

ปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของธุรกิจสายการบิน

กรณีศึกษา: สายการบินต้นทุนต่ำ

The Study of Factor Affecting Airline's Image:

A case study of Low cost airline

โศรดา พาหุวัฒนกร, ปัทขญา บัณจิต, นันทพันธ์ วิเศษแก้ว

คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, sorada.pa@northbkk.ac.th

บทคัดย่อ

ธุรกิจการบินมีแนวโน้มทางการแข่งขันที่สูงขึ้นเพราะธุรกิจการบินมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งจะส่งผลต่อภาคธุรกิจและภาคครัวเรือนของภายในประเทศ การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของสายการบินต้นทุนต่ำ และเพื่อศึกษาการรับรู้สื่อโฆษณาที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของสายการบินต้นทุนต่ำ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้โดยสารคนไทยที่เคยใช้สาย จำนวน 400 ราย โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุผลการศึกษา พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อบริการด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายส่งผลต่อภาพลักษณ์สายการบินต้นทุนต่ำมากที่สุดตราสินค้า ส่วนด้านพนักงานส่งผลต่อภาพลักษณ์การบริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านกระบวนการบริการ ไม่ส่งผลต่อภาพลักษณ์สายการบินสายการบินต้นทุนต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่ สื่อจากเหตุที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความตั้งใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของธุรกิจสายการบินเพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของสายการบินให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า อีกทั้งนำผลการวิจัยนำมาวิเคราะห์ เพื่อให้เป็นข้อเสนอแนะการวางแผนสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและแตกต่างให้กับสายการบินต้นทุนต่ำ

คำหลัก: ส่วนประสมการตลาดเพื่อบริการ, สายการบินต้นทุนต่ำ, ภาพลักษณ์

Abstract

The research aimed to study factors affecting image of Low cost Airline and advertising media perception. The questionnaire was used to collect data from 400 Thai customers who experienced using Low cost Airline. The Purposive Sampling was adopted. The statistical tools for data analysis were mean, percentage, standard deviation and multiple regression analysis. In terms of service marketing mix, the research findings showed that the Price element Promotion element and the Place element affected brand image; the People element the Physical Evidence element affected the corporate image; however, the process element did not affect the image of Low Cost Airline with statistical significance level of 0.05. It

Keywords: Service Marketing Mix, Low Cost Airline, Image

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา อุตสาหกรรมการบินของประเทศไทยมีการเติบโตอย่างรวดเร็วเห็นได้จากมีการขยายฝูงบิน เครื่องช่วยเส้นทางบิน และเพิ่มเที่ยวบินเป็นจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นสายการบินในภูมิภาคเอเชียและภูมิภาคอื่น เช่น สายการบินตะวันออกกลางและสายการบินต้นทุนต่ำซึ่งมีการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน โดยเข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาดประกอบกับแนวโน้มความต้องการเดินทางทางอากาศที่เพิ่มขึ้น ล้วนส่งผลให้มีการแข่งขันด้านราคาที่ยืดหยุ่นมากยิ่งขึ้น โดยพบว่า ตั้งแต่ปี 2553 จำนวนเที่ยวบินและจำนวนผู้โดยสารรวมมีปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และในปี 2559 ปริมาณจราจรทางอากาศของท่าอากาศยานเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.73 เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน จำนวนเที่ยวบินรวม 709,937 เที่ยวบิน เพิ่มขึ้นจากปี 2560 (ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน), 2557)

การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญคือการเข้ามาของสายการบินต้นทุนต่ำ (Low-cost airline) ที่เป็นสายการบินที่ลดต้นทุนด้านต่าง เช่น การให้บริการที่นั่งเพียงชั้นประหยัดเพื่อให้มีจำนวนที่นั่งบนเครื่องบินที่มากขึ้นการใช้สนามบินรอง (Secondary Airport) ที่มีค่าบริการที่ต่ำกว่าใช้เครื่องบินเพียงรุ่นเดียวเพื่อที่จะลดต้นทุนด้านการซ่อมบำรุง การตัดบริการอาหารและเครื่องดื่มบนเครื่องบิน จำหน่ายบัตรโดยสารเองให้กับผู้โดยสารเพื่อลดค่านายหน้า เป็นต้น เพื่อที่จะทำให้สามารถจำหน่ายบัตรโดยสารที่มีราคาต่ำกว่าสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ (Full-service Airline) โดยสายการบินต้นทุนต่ำได้เริ่มเข้ามาสู่อุตสาหกรรมการบินของไทยตั้งแต่ปลายปีพ.ศ. 2546 จำนวน 3 สายการบิน คือ 1) สายการบินวันทูโก (One-Two-Go Airlines) ที่เปลี่ยนมาจากสายการบินโอเรียนท์ไทย (Orient Thai Airlines) ซึ่งเคยดำเนินธุรกิจการบินที่มีการบริการเต็มรูปแบบ 2) สายการบินไทยแอร์เอเชีย (Thai Air Asia) และ 3) สายการบินนกแอร์ (Nok Air) ซึ่งเป็นบริษัทลูกของสายการบินไทยการเข้ามานี้ทำให้ผู้โดยสารเครื่องบินเส้นทางภายในประเทศ (Domestic routes) มีทางเลือกที่หลากหลายมากขึ้นกว่าเมื่อก่อนที่มีสายการบินไทย (Thai Airways) เป็นผู้ให้บริการหลักและที่สำคัญราคาของการโดยสารเครื่องบินก็มีราคาที่ต่ำลงเป็นอย่างมากทำให้เกิดการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้โดยสารเครื่องบินเป็นอย่างมาก จากสภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้นในปัจจุบันสายการบินจำเป็นต้องมีแนวทางและกลยุทธ์ในการแข่งขัน ซึ่งกลยุทธ์หนึ่งที่ธุรกิจต่างๆ โดยเฉพาะธุรกิจการบินเลือกนำมาใช้ คือ ภาพลักษณ์ ในการบริหารธุรกิจสมัยใหม่เนื่องจากช่วยสนับสนุนให้องค์กรดำเนินธุรกิจไปได้อย่างก้าวหน้าและมั่นคงภาพลักษณ์ที่ดีก็สามารถช่วยให้ผู้บริโภคต้องการซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นส่งผลให้ยอดขายเพิ่มขึ้นอีกทั้งยังก่อให้เกิดความเชื่อถือ ความไว้วางใจ ความชื่นชม และศรัทธาจึงมีผลต่อความจงรักภักดีในตราของสินค้า ทำให้ธุรกิจอยู่ในตลาดได้อย่างยั่งยืน และมีส่วนครองตลาดที่สูงขึ้นด้วย

จากเหตุที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความตั้งใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำเพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของสายการบินให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า อีกทั้งนำผลการวิจัยนำมาวิเคราะห์ เพื่อให้เป็นข้อเสนอแนะการวางแผนสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและแตกต่างให้กับสายการบินต่อไป

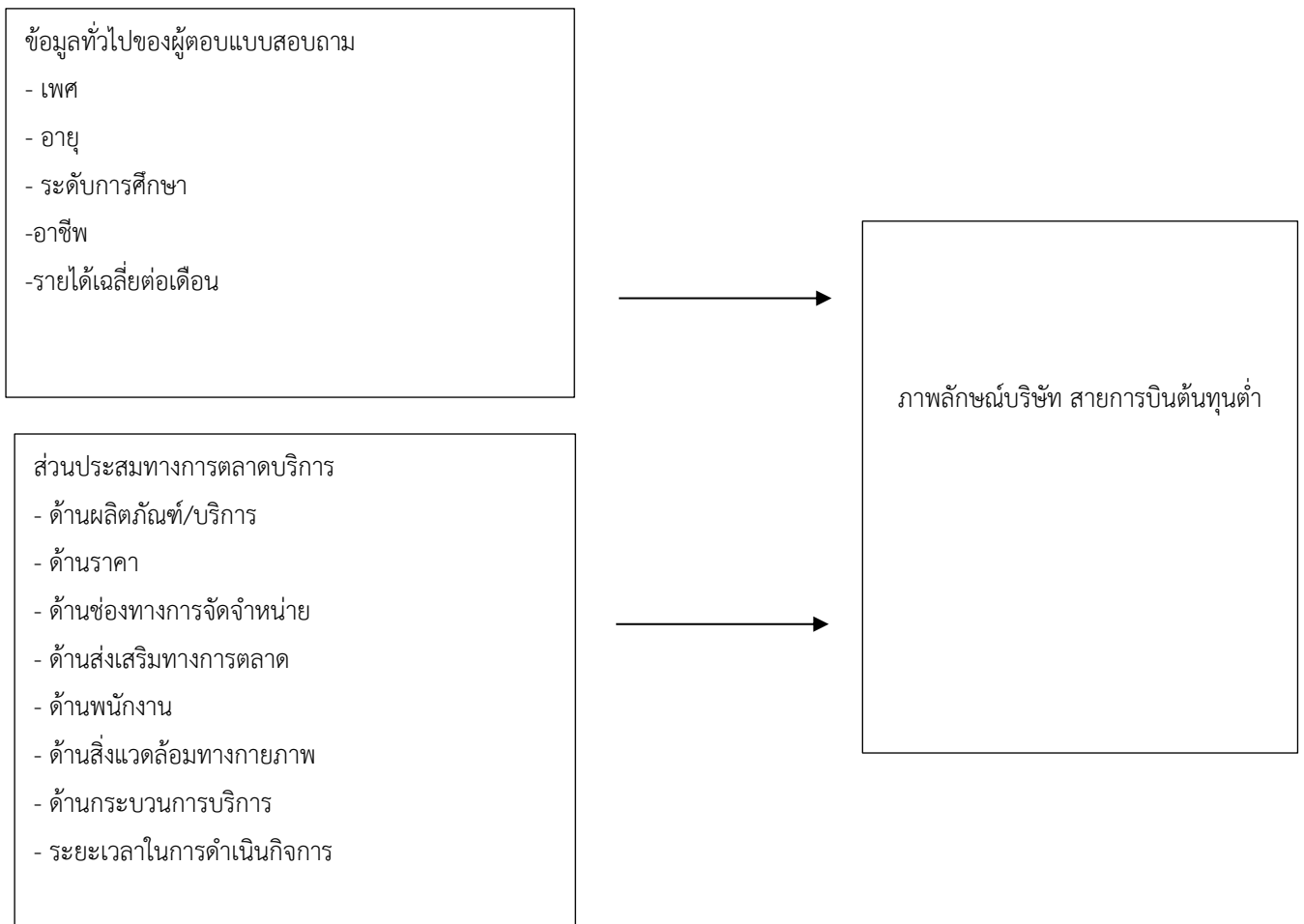
วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของสายการบินต้นทุนต่ำ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงระดับ ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของสายการบินต้นทุนต่ำ

กรอบแนวคิด



กรอบแนวคิดแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น คือ ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อ
ประสมการตลาดเพื่อบริการ แนวความคิดและทฤษฎีภาพลักษณ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างการศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้โดยสารคนไทยที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำที่(Low cost Airlines) เส้นทางภายในประเทศที่บินออกจากสนามบินดอนเมืองเท่านั้น และ

มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ที่มีความสามารถในการตัดสินใจซื้อบัตรโดยสารได้ โดยมีระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามที่ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

2.1 ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2.2 ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ ครอบคลุมด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด พนักงาน สิ่งแวดล้อมทางกายภาพและกระบวนการบริการ โดยข้อคำถามเป็นลักษณะของแบบสอบถามประเมินค่า (Rating Scale) ตามแบบของ Likert ซึ่งแต่ละคำถามให้เลือกตอบตามลำดับ 5

2.3 ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์ ครอบคลุมด้านสายการบินต้นทุนต่ำตราสินค้า การบริการ โดยข้อคำถามเป็นลักษณะของแบบสอบถามประเมินค่า (Rating Scale) ตามแบบของ Likert ซึ่งแต่ละคำถามให้เลือกตอบตามลำดับ 5 ระดับ

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ข้อมูลทุติยภูมิ ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากตำรา บทความงานวิจัย บทความวิชาการ วารสาร รายงานการวิจัย ข้อมูลธุรกิจการบินจากสายการบินต้นทุนต่ำ และสถิติของหน่วยงานที่เชื่อถือได้

3.2 ข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม ซึ่งกระทำโดยผู้วิจัย โดยแบบสอบถามที่ใช้ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ชุด Yamane

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนด และการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมทางสถิติ ดังนี้

4.1 วิเคราะห์ความแตกต่างของข้อมูลด้วย F-test และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วย Correlation

ผลการวิจัย

ข้อมูลด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านกระบวนการบริการ โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการวิเคราะห์ข้อมูล จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ส่วนประสมทางการตลาด	\bar{X}	S.D.	แปล
- ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	4.19	0.61	มาก

- ด้านราคา	4.65	0.57	มากที่สุด
- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.29	0.68	มากที่สุด
- ด้านส่งเสริมทางการตลาด	4.36	0.62	มากที่สุด
- ด้านบุคลากร	4.04	0.68	มาก
- ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	4.03	0.78	มาก
- ด้านกระบวนการบริการ	4.16	0.60	มาก
โดยรวม	4.24	0.71	มาก

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดบริการพบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นส่วนประสมทางการตลาดบริการโดยรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 อยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ระดับที่ 4.65 4.36 และ 4.29 อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ รองลงมาอยู่ในระดับมาก คือด้านผลิตภัณฑ์/บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ด้านกระบวนการบริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ส่วนประสมทางการตลาด ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสายการบินต้นทุนต่ำด้านภาพลักษณ์บริษัท สายการบินต้นทุนต่ำ

ส่วนประสมทางการตลาด	B	Beta	t	sig
- ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	-.197	-.167	-2.176	.214
- ด้านราคา	.286	.248	3.507	0.00*
- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.292	-0.189	3.048	0.03*
- ด้านส่งเสริมทางการตลาด	.136	0.175	2.62	0.03*
- ด้านบุคลากร	1.24	0.135	1.98	0.53
- ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	-.903	-0.84	-1.07	0.28
- ด้านกระบวนการบริการ	.144	.158	0.60	0.53

Adjusted R2 = 0.557, F = 23.715, sig = 0.000, *มีนัยสำคัญที่ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อบริการ ส่งผลต่อ ภาพลักษณ์ตราสินค้าสายการบินต้นทุนต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (F = 19.163 และค่า sig = .000) โดยที่ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเพื่อบริการด้านราคาสามารถอธิบายความแปรปรวนของภาพลักษณ์ของสายการบินต้นทุนต่ำ ได้ร้อยละ 66.3 ที่

เหลืออีกร้อยละ 33.7 เป็นผลจากตัวแปรอื่น ถ้าพิจารณารายด้านพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อบริการด้านราคา ($\beta = 0.348$, sig = .000) ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสายการบินต้นทุนต่ำมากที่สุด เพราะสายการบินต้นทุนต่ำมีตัวหลากหลายราคาในทุกเส้นทาง อาทิ ตัวช่วงเทศกาล ตัวราคาพิเศษสำหรับนักศึกษา ข้าราชการ และกลุ่มผู้โดยสารที่เดินทางเป็นหมู่คณะ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าครอบคลุมทุกกลุ่มผู้บริโภคสะท้อนถึงภาพลักษณ์ตราสินค้าว่าเป็นสายการบินต้นทุนต่ำตามด้วยส่วนประสมทางการตลาดเพื่อบริการด้านส่วนประสมทางการตลาด ($\beta = 0.175$, sig = .003) ส่งผลต่อภาพลักษณ์สายการบินต้นทุนต่ำการมีส่วนประสมทางการตลาดมีความหลากหลายในการให้บริการ คือมีการบริการโปรโมชั่นมากมาย เป็นตัวกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีความสนใจอย่างมากเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวสำคัญที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเชียงใหม่ เชียงราย เป็นที่รู้จักโดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวทางสะท้อนถึงภาพลักษณ์ได้อย่างชัดเจนและด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\beta = 0.1989$, sig = .003) ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสายการบินต้นทุนต่ำเนื่องจากสายการบินต้นทุนต่ำเป็นสายการบินที่ต้องมีการแข่งขัน กันอย่างมาก การตัดสินใจของผู้ใช้บริการสามารถเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็วเพราะฉะนั้นให้ต้องมีช่องทางการจำหน่ายในการจองและชำระค่าตั๋วที่หลากหลายทันสมัยมีการ แอปพลิเคชันต่างๆ Website จนถึงการพัฒนาการขายผ่านช่องทาง On-line อื่นๆ เช่น ผ่านทางโทรศัพท์มือถือ(Mobile Application) ซึ่งมีแนวโน้มเติบโตของจำนวนผู้ใช้แบบก้าวกระโดดจากการพัฒนารูปแบบของโทรศัพท์มือถือ Smart Phone และการพัฒนาของเทคโนโลยีการสื่อสารมาใช้เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกในการจองและชำระค่าตั๋วให้กับผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงบริการได้อย่างสะดวกและรวดเร็วเพื่อลดการเปลี่ยนแปลงในการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ

สรุปผลการวิจัย

จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน พบว่าเมื่อพิจารณาความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดพบว่าผู้โดยสารมีความคิดเห็นต่อด้านราคามากที่สุด ตามด้วย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดบริการพบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ รองลงมาอยู่ในระดับมาก คือด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านกระบวนการบริการ ด้านบุคลากรมี ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมีค่าเฉลี่ย ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสายการบินต้นทุนต่ำมีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคามีผลต่อภาพลักษณ์สายการบินต้นทุนต่ำ เพราะสาย

ราคาตัวของสายการบินต้นทุนต่ำอาจจะมีราคาถูกลงคล้อยกับ ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547) ซึ่งได้กล่าวไว้ว่า ราคาเป็นตัวกำหนดรายได้ของกิจการ ในการทำธุรกิจหากตั้งราคาสูงกว่าคู่แข่งมากแต่บริการไม่แตกต่างกันลูกค้าย่อมไม่เลือกใช้บริการ หากตั้งราคาต่ำก็จะทำให้คู่แข่งรายอื่นลดราคามาสู้กันได้ การตั้งราคายังมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า และยังบอกถึงคุณภาพของการบริการ ซึ่งสายการบินต้นทุนต่ำได้ใช้กลยุทธ์ทางด้านราคาเป็นตัวกระตุ้น สร้างการรับรู้ กำหนดตำแหน่งการบริการให้ผู้บริโภคไว้ที่การเป็นสายการบินต้นทุนต่ำส่วนประสมทางประสมทางการตลาดเพื่อการบริการด้านส่งเสริมการตลาด มีผลต่อภาพลักษณ์สายการบินต้นทุนต่ำในด้านภาพลักษณ์ตราสินค้าโดยการส่งเสริมการตลาดจะส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตราสินค้า เช่น การประชาสัมพันธ์ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคม ซึ่งสอดคล้องกับ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (อ้างใน ทศนีย์ แจสุรภาพ, 2548) ซึ่งกล่าวว่า อุตสาหกรรมการบิน เป็นอุตสาหกรรมขายการบริการที่ต้องเน้นการสื่อสารทางการตลาดทั้งการประชาสัมพันธ์หรือการโฆษณา เนื่องจากผู้รับบริการไม่สามารถทดลองใช้บริการก่อนการซื้อได้ ดังนั้นการดำเนินการทั้งการส่งเสริมการขายและการโฆษณาจึงต้องพยายามชี้ชวนให้ผู้รับบริการเห็นถึงประโยชน์และข้อดีที่จะได้รับจากการบริการ เช่น การพูดถึงความสะดวกสบายที่จะได้รับ ความปลอดภัย ความรวดเร็ว โดยทางสายการบินการตลาดเพื่อการบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อภาพลักษณ์สายการบินต้นทุนต่ำมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีหลากหลายรูปแบบ มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัย แอปพลิเคชัน เข้ามาช่วยให้การจอง ชำระค่าตัวเป็นไปด้วยความสะดวก รวดเร็วและปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับ ชัยสมพลชาวประเสริฐ (2547) ซึ่งได้กล่าวไว้ว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายมีดังนี้ การให้บริการการจัดจำหน่ายเป็นการให้บริการด้วยการเปิดร้านตามห้างสรรพสินค้า แนวติ๊กแถวในเขตชุมชนแล้วขยายสาขาออกไปเพื่อให้บริการลูกค้าได้สูงสุด เช่น สายการบินต้นทุนต่ำมีเคาน์เตอร์จองและชำระค่าตัวบริเวณภายในสนามบินและตามแหล่งชุมชนต่างๆที่ทางสายการบินมีเส้นทางการบิน และการให้บริการผ่านอิเล็กทรอนิกส์ การให้บริการแบบนี้เป็นการบริการโดยอาศัยเทคโนโลยีเข้ามาช่วยลดต้นทุนในการจ้างพนักงาน เพื่อให้บริการเป็นไปอย่างสะดวกและบริการทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง เช่น สามารถทำการจองและชำระค่าตัวเครื่องบินผ่านทางเว็บไซต์ Call Center ของสายการบินต้นทุนต่ำและสามารถชำระค่าตัวผ่านร้านสะดวกซื้อ 7-eleven ซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น ส่วน การสื่อสารกับผู้บริโภคผ่านทางช่องทางต่างๆ ทั้งการโฆษณาผ่านทางสื่อต่างๆ ทั้งทางโทรทัศน์ นิตยสาร ป้ายโฆษณาตามสถานที่ต่างๆ เว็บไซต์ของสายการบินโดยการใช้ฟรีเซ็นเตอร์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก นอกจากนี้ยังเป็นผู้สนับสนุนรายการทางโทรทัศน์และวิทยุ เพื่อเป็นการสะท้อนถึงภาพลักษณ์ในสายตาของผู้บริโภคและผู้พบเห็น

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์สายการบินต้นทุนต่ำ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้ ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อบริการทางด้านส่วนประสมทางการตลาด จากการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ มีความคิดเห็นต่อส่วนแบ่งการตลาดด้านโปรโมชั่น ราคาถูก มัดต้องจองในระยะยาว มากทำให้ในบางครั้งช่วงเวลาที่จองไปแล้วนั้นติดภารกิจไม่สามารถใช้บริการได้ ทั้งควรมีการวัดผลการทำงานในทุกๆไตรมาส

เพื่อวัดคุณภาพการทำงานของพนักงานในองค์กรอีกด้วยสายการบินต้นทุนต่ำต้องเป็นผู้นำทางด้านราคาที่ถูกที่สุดในด้านที่โดดเด่นกว่าสายการบินทั่วไป

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ ศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีขอบเขตจำกัด คือ ผู้โดยสารเป็นคนไทย เดินทางเส้นทางการบินภายในประเทศ และเป็นผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำ ควรมีการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ มากขึ้น เช่น สายการบินอื่น ๆ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- [1] การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. ไทยเตรียมจำกัดจำนวนเที่ยวบินขาเข้าประเทศ เพราะสุวรรณภูมิรับไม่ไหว. (ม.ป.ป.)
- [2] ฉัตรยาพร เสมอใจ. (2547). การจัดการและการตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- [3] ชนารัญช์ ชันตสิทธ์. (2558). ภาพลักษณ์ขององค์กรและภาพลักษณ์ของผู้นำที่ส่งผลต่อการรับรู้ถึงเกณฑ์การตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องดื่มชาเขียวอิชิตัน. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- [4] ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2547). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- [5] ดารา ทีปะปาล. (2541). การสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ: อมรการพิมพ์.
- [6] ทศนีย์ แจสุรภาพ. (2548). ปัจจัยที่มีผลต่อภาพลักษณ์สายการบินศึกษาเฉพาะสายการบินเจแปนแอร์ไลน์จากการรับรู้ของผู้โดยสารที่ไม่ใช่ชาวญี่ปุ่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [7] บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร : บริษัท เพรส แอนด์ ดีไซน์ จำกัด, 2548.
- [8] พรนพ พุกกะพันธ์. ธุรกิจการบิน. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548. กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ Veridian E-Journal, SU Vol.5 No. 1 January – April 2012
- [9] วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. การตลาดธุรกิจบริการ. กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดดูเคชั่น, 2547.
- [10] อุทัยโฆษะ โรจนมุกดา. “ความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการบริการของสายการบินแอร์เอเชีย.” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2548.
- [11] เอนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อดุลพัฒน์กิจ. จิตวิทยาการบริการ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์อดุลพัฒน์กิจ, 2550.
- [12] บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน). (2559). รายงานสถิติขนส่งทางอากาศ. สืบค้นจาก <http://www.aot-th.listedcompany.com>.
- [13] ปิยพรรณ กลั่นกลิ่น. (2544). คุณภาพบริการ. วิทยาการจัดการ, 19(1), 38.
- [14] พรรณระพี สุรินทร์รัฐ. (2548). ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อการบริการที่มีผลต่อภาพลักษณ์สาย การบินนกแอร์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- [15] ภูมิพัฒน์ ธารายศ. (2555). กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจ. สืบค้นจาก <http://www.phomepatana.blogspot.com>.

- [16] มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2538). จิตวิทยาการบริการ. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- [17] มัลลิกา บุนนาค. (2548). สถิติเพื่อการตัดสินใจ (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [18] มานิต ศิริวัชรไพบุลย์. (2550). ปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินบางกอกแอร์เวย์ของผู้โดยสารคนไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- [19] ศูนย์วิจัยกสิกร. (2558). ธุรกิจสายการบิน. สืบค้นจาก
<http://www.portal.settrade.com/brokerpage/IPO/.../2645-p.doc>
- [20] Gronroos, C. (1990). Service management and marketing. Lexington, MA: Lexington books
- [21]. Kotler, P. (1997). Marketing management: Analysis, planning, implementation and control (9th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall International
- [22]. Nunnally, J.C. (1978). Psychometric theory (2nd ed.). New York: McGraw-Hill

ปัญหาทางกฎหมายในการบังคับใช้โทษในโรงงานอุตสาหกรรม

Problem Related of Enforcement Law enforcing in the Factory

นิสิตา สุขสถิตย์¹

¹Law / Faculty of Political Science, North Bangkok University nisita.su@northbkk.ac.th

บทคัดย่อ

การส่งเสริมการลงทุนของรัฐบาลโดยเฉพาะการส่งเสริมการลงทุนภาคอุตสาหกรรม การผลิต สินค้าและบริการซึ่งถือว่ามีบทบาทสำคัญในการผลักดันเศรษฐกิจให้มีการขยายตัวที่เพิ่มมากขึ้น แต่จากการพัฒนา ทางอุตสาหกรรมดังกล่าวกลับสร้างผลกระทบต่อชุมชนสิ่งแวดล้อม หรืออาจก่อให้เกิดความเสียหายจากกระบวนการ ผลิตของโรงงานอุตสาหกรรม ถึงแม้รัฐจะออกมาตรการทางกฎหมายควบคุมการดำเนินการทางอุตสาหกรรมทั้ง กฎหมายเฉพาะหรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องก็ตาม แต่ปรากฏว่ามาตรการต่าง ๆ เหล่านี้ยังไม่สามารถให้ความคุ้มครองผู้ ได้รับความเสียหาย พระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 กำหนดบทลงโทษผู้ฝ่าฝืนกฎกระทรวงที่ออกตามมาตรา 8 (5) หรือ (7) ไว้ว่าปรับไม่เกินสองแสนบาทหรือปรับไม่เกินสองหมื่นบาท แล้วแต่กรณี บทลงโทษดังกล่าวอาจไม่ เพียงพอต่อการที่ จะท าให้ผู้ประกอบกิจการโรงงานซึ่งส่วนมากเป็นนิติบุคคลเกิดความเกรงกลัว ไม่กล้าฝ่า ฝืนกฎหมาย จึงควรเพิ่มอัตรา โทษปรับในกรณีดังกล่าวเพื่อให้เหมาะสมกับค่าของเงินในปัจจุบัน นอกจากนี้ ถ้ามีการใช้วิธีการเพื่อความปลอดภัยด้วย ก็จะช่วยทำให้การใช้บังคับกฎกระทรวงดังกล่าวมีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น ควรแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายว่า ในการดำเนินคดีแก่ ผู้ฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามกฎกระทรวงที่ออกตาม มาตรา 8 (5) หรือ (7) แห่งพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 ให้ พนักงานอัยการโจทก์มีคำขอให้ศาล พิพากษาหรือสั่งให้ใช้วิธีการเพื่อความปลอดภัยแก่จำเลยตามสมควรแก่กรณีด้วย พระราชบัญญัติส่งเสริม และรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535 มาตรา 60 บัญญัติว่าในกรณีที่มีการ ประกาศกำหนดให้ ท้องที่ใดเป็นเขตควบคุมมลพิษ ให้เจ้าพนักงานท้องถิ่นในท้องที่นั้นจัดทำแผนปฏิบัติการเพื่อลดและ ขจัด มลพิษในเขตควบคุมมลพิษนั้น อย่างไรก็ตามแผนปฏิบัติการไม่ใช่กฎหมาย ถ้าผู้ประกอบกิจการโรงงาน ผู้ใดไม่ ปฏิบัติตามข้อกำหนดในแผนปฏิบัติการดังกล่าว ก็ไม่มีความผิดแต่อย่างใด จึงควรแก้ไขกฎหมายให้ มีผลให้ข้อกำหนด ในแผนปฏิบัติการดังกล่าวมีสภาพบังคับตามกฎหมายด้วย

คำสำคัญ: มลพิษทางอากาศ, ผู้ประกอบกิจการโรงงาน, วิธีการเพื่อความปลอดภัย

Abstract

Promotion of government investment, especially the promotion of industrial investment, production of goods and services Which is considered to play an important role in driving the economy to increase growth But from development Such industries create an impact on the community, the environment. Or may cause damage from the process Manufacturing of industrial plants Although the government has issued legal measures to control industrial operations both Specific laws or related laws But it appears that those measures are still unable to protect those Get damaged Factory Act BE 2535 stipulates penalties for violators of ministerial regulations issued under Section 8 (5) or (7) that the fine cannot exceed two hundred thousand baht or a fine not exceeding twenty thousand baht, as the case may be. Enough to be Causing the factory operators, most of

whom are legal entities, to fear fear of breaking the law, should increase the penalty rate in such cases to suit the current value of the money. In addition, if the method for safety is used with Will help to enforce such ministerial regulations more effectively should amend the law that In prosecuting the violator or failing to comply with the Ministerial Regulations issued under Section 8 (5) or (7) of the Factory Act BE 2535, the prosecutor has a request to the court. Judge or order the use of methods for the safety of the defendant as appropriate for the case as well. Promotion Act And maintain the national environmental quality, BE 2535, Section 60 stipulates that in the event of a declaration requiring Which area is the pollution control area The local official in that locality has prepared an action plan to reduce and eliminate Pollution in the pollution control area However, the action plan is not legal. If the factory operator Whoever does not comply with the requirements in the said action plan There is no fault at all. Should amend the law As a result, the requirements in the said action plan are in compliance with the law.

Keyword: air pollution, Factory operator, Safety methods

บทนำ

ในปัจจุบันโรงงานในประเทศไทยเพิ่ม จำนวนขึ้นมาก ถึงแม้ว่าการประกอบกิจการ อุตสาหกรรมมีคุณประโยชน์ อย่างยิ่งต่อเศรษฐกิจ ของประเทศ แ ละทำให้การดำรงชีพของ ประชาชนมีความสะดวกสบายมากขึ้น แต่ก็ ก่อให้เกิด สิ่งสกปรกและมลพิษต่าง ๆ ขึ้นด้วย เช่น ขยะ มลพิษทางน้ำ มลพิษทางอากาศ มลพิษทางเสียง มลพิษทางความร้อน มลพิษทาง กัมมันตภาพรังสี เป็นต้น การส่งเสริมกิจการ อุตสาหกรรมในประเทศไทยจึงต้องคำนึงถึงการ ป้องกันและ ควบคุมสิ่งสกปรกและมลพิษต่าง ๆ เหล่านี้ด้วย ซึ่งต้องดำเนินการโดยใช้มาตรการ หลายอย่างประกอบกัน มาตรการ ทางกฎหมาย เป็นมาตรการอย่างหนึ่งที่ใช้ในการดำเนินการ เรื่องนี้ ในบทความนี้จะกล่าวถึงเฉพาะมาตรการ ทาง กฎหมายในการป้องกันและควบคุมมลพิษ ทางอากาศที่เกิดขึ้นจากโรงงานอุตสาหกรรม อิทธิพลของสิ่งแวดล้อมที่มีต่อ มนุษย์ให้กลมกลืน กับธรรมชาติ โดยรัฐยอมรับหลักการที่ว่า “ผู้ก่อให้เกิด มลพิษต้องเป็นผู้จ่าย” (Polluters must pay) และรัฐมีนโยบายกระตุ้นให้มีการร่วมมือกัน ระหว่างพลเมืองกับผู้ประกอบกิจการอุตสาหกรรมในการออกกฎ บังคับตนเอง (self – regulation) โดยการใช้กฎบนพื้นฐานของ การตลาด ซึ่งรัฐมีนโยบายพื้นฐานซึ่งเน้นการ ป้องกัน มลพิษมากกว่าการควบคุมและการจัดท า โครงการต่าง ๆ เพื่อจัดการมลพิษทางอากาศ ทั้งนี้ รัฐรับรองและคุ้มครอง สิทธิของ พลเมืองเกี่ยวกับมลพิษทางอากาศ เช่น - สิทธิที่จะหายใจโดยอากาศสะอาด - สิทธิที่จะได้รับประโยชน์ สาธารณะและ ความพึงพอใจจากทรัพยากรธรรมชาติตาม หลักการพัฒนาอย่างยั่งยืนของรัฐ - สิทธิที่จะได้เข้าร่วม วางแผน ก าหนด สนับสนุนและตรวจสอบนโยบายของรัฐในการ วางแผนเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม สิทธิที่จะนำคดีขึ้นสู่ศาล หรือองค์กรกึ่งตุลาการ (quasi – judicial bodies) ในกรณีมี ผู้ฝ่าฝืนกฎหมายเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม สิทธิที่จะก าหนดให้ มีสภาพบังคับแก่บุคคลซึ่งกระทำการฝ่าฝืนกฎหมายเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม สิทธิที่จะนำคดีขึ้นฟ้องร้องต่อศาลเพื่อ เรียก ค่าสินไหมทดแทนความเสียหายจากผู้ที่ทำ ให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพของ พลเมือง

นโยบายในการส่งเสริมการลงทุนของรัฐบาลโดยเฉพาะการส่งเสริมการลงทุนภาคอุตสาหกรรม การผลิต สินค้า และการบริการ ซึ่งถือว่ามีความสำคัญในการผลักดันเศรษฐกิจให้มีการขยายตัวที่เพิ่มมากขึ้น แต่จากการพัฒนา ทาง อุตสาหกรรมดังกล่าวกลับสร้างผลกระทบต่อชุมชนสิ่งแวดล้อม หรืออาจก่อให้เกิดความเสียหายจากกระบวนการ ผลิต ของโรงงานอุตสาหกรรม ถึงแม้รัฐจะออกมาตรการทางกฎหมายควบคุมการดำเนินการทางอุตสาหกรรมทั้ง กฎหมาย เฉพาะหรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องก็ตาม แต่ปรากฏว่ามาตรการต่าง ๆ เหล่านี้ยังไม่สามารถให้ความคุ้มครองผู้ ได้รับ

ความเสียหายจากการก่อให้เกิดมลพิษทางอุตสาหกรรมของโรงงานอุตสาหกรรม รวมทั้งยังก่อให้เกิดปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการฟ้องร้องค่าเสียหาย จากโรงงานอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดมลพิษ โดยเฉพาะประเด็นเกี่ยวกับการฟ้องร้องค่าเสียหาย จากผู้ได้รับความเสียหายต่อโรงงานอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดความเสียหายตั้งแต่กระบวนการฟ้องร้องบังคับคดีชั้นศาล ปัญหาการนำสืบพยานหลักฐาน การพิสูจน์ความเสียหายและปัญหาการให้ความคุ้มครองตามมาตราการทางกฎหมายผู้ที่ได้รับความเสียหายตามมาตราการทางกฎหมาย ดังนั้น จึงควรมีการกำหนดมาตรการทางกฎหมาย มาตรการการบังคับใช้กฎหมายและการแก้ไขกฎหมายให้ สามารถให้ความเป็นธรรมและให้ความคุ้มครองผู้เสียหายได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นธรรม

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษามาตราการทางกฎหมายเกี่ยวกับโรงงานอุตสาหกรรม
2. เพื่อศึกษาปัญหาการบังคับใช้กฎหมายของโรงงานอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดมลพิษ
3. เพื่อหามาตราการในการแก้ไขปัญหาและมาตราการทางกฎหมายจากโรงงาน อุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดมลพิษ

ผลการวิเคราะห์

รัฐมนตรีว่าการกระทรวง อุตสาหกรรมได้ออกประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม เรื่อง การจัดท ารายงานชนิดและปริมาณสารมลพิษที่ระบายออกจากโรงงาน พ.ศ. 2550 กำหนดให้โรงงานที่มีมลพิษทางน้ำและมลพิษทางอากาศต้องจัดทำรายงานชนิดและปริมาณสารมลพิษที่ระบายออกจากโรงงาน ตาม ประเภทหรือชนิดของโรงงานที่กรมโรงงานอุตสาหกรรม กำหนดโดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา 4) สภาพบังคับ พระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 กำหนดสภาพบังคับของกฎกระทรวงและ ประกาศกระทรวงดังกล่าวไว้ดังต่อไปนี้ 4.1) มาตรา 45 ผู้ประกอบกิจการ โรงงานผู้ใดฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามกฎกระทรวง ที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรมออกตาม มาตรา 8 (5) แห่งพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 (กฎกระทรวงกำหนดมาตรฐานและวิธีการ ควบคุมการปล่อยของเสีย มลพิษหรือสิ่งใด ๆ ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเกิดขึ้นจากการ ประกอบกิจการโรงงาน) หรือประกาศของ รัฐมนตรีที่ออกตามกฎกระทรวงดังกล่าว ต้องระวางโทษปรับไม่เกินสองแสนบาท 4.2) มาตรา 46 ผู้ประกอบกิจการ โรงงานผู้ใดฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามกฎกระทรวง ที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรมออกตาม มาตรา 8 (7) แห่งพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 (กฎกระทรวงกำหนดข้อมูลที่สำคัญ เกี่ยวกับการประกอบกิจการโรงงานที่ผู้ประกอบ กิจการโรงงานต้องแจ้งให้พนักงานเจ้าหน้าที่ ทราบ) หรือประกาศของรัฐมนตรีที่ออกตาม กฎกระทรวงดังกล่าว ต้องระวางโทษปรับไม่เกิน สองหมื่นบาท พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพ สิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษา คุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535 เป็นกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมและรักษาคุณภาพ ของสิ่งแวดล้อมโดยทั่วไป รวมทั้งการป้องกันและ ควบคุมมลพิษที่เกิดขึ้นจากแหล่งกำเนิดมลพิษ ต่าง ๆ ด้วยอย่างไรก็ตาม ในกรณีที่คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติประกาศ กำหนดให้ท้องที่ใดเป็นเขตควบคุมมลพิษ พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพ สิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535 มาตรา 60 วรรคหนึ่ง กำหนดให้เจ้าพนักงานท้องถิ่นแห่ง ท้องที่นั้นจัดทำแผนปฏิบัติการเพื่อลดและขจัด มลพิษในเขตควบคุมมลพิษนั้นเสนอต่อผู้ว่า ราชการจังหวัดเพื่อรวมไว้ในแผนปฏิบัติการเพื่อ การจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อมในระดับจังหวัด ด้วย ในกรณีเช่นนี้ ผู้ประกอบกิจการโรงงานในท้องที่นั้นนอกจากต้องปฏิบัติตามพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 รวมทั้ง กฎกระทรวงและประกาศกระทรวงฉบับต่าง ๆ ที่ ออกตามพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 แล้ว ยังต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดในแผนปฏิบัติการ เพื่อลดและขจัดมลพิษในเขตควบคุมมลพิษที่ ออกตามพระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษา คุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535 ด้วย

จากการวิเคราะห์บทบัญญัติใน พระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 จะเห็นได้ว่า บทบัญญัติในพระราชบัญญัติ โรงงาน พ.ศ. 2535 ในส่วนว่าด้วยการแบ่งจำพวกของโรงงานนั้นได้แบ่งจำพวกของโรงงาน ไว้อย่างชัดเจนและเหมาะสมแก่การส่งเสริมการประกอบกิจการโรงงานและการควบคุมดูแลการ ประกอบกิจการโรงงานตามความเหมาะสมกับ โรงงานแต่ละจำพวก ถือได้ว่าเป็นบทกฎหมายที่ เหมาะสมและถูกต้องดีแล้ว

บทบัญญัติในพระราชบัญญัติ โรงงาน พ.ศ. 2535 ในส่วนว่าด้วยการกำหนด มาตรฐานและวิธีการควบคุมการปล่อยของเสีย หรือมลพิษ และการกำหนดข้อมูลที่เป็น เกี่ยวกับการประกอบกิจการโรงงานที่ผู้ประกอบการ กิจการ โรงงานต้องแจ้งให้พนักงานเจ้าหน้าที่ ทราบ ได้กำหนดเกณฑ์มาตรฐานและวิธีการต่าง ๆ ไว้ โดยใช้วิธีตามมาตรฐานที่ องค์การพิทักษ์ สิ่งแวดล้อมแห่งประเทศสหรัฐอเมริกา (United States Environmental Protection Agency : EPA) กำหนดไว้หรือวิธีตามมาตรฐานอื่นที่ เทียบเท่า ถือได้ว่าบทบัญญัติต่าง ๆ เหล่านี้ได้ ถูกบัญญัติไว้ดีแล้วเช่นเดียวกัน 1.3) บทบัญญัติในพระราชบัญญัติ โรงงาน พ.ศ. 2535 ในส่วนว่าด้วยสภาพบังคับ ของกฎหมายในกรณีผู้ประกอบการ โรงงาน ผู้ฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามกฎกระทรวงที่ออก ตามมาตรา 8 (5) หรือ (7) แห่งพระราชบัญญัติ โรงงาน พ.ศ. 2535 นั้น พระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 มาตรา 45 และมาตรา 46 กำหนด โทษไว้ว่าปรับไม่เกินสองแสนบาท หรือปรับไม่เกินสองหมื่นบาท แล้วแต่กรณี อาจไม่เพียงพอ ต่อการที่จะทำให้ผู้ประกอบการโรงงานซึ่ง ส่วนมากเป็น นิติบุคคลเกิดความเกรงกลัว ไม่กล้า ฝ่าฝืนกฎหมาย เพราะนิติบุคคลมักจะมีทุนทรัพย์ มาก การถูกปรับเพียงสองหมื่น บาทหรือสองแสนบาท มีผลกระทบต่อสถานะทางการเงินของผู้ประกอบการโรงงานซึ่งเป็นนิติบุคคลเพียง เล็กน้อย จึง ควรพิจารณาเพิ่มอัตราโทษปรับใน กรณีดังกล่าวเพื่อให้เหมาะสมกับค่าของเงินในปัจจุบัน นอกจากนี้ถ้ากฎหมาย กำหนดให้ใช้ บังคับวิธีการเพื่อความปลอดภัยแก่ผู้ฝ่าฝืนหรือไม่ ปฏิบัติตามกฎหมายกระทรวงดังกล่าวด้วยก็จะช่วยให้ การใช้ บังคับกระทรวงดังกล่าวมีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้นวิธีการเพื่อความปลอดภัยที่อาจนำมาใช้บังคับแก่ผู้ประกอบการ โรงงานที่เป็นนิติบุคคล ได้ คือ เรียกประกันทัณฑ์บน และห้ามประกอบ อาชีพบางอย่าง (ในกรณีนี้ คือห้ามนิติบุคคลนั้น ประกอบกิจการโรงงานตามระยะเวลาที่กำหนด ไม่เกินห้าปี) อย่างไรก็ตามองค์การที่มีอำนาจสั่งให้ใช้วิธีการเพื่อความปลอดภัยแก่บุคคลใด ๆ ได้ คือ ศาล ดังนั้นจึงต้องคำนึงถึงหลักเกณฑ์ในกฎหมายเกี่ยวกับการที่ศาลจะมีคำพิพากษา หรือ คำสั่ง ซึ่งประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความ อาญา มาตรา 192 [1]บัญญัติไว้ว่า ห้ามมิให้ศาล พิพากษาหรือสั่ง เกินคำขอหรือที่มีได้กล่าวในฟ้อง หลักเกณฑ์ดังกล่าวนี้มีกรณียกเว้นให้ศาลพิพากษาหรือสั่งเกินคำขอหรือที่มีได้กล่าวใน ฟ้อง ได้บ้างอย่างจำกัดเพียง 4 กรณี ตามปกติศาลจะมีคำพิพากษาหรือคำสั่งให้ใช้วิธีการเพื่อความปลอดภัยแก่จำเลย ต่อเมื่อโจทก์ (พนักงานอัยการ หรือราษฎรผู้เสียหาย แล้วแต่กรณี) บรรยายใน คำฟ้องถึงข้อเท็จจริงอันเป็นเหตุสมควร ให้ใช้ วิธีการเพื่อความปลอดภัยแก่ จำเลย และในคำขอ ท้ายคำฟ้อง โจทก์ขอให้ศาลมีคำสั่งให้ใช้วิธีการ เพื่อความปลอดภัยแก่จำเลยด้วย ดังนั้น การที่จะให้มีการใช้วิธีการเพื่อ ความปลอดภัยแก่ผู้ประกอบการโรงงานซึ่งฝ่า ฝืน หรือไม่ปฏิบัติตามกฎกระทรวง จึงจำเป็นต้อง แก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 ว่าในการดำเนินคดีแก่ ผู้ฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตาม

กฎกระทรวงที่ออกตามมาตรา 8 (5) หรือ (7) แห่งพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 ให้ พนักงานอัยการโจทก์มี คำขอให้ศาลพิพากษา หรือสั่งให้ใช้วิธีการเพื่อความปลอดภัยแก่จำเลยด้วย จากการวิเคราะห์บทบัญญัติใน พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพ สิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535 จะเห็นได้ว่า แผนปฏิบัติการเพื่อลดและ ขจัด มลพิษในเขตควบคุมมลพิษของเจ้าพนักงานท้องถิ่นและแผนปฏิบัติการเพื่อการจัดการ คุณภาพสิ่งแวดล้อมใน ระดับจังหวัดไม่ใช่กฎหมาย แต่เป็นแผนสำหรับการปฏิบัติงานของ เจ้าพนักงานท้องถิ่นและผู้ว่าราชการจังหวัดแห่ง ท้องที่ที่ถูกประกาศกำหนดให้เป็นเขตควบคุม มลพิษเท่านั้น ดังนั้น ในกรณีที่แผนปฏิบัติการ ดังกล่าวมีข้อก ำหนดให้ผู้ ประกอบกิจการโรงงาน ในท้องที่นั้นปฏิบัติตามใด ๆ ถ้าผู้ประกอบการ กิจการโรงงานผู้ใดไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดใน แผนปฏิบัติการดังกล่าว ก็ไม่มีความผิดหรือ จะต้องถูกลงโทษแต่อย่างใด แต่เป็นเรื่องที่เจ้าพนักงานท้องถิ่นและผู้ว่า

ราชการจังหวัดแห่ง ท้องที่นั้นต้องใช้มาตรการทางปกครองและศิลปะ ทางปกครองขอความร่วมมือจากเอกชนซึ่งเป็นผู้ ประกอบกิจการโรงงานในท้องที่นั้น

สรุปผล

การลดและขจัดมลพิษในเขตควบคุมมลพิษมี ประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลดียิ่งขึ้น ควร แก่ไขเพิ่มเติม กฎหมายให้มีผลให้ข้อกำหนดในแผนปฏิบัติการดังกล่าวมีสภาพบังคับตาม กฎหมายด้วย มิใช่ให้เป็นเพียงแผนปฏิบัติการ ของผู้บริหารในระดับจังหวัดหรือระดับท้องถิ่นเท่านั้น

ข้อเสนอแนะ

1. เพื่อให้การใช้บังคับพระราชบัญญัติ โรงงาน พ.ศ. 2535 ในส่วนที่เกี่ยวกับการกำหนด มาตรฐานและวิธีการ ควบคุมการปล่อยของเสีย มลพิษหรือสิ่งใด ๆ ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และการกำหนดข้อมูลที่เป็นเกี่ยวกับการ ประกอบกิจการโรงงานที่ผู้ประกอบการ โรงงานต้องแจ้งให้พนักงานเจ้าหน้าที่ทราบ มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ดียิ่งขึ้นควรแก้ไข เพิ่มเติมบทบัญญัติในมาตรา 45 และมาตรา 46 แห่งพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 ดังนี้ มาตรา 45 เดิมบัญญัติว่า “ผู้ใดฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตาม กฎกระทรวงที่ออกตามมาตรา 8 (1) (2) (3) (4) (5) หรือ (8) หรือ ประกาศของรัฐมนตรีที่ออก ตามกฎกระทรวงดังกล่าว ต้องระวางโทษปรับไม่เกินสองแสนบาท” แก้ไขเป็น “ผู้ใดฝ่าฝืน หรือไม่ปฏิบัติตาม กฎกระทรวงที่ออกตามมาตรา 8 (1) (2) (3) (4) (5) หรือ (8) หรือประกาศของรัฐมนตรีที่ออก ตาม กฎกระทรวงดังกล่าว ต้องระวางโทษปรับไม่เกินสี่แสนบาท และในการดำเนินคดี ให้พนักงาน อัยการมีค าขอให้ศาล สั่งให้ใช้วิธีการเพื่อความ ปลอดภัยแก่จำเลยด้วยตามสมควรแก่กรณี” มาตรา 46 เดิมบัญญัติว่า “ผู้ใดฝ่าฝืนหรือไม่ ปฏิบัติตาม กฎกระทรวงที่ออกตามมาตรา 8 (6) หรือ (7) หรือประกาศของรัฐมนตรีที่ออกตามกฎกระทรวงดังกล่าว ต้องระวางโทษปรับไม่เกิน สองหมื่นบาท แก้ไขเป็น “ผู้ใดฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามกฎกระทรวงที่ออกตามมาตรา 8 (6) หรือ (7) หรือ ประกาศของรัฐมนตรีที่ออกตาม กฎกระทรวงดังกล่าว ต้องระวางโทษปรับไม่เกิน สี่หมื่นบาท และในการ ดำเนินคดี ให้พนักงาน อัยการมีค าขอให้ศาลสั่งให้ใช้วิธีการเพื่อความ ปลอดภัยแก่จำเลยด้วยตามสมควรแก่กรณี”

2. เพื่อให้การใช้บังคับพระราชบัญญัติ ส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535 ในส่วนที่ว่า ด้วยการลดและขจัด มลพิษในเขตควบคุมมลพิษ มีประสิทธิภาพและ ประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น ควรแก้ไขเพิ่มเติมบทบัญญัติ ในวรรคสามของมาตรา 60 แห่งพระราชบัญญัติ ส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535 ดังนี้ มาตรา 60 วรรคสามเดิมบัญญัติว่า “ในการจัดทำแผนปฏิบัติการเพื่อลดและ ขจัดมลพิษของเจ้าพนักงานท้องถิ่นตามวรรค หนึ่งและวรรคสอง ให้เจ้าพนักงานควบคุม มลพิษแนะนำและช่วยเหลือตามความจำเป็น” แก้ไขเป็น “ในการจัดทำ แผนปฏิบัติการเพื่อลด และขจัดมลพิษของเจ้าพนักงานท้องถิ่นตามวรรค หนึ่งและวรรคสอง ให้เจ้าพนักงานควบคุม มลพิษแนะนำและช่วยเหลือตามความ จำเป็น และถ้าเจ้าพนักงานท้องถิ่นเห็นว่ามี ความ จำเป็นต้องกำหนดให้ผู้ ประกอบกิจการโรงงานใน เขตควบคุมมลพิษปฏิบัติการอย่างใดในระดับ มาตรฐานสูงกว่าที่กำหนดให้ผู้ประกอบการ โรงงานในเขตพื้นที่ทั่วไปปฏิบัติ ให้เจ้าพนักงาน ท้องถิ่นเสนอผู้ว่าราชการจังหวัดเพื่อนำเสนอ เรื่องนั้นต่อ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม พิจารณาออกกฎกระทรวงตามพระราชบัญญัติ โรงงาน พ.ศ. 2535 มาตรา 8 (5) หรือ (7) แล้วแต่กรณีต่อไป” เมื่อรัฐมนตรีว่าการกระทรวง อุตสาหกรรมออกกฎกระทรวงดังกล่าวแล้ว ถ้าผู้ ประกอบ กิจการโรงงานผู้ใดฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติ ตามกฎกระทรวงดังกล่าว ย่อมมีความผิดและถูกลงโทษตามมาตรา 45 หรือ มาตรา 46 แห่ง พระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535

เอกสารอ้างอิง

[1] ประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความ

แห่งพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535

แห่งพระราชบัญญัติ ส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535