณ์ด้านสิ่งแวดล้อมในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา การบริโภคของมนุษย์ทั่วโลกทำลายธรรมชาติ ก่อให้เกิดภัยพิบัติร้ายแรงทางธรรมชาติทั่วโลก หลายประเทศตระหนักในเรื่องนี้และพยายามรณรงค์ให้ผู้บริโภคนำมาซึ่งการบริโภคผลิตภัณฑ์สีเขียวเพื่อรักษาสภาพแวดล้อม จึงรณรงค์และร่วมมือกันอนุรักษ์ธรรมชาติ โดยสนับสนุนการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงได้ศึกษาการบริโภคผลิตภัณฑ์สีเขียวเพื่อรักษาสภาพแวดล้อม และได้เกิดองค์ความรู้ใหม่จากสมการความสัมพันธ์ของทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์สีเขียว และความตั้งใจเปิดรับการสื่อสารการตลาด รวมทั้งพฤติกรรมในการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียว แสดงเป็นกรอบแนวคิดใหม่ ดังนี้



ภาพที่ 2 ความสัมพันธ์ของทัศนคติและความตั้งใจเปิดรับการสื่อสาร
ที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมในการซื้อผลิตภัณฑ์

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ผลการวิจัยนี้แสดงถึงทัศนคติและความตั้งใจเปิดรับการสื่อสาร ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ของประชากรกลุ่มชาวต่างชาติคือนักศึกษาจีน ดังนั้น ถ้าได้นำไปปรับใช้ในชีวิตจริงของผู้บริโภคที่อาจแตกต่างกัน น่าจะได้ผลลัพธ์ที่น่าสนใจ ทั้งอาจเหมือนกันและ/หรือแตกต่างกัน แต่ประเด็นสำคัญคือ ผู้วิจัยได้มุมมองความคิดเพิ่มเติมจากการวิจัยเรื่องนี้คือ ไม่ว่าจะแตกต่างทางเชื้อชาติ ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม ความเชื่อหรือความคิดเห็นอย่างไร แต่โดยธรรมชาติของความเป็นมนุษย์ (The essence of Humanity) ในปัจจุบัน เริ่มให้ความสนใจกับความเป็นธรรมชาติมากกว่าแต่ก่อน ดังสะท้อนจากผลการวิจัยนี้อย่างมีนัยสำคัญ (Significant)

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

ผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์สีเขียว สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปใช้ในการวางแผนธุรกิจในการผลิตสินค้า รวมไปถึงกิจกรรมส่งเสริมการขายต่าง ๆ ของสินค้า เพื่อสร้างทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์สีเขียว จนทำให้เกิดความตั้งใจเปิดรับการสื่อสารการตลาด และเกิดพฤติกรรมในการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวตามมา อันจะทำให้กระตุ้นยอดขายและสร้างผลกำไรให้กับธุรกิจ

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1. นักการตลาดหรือผู้วิจัยอาจนำทฤษฎีหรือแนวคิดอื่นเกี่ยวกับทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์สีเขียว ความตั้งใจเปิดรับการสื่อสารการตลาด พฤติกรรมในการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียว มาใช้ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบผลที่ได้ในแต่ละทฤษฎี
2. นักการตลาดหรือผู้วิจัยอาจศึกษาเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มผู้ที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์สีเขียว และกลุ่มผู้ที่ไม่เคยใช้ผลิตภัณฑ์สีเขียว เพื่อเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษาว่ามีลักษณะอย่างไร เพื่อทำนายสมการที่เกี่ยวข้องกับการใช้หรือไม่ใช้ผลิตภัณฑ์สีเขียว

บรรณานุกรม

- ศูนย์คอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์. (2024). *ปรัชญา วิสัยทัศน์ พันธกิจ*. Retrieved October 8, 2024, from <https://www.vru.ac.th/philosophy-vision-mission/>
- Ajzen I., Fishbein M. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Blackwell R. D., Miniard P. W., Engel J. F. (2001). *Consumer behavior 9th*. South-Western Thomas Learning. Mason, OH.
- Cochran W. G. (1977). *Sampling Techniques (3rd ed.)*. John Wiley & Sons.
- Correia E., Sousa S., Viseu C., Larguinho M. (2023). Analysing the influence of green marketing communication in consumers' green purchase behaviour. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(2), 1356-1373. <https://doi.org/10.3390/ijerph20021356>.
- Dodds B. W., Monroe K. B., Grewal D. (1991). Effect of price, brand, and store. information on buyer's product evaluation. *Journal of Marketing Research*, 28(3), 307-326.
- Gifford R., Sussman R. (2012). Environmental attitudes. In S. D. Clayton (Ed.), *The Oxford handbook of environmental and conservation psychology* (pp. 65–80). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199733026.013.0004>.
- Herman L. E., Ida Bagus N. U., Farida N. (2021). Young generation and environmental friendly awareness: Does it the impact of green advertising?. *Verslas : Teorija Ir Praktika*, 22(1), 159-166. <https://doi.org/10.3846/btp.2021.12417>.
- Hunt T, Ruben D. (1993). *Mass Communication: Producers and Consumers*. Harper Collins College Publishers.
- Kalafatis S. P., Pollard M., East R., Tsogas M. H. (1999). Green marketing and Ajzen's theory of planned behaviour: A cross-market examination. *Journal of Consumer Marketing*, 16(5), 441–460. <https://doi.org/10.1108/07363769910289550>.
- Kotler P., Armstrong G. (2018). *Principles of Marketing*. 17th edition, Pearson Education.
- Rahmi D. Y., Rozalia Y., Chan D. N., Anira Q., Lita R. P. (2017). Green Brand Image Relation Model, Green Awareness, Green Advertisement, and Ecological Knowledge as Competitive Advantage in Improving Green Purchase Intention and Green Purchase Behavior on Creative Industry Products. *Journal of Economics, Business & Accountancy Ventura*, 20(2), 177-186. doi:10.14414/jebav.v20i2.1126.

- Riskos K., Paraskevi (Evi) Dekoulou, Mylonas N., Tsourvakas G. (2021). Ecolabels and the Attitude–Behavior relationship towards green product purchase: A multiple mediation model. *Sustainability*, 13(12), 6867-6889.
<https://doi.org/10.3390/su13126867>.
- Ugulu I. (2013). Confirmatory factor analysis for testing validity and reliability of traditional knowledge scale to measure university students' attitudes. *Educational Research and Reviews*, 8(16), 1399-1480.

Factors Affecting the Well-being of University Students in Sichuan Province, China

Feizhi Yao Apirut Singthangarn** Phanthida Laophuangsak***

(Received: 1 October 2025, Revised: 8 November 2025, Accepted: 30 December 2025)

Abstract

This study examined factors influencing the well-being of university students in Sichuan Province, China, with a focus on family support, self-efficacy, university environment, and teaching quality. The study aimed to analyze the extent to which these factors affect student well-being. The population consisted of approximately 16,000 university students in Sichuan Province. A sample of 200 students from four universities was selected using cluster sampling. Data were collected through a validated and reliable questionnaire (IOC = 0.67–1.00; Cronbach's α = 0.914–0.948) and analyzed using descriptive statistics, Pearson correlation, and multiple regression analysis with Jamovi software.

The results indicated that students reported a high overall level of well-being ($M = 4.28$, $SD = 0.808$). The regression model was statistically significant ($F = 63.2$, $p < .001$), explaining 45.4% of the variance in student well-being. Teaching quality emerged as the strongest predictor ($M = 4.21$, $SD = 0.856$; $\beta = 0.4773$, $p < .001$), followed by self-efficacy ($M = 4.20$, $SD = 0.762$; $\beta = 0.3251$, $p < .001$). Family support showed a positive but relatively weaker influence ($M = 4.24$, $SD = 0.918$; $\beta = 0.1193$), while the university environment, although highly correlated with well-being ($M = 4.11$, $SD = 0.883$), was not a statistically significant predictor ($\beta = 0.0932$, $p = 0.074$).

The findings suggest that universities should prioritize improving teaching quality through interactive and student-centered instruction, as well as implement programs that strengthen students' self-efficacy, such as mentoring and experiential learning activities. Families should focus on emotional and psychological support, while policymakers and mental health organizations should integrate well-being indicators into educational systems and expand context-sensitive support services.

* Master of Education Program in Educational Administration

** Faculty of Educational Administration, Southeast Asia University

Corresponding author: Feizhi Yao, E-mail: 1548180834@qq.com

Keywords: Family support / Self-efficacy /Teaching quality / University environment/
Well-being

Introduction

China has implemented the Special Action Plan for Strengthening and Improving Student Mental Health in the New Era (2023–2025), requiring over 95% of schools to have full-time mental health educators and family education guidance stations by 2025 (Ministry of Education, 2024). In Sichuan Province, education policy has shifted from expansion to improving quality, equity, and students' well-being, with mental health prioritized as a key element of educational modernization (Sichuan Provincial Government, 2024).

Recent studies highlight pressing concerns: a survey of 4,911 students found that female, urban, and first-year students reported higher well-being, while those with the highest financial aid showed lower well-being; a post-COVID study revealed 21.2% poor well-being, 14.1% depression, and 81.9% insomnia, with protective factors including strong family finances and reduced online activity; and a longitudinal survey reported persistent depression, anxiety, PTSD, and rising suicidal ideation (14.8%).

University students, at a critical transition to adulthood, face academic, social, and psychological pressures that shape their well-being. Prior research indicates that emotional support, social interaction, academic stress, and campus environment are major determinants (Szepe & Mészáros, 2024; Zou et al., 2024). Supportive systems, stress management, positive peer relations, and resource adequacy are central to students' mental health outcomes.

Therefore, systematically analyzing factors such as family support, self-efficacy, campus environment, and teaching quality is essential for understanding well-being disparities among Sichuan students. Such insights provide empirical foundations for targeted interventions, enabling policies and institutions to enhance resilience, academic success, and holistic development, aligning with China's goals for educational modernization.

Research objectives

To analyze factors affecting the well-being of university students in Sichuan province, China.

Research Hypothesis

Hypothesis1: Family support influence the well-being of university students.

Hypothesis2: Self-Efficacy influence the well-being of university students.

Hypothesis3: University environment influence the well-being of university students.

Hypothesis4: Teaching quality influence the well-being of university students.

Research Framework

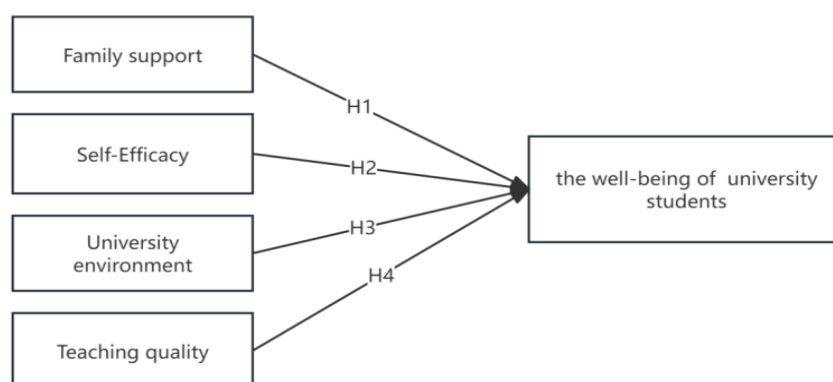


Figure 1 The conceptual framework

Research method

1.Population and Sample

The population is the university students in Sichuan Province, China: 16,000 students (Statistical Bulletin on the Development of Education in Sichuan Province, 2021). In this research, the population consisted of 200 students from four universities in Sichuan Province: 50 students from Panzhuhua University, 60 students from Leshan Normal University, 30 students from Sichuan Normal University, and 60 students from Mianyang Teachers' college. Sample is the university students in Sichuan Province, China from the calculation of the sample size. effect size = .10 power = .95 the number of predictors = 4 probability level (α) = .05 (Soper, 2025) obtained the sample size of 191 students. The sample size in this research is 200 students.

2. Research Tools

The survey instrument used in this study was a questionnaire, which was developed based on a review and analysis of relevant literature. The questionnaire was divided into four parts.

The first part, questions about the respondents' personal factors. There are 3 Check list questions: Gender, Grade, Major. The second part, questions on factors affecting the well-being of university students in Sichuan province, China 20 items include: family support, self-efficacy, university environment and teaching quality. The third part, questions about well-being (DV) of university students in Sichuan province, China 5 items. The fourth part included an open-ended question asking for suggestions and also incorporated a semi-structured interview with key informants.

The reliability of the questionnaire, assessed using Cronbach's alpha for the four variables, exceeded 0.70. For content validity, three experts were consulted to evaluate the quality of the questionnaire. The Index of Item-Objective Congruence (IOC) for all items ranged from 0.67 to 1.00, which is above the acceptable threshold of 0.50, indicating that the questionnaire was suitable for data collection.

3.Data Analysis

The quantitative research method was used in this study. Once the data collection was completed, the data was analyzed using Jamovi Program to help draw conclusions from the study, including descriptive analysis the arithmetic mean (M) and the standard deviation (SD), correlation analysis, and multiple regression analysis.

Research result

1. Analysis of Personal Factors of Respondents

Among the student respondents from a university in Sichuan Province, females constituted the majority with 158 participants (56.03%). In terms of academic year, sophomores made up the largest group with 96 students (34.04%). Regarding academic majors, the highest proportion of respondents were engineering students (84 students, 29.79%).

2. Analysis level of factors affecting the well-being of university students in Sichuan province, China (level of 4IV).

Table 1 Mean, standard deviation, skewness and kurtosis of factors affecting the well-being of university students in Sichuan province, China. Overall.

(n = 200)

Factors affecting the well-being	M	SD	Skewness	Kurtosis
Family support	4.24	0.918	-1.48	2.04
Self-efficacy	4.20	0.762	-1.05	1.54
University environment	4.11	0.883	-1.20	1.67
Teaching quality	4.21	0.856	-1.40	2.64

Table 1 shows that factors affecting the well-being of university students in Sichuan province, China. The research data presented in the table mainly includes the following contents: Family support (M = 4.24, SD = 0.918), Self-efficacy (M = 4.20, SD = 0.762), followed by University environment (M = 4.11, SD = 0.883) and Teaching quality (M = 4.21, SD = 0.856), with skewness between -1.05 and -1.48 and kurtosis between 1.54 and 2.64.

3. Analysis level of factors affecting the well-being of university students in Sichuan province, China (level of DV).

Table 2 Mean, standard deviation, skewness and kurtosis of factors affecting the well-being of university students in Sichuan province, China.

(n=200)

The students of well-being	M	SD	Skewness	Kurtosis
1. I have good emotional regulation skills and can cope positively with stress in my studies and personal life.	4.30	0.879	-1.51	2.58
2. I feel connected and supported by others on campus, which contributes to my well-being.	4.32	0.837	-1.57	3.25
3. My good physical health supports my focus on study and active participation in campus life.	4.33	0.889	-1.64	3.04
4. I have little financial security, allowing me to focus on my studies and personal development.	4.21	0.959	-1.33	1.64
5. The mental health, medical, and financial aid services provided by the university effectively help me cope with stress.	4.27	0.887	-1.57	3.04
Total of the student well-being	4.28	0.808	-1.55	3.28

Table 2 shows that Mean, standard deviation, skewness and kurtosis of factors affecting the well-being of university students in Sichuan province, China. The research data presented in the table mainly includes the following contents: SWB1 (M = 4.30, SD = 0.879), SWB2 (M = 4.32, SD = 0.837), SWB3 (M = 4.33, SD = 0.889), SWB4 (M = 4.21, SD = 0.959), followed by SWB5 (M = 4.27, SD = 0.887) and TSWB (M = 4.28, SD = 0.808), with skewness between -1.33 and -1.64 and kurtosis between 1.64 and 3.28.

4. Analysis of factors affecting the well-being of university students in Sichuan province, China.

Table 3 Analysis of the relationship between Family factors, Self-efficacy, University environment and Teaching quality of university students in Sichuan province, China.

(n =200)

	Family Support	self-efficacy	University environment	Teaching quality	The well-being	Collinearity Statistics	
						VIF	Tolerance
Family support	1					2.45	0.409
Self-efficacy	0.756***	1				3.35	0.299
University environment	0.663***	0.766***	1			5.15	0.194
Teaching quality	0.643***	0.732***	0.879***	1		4.58	0.218
The well-being	0.734***	0.836***	0.841***	0.874***	1		

From the correlation results, it can be observed that there are highly significant positive correlations (all marked with *** at the 0.001 level) between each pair of variables. For instance, the correlation coefficient between family support and well - being is 0.734***, between self - efficacy and well - being is 0.836***, between university environment and well - being is 0.841 ***, and between teaching quality and well - being is 0.874***. Additionally, significant positive correlations also exist among the independent variables (family support, self - efficacy, university environment, teaching quality).

Turning to the collinearity statistics, using the criteria proposed by Hair et al. (2017) where a Variance Inflation Factor (VIF) less than 5 and a Tolerance value greater than 0.1 indicate no

serious multicollinearity, we can see that for family support, the VIF is 2.45 and the Tolerance is 0.409; for self - efficacy, the VIF is 3.35 and the Tolerance is 0.299; for university environment, the VIF is 5.15 and the Tolerance is 0.194; and for teaching quality, the VIF is 4.58 and the Tolerance is 0.218. Although the VIF value for the university environment is slightly higher than 5, it is still far from the critical value of 10 (which signifies severe multicollinearity), and all Tolerance values are greater than 0.1. Therefore, comprehensively considering these indicators, the model does not have serious multicollinearity issues, and these variables can be incorporated into subsequent regression analysis to explore their predictive effects on well - being.

Table 4 Regression Analysis of the factors affecting the well-being of university students in Sichuan province, China.

(n = 200)

	b	SE	t	p	β
constant	0.1445	0.1071	1.35	0.178	
Family Factors (TFS)	0.1050	0.0316	3.33	<.001	0.1193
Self-efficacy (TSE)	0.3449	0.0445	7.76	<.001	0.3251
University environment (TUE)	0.0853	0.0476	1.79	0.074	0.0932
Teaching quality (TTQ)	0.4505	0.0463	9.73	<.001	0.4773
$R^2 = .461$ Adjusted $R^2 = .454$ $F = 63.2$ $p < .001$					

Regression equation in unstandardized coefficients

$$SWB = 0.1445 + 0.1050TFS^{***} + 0.3449TSE^{***} + 0.0853TUE + 0.4505TTQ^{***} \quad (1)$$

Regression equation in standardized coefficients

$$SWB = 0.1193TFS^{***} + 0.3215TSE^{***} + 0.0932TUE + 0.4773TTQ^{***} \quad (2)$$

To explore the factors influencing the subjective well-being of university students in Sichuan Province, a multiple linear regression analysis was conducted. The independent variables included family factors, self-efficacy, university environment, and teaching quality, while subjective well-being served as the dependent variable. The results are presented in Table 4. Table 4 The data presented in the table provide the following conclusions:

The fit of this linear regression model has an R-squared value of 0.454, which means that the four predictor variables, namely Family support, Self-efficacy, University environment and Teaching quality, account for 45.4% of the variance in the student well-being. Therefore, the

results of this data analysis effectively reflect the influence of these predictor variables on the criterion variable, which is the student well-being.

The data reveals the significance of this regression equation, with an F value of 63.2 and each p value less than 0.001. This indicates the significance of the model, showing that all four predictor variables have a significant impact on the criterion variable, which is the students well-being.

From the four predictive variables, namely Family support, Self-efficacy, University environment and Teaching quality, it was found that there was a multiple relationship with the university students of well-being at the 0.001 level, with a multiple correlation coefficient (R) of 0.461, and it could predict the students well-being by 45.4 percent.

When examining the regression coefficients of the predictor variables, the results indicated that Family support, Self-efficacy and Teaching quality, significantly predicted the student well-being at the $p < .001$ level. The regression coefficients for Teaching quality were 0.4505 in raw score (b) form and 0.4773 in standardized score form (β), Self-efficacy was 0.3449 in raw score (b) form and 0.3251 in standardized score form (β). The regression coefficients for Family support were 0.1050 in raw score (b) form and 0.1193 in standardized score form (β). In contrast, University environment did not significantly predict the students well-being.

5. Hypothesis Testing Results

Table 5 Hypothesis Testing Results of students well-being

Research Hypothesis	Results
Hypothesis1: Family support influences the well-being of university students.	Supported
Hypothesis2: Self-Efficacy influences the well-being of university students.	Supported
Hypothesis3: University environment influences the well-being of university students.	Unsupported
Hypothesis4: Teaching quality influences the well-being of university students.	Supported

From Table 5, it can be explained that: University environment (H3) has statistically insignificant influence on the university students well-being in Sichuan province at the 0.074

significance level, thus not supporting the hypotheses (not supported), indicating that University environment has no effect on the university students well-being in Sichuan province.

Although the university environment is often assumed to influence students well-being, various theoretical perspectives suggest that its impact may be limited. According to self-determination theory and cognitive-behavioral models, internal psychological factors such as intrinsic motivation, coping strategies, and personality traits play a more decisive role in determining well-being than external conditions. Furthermore, ecological systems theory emphasizes that students' well-being is significantly shaped by pre-university influences, including family background, socioeconomic status, and early educational experiences factors that tend to outweigh the relatively short duration of the university experience. In addition, external stressors such as financial burdens and family obligations often fall outside the university's sphere of influence, reducing its potential to enhance well-being. The competitive and performance-driven culture of higher education, often normalized through neoliberal academic structures, may also contribute to chronic stress regardless of institutional support. Even when support services are available, factors such as stigma or lack of awareness may prevent students from utilizing them effectively. Finally, the increasing prevalence of online and hybrid learning formats has weakened students' engagement with the physical and social aspects of the campus environment. Taken together, these theoretical insights suggest that the university environment, while not irrelevant, may exert only a modest influence on students well-being.

Meanwhile, Family support(H1), Self-efficacy(H2) and Teaching quality(H4) have statistically significant influence on the university students well-being in Sichuan province at the 0.001 significance level(supported), indicating that Family support(H1), Self-efficacy(H2) and Teaching quality(H4) are important factors affecting the well-being of university students in Sichuan province, China.

In summary, self-efficacy and teaching quality emerged as the key determinants of university students' subjective well-being in Sichuan Province, with teaching quality playing a particularly prominent role. These findings suggest that universities aiming to enhance students well-being should prioritize improving teaching quality and fostering students' self-efficacy through targeted interventions and supportive academic environments.

Summary and Discussion

Hypothesis 1: The Impact of Family Support on University Students' Well - being

The results of the multivariate linear regression analysis provide strong support for Hypothesis 1, confirming that family support has a significant positive impact on the well-being of college students in Sichuan Province. The unstandardized regression coefficient (b) was 0.1050, and the standardized regression coefficient (β) was 0.1193, both reaching statistical significance at $p < 0.001$. Moreover, previous research has shown that greater perceived family support is significantly associated with higher psychological well-being among university students (Widiyastuti & Hardita, 2024). The study found that family social support was significantly positively correlated with college students' mental health ($p=0.019$), indicating that a higher level of family support can improve college students' mental health.

Hypothesis 2: The Impact of Self - efficacy on University Students' Well - being

The results strongly supported Hypothesis 2, indicating that self-efficacy has a significant positive impact on college students' well-being. Regression analysis revealed an unstandardized coefficient (b) of 0.3449 and a standardized coefficient (β) of 0.3251, both statistically significant at $p < 0.001$. This aligns with prior research showing that higher self-efficacy is positively associated with psychological well-being among university students (Wardoyo, Awalya, & Mulawarman, 2021). Individuals with higher self-efficacy tend to be more proactive in dealing with challenges and persevere in difficult situations, resulting in stronger positive emotions and a sense of accomplishment.

Hypothesis 3: The Impact of University Environment on University Students' Well - being

Unlike the first two hypotheses, Hypothesis 3—that the university environment influences student happiness—was not supported by the research data. Although the regression coefficient for the university environment was positive ($b = 0.0853$, $\beta = 0.0932$), the p -value was 0.074, exceeding the traditional threshold of 0.05, indicating no statistically significant effect. Interestingly, some prior research similarly found that physical infrastructure or environmental factors on university campuses did not show a strong direct association with student well-being outcomes. This is consistent with Harrison & Chudry's (2023) study, which found that the physical campus environment has little direct impact on student well-being, as the influence is largely indirect, through social and psychological

factors. Furthermore, more influential factors, such as academic pressure, often overshadow the impact of physical infrastructure on well-being.

Hypothesis 4: The Impact of Teaching Quality on University Students' Well - being

The study results strongly support Hypothesis 4, confirming that teaching quality has the most significant positive impact on college students' well-being among all variables. Regression analysis shows that teaching quality has a strong predictive effect, with an unstandardized coefficient of 0.4505 and a standardized coefficient (β) of 0.4773 ($p < 0.001$). The correlation coefficient between teaching quality and well-being is also the highest ($r = 0.874$, $p < 0.001$), indicating a close relationship between the two. Previous research has also found that high-quality teaching practices, such as clear objectives, high-quality feedback, and effective instruction, significantly predict student happiness and social well-being (Edström, 2024). This study emphasizes that course design, incorporating elements such as clear objectives and high-quality feedback, plays a key role in enhancing overall student well-being and engagement.

In summary, this study confirms the significant influence of family support (H1), self-efficacy (H2), and teaching quality (H4), while university environment (H3) has no significant effect. The results provide practical advice for universities: prioritizing teaching quality, enhancing students' self-efficacy, and strengthening family support systems can effectively enhance student well-being.

Recommendations from research

This study, based on a sample of university students in Sichuan Province, empirically examined the impact of four variables—family support, self-efficacy, university environment, and teaching quality—on college students' well-being. The results suggest that universities seeking to effectively improve students' mental health should focus on the following three areas:

First, teaching quality is the most significant factor influencing student well-being. This means that high-quality teaching not only improves student performance but also helps enhance their sense of self-worth and psychological satisfaction. Therefore, universities should prioritize teaching reform and teacher professional development, optimize classroom interaction and evaluation mechanisms, and strive to create a positive learning atmosphere.

Second, self-efficacy has a significant positive impact on student well-being. Students with high self-efficacy are more proactive and coping with academic and life challenges, and are more able to manage emotions and stress effectively. Universities can systematically help students improve their self-efficacy and thus enhance their resilience to stress by establishing psychological growth courses and goal management training centers.

Furthermore, although family support has a relatively low impact, it still plays a significant role in providing emotional comfort and social support. Universities should establish sound parent-school communication mechanisms, regularly holding parent meetings and family education seminars, and other activities to enhance family involvement and effectiveness in students' minds.

In contrast, the university environment (such as campus hardware facilities) did not significantly impact student well-being in this study ($p = 0.074$). This may indicate that current university infrastructure generally meets students' daily learning and living needs, thus reducing its marginal effect.

In summary, this study not only deepens our understanding of the factors influencing college students' well-being but also provides practical guidance and theoretical support for universities to develop scientific and systematic student mental health strategies, thus possessing considerable application value.

While this study has considerable theoretical and practical value, it does have several limitations. First, the sample size was limited to 200 students from four universities in Sichuan Province, making it difficult to fully represent diverse university types and diverse student populations, limiting the generalizability of the findings. Second, this study relied entirely on self-report questionnaires, which may have led to social desirability biases, such as exaggerating family support or happiness.

To enhance the scientific validity of subsequent research, it is recommended to expand the sample size and coverage, adopt a longitudinal research design, and incorporate more relevant factors influencing happiness. Furthermore, data triangulation could be conducted by combining qualitative research methods with objective data (such as academic performance and use of psychological counseling) to enhance the reliability and validity of the study and provide a deeper understanding of the mental health status of college students in Sichuan and the wider region.

Recommendations for Further Study

This study offers important theoretical contributions to the field of student well-being within the Chinese higher education context, particularly in under-researched regions such as Sichuan. First, it establishes a localized well-being model for university students by examining four key factors: family support, self-efficacy, university environment, and teaching quality, collectively explaining 46.1% of the variance in well-being. Notably, teaching quality emerged as the strongest predictor ($\beta = 0.4773$), highlighting the critical role of instructional effectiveness in promoting student well-being. This aligns with China's 2024–2035 Education Master Plan and provides theoretical support for prioritizing teaching reforms in local policy and practice.

Second, the study reinforces the centrality of self-efficacy in student well-being, confirming Bandura's self-efficacy theory in a Chinese cultural context. Self-efficacy ($\beta = 0.3251$) significantly contributes to well-being, particularly through social dimensions such as communication and peer support, which are especially valued in collectivist cultures like Sichuan. This insight highlights the importance of promoting social and academic confidence in students as a means of improving their mental health.

Third, by focusing on junior college students—a group often overlooked in existing literature—the study fills a significant gap in Chinese well-being research. Most studies emphasize elite universities or urban populations, whereas this research provides a more inclusive view of student experiences in less-resourced institutions, forming a basis for future cross-regional and cross-institutional comparisons.

Practically, the study presents a multi-level intervention framework targeting four key stakeholder groups: universities, families, the public sector, and mental health organizations. For universities, the focus should be on enhancing teaching quality and integrating self-efficacy training into classrooms. This includes personalized academic support, inclusive classroom management, and interactive pedagogies (e.g., role-rotation tasks, scenario simulations). A two-way feedback system is also recommended to evaluate teaching performance and encourage continuous improvement.

For families, the emphasis should shift from material provision to emotional support and active involvement in self-efficacy development. Strategies include regular empathetic communication, co-setting of achievable goals, and active participation in home-school

collaboration initiatives to align support with students' real needs. The public sector is urged to revise educational evaluation standards by integrating well-being indicators, enhance family support services (especially in rural and low-income areas), and promote equitable mental health and educational resources. Policies should include funding mechanisms linked to student well-being outcomes and the expansion of family education guidance programs. Mental health organizations should localize services through culturally adapted resources (e.g., materials in Sichuan dialect), develop parent-student joint counseling models, and collaborate with universities on classroom-based interventions that build self-efficacy. Initiatives such as weekly workshops, peer mentoring programs, and student-led activities can embed mental health promotion into daily campus life.

In conclusion, this study provides robust empirical evidence that teaching quality and self-efficacy are the most influential factors in shaping student well-being in Sichuan's university context. By addressing the identified limitations and adopting the recommended multi-stakeholder strategies, institutions and policymakers can build a more responsive and equitable educational ecosystem, aligning with national goals for educational modernization and comprehensive student development.

References

- Astin A. W. (1984). Student involvement: A developmental theory for higher education. *Journal of College Student Personnel*, 25(4), 297–308.
- Astin A. W. (1993). *What matters in college? Four critical years revisited*. Jossey-Bass.
- Bandura A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191–215.
- China Daily. (2025, February 12). *Path laid out for education reform*.
- Conger, R. D., & Conger, K. J. (2002). Resilience in midwestern families: Selected findings from the first decade of a prospective, longitudinal study. *Journal of Marriage and Family*, 64(2), 361–373.
- Edström K. (2024). Course design as a stronger predictor of student evaluation of quality and student engagement than teacher ratings. *Higher Education*, 88(4), 789–804.
- Harrison N., Chudry F. (2023). *The role of the university environment in shaping education and employment inequalities*. Student Well Lives Research Briefing.

- Li X., Chen Y., Zhang L. (2019). The impact of teaching quality on academic well-being among Chinese college students. *Chinese Journal of Education*, 40(3), 45–52.
- Pascarella E. T., Terenzini P. T. (2005). *How college affects students: A third decade of research*, 2, Jossey-Bass.
- PolicyCN. (2025, April). *Increasing financial aid for students*. China Policy Observatory.
- Szepe O., Mészáros Á. (2024, October 17). Assessing well-being of university students and evaluation of its determinants. *BMC Public Health*, 24(1), Article 2862.
- Trigwell K., Prosser M., Waterhouse F. (1999). Relations between teachers' approaches to teaching and students' approaches to learning. *Higher Education*, 37(1), 57–70.
- Wardoyo T., Awalya,A., & Mulawarman, M. (2021). Contribution of self-efficacy and self-esteem to subjective well-being. *Jurnal Bimbingan Konseling*, 10(1).
- Widiyastuti Hardita, K. (2024). Familial social support and psychological well-being among Indonesian university students. *Journal of Islamic and Muhammadiyah Studies*, 6(1).
- Zhang Y., Liu M., Wang H. (2018). Family emotional support and subjective well-being among Chinese college students. *Journal of Psychological Science*, 41(5), 1085–1091.
- Zou D., Lin Z., Chen C., Yu H. (2024, November 4). Factors affecting the well-being of mid-achieving university students: a case study from China. *Frontiers in Psychology*, 15, 1465209.

รายละเอียดสำหรับผู้นิพนธ์ในการส่งบทความ / รายงานวิจัยเพื่อลงตีพิมพ์ใน

“วารสารคุณภาพชีวิตกับกฎหมาย”

วารสารคุณภาพชีวิตกับกฎหมาย เป็นวารสารของสโมสรเลขาธิการนุสรณ์โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ความรู้ผลงานวิจัย บทความวิชาการ และเพื่อเป็นสื่อกลางแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ในทางวิชาการ

คำแนะนำสำหรับผู้สนใจส่งบทความมาตีพิมพ์วารสาร

- ส่งต้นฉบับผลงานที่สรุปแล้วจำนวนไม่เกิน 15 หน้า ในระบบออนไลน์ Thaijo พร้อมเขียนชื่อและเบอร์ติดต่อกลับ

- ทางวารสารฯ จะส่งบทความให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและจะติดต่อผู้เขียนในกรณีแก้ไขจากผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ Peer Review เพื่อให้ทางผู้เขียนนำไปดำเนินการแก้ไข เมื่อแก้ไขเสร็จตามที่ประเมินจาก Peer Review ให้นำต้นฉบับที่แก้ไขมาส่งพร้อมไฟล์ในระบบออนไลน์ Thaijo

• การเตรียมต้นฉบับบทความวิชาการ(ไม่เกิน 15 หน้า)

1. ชื่อเรื่อง (Title) ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
2. ชื่อผู้นิพนธ์และสังกัด (Author & by-line) เขียน ชื่อ นามสกุล ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ในกรณีที่ผู้นิพนธ์หลายคนให้เรียงชื่อตามลำดับความสำคัญที่แต่ละคนมีส่วนร่วมในงานวิจัยนั้นโดยใช้เครื่องหมาย *, **, *** ทำเชิงอรรถท้ายหน้า (footnote) ระบุตำแหน่งทางวิชาการ ชื่อสถานที่ทำงานหรือหน่วยงานและสถาบันของผู้เขียนที่เป็นปัจจุบัน ระบุ corresponding; (ชื่อนามสกุล), E-mail:
3. บทนำ (Introduction) ให้ข้อมูลข้อสนเทศและประเด็นสำคัญทางวิชาการรวมทั้งวัตถุประสงค์ของการวิจัยนั้น
4. หลักและคำอธิบายที่ผสมผสานกับข้อวิจารณ์โดยประกอบด้วยประเด็นย่อยหรือหัวข้อย่อยและคำอธิบายที่ผสมผสานกับข้อวิจารณ์หรือข้อเสนอแนะที่ก่อให้เกิดแนวคิดใหม่
- 5.สรุป (Conclusion)
- 6.การจัดทำเชิงอรรถและบรรณานุกรม (References) อ้างอิงโดยใช้ระบบแบบ APA (ไม่ควรเกิน 20 เล่ม)

• การเตรียมนิพนธ์ต้นฉบับ (Original article) รายงานวิจัย (สรุปไม่เกิน 15 หน้า)

1. ชื่อเรื่อง (Title) ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
2. ชื่อผู้นิพนธ์และสังกัด (Author & by-line) เขียน ชื่อ นามสกุลทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ในกรณีที่ผู้นิพนธ์หลายคนให้เรียงชื่อตามล าดับความสำคัญที่แต่ละคนมีส่วนร่วมในงานวิจัยนั้นโดยใช้เครื่องหมาย *, **, *** ทำเชิงอรรถท้ายหน้า (footnote) ระบุตำแหน่งทางวิชาการ ชื่อสถานที่ปัจจุบัน ระบุ corresponding; (ชื่อนามสกุล), E-mail:
3. บทคัดย่อ (Abstract) มีทั้งฉบับภาษาไทยและอังกฤษต้องเป็นความเรียงย่อหน้าเดียวมีความสมบูรณ์ครบถ้วน โดยมีสาระสังเขปประกอบด้วย วัตถุประสงค์ (Objective) วิธีดำเนินการวิจัย (การเก็บข้อมูล / กลุ่มตัวอย่าง / เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย / การวิเคราะห์ผล) (Materials and Methods) และสรุปผล (Results Conclusion) จำนวน ไม่เกิน 300 คำ
4. คำสำคัญ (Keyword) เขียนเป็นคำ หรือวลีทั้งภาษาไทยและอังกฤษ จำนวน 3-5 คำ

5. บทนำ (Introduction) ให้ข้อมูลข้อสนเทศและประเด็นสำคัญทางวิชาการรวมทั้งวัตถุประสงค์ของการวิจัยนั้น

6. วิธีดำเนินการวิจัย (Materials and methods) กล่าวถึงการออกแบบกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ทางสถิติโดยเรียงตามขั้นตอน

7. ผลการวิจัย (Result) รายงานและอธิบายผลที่สำคัญที่เป็นจริงอาจมีตารางและภาพประกอบไม่เกิน 4 ตาราง หรือภาพไม่ซ้ำซ้อนกับคำบรรยาย

8. อภิปรายผล (Discussion) นำประเด็นที่สำคัญเป็นจริงของผลการวิจัยมาศึกษาอธิบายเรียงตามลำดับที่เสนอ ในผลว่าเหมือนหรือต่างจากผลการศึกษาของผู้อื่นอย่างไรโดยมีหลักฐานอ้างอิงที่น่าเชื่อถือ การนำผลมาประยุกต์ใช้รวมทั้งข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย และข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

9. การจัดทำเชิงอรรถและบรรณานุกรม อ้างอิงโดยใช้ระบบแบบ APA โดยอ้างอิง (ไม่ควรเกิน 20 เล่ม)

9.1) บรรณานุกรมหนังสือภาษาไทย

ชื่อ / ชื่อสกุล. // (ปีที่พิมพ์). // ชื่อเรื่อง. // ครั้งที่พิมพ์. // เมืองที่พิมพ์. // ผู้รับผิดชอบการพิมพ์.

ตัวอย่าง การอ้างอิงในเนื้อหา : (กิตติกร มีทรัพย์, 2544 : 10)

กิตติกร มีทรัพย์. (2544). จิตวิทยาการเลี้ยงดูเด็ก. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : ชูริการพิมพ์.

9.2) บรรณานุกรมหนังสือภาษาอังกฤษ

ชื่อสกุล./อักษรย่อชื่อต้น / อักษรย่อชื่อกลาง(ถ้ามี). // (ปีที่พิมพ์). // ชื่อเรื่อง. // ครั้งที่พิมพ์. // เมืองที่พิมพ์. // ผู้รับผิดชอบในการพิมพ์.

ตัวอย่าง การอ้างอิงในเนื้อหา : (Hartley,1989 : 97-153)

Hartley E.K. (1989). Childhood and Society. 2 nd ed. New York : MC Graw -Hill.

9.3) บรรณานุกรมวิทยานิพนธ์

ชื่อผู้เขียน. // (ปีที่พิมพ์). // ชื่อเรื่อง. // ระดับวิทยานิพนธ์, / ชื่อสาขา / คณะ // ชื่อมหาวิทยาลัย.

ตัวอย่าง การอ้างอิงในเนื้อหา : (ภัครพร กอบพิงตน, 2540 : 54-69)

ภัครพร กอบพิงตน. (2540). การประเมินคุณภาพการพยาบาลผู้คลอดปกติในโรงพยาบาลนครพิงค์ จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารการพยาบาล บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

9.4) บรรณานุกรมบทความจากหนังสือ

ชื่อผู้เขียน. // (ปีที่พิมพ์). // ชื่อบทความ. // ใน / ชื่อบรรณาธิการ (บรรณาธิการ)(ถ้ามี). // ชื่อหนังสือ. // (หน้า/ เลขหน้า). // เมือง : / ผู้รับผิดชอบในการพิมพ์.

ตัวอย่าง การอ้างอิงในเนื้อหา : (สมจิต หนูเจริญกุล และประคอง อินทรสมบัติ, 2536 : 749-781)

สมจิต หนูเจริญกุล และประคอง อินทรสมบัติ. (2536). การประเมินผลการพยาบาล ในมยุรา กาญจนางกูร (บรรณาธิการ). เอกสารการสอนชุดวิชาอนามัยและกระบวนการพยาบาล หน่วยที่ 8 - 15. (หน้า 749-781). กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

9.5) บรรณานุกรมบทความจากวารสาร

ชื่อผู้เขียน. // (ปีที่พิมพ์). // ชื่อบทความ. // ชื่อวารสาร. ปีที่หรือเล่ม(ฉบับที่), เลขหน้า.

ตัวอย่าง การอ้างอิงในเนื้อหา : (วิทยาคม ยาพิศาล, 2547 : 147 - 153)

วิทยาคม ยาพิศาล. (2547). การพัฒนาคุณภาพระบบงานศูนย์วิทยาศาสตร์การแพทย์เชียงใหม่ตาม แนวทางการตรวจติดตามทางวิชาการและระบบคุณภาพ. กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์, 46(3), 142 - 153.

9.6) บรรณานุกรมจากเว็บไซต์

ชื่อผู้เขียน. // (ปีที่พิมพ์). // ชื่อเรื่อง. // สืบค้นเมื่อวัน เดือน ปี , จากชื่อเว็บไซต์ : URL

ตัวอย่าง การอ้างอิงในเนื้อหา : (Lynch T, 1996.) ถ้าไม่มีชื่อผู้แต่งให้ใส่ชื่อเรื่องหรือดูจากเว็บว่าใครเป็นเจ้าของ

Lynch, T. (1996). DS9 trials and tribble-ations review. Retrieved October 8, 1997, from Psi Phi : Bradley's Science Fiction Club Website : <http://www.bradley.edu/psiphi/DS9/ep/503r.htm>



คณะกรรมการบริหารสโมสรมสอปาวชราวุธานุสรณ

นายวายุ พยัคฆนตร

นางวรรณภา พรหมถาวร

นายสายัณห์ สันทัด

นายเดช วรเจริญศรี

นางวรรณภา กล่อมเกลี้ยง

นางสาวสุคนธา อรุณภู

นายปยุต มารยาทตร

นายอรุณ แสนคำ

๑. รศ.ดร.เชษฐ รัชดาพรรณาธิกุล

๒. ผศ.ว่าที่ร้อยตรี ดร.ธนภณ นิธิเชาวกุล

๓. นายพรเทพ คล้ายพ้อคำ

๔. นายอนุวัฒน์ ราชนิกุล

๕. นายนาวี โชคชัยกุล

๖. นายนครเศรษฐ์ ปาละสิงห์

๗. นายอชิษนัน สิงหตระกูล

๘. นายจักรพงษ์ ทัพพปริญา

๙. นายสรภพ แต่สุวรรณ

ที่ปรึกษา

ที่ปรึกษา

ที่ปรึกษา

ที่ปรึกษา

ที่ปรึกษา

ที่ปรึกษา

ที่ปรึกษา

ที่ปรึกษา

นายกสโมสรมสอปาวชราวุธานุสรณ

อุปนายกสโมสรมสอปาวชราวุธานุสรณ

ประธานฝ่ายฝึกอบรม

ประธานฝ่ายประชาสัมพันธ์

ประธานฝ่ายปฐมฤกษ์

ประธานฝ่ายพัสดุ

นายทะเบียน

เหรัญญิก

เลขาธิการสโมสรมสอปาวชราวุธานุสรณ



หอสมุดแห่งชาติ
38 ถนนพหลโยธิน เขตปทุมธานี
ปทุมธานี จ.ปทุมธานี 12120

วารสารศิลปวัฒนธรรม
ISSN XXXX-XXXX



9 771686 944827 >