

ความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่ม
แบบหยอดเหรียญ และพฤติกรรมการใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ
ในเขตเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

วัชรนันท์ ทองมา

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

กลุ่มวิชาการบริหารทั่วไป

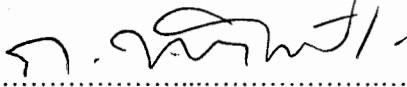
วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

มิถุนายน 2559

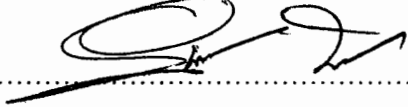
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา


อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบงานนิพนธ์ได้พิจารณางานนิพนธ์
ของ วัชรนันท์ ทองมา ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

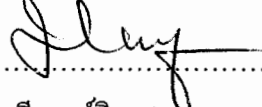
อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์


.....อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(อาจารย์ ดร.กฤษฎา นันทเพ็ชร)

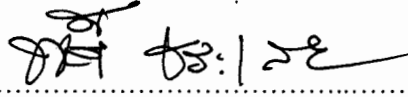
คณะกรรมการสอบงานนิพนธ์


.....ประธาน
(อาจารย์ ดร.อุษณากร ทาวะรัมย์)


.....กรรมการ
(อาจารย์ ดร.กฤษฎา นันทเพ็ชร)


.....กรรมการ
(อาจารย์ ดร.สุณี หงษ์วิเศษ)

วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจอนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยบูรพา


..... คณบดีวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พจน์ีย์ ธารเสนา)
วันที่...2...เดือน.....มิถุนายน.....พ.ศ....2559.....

กิตติกรรมประกาศ

งานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาจาก ดร.กฤษฎา นันทเพ็ชร อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ที่กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำแนวทางที่ถูกต้อง ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความละเอียดถี่ถ้วนและเอาใจใส่ด้วยดีเสมอมา ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่ง จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบ รวมทั้งให้คำแนะนำแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยให้มีคุณภาพ นอกจากนี้ยังได้รับความอนุเคราะห์จาก ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน รวมถึงเจ้าหน้าที่สาธารณสุขประจำเทศบาลเมืองชลบุรี และคุณธนิศ พิณจตุตถกรรม์ เจ้าของกิจการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ Mr.C ที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยทำให้งานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณ คณะกรรมการตรวจสอบงานนิพนธ์ทุกท่านที่กรุณาให้ความรู้ให้คำปรึกษา ตรวจสอบแก้ไขและวิจารณ์ผลงานทำให้งานนิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณ คุณแม่ณัฐนันท์ แซ่ตัน และพี่ ๆ เพื่อน ๆ การบริหารรุ่นที่ 8 วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา ทุกคนที่ให้อำนาจใจ และสนับสนุนผู้วิจัยเสมอมา

คุณค่าและประโยชน์ของงานนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นกตัญญูกตเวทิตาแด่ บพภารี บุรพาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่านทั้งในอดีตและปัจจุบัน ที่ทำให้ข้าพเจ้าเป็นผู้มีการศึกษา และประสบความสำเร็จมาจนตราบเท่าทุกวันนี้

วัชรนันท์ ทองมา

57930035: กลุ่มวิชา: การบริหารทั่วไป; รป.ม. (การบริหารทั่วไป)

คำสำคัญ: ความคิดเห็น/ พฤติกรรมการใช้บริการ/ เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ

วิชานี้ ทงมา: ความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจ
ผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ และพฤติกรรมการใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่ม
แบบหยอดเหรียญ ในเขตเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี (OPINIONS
TOWARDS LEGAL MEASURES FOR DRINKING WATER VENDING MACHINE
BUSINESS AND BEHAVIOUR ON USING DRINKING WATER VENDING MACHINES IN
BAAN SUAN MUNICIPALITY, AMPHOE MUEANG, CHON BURI PROVINCE)

อาจารย์ควบคุมงานนิพนธ์: กฤษณา นันทเพ็ชร, ปร.ค. 113 หน้า. ปี พ.ศ. 2559.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมาย
เกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ และพฤติกรรมการใช้บริการ
เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ในเขตเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี
มีกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองบ้านสวน จำนวน 385 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
ประกอบ คือ แบบสอบถาม สถิติพื้นฐานที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การแจกแจงความถี่
ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมุติฐานใช้สถิติ t-test และ
การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สำเร็จการศึกษาในระดับ
มัธยมศึกษาตอนต้น ประกอบอาชีพค้าขาย/ อาชีพอิสระ มีรายได้ต่อเดือน 10,001 ถึง 20,000 บาท
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า เห็นด้วยมากที่สุดต่อการออก
มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ เมื่อพิจารณา
เป็นรายด้านทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณลักษณะเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ด้านแหล่งน้ำ
และการปรับปรุงคุณภาพน้ำ ด้านการควบคุมคุณภาพมาตรฐานน้ำบริโภค ด้านการบำรุงรักษา และ
การทำความสะอาด และท้ายที่สุดด้านการบันทึกและการรายงานพบว่า เห็นด้วยมากที่สุดในทุกด้าน
เช่นเดียวกัน ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน
แตกต่างกันมีความคิดเห็น ไม่แตกต่างกัน

ในส่วนพฤติกรรมในการใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญเฉลี่ย
3 ถึง 4 ครั้งต่อสัปดาห์ ในช่วงเวลา 20.01 น. ถึง 22.00 น. ปริมาณน้ำโดยเฉลี่ยต่อครั้ง พบว่า
ส่วนใหญ่เป็นปริมาณ 10 ลิตรขึ้นไป คิดเป็นจำนวนเงิน 10 บาทขึ้นไป มีสาเหตุในการใช้
เนื่องมาจากที่พักไม่มีเครื่องกรองน้ำ

57930035: MAJOR: GENERAL ADMINISTRATION; M.P.A.
(GENERAL ADMINISTRATION)

KEYWORDS: OPINIONS/ BEHAVIOUR ON USING SERVICE/ DRINKING WATER
VENDING MACHINES

WATCHARANAN THONGMA: OPINIONS TOWARDS LEGAL MEASURES FOR
DRINKING WATER VENDING MACHINE BUSINESS AND BEHAVIOUR ON USING
DRINKING WATER VENDING MACHINES IN BAAN SUAN MUNICIPALITY, AMPHOE
MUEANG, CHON BURI PROVINCE. ADVISOR: KRISDA NANTAPETCH, Ph.D. 113 P.
2016.

The purposes of this study were to examine opinions towards legal measures for drinking water vending machine business and behavior on using drinking water vending machines in Baan Suan Municipality, Amphoe Mueang, ChonBuri Province. The subjects participating in this study were 385 consumers living in Baan Suan Municipality. The instrument used to collect the data was a questionnaire. The statistical tests used to analyze the collected data included frequency, percentage, means, and standard deviation. To test the research hypotheses, the tests of t-test and One-way ANOVA were administered.

The results of the study revealed that the majority of the respondents were female, holding a high school certificate, running a business/ doing a freelance work, and earning 10,001-20,000 baht per month. Also, it was found that they agreed with the legal measures for drinking water vending machine business. Specifically, they agreed at the highest level with six aspects of the legal measures for drinking water vending machine business. These included the ones in relation to the specification of drinking water vending machines, water resources, water quality improvement, standard quality control for drinking water, machine maintenance and cleaning, recording and reporting. Based on the test of hypotheses, it was shown that there were no statistically significant differences in the level of opinions towards legal measures for drinking water vending machine business among the subjects with different gender, occupation, and amount of monthly income.

Regarding the behavior on using drinking water vending machines, the subjects used them 3-4 times per week at 8.01-10:00 p.m. and more than 10 liters each time which cost them more than 10 baht. The subjects needed to use drinking water vending machines as they did not own a water purifying machine at home.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
สมมติฐานการวิจัย.....	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	6
ขอบเขตของการวิจัย.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	8
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
สภาพทั่วไปของเขตเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี.....	10
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ.....	12
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคิดเห็น.....	18
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	24
กฎหมายและระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มหยอดเหรียญ.....	33
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	57
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	65
ประชากร.....	65
การเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	66
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	67
การสร้างเครื่องมือวิจัย.....	68
การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ.....	68

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	69
วิเคราะห์ข้อมูล.....	69
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	71
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	72
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการใช้บริการเครื่อง จำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	73
ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการออกมาตรการ ทางกฎหมาย เกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญของ ผู้บริโภคนในเขตเทศบาล เมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี โดยรวม.....	75
ตอนที่ 4 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นโดยรวมต่อการออกมาตรการทาง กฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ของ เทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี.....	88
ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะของผู้บริโภคต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับ ธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ.....	93
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	94
สรุปผล.....	94
อภิปรายผล.....	96
ข้อเสนอแนะ.....	100
บรรณานุกรม.....	104
ภาคผนวก.....	107
ประวัติย่อของผู้วิจัย.....	113

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	สรุปแนวคิดและทฤษฎีของนักวิชาการในเรื่ององค์ประกอบ.....	23
2	สรุปแนวคิดและทฤษฎีของนักวิชาการในเรื่อง ปัจจัย.....	23
3	สรุปแนวคิดและทฤษฎีของนักวิชาการในเรื่องวิธีการวัดความคิดเห็น.....	24
4	สรุปแนวคิดและทฤษฎีของนักวิชาการในเรื่องการวิเคราะห์.....	32
5	สรุปแนวคิดและทฤษฎีของนักวิชาการในเรื่องปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของ ผู้บริโภค.....	32
6	สรุปกฎหมายและระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มหยอดเหรียญ.....	56
7	สรุปแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคของงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	64
8	สรุปแนวคิดเกี่ยวกับมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่าย น้ำดื่มแบบหยอดเหรียญของงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	64
9	การสุ่มตัวอย่างตามความหนาแน่นของจำนวนประชากรในแต่ละตำบลของเทศบาล เมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี.....	66
10	จำนวน และร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	72
11	จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมในการใช้บริการเครื่องเครื่องจำหน่ายน้ำดื่ม แบบหยอดเหรียญของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	73
12	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลความคิดเห็นต่อการออกมาตรการ ทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ของผู้บริโภคในของเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี โดยรวมและ จำแนกเป็นรายด้าน	75
13	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ ความคิดเห็นต่อ การออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่าย น้ำดื่ม แบบหยอดเหรียญ ของผู้บริโภคในของเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ด้านสถานที่ตั้งเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ.....	77
14	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ ความคิดเห็นต่อ การออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่ม แบบหยอดเหรียญ ของผู้บริโภคในของเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ด้านคุณลักษณะเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ.....	79

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
15 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ ความคิดเห็นต่อ การออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่ม แบบหยอดเหรียญ ของผู้บริโภคนในของเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ด้านแหล่งน้ำ และการปรับปรุงคุณภาพน้ำ.....	81
16 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ ความคิดเห็นต่อ การออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่ม แบบหยอดเหรียญ ของผู้บริโภคนในของเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ด้านการควบคุมคุณภาพมาตรฐานน้ำบริโภค	83
17 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ ความคิดเห็นต่อการออก มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ของผู้บริโภคนในของเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ด้านการบำรุงรักษา และการทำความสะอาด.....	85
18 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ ความคิดเห็นต่อ การออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่ม แบบหยอดเหรียญ ของผู้บริโภคนในของเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ด้านการบันทึกและการรายงาน.....	87
19 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อความเป็นไปได้ ในการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่ม แบบหยอดเหรียญในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรีจำแนกตามเพศ.....	88
20 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อความเป็นไปได้ของผู้บริโภค ในการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่ม แบบหยอดเหรียญในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรีจำแนกตามระดับการศึกษา.....	89
21 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อความเป็นไปได้ ในการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่ม แบบหยอดเหรียญในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา.....	90

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
22	90
ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้บริโภครต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามอาชีพ.....	
23	91
ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภครต่อความเป็นไปได้ในการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรีจำแนกตามอาชีพ.....	
24	92
ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้บริโภครต่อความเป็นไปได้ในการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรีจำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	
25	92
ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นของผู้บริโภครต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรีเฉลี่ยโดยรวมทุกด้านจำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	
26	93
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	6
2 อาณาเขตของเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี.....	11
3 ลักษณะทั่วไปของเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ.....	14
4 สภาพภายในของระบบการกรองของเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญประเภท ระบบการกรองของเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ.....	15

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

“น้ำ” เป็นสิ่งจำเป็นต่อการดำรงชีพของมนุษย์ เราจึงจำเป็นต้องบริโภคน้ำสะอาด เพื่อสุขภาพที่ดี เพราะในร่างกายของมนุษย์ประกอบด้วยน้ำถึง 70 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งระบบต่าง ๆ ภายในของร่างกายมนุษย์ ต้องอาศัยน้ำเป็นตัวช่วยให้ระบบภายในร่างกายสามารถทำงานได้ตามปกติ เช่น ระบบหมุนเวียนเลือดที่น้ำมีส่วนช่วยให้เลือดสามารถไหลไปหล่อเลี้ยงร่างกายได้ หรือระบบขับสารพิษออกจากร่างกายที่ใช้น้ำเป็นตัวนำพาสารพิษออกจากร่างกาย เป็นต้น คุณภาพของน้ำจึงมีอิทธิพลยิ่งต่อสุขภาพร่างกาย หากแต่ร่างกายของมนุษย์ได้รับน้ำในแต่ละวันน้อยจนเกินไป ก็จะก่อให้เกิดผลเสียต่อร่างกาย เช่น เลือดจะมีความเข้มข้นมากขึ้น ทำให้การไหลเวียนของเลือดไปยังส่วนต่าง ๆ ของร่างกายเป็นไปได้อย่างยากลำบาก หัวใจจึงต้องรับภาระสูบฉีดเลือดไปหล่อเลี้ยงร่างกายมากยิ่งขึ้น เกิดเป็นโรคเส้นเลือดตีบตัน, สมองเลื่อม เพราะเลือดไปเลี้ยงสมองไม่เพียงพอ โดยสถิติแล้วมนุษย์เรานั้นดื่มน้ำในปริมาณถึงหนึ่งตันต่อปี ซึ่งเป็นปริมาณมหาศาล ที่ครอบคลุมชีวิตทั้งหมดของเรา ดังนั้นน้ำจึงไม่ได้เป็นเพียงเครื่องดื่มคลายกระหายปกติทั่วไปเท่านั้น แต่เป็นสิ่งจำเป็นต่อชีวิตมนุษย์อีกด้วย เมื่อน้ำมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ สิ่งที่ต้องคำนึงถึงเป็นอันดับแรกตามมาก็คือ คุณภาพของน้ำที่นำมาใช้ในการบริโภค หากไม่สะอาดเพียงพออาจก่อให้เกิดผลเสีย และนำเอาโรคมาระบาดสู่ผู้บริโภคได้ (สมศักดิ์ วรคามิน, 2551)

ในอดีตนั้นแหล่งน้ำที่มนุษย์ใช้ในการบริโภคล้วนมาจากแหล่งน้ำตามธรรมชาติ เช่น น้ำฝน น้ำบาดาล หรือน้ำจากแม่น้ำ ลำคลอง และทะเลสาบ เป็นต้น แต่ปัจจุบันเมื่อวิถีการดำเนินชีวิตได้เปลี่ยนแปลงไป ประกอบกับแหล่งน้ำตามธรรมชาติไม่มีคุณภาพพอที่จะใช้บริโภคได้ (สิริกัญญา สุภาศรี, 2553) แม้ว่าจะมีการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนหันมาบริโภคน้ำประปามากขึ้น ตัวอย่างเช่น โครงการ “น้ำประปาดื่มได้” ของประเทศไทย แต่ประชาชนส่วนใหญ่ก็ยังไม่มั่นใจในคุณภาพ และมาตรฐานของน้ำประปาว่าสามารถนำมาบริโภคได้โดยตรง โดยไม่ผ่านกระบวนการใด ๆ (ศูนย์วิจัยสุขภาพกรุงเทพ เครือโรงพยาบาลกรุงเทพ, 2557) ผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดจึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่มีผู้ผลิต ขนาดบรรจุภัณฑ์ รวมไปถึงราคาที่หลากหลายให้เลือกบริโภค แต่เมื่อเปรียบเทียบราคาน้ำดื่มบรรจุขวด 1 ขวดต่อปริมาณน้ำที่ได้ กลับไม่สมเหตุสมผลกับราคาที่ต้องจ่าย เมื่อรวมค่าใช้จ่ายในการชื้อน้ำดื่มบรรจุขวดต่อปี ต่อครอบครัวหนึ่ง

ก็นับได้ว่ามีมูลค่าที่สูงมาก ที่พักอาศัยทั่วไปจึงมักติดตั้งเครื่องกรองน้ำ เพื่อกรองน้ำประปาแล้ว จึงนำน้ำที่ผ่านการกรองแล้วมาใช้ในการบริโภค ในขณะที่เดียวกันเครื่องกรองน้ำที่มีคุณภาพก็มีราคาที่สูง ไม่ใช่ทุกครอบครัวที่จะมีกำลังซื้อเพียงพอ อีกทั้งผู้ที่พักอาศัยอยู่ในสถานที่ที่ไม่ใช่ของตนเอง ย่อมไม่สามารถที่จะติดตั้งเครื่องกรองน้ำเพื่อการใช้งานได้ จึงต้องหาทางเลือกอื่นในการหาน้ำดื่มสะอาดมาใช้ในการบริโภค เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญจึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของผู้บริโภคที่ในการหาซื้อน้ำดื่มที่ผ่านการกรองและได้คุณภาพ ในราคาที่ถูกลงกว่า และยังเป็นการช่วยลดปัญหาขยะจากขวดน้ำพลาสติกที่ทำลายสิ่งแวดล้อมอีกด้วย หากเปรียบเทียบราคาน้ำดื่มบรรจุขวด 1 ขวด ราคา 10 บาท ได้ 500 มิลลิลิตร แต่ราคาของน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญนี้จำหน่ายเพียง ลิตรละ 0.50-1.50 บาท การหาซื้อน้ำดื่มที่ได้คุณภาพในราคาที่สมเหตุสมผล จึงไม่ใช่เรื่องยากอีกต่อไป (ณชพัณฑ์ อัครวิชชนันท์, 2554)

การเข้ามาของเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญในประเทศไทยนั้นมี บริษัท วอเตอร์ เน็ท จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ริเริ่ม โครงการการผลิตและการจำหน่ายเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญอัตโนมัติเป็นรายแรกในปี พ.ศ. 2540 ภายใต้เครื่องหมายการค้า “Daily fresh” ซึ่งเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญของบริษัทนั้นสามารถพบเห็นได้ทั่วไปตามพื้นที่กรุงเทพฯ และได้รับความนิยมมีผู้สนใจใช้บริการเป็นจำนวนมาก จากนั้นจึงได้มีการขยายการติดตั้งไปยังเขตปริมณฑล และในจังหวัดอื่น ๆ ต่อไป (บริษัท วอเตอร์ เน็ท จำกัด, 2559) ขณะที่จังหวัดชลบุรี เป็นจังหวัดที่มีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจสูงอันดับต้น ๆ ของประเทศไทย และสูงสุดในภาคตะวันออก เนื่องจากการมีอยู่ของนิคมอุตสาหกรรมใหญ่อมตะนคร ทำให้จังหวัดชลบุรีมีการหลั่งไหลของประชากรเข้ามามากมายจากหลายทิศทาง ทั้งจากในและนอกประเทศเข้ามาประกอบอาชีพหรือใช้แรงงานในตัวจังหวัด และทวีจำนวนมากขึ้นเรื่อย ๆ (ผู้จัดการออนไลน์, 2557) ประชากรเหล่านี้ได้ก่อให้เกิดความต้องการในการบริโภคน้ำสะอาดที่มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ที่ได้มีการสร้างบ้านเช่า ห้องเช่า หอพัก และอพาร์ทเมนท์ ขึ้นมากมายเพื่อรองรับกลุ่มประชากรดังกล่าว ส่งผลให้ความต้องการน้ำสะอาดในการบริโภคย่อมเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ เป็นที่สังเกตได้ว่าตามแหล่งชุมชนในเขตเทศบาลเมืองบ้านสวนนั้น มีการติดตั้งเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญเพื่อให้บริการในบริเวณชุมชนดังกล่าวเป็นจำนวนมาก ด้วยปัจจัยทั้งความสะดวกสบายในการใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญที่มีอยู่ทั่วไป และราคาของน้ำดื่มที่ได้คุณภาพในราคาที่ย่อมเยา การเลือกใช้บริการน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญจึงเป็นทางเลือกที่ดีอีกทางหนึ่งต่อผู้บริโภค (สิริกัญญา สุภาศรี, 2553)

เมื่อพิจารณาถึงมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญพบว่า มีกฎหมายที่กำหนดหลักเกณฑ์ และควบคุมการประกอบธุรกิจเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญหลากหลายฉบับ อาทิเช่น ประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 61 (พ.ศ.2524) เรื่อง น้ำบริโภคน้ำในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท, ประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 135 (พ.ศ.2534) เรื่อง น้ำบริโภคน้ำในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท (ฉบับที่ 2), แนวทางควบคุมการประกอบกิจการตู้จำหน่ายหยอดเหรียญ พ.ศ. 2553, ประกาศคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก ฉบับที่ 31 พ.ศ. 2553 เรื่อง ให้ตู้จำหน่ายหยอดเหรียญอัตโนมัติเป็นสินค้าที่ควบคุมฉลาก และประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่อง คำชี้แจงประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 362) พ.ศ. 2556 เรื่อง น้ำบริโภคน้ำจากตู้จำหน่ายอัตโนมัติ เป็นต้น รวมไปถึงข้อบัญญัติขององค์กรส่วนปกครองท้องถิ่น อาทิเช่น ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่อง กิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ พ.ศ. 2544, ข้อบัญญัติองค์การบริหารส่วนตำบลตะมุตะเม็ด เรื่อง การควบคุมการประกอบกิจการตู้จำหน่ายหยอดเหรียญ พ.ศ. 2553 และข้อบัญญัติเมืองพัทยา เรื่อง กิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2555 ซึ่งมาตรการทางกฎหมายทั้งหมดล้วนออกมาเพื่อทำการควบคุมตรวจสอบธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ที่ปัจจุบันทวีจำนวนมากขึ้นเรื่อย ๆ รวมถึงเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคให้เกิดความมั่นใจ และความปลอดภัยในการบริโภคน้ำจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มดังกล่าว

อย่างไรก็ตาม แม้ปัจจุบัน จะมีกฎหมายมากมายตามที่ได้กล่าวไปในข้างต้นที่กำหนดหลักเกณฑ์ควบคุมการและตรวจสอบการประกอบธุรกิจเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ แต่ก็ยังพบปัญหา อาจเนื่องมาจากปัญหาในด้านการบังคับใช้กฎหมาย หรือจำนวนของผู้บังคับใช้ที่ไม่เพียงพอต่อการตรวจสอบให้ครอบคลุมทุกเครื่องทุกพื้นที่ โดยปัญหาดังกล่าวที่ว่าก็คือ น้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญนั้นไม่มีคุณภาพ, ไม่ถูกสุขลักษณะ หรือไม่ได้มาตรฐานปลอดภัยเพียงพอต่อผู้บริโภคที่จะนำน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญมาบริโภค เพราะจากการสุ่มตรวจสอบก็ยังพบการปนเปื้อนของเชื้อจุลินทรีย์ ฝุ่นละออง ตะไคร่น้ำ ที่ปะปนมากับน้ำดื่มดังกล่าว (พิชญากร มาพะเนา, 2554) นอกจากนี้ในพื้นที่อื่น ๆ อีกหลายแห่ง โดยเฉพาะในเขตต่างจังหวัด ที่มีการติดตั้งเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญเอาไว้มากมาย เช่น ในเขตเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ก็ยังไม่มีมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ซึ่งหากไม่มีการควบคุมกับกำกับดูแลก็อาจเป็นอันตรายต่อผู้บริโภค และปัญหาอื่น ๆ ตามมาภายหลังได้

หลังจากที่ผู้วิจัยได้รับทราบข้อมูลถึงความสำคัญของน้ำที่ใช้ในการบริโภค และทางเลือกมากมายของผู้บริโภคในการสรรหาน้ำดื่มสะอาดที่ตนเองพึงพอใจในฐานะที่เป็นเครื่องดื่มที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตประจำวัน รวมไปถึงความจำเป็นในการออกมาตรการทางกฎหมายเพื่อ

ควบคุมตรวจสอบการประกอบธุรกิจเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ให้มีคุณภาพ สะอาด และปลอดภัยต่อผู้บริโภคแล้ว หากผู้วิจัยสามารถศึกษา ทำความเข้าใจเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ และพฤติกรรมการใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญแล้ว ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า ผลการวิจัยดังกล่าว จะเป็นประโยชน์ในการนำความคิดเห็นต่อมาตรการต่าง ๆ มาปรับใช้เพื่อให้เป็นแนวทางในการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ของเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรีทั้งเป็นข้อมูลให้ผู้ประกอบการ หรือผู้ที่ต้องการเข้ามาประกอบธุรกิจเกี่ยวกับตู้จำหน่ายน้ำดื่มหยอดเหรียญในปัจจุบัน นำเอาไปใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ ได้อย่างมีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นต่อการออกออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ของเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการเครื่องจำหน่ายเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี
3. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการออกออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ของเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามเพศ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

สมมติฐานการวิจัย

1. ผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ แตกต่างกัน
2. ผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ที่มีการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ แตกต่างกัน
3. ผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ แตกต่างกัน

4. ผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญแตกต่างกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

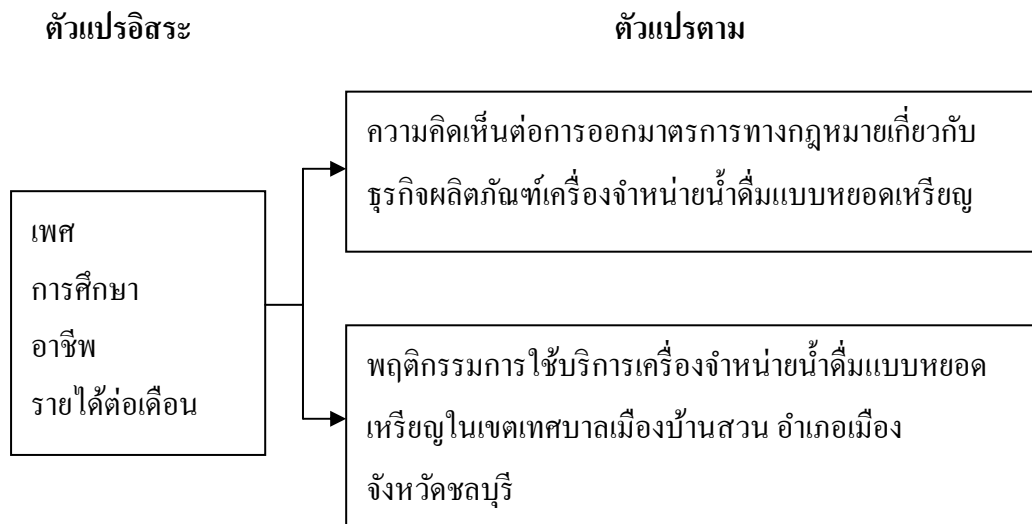
จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่อง ความคิดเห็นต่อการออกกฎระเบียบข้อบังคับการประกอบธุรกิจเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ผู้วิจัยได้ใช้งานวิจัยของ เสกสรรค์ วิทย์ปรีชากุล (2550), สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (2551), นุชจรินทร์ ศรีนุชศาสตร์ (2555) และ วิศรดา ปิ้อาทิตย์ และอลงกรณ์ วงศ์หมั่น (2557) รวมถึงมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ได้แก่ แนวทางควบคุมการประกอบกิจการตู้จำหน่ายน้ำดื่มหยอดเหรียญ พ.ศ. 2553, ประกาศคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก ฉบับที่ 31 พ.ศ. 2553 เรื่อง ให้นำน้ำดื่มหยอดเหรียญอัตโนมัติเป็นสินค้าที่ควบคุมฉลาก และประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่อง คำชี้แจงประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 362) พ.ศ. 2556 เรื่อง น้ำบริโภคจากตู้จำหน่ายน้ำดื่มอัตโนมัติและข้อบัญญัติขององค์กรส่วนปกครองท้องถิ่น ได้แก่ ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่อง กิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ พ.ศ. 2544, ข้อบัญญัติองค์การบริหารส่วนตำบลวัดละมุด เรื่อง การควบคุมการประกอบกิจการตู้จำหน่ายน้ำดื่มหยอดเหรียญ พ.ศ. 2553 และ ข้อบัญญัติเมืองพัทยา เรื่อง กิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2555 โดยสามารถกำหนดองค์ประกอบการศึกษาได้ดังต่อไปนี้

1. สถานที่ตั้งเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ
2. คุณลักษณะเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ
3. แหล่งน้ำ และการปรับปรุงคุณภาพน้ำ
4. การควบคุมคุณภาพมาตรฐานน้ำบริโภค
5. การบำรุงรักษา และการทำความสะอาด
6. การบันทึกและการรายงาน

ในส่วนของพฤติกรรมการใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ผู้วิจัยได้ใช้งานวิจัยของ สิริกัญญา สุภาศรี (2553) และณพัฒน์ อัครวิชชานนท์ (2554) มาเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดในเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญในเขตเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี โดยสามารถกำหนดองค์ประกอบการศึกษาได้ดังต่อไปนี้

1. จำนวนครั้งต่อสัปดาห์

2. ช่วงเวลาในการใช้บริการ
3. ปริมาณน้ำต่อครั้ง
4. จำนวนเงินต่อครั้ง
5. เหตุผลในการใช้บริการ



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. เพื่อเป็นแนวทางในการออกกฎระเบียบข้อบังคับการประกอบธุรกิจเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ของเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี
2. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ ให้กับผู้ประกอบการ หรือผู้ที่ต้องการเข้ามาประกอบธุรกิจเกี่ยวกับตู้จำหน่ายน้ำดื่มหยอดเหรียญ

ขอบเขตของการวิจัย

ด้านเนื้อหา

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษา ความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ และพฤติกรรมการใช้บริการในเขตเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ผู้ศึกษาใช้กรอบแนวคิดซึ่งปรับจากงานวิจัยที่มี

ความเกี่ยวข้องกับหัวข้อของผู้ศึกษา และมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์ เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญมาเป็นตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ คุณลักษณะทั่วไปของผู้ที่มาใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญในเขตเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี แบ่งเป็น

1. เพศ
2. การศึกษา
3. อาชีพ
4. รายได้ต่อเดือน

ตัวแปรตาม ได้แก่ ความคิดเห็นต่อการออกกฎระเบียบข้อบังคับการประกอบธุรกิจ เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญแบ่งเป็น 6 ด้าน คือ

1. สถานที่ตั้งเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ
2. คุณลักษณะเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ
3. แหล่งน้ำ และการปรับปรุงคุณภาพน้ำ
4. การควบคุมคุณภาพมาตรฐานน้ำบริโภค
5. การบำรุงรักษา และการทำความสะอาด
6. การบันทึกและการรายงาน

และพฤติกรรมของผู้ที่มาใช้บริการใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ แบ่งเป็น 5 ข้อ คือ

1. จำนวนครั้งต่อสัปดาห์
2. ช่วงเวลาในการใช้บริการ
3. ปริมาณน้ำต่อครั้ง
4. จำนวนเงินต่อครั้ง
5. เหตุผลในการใช้บริการ

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้ที่มาใช้บริการใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญในเขตเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

สถานที่

การวิจัยครั้งนี้ กำหนดพื้นที่ในเขตเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี บริเวณชุมชน ซึ่งคาดว่าจะพบกลุ่มเป้าหมายเป็นจำนวนมาก เนื่องจากพื้นที่ที่มีเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญส่วนใหญ่จะอยู่ในบริเวณชุมชน

ช่วงเวลา

การศึกษาครั้งนี้มีระยะเวลาในการดำเนินการ ตั้งแต่ 1 มกราคม พ.ศ. 2559-20 พฤษภาคม พ.ศ. 2559

นิยามศัพท์เฉพาะ

ความคิดเห็น หมายถึง การแสดงออกทางด้านความรู้สึก หรือทัศนคติของผู้ใช้บริการ เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ และประชาชนทั่วไปที่มีต่อการออกกฎระเบียบ ข้อบังคับ การประกอบธุรกิจเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ซึ่งมีความแตกต่างกันไปตามแต่ละบุคคล

การออกกฎระเบียบ ข้อบังคับการประกอบธุรกิจเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ หมายถึง การจัดระเบียบธุรกิจเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ภายใต้การควบคุมดูแลของ เทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ หมายถึง เครื่องขายน้ำดื่มที่ต่อเข้ากับน้ำประปา ทั่วไป แต่ผ่านการกรรมวิธีการกรอง ก่อนทำการจ่ายน้ำ โดยจะจ่ายน้ำให้ตามจำนวนเหรียญ หยอดเหรียญเข้าไปในเครื่องแล้วเท่านั้น

ความคิดเห็นต่อการออกกฎระเบียบ ข้อบังคับการประกอบธุรกิจเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ หมายถึง การที่ผู้ใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ และประชาชน ในเขตเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี แสดงออกทางด้านความรู้สึก หรือทัศนคติ ในลักษณะที่เห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วยต่อมาตรการทางกฎหมายดังกล่าว จำนวน 6 ด้าน ได้แก่

1. สถานที่ตั้งเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ หมายถึง สภาพแวดล้อมโดยรอบ ที่มีการติดตั้งเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ
2. คุณลักษณะเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ หมายถึง รูปร่างภายนอกของ เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ
3. แหล่งน้ำ และการปรับปรุงคุณภาพน้ำ หมายถึง ที่มาของน้ำ และการปรับสภาพน้ำ ก่อนนำเข้าสู่กระบวนการผลิตน้ำเพื่อการบริโภคของเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ
4. การควบคุมคุณภาพมาตรฐานน้ำบริโภค หมายถึง การตรวจสอบคุณภาพของน้ำตาม คุณภาพมาตรฐานตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยน้ำบริโภคในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท
5. การบำรุงรักษา และการทำความสะอาด หมายถึง การดูแลทำความสะอาด บริเวณที่ตั้ง สภาพภายในภายนอก ใส่กรอง และแหล่งกักเก็บน้ำของเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ
6. การบันทึกและการรายงาน หมายถึง การจัดทำระบบข้อมูลรายงานการตรวจสอบ คุณภาพน้ำ และการบำรุงรักษาเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ

พฤติกรรมในการใช้บริการ หมายถึง การกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการ เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญในช่วงเวลา 1 มกราคม พ.ศ. 2559-20 พฤษภาคม พ.ศ. 2559 จำนวน 5 ข้อ ได้แก่

1. จำนวนครั้งต่อสัปดาห์
2. ช่วงเวลาในการใช้บริการ
3. ปริมาณน้ำต่อครั้ง
4. จำนวนเงินต่อครั้ง
5. เหตุผลในการใช้บริการ

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์ เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ และพฤติกรรมการใช้บริการในเขตเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งขอเสนอสาระสำคัญตามลำดับ ดังนี้

1. สภาพทั่วไปของเขตเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี
2. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคิดเห็น
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
5. กฎหมายและระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มหยอดเหรียญ
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สภาพทั่วไปของเขตเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

เทศบาลเมืองบ้านสวนตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร เป็นระยะทางประมาณ 81 กิโลเมตร มีลักษณะเป็นเมืองปริมณฑลที่รองรับการขยายตัวของเมือง ชลบุรี อาณาเขตพื้นที่ของเทศบาลเมืองบ้านสวนนั้นมีขนาดประมาณ 19.50 ตารางกิโลเมตร ลักษณะภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่ม การใช้ประโยชน์จากพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่พักอาศัยส่วนบุคคล พาณิชยกรรม สถานที่หน่วยงานของรัฐ สวนสาธารณะ และเกษตรกรรมตามลำดับ โดยทิศเหนือติดกับเขตตำบลบางทราย และตำบลนาป่า ทิศใต้ติดกับเขตตำบลเสม็ด และตำบลห้วยกะปิ ทิศตะวันออกติดกับเขตหนองรี และตำบลหนองข้างคอก ทิศตะวันตกติดกับเขตเทศบาลเมืองชลบุรี และบางส่วนจดทะเลฝั่งตะวันออกของอ่าวไทย ยาวประมาณ 2,800 เมตร มีพื้นที่ครอบคลุม 3 ตำบล คือ ตำบลบ้านสวนทั้งตำบล ตำบลหนองรีบางส่วน และตำบลหนองข้างคอก บางส่วน โดยแต่ละตำบลประกอบด้วยหมู่บ้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ (เทศบาลเมืองบ้านสวน, 2559)

ตำบลบ้านสวนประกอบไปด้วย

หมู่ที่ 1 บ้านหนองตะโก

หมู่ที่ 2 บ้านหนองตาท่วม

หมู่ที่ 3 บ้านห้วยทวน

หมู่ที่ 4 บ้านสวนแขก

หมู่ที่ 5 บ้านหนองกระทุ่ม

หมู่ที่ 6 บ้านหนองแหน

หมู่ที่ 7 บ้านเขามยุรา

หมู่ที่ 8 บ้านเขาน้อย

หมู่ที่ 9 บ้านบ่อบุญทอง

หมู่ที่ 10 บ้านศาลาคู่

ตำบลหนองรีบางส่วน (หมู่ 1 และ หมู่ 3) ประกอบด้วย

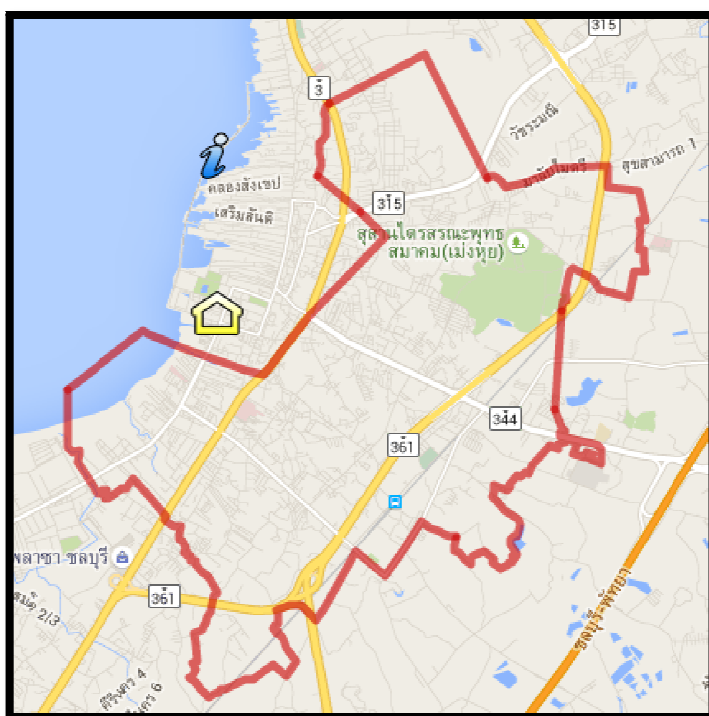
หมู่ที่ 1 บ้านหนองไข่น้ำ

หมู่ที่ 3 บ้านหนองปีกนก

ตำบลหนองขำคอกบางส่วน (หมู่ 1 และหมู่ 4) ประกอบด้วย

หมู่ที่ 1 บ้านห้วยทวน

หมู่ที่ 4 บ้านบ่อน้ำจืด



ภาพที่ 2 อาณาเขตของเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี (เทศบาลเมืองบ้านสวน, 2559)

สภาพเศรษฐกิจในเขตเทศบาลเมืองบ้านสวนนั้น ขึ้นอยู่กับการพาณิชย์กรรมเป็นหลัก มีศูนย์กลางพาณิชย์กรรม ชุมชนธุรกิจการค้า การเงิน และการบริการของเทศบาลเมืองบ้านสวน ตั้งอยู่หนาแน่นในบริเวณริมถนนสุขุมวิท จากข้อมูลสำนักทะเบียนท้องถิ่นเทศบาลเมืองบ้านสวน ปรากฏว่า ประชากรส่วนใหญ่ในชุมชนจะประกอบธุรกิจค้าขายร้อยละ 45 รับราชการร้อยละ 15 อุตสาหกรรมร้อยละ 11 รับจ้างและอื่น ๆ ร้อยละ 29 และในเขตชานเมืองจะประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นบางส่วน โดยจำนวนประชากรของเทศบาลเมืองบ้านสวน ณ ปี พ.ศ. 2558 จากข้อมูลรายงานสถิติจำนวนประชากรและบ้าน ประจำปี พ.ศ. 2558 กรมการปกครองนั้นมีทั้งหมด 42,490 ครัวเรือน คิดเป็นประชากรทั้งหมด 67,147 คน ส่งผลให้ปัจจุบันเทศบาลเมืองบ้านสวน กลายเป็นชุมชนขนาดใหญ่ที่มีประชากรอาศัยอยู่เป็นจำนวนมากแห่งหนึ่งของจังหวัดชลบุรี (เทศบาลเมืองบ้านสวน, 2559)

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ

ณัฐพล ประดิษฐ์ผลเลิศ (2559) ธุรกิจเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญเริ่มเข้ามาในประเทศไทยโดย บริษัท วอเตอร์ เน็ต จำกัด (มหาชน) ซึ่งก่อตั้งในปี พ.ศ. 2541 โดยการรวมกลุ่มของกรรมการบริหารที่มีประสบการณ์จากการพัฒนาคุณภาพน้ำ และความชำนาญเรื่องน้ำบริสุทธิ์กว่า 30 ปี ด้วยผลงานการติดตั้งระบบกรองน้ำดื่ม น้ำใช้สำหรับ โรงงานอุตสาหกรรม สำนักงานเอกชน และหน่วยงานรัฐบาล ตั้งขึ้นเพื่อดำเนินธุรกิจทางการพัฒนาคุณภาพน้ำ ด้วยบริษัทเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์การผลิต การจำหน่ายน้ำดื่ม และเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ภายใต้เครื่องหมายการค้า วอเตอร์ เน็ต (Water net) และ เดลี่ เฟรช (Daily fresh) อันเป็นผลมาจากความคิดริเริ่มให้คนไทยเริ่มมีทางเลือกที่จะดื่มน้ำที่สะอาด ด้วยกระบวนการผลิตที่ทันสมัยในเงื่อนไขที่จ่ายน้อยกว่าเดิม นั่นคือ การลดค่าใช้จ่ายในเรื่องภาชนะบรรจุ และไม่ต้องทิ้งภาชนะทุกครั้งที่ใช้ น้ำหมดไป จึงเป็นจุดเริ่มต้นของธุรกิจการจำหน่ายน้ำดื่มหยอดเหรียญเป็นรายแรกของประเทศไทยมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540

ในส่วนของจังหวัดชลบุรี ได้มีบริษัท โซคซัชชาญ ที่เป็นผู้เริ่มต้นจากธุรกิจ เครื่องกรองน้ำดื่มน้ำใช้ในครัวเรือน และระบบกรองน้ำทุกชนิด หลังจากที่ได้รับคำแนะนำจากลูกค้า ในเรื่องของสินค้าและการให้บริการ ทางบริษัทจึงตัดสินใจเปิดตลาดสินค้าเพิ่มมากขึ้น ในกลุ่มธุรกิจหยอดเหรียญ ภายใต้เครื่องหมายการค้า CCC โดยเริ่มจาก เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ เครื่องจ่ายน้ำมันแบบหยอดเหรียญ เครื่องเติมเงิน โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบหยอดเหรียญ เครื่องล้างรถแบบหยอดเหรียญ เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ เครื่องจำหน่ายกระดาษทิชชูแบบหยอดเหรียญ เครื่องชั่งน้ำหนักแบบหยอดเหรียญ และธุรกิจหยอดเหรียญอื่น ๆ ประกอบกับประสบการณ์ของ

ผู้บริหารที่มีมากกว่า 20 ปี บริษัท โชคชัยชาญจึงกลายเป็นบริษัทที่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งทางธุรกิจ หยอดเหรียญภายในจังหวัดชลบุรีได้ (โชคชัยชาญ, 2559)

จากปัจจุบันธุรกิจน้ำดื่มเป็นธุรกิจที่กำลังได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง และกำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว ซึ่งหากจะพูดถึงธุรกิจน้ำดื่มหลายคนอาจนึกถึงภาพของธุรกิจน้ำดื่มบรรจุขวด บรรจุถึงหลายขนาด ทั้งแบบใต้อ่าง และแบบชุ่น ซึ่งสามารถทำเป็นธุรกิจได้ไม่ยากนัก เพียงแต่อาศัยเครื่องกรองน้ำ และเครื่องบรรจุขวด ก็สามารถดำเนินการได้ด้วยถือว่าได้ว่าเป็นหนึ่งในธุรกิจที่จำเป็นต่อการใช้ชีวิต และมีกลุ่มลูกค้าผู้บริโภคเป็นจำนวนมาก ซึ่งเมื่อบริโภคแล้วก็กลับมาซื้อซ้ำอย่างสม่ำเสมอ จึงไม่น่าแปลกใจว่าเหตุใดทุกวันนี้ธุรกิจเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญจึงได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เพราะแทบทุกที่ที่เป็นแหล่งชุมชนและมีผู้คนอาศัยอยู่อย่างหนาแน่น ไม่ว่าจะเป็น คอนโดมิเนียม อพาร์ทเมนต์ และหมู่บ้านจัดสรร เป็นต้น ที่เรามักเห็นเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญตั้งเคียงคู่กันไปในบริเวณดังกล่าว (บริษัท วอเตอร์ เน็ท จำกัด, 2559)

สอดคล้องกับ ณชพัฒน์ อัสวราชชนันท์ (2554) ที่กล่าวว่า จากราคาจำหน่ายน้ำดื่มบรรจุขวดมีราคาสูงใกล้เคียงกับน้ำแร่หรือน้ำอืดลม ส่งผลให้ผู้บริโภคน้ำดื่มเดือดร้อน ในขณะที่ปัจจุบันคนไทยมีกำลังซื้อลดลง เนื่องมาจากปัญหาทางเศรษฐกิจส่งผลให้ตลาดน้ำดื่มบรรจุขวดค่อนข้างซบเซา ซึ่งจากปัจจัยดังกล่าว จึงมีผู้ประกอบการผลิตน้ำดื่มบางรายหันมาประยุกต์ธุรกิจจำหน่ายน้ำดื่มออกมาเป็นแบบ “เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ” ที่มีราคาจำหน่ายน้ำดื่มต่ำกว่าน้ำดื่มบรรจุขวดโดยทั่วไปหลายเท่าตัว ข้อแตกต่างของเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ก็คือผู้ซื้อน้ำดื่มจะต้องเป็นผู้นำเอาภาชนะมาใส่น้ำดื่มเองที่ผู้จำหน่ายซึ่งจะมีช่องจ่ายน้ำที่ต่อมาจากท่อประปาผ่านเครื่องกรองในตู้ซึ่งกรองสารเคมี และสิ่งสกปรก โดยผู้ซื้อเพียงแค่หยอดเหรียญเข้าไปก็จะได้ปริมาณน้ำตามที่ต้องการ



ภาพที่ 3 ลักษณะทั่วไปของเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ

สำหรับข้อดี และข้อเสียของเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญนั้น ในส่วนของข้อดี คือ ราคาจำหน่ายที่ค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับน้ำดื่มบรรจุขวดทั่วไป โดยมีราคาจำหน่ายเพียงประมาณ ลิตรละ 0.5-1.5 บาท ในขณะที่น้ำดื่มบรรจุขวดทั่วไปมีราคาจำหน่ายเพียงประมาณลิตรละ 10-15 บาท แล้วแต่ภาชนะที่บรรจุว่าเป็นแบบขวดขุ่น (PE) หรือแบบขวดใส (PET) ทั้งนี้ เนื่องจากไม่มีต้นทุนทางด้านภาชนะ ประการสำคัญ คือ การช่วยลดปริมาณขยะจากขวดพลาสติกได้เป็นจำนวนมาก ซึ่งถือเป็นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางหนึ่ง ในขณะที่ข้อเสียก็เป็นในเรื่องของความสะดวกสบาย คือ ผู้ซื้อจะต้องเป็นผู้นำเอาภาชนะมาใส่น้ำและขนส่งกลับเอง โดยเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญนั้นสามารถให้บริการประชาชนในกลุ่มที่พักอาศัยแหล่งชุมชน อาคารสำนักงาน หน่วยงานราชการ และเอกชนที่ต้องการซื้อดื่มในปริมาณที่มากในราคาที่ถูกลงกว่าน้ำดื่มบรรจุขวดหรือถังทั่วไป ซึ่งปัจจุบันเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญมีการติดตั้งอยู่ตามหน่วยงานราชการ, สถานศึกษา, โรงพยาบาล, ปั้มน้ำมัน, ห้างสรรพสินค้าบางแห่ง รวมไปถึงแหล่งชุมชนต่าง ๆ (หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ, 2548 อ้างถึงใน ณิชพัฒน์ อัครวิชฌนันท์, 2554)



ภาพที่ 4 สภาพภายในของระบบการกรองของเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ
ประเภทระบบการกรองของเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ

ประสิทธิ์ เหลืองรุ่งเกียรติ และคณะ (2552) ได้ให้ข้อมูลของการผลิตน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ โดยส่วนใหญ่มักจะเห็นการผลิตน้ำด้วย กระบวนการที่เรียกว่า ระบบรีเวอร์สออสโมซิส (Reverse osmosis) และอาจมีการนำหลักการ ฆ่าเชื้อโรคด้วยแสงยูวีและ โอโซนมาเพิ่มในกระบวนการผลิตน้ำ โดยมีหลักการทั่วไป ดังนี้

1. ระบบรีเวอร์สออสโมซิส (Reverse osmosis) หรือที่เรียกกันสั้น ๆ ว่า R.O. นั้น ได้ถูกคิดค้นขึ้นด้วยเงินสนับสนุนจากรัฐบาลสหรัฐเป็นจำนวนมาก ในช่วงปลาย ค.ศ. 1950 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ วิจัยหาวิธีการกรองเกลือออกจากน้ำทะเล โดยในปัจจุบันระบบรีเวอร์สออสโมซิส ได้เป็นที่นิยม และรู้จักของคนทั่วโลกในแง่ของวิธีการกรองน้ำที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด สะดวกมากที่สุด และยังเป็นที่ต้องการของโรงงานผลิตน้ำดื่ม หรืออุตสาหกรรมต่าง ๆ ทั่วโลกที่ต้องการน้ำสะอาดในการผลิต ซึ่งทุกวันนี้ระบบนี้ได้ถูกพัฒนาให้เข้ามาอยู่ในเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ และเครื่องกรองน้ำสำหรับในครัวเรือนทั่วไป

โดยทั่วไปเป็นการใช้กระบวนการแยก อีออน (Ion) สารประกอบ และสารละลายต่าง ๆ ออกจากน้ำ โดยใช้เยื่อสังเคราะห์โพลีเมอร์เป็นตัวกลางซึ่งมีขนาดน้อยกว่า 0.0001 ไมครอน โดยกระบวนการออสโมซิส เป็นกระบวนการทางธรรมชาติที่โมเลกุลของน้ำจะเคลื่อนจากสารละลาย ที่เจือจางผ่านเยื่อสังเคราะห์โพลีเมอร์ไปยังสารละลายที่มีความเข้มข้นสูง แต่ระบบรีเวอร์สออสโมซิส จะเห็นไปในทางกลับกัน กล่าวคือโมเลกุลของน้ำจะต้อง เคลื่อนที่จากสารละลายที่มีความเข้มข้นสูงผ่านเยื่อสังเคราะห์โพลีเมอร์ที่เจือจางโดยอาศัยแรงดันสูงเป็นตัว

ขับเคลื่อนจากปั๊มเพื่ออัดโมเลกุลของน้ำให้ย้อนกลับทิศทางของกระบวนการทางธรรมชาติ ทำให้สามารถกรองสารละลายต่าง ๆ ออกจากน้ำได้

ในกระบวนการผลิตน้ำจากน้ำดื่มหยอดเหรียญมักจะทำให้น้ำประปาเป็นน้ำคั้นในการกรองซึ่งน้ำประปามีคลอรีนหลงเหลืออยู่ในน้ำ ซึ่งอาจเกิดเชื้อสังเคราะห์โพลีเมอร์ ทำให้มีลักษณะขุ่นและไม่สามารถขจัดสิ่งสกปรกได้อีก ดังนั้นจะต้องมีการกรองคาร์บอน ซึ่งสารกรองคาร์บอนนั้นมีความสามารถในการกำจัดกลิ่น หรือสีที่ไม่พึงประสงค์ที่มีอยู่ในน้ำ และช่วยในการกำจัดคลอรีนที่ตกค้างใน น้ำประปาก่อนผ่านระบบรีเวอร์สออสโมซิส และถ้าต้องการให้เชื้อสังเคราะห์โพลีเมอร์มีอายุการใช้งานได้นาน ควรรักษาค่าความเป็นกรด-ด่าง (pH) ให้อยู่ในระดับ 3-7 และอย่าใช้กับน้ำที่มีอุณหภูมิสูง

2. การใช้แสงยูวี (Ultraviolet radiation: UV) เป็นพลังงานที่มีความยาวคลื่น 13.6-396 นาโนเมตร มีลักษณะเป็นแสงสีม่วงโดยแสงจะผ่านไปใต้น้ำที่มีแบคทีเรีย ซึ่งโปรตีน และกรดนิวคลีอิกในแบคทีเรียจะดูดซับรังสีเข้าไปทำลาย DNA โดยจะใช้ปริมาณรังสี และเวลาที่ฉายรังสีเพื่อทำลายเชื้อโรคแตกต่างกัน ทั้งนี้ ยูวีเป็นรังสีที่มีพลังงานต่ำทำให้มีอำนาจทะลุทะลวงน้อย ไม่สามารถผ่านแก้ว พลาสติก สารละลายที่มีความขุ่นมาก ๆ หรือแผ่นฟิล์มของน้ำมันที่ลอยบนผิวหน้าของน้ำ หรือวัตถุที่เป็นของแข็งได้ แต่สามารถผ่านอากาศได้ดี สำหรับหลอดยูวีที่ใช้ในการฆ่าเชื้อจุลินทรีย์ที่ไม่พึงประสงค์ในน้ำจะมีความยาวคลื่นของแสงยูวีอยู่ในช่วง 200-290 นาโนเมตร หรือประมาณ 2,537 อังสตรอม (Angstrom) น้ำที่จะให้แสงยูวีผ่านเข้าไปฆ่าเชื้อต้องลึกน้อยกว่า 7.5 เซนติเมตร แก้วที่ใช้ทำลายต้องเป็นแก้วพิเศษที่ยอมให้แสงยูวีส่องผ่านได้ตลอด เช่น ควอตซ์ (Quartz) หรือแก้วที่มีเนื้อซิลิกาสูงมาก และควรมีระบบสัญญาณเตือนให้รู้ถึงความผิดปกติของเครื่องฆ่าเชื้อ โดยวัสดุที่ใช้สร้างเครื่องยูวีต้องไม่ทำให้น้ำเป็นพิษทั้งทางตรงและทางอ้อมเป็นต้น

ในกระบวนการผลิตน้ำของเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญมักจะทำให้น้ำประปาเป็นน้ำคั้นในการกรองซึ่งน้ำประปามีคลอรีนหลงเหลืออยู่ในน้ำ ซึ่งอาจเกิดเชื้อสังเคราะห์โพลีเมอร์ ทำให้มีลักษณะขุ่นและไม่สามารถขจัดสิ่งสกปรกได้อีก ดังนั้นจะต้องมีการกรองคาร์บอน ซึ่งสารกรองคาร์บอนนั้นมีความสามารถในการกำจัดกลิ่น หรือสีที่ไม่พึงประสงค์ที่มีอยู่ในน้ำ และช่วยในการกำจัดคลอรีนที่ตกค้างใน น้ำประปาก่อนผ่านระบบรีเวอร์สออสโมซิส และถ้าต้องการให้เชื้อสังเคราะห์โพลีเมอร์มีอายุการใช้งานได้นาน ควรรักษาค่าความเป็นกรด-ด่าง (pH) ให้อยู่ในระดับ 3-7 และอย่าใช้กับน้ำที่มีอุณหภูมิสูง

ในกระบวนการผลิตน้ำของเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญมักจะทำให้น้ำประปาเป็นน้ำคั้นในการกรองซึ่งน้ำประปามีคลอรีนหลงเหลืออยู่ในน้ำ ซึ่งอาจเกิดเชื้อสังเคราะห์โพลีเมอร์ ทำให้มีลักษณะขุ่นและไม่สามารถขจัดสิ่งสกปรกได้อีก ดังนั้นจะต้องมีการกรองคาร์บอน ซึ่งสารกรองคาร์บอนนั้นมีความสามารถในการกำจัดกลิ่น หรือสีที่ไม่พึงประสงค์ที่มีอยู่ในน้ำ และช่วยในการกำจัดคลอรีนที่ตกค้างใน น้ำประปาก่อนผ่านระบบรีเวอร์สออสโมซิส และถ้าต้องการให้เชื้อสังเคราะห์โพลีเมอร์มีอายุการใช้งานได้นาน ควรรักษาค่าความเป็นกรด-ด่าง (pH) ให้อยู่ในระดับ 3-7 และอย่าใช้กับน้ำที่มีอุณหภูมิสูง

ในกระบวนการผลิตน้ำของเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญมักจะทำให้น้ำประปาเป็นน้ำคั้นในการกรองซึ่งน้ำประปามีคลอรีนหลงเหลืออยู่ในน้ำ ซึ่งอาจเกิดเชื้อสังเคราะห์โพลีเมอร์ ทำให้มีลักษณะขุ่นและไม่สามารถขจัดสิ่งสกปรกได้อีก ดังนั้นจะต้องมีการกรองคาร์บอน ซึ่งสารกรองคาร์บอนนั้นมีความสามารถในการกำจัดกลิ่น หรือสีที่ไม่พึงประสงค์ที่มีอยู่ในน้ำ และช่วยในการกำจัดคลอรีนที่ตกค้างใน น้ำประปาก่อนผ่านระบบรีเวอร์สออสโมซิส และถ้าต้องการให้เชื้อสังเคราะห์โพลีเมอร์มีอายุการใช้งานได้นาน ควรรักษาค่าความเป็นกรด-ด่าง (pH) ให้อยู่ในระดับ 3-7 และอย่าใช้กับน้ำที่มีอุณหภูมิสูง

3. การใช้ก๊าซโอโซน (Ozone) ก๊าซโอโซน คือ ก๊าซออกซิเจนที่ถูกปรับปรุงโครงสร้างให้มีพลังงานมากขึ้น โดยก๊าซโอโซนมีแนวโน้มจะสลายตัวเองกลายเป็นก๊าซออกซิเจนได้ง่าย

จึงไม่สามารถผลิต และเก็บก๊าซไว้ได้ จำเป็นต้องทำการผลิตก๊าซโอโซน ณ แหล่งที่จะใช้งานนั้นเลย ก๊าซโอโซนเป็นก๊าซธรรมชาติรูปแบบหนึ่งของก๊าซออกซิเจนที่ไม่เสถียร แต่มีพลังงานในการทำปฏิกิริยาออกซิเดชันสูง โดยเมื่อทำปฏิกิริยาแล้วจะไม่เหลือสารพิษตกค้างใด ๆ นอกจากก๊าซออกซิเจน จึงมีการนำก๊าซโอโซนไปใช้งานอย่างแพร่หลาย เนื่องจากเป็นตัวออกซิไดซ์ที่ดีมีประสิทธิภาพสูงในการทำลายสีที่เกิดจากสารอินทรีย์ในน้ำ สามารถสลายตัวได้ไวในน้ำที่มีความเป็นด่างลง ภาชนะบรรจุหรืออุปกรณ์สัมผัสก๊าซโอโซนจึงต้องเป็นวัสดุที่ทนต่อการกัดกร่อน เช่น สแตนเลส แก้ว เซรามิก อลูมิเนียม หรือเทฟลอน

แม้ก๊าซโอโซนจะสามารถฆ่าเชื้อโรคที่ดีแล้ว ยังมีประสิทธิภาพในการทำลาย กลิ่น สี และรสของน้ำ การใช้ก๊าซโอโซนที่ใช้ในการฆ่าเชื้อโรคในน้ำที่มีประสิทธิภาพสูงสุด คือ ผสมก๊าซโอโซนกับน้ำภายใต้ภาวะความดันไม่น้อยกว่า 1.5 กิโลกรัมต่อตารางเซนติเมตร เพื่อให้ก๊าซโอโซนละลายน้ำได้ดี และเวลาที่ใช้โอโซนสัมผัสน้ำไม่น้อยกว่า 2 นาที

กระบวนการผลิตน้ำจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ

ประสิทธิ เหลืองรุ่งเกียรติ และคณะ (2552) อธิบายถึง กระบวนการผลิตน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญเริ่มต้นจากการส่งน้ำประปาเพื่อทำการปรับสภาพน้ำในเบื้องต้นโดยใช้ไส้กรอง ซึ่งประกอบด้วย 6 ขั้นตอน คือ

1. ไส้กรองโพลีโพรพิลีน พิวเตอร์ (Poly-propylene filter หรือ PPF 5 Micron) เป็นเส้นใยสีขาวทำจากโพลีโพรพิลีนอัดแน่นจนเป็นเนื้อเดียวกัน มีคุณสมบัติในการกรองแบบหยาบ ทำการกรองสารแขวนลอย ตะกอนฝุ่นและโลหะหนักไม่ให้หลุดรอดมากับน้ำได้
2. ไส้กรองเรซิน (Resin) บรรจุในกระบอกพลาสติกจะทำหน้าที่หลักในการกำจัดความกระด้างของน้ำโดยใช้หลักแลกเปลี่ยนประจุโดยผ่านเรซิน (Resin) ซึ่งเป็นตัวกลางในการดูดสารละลายจำพวกหินปูนแล้วปล่อยประจุที่เป็น โซเดียมลงสู่ น้ำ ทำให้น้ำที่ผ่านไส้กรองนี้มีความนุ่มนวลชวนดื่มมากยิ่งขึ้น
3. ไส้กรองคาร์บอน (Carbon) เป็นขั้นตอนการกรองเพื่อกำจัดคลอรีน สารอินทรีย์ และสารอนินทรีย์บางชนิด โดยน้ำจะผ่านไส้กรองคาร์บอนแบบอัดแท่ง โดยเป็นการกรองแบบดูดติดและดูดซึม ขั้นตอนการกรองอาศัยคุณสมบัติของถ่านที่มีความพรุนซึ่งสามารถดูดซึมสารอินทรีย์และสารอนินทรีย์ไว้กับตัวได้ดี สารอินทรีย์และสารอนินทรีย์เหล่านี้เป็นสารที่ก่อให้เกิด กลิ่น สี และรสที่ไม่พึงประสงค์ รวมทั้งสารบางชนิดที่ก่อให้เกิดพิษในน้ำด้วย เช่น คลอรีน และยาฆ่าแมลง เป็นต้น

4. ใ้กรอง โพลีโพรพิลีน พิวเตอร์ (Poly-propylene Filter หรือ PPF 1.0 ไมครอน (Micron) ใช้ในการกรองสิ่งสกปรก เช่น โคลนเลน ตะกอน หรือสิ่งที่ทำให้น้ำไม่บริสุทธิ์อื่น ๆ ก่อนที่จะเข้าใ้กรอง รีเวอร์สออสโมซิส เพื่อช่วยยืนอายุการใช้งานของใ้กรองดังกล่าวให้นานยิ่งขึ้น

5. ใ้กรองโพลิเมอร์ (Polymer) 0.3 ไมครอน (Micron) หรือกรองหยาบ มีคุณสมบัติในการกรองแบคทีเรีย และสารพิษต่าง ๆ

6. รีเวอร์สออสโมซิส เมมเบรน (Reverse osmosis membranes) มีคุณสมบัติในการกรองแยกสิ่งปนเปื้อนต่าง ๆ ที่มีอยู่ในน้ำ เช่น เชื้อโรค สารหนู สารตะกั่ว ยาฆ่าแมลง ปรอท แบคทีเรีย และไวรัส เป็นต้น

7. เมื่อน้ำประปาผ่านการปรับสภาพน้ำเบื้องต้นด้วยใ้กรองต่าง ๆ แล้ว จะได้น้ำที่บริสุทธิ์ จากนั้นจึงนำไปพักไว้ที่ถังเก็บน้ำซึ่งต้องได้มาตรฐานตาม มอก.1379-2551 กระบวนการต่อมาก่อนที่จะมีการนำน้ำดื่มไปบริโภคจะต้องผ่าน ใ้กรองคาร์บอน บล็อก (Carcon block) เพื่อปรับสภาพน้ำจากถังเก็บก่อนดื่ม หรือมีการใช้หลอดยูวี (Ultraviolet water sterilizer) ร่วมด้วย เพื่อฆ่าเชื้อจุลินทรีย์ เช่น แบคทีเรีย ไวรัส และราได้ ทำให้น้ำดื่มสะอาดปราศจากเชื้อโรค จึงสามารถนำมาบริโภคได้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคิดเห็น

ความหมายของความคิดเห็น

มีผู้ให้ความหมายของความคิดเห็นไว้มากมาย เช่น ราชบัณฑิตยสถาน (2545) ให้ความหมายของความคิดเห็นว่า เป็นความเชื่อ การตัดสินใจ ความคิด หรือความรู้สึกประทับใจ ที่ไม่ได้เกิดจากการพิสูจน์หรือการชั่งน้ำหนักกว่าเป็นการถูกต้องหรือไม่พจนานุกรมเช่นเดียวกับพจนานุกรมฉบับเว็บสเตอร์ (2541) ที่ให้ความหมายว่า ความคิดเห็น หมายถึง ความเชื่อที่ไม่ได้ตั้งอยู่บนความรู้สึกในใจของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ที่จะพิจารณาตัดสินใจเพื่อการประเมินคุณค่าของสิ่งต่าง ๆ

ขณะที่ จิตรศักดิ์ มนูญธรรม (2552, หน้า 6) กล่าวว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงออก ด้านความรู้สึกหรือความเชื่อต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง ซึ่งอาจเกิดจากการประเมินผลสิ่งนั้นหรือเหตุการณ์นั้น โดยมีอารมณ์ ประสบการณ์ และสิ่งแวดล้อมในขณะนั้น เป็นพื้นฐานการแสดงออกซึ่งอาจจะถูกต้องหรือไม่ก็ได้ อาจจะได้รับการยอมรับหรือปฏิเสธจากคนอื่นก็ได้ ความคิดเห็นนี้อาจจะเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา และสภาพแวดล้อมและที่สำคัญ เราไม่สามารถบอกได้ว่า ความคิดเห็นใดถูกต้องหรือความคิดใดผิดพลาด สอดคล้องกับ

จุฑาทิพย์ คล้ายทับทิม (2555, หน้า 7) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความคิดเห็นหมายถึง การแสดงออก การแสดงความรู้สึกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นความรู้สึกที่ขึ้นอยู่กับจิตใจอาจจะแสดงออกมาในลักษณะของการพูด การเขียน ลักษณะท่าทาง หรือไม่แสดงออกเลยก็ได้ ขึ้นอยู่กับคุณสมบัติประจำตัวของแต่ละบุคคล ซึ่งเกี่ยวข้องกับทัศนคติ ค่านิยม การศึกษา ประสบการณ์ สภาพแวดล้อม และพฤติกรรมระหว่างบุคคลที่บุคคลนั้นได้รับมา ซึ่งจะเป็นเครื่องช่วยพิจารณาและประเมินค่าก่อนตัดสินใจแสดงออกว่าเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยก็ได้ และสามารถเปลี่ยนแปลงตามกาลเวลา และสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งอาจจะได้รับการยอมรับหรือปฏิเสธจากบุคคลอื่นก็ได้

สรุปได้ว่า ความคิดเห็น คือ การแสดงความรู้สึกของบุคคล กลุ่มคนที่มีความรู้สึกใดสิ่งหนึ่งในเวลาใดเวลาหนึ่ง แต่ละคนจะแสดงความเชื่อและความรู้สึกใด ๆ ออกมา โดยการพูด การเขียน ลักษณะท่าทาง หรือ ไม่แสดงออกเลยก็ได้ ซึ่งอาจเป็นผลมาจากความรู้ การรับรู้ประสบการณ์ที่บุคคลนั้นได้รับมา

องค์ประกอบของความคิดเห็น

ในส่วนขององค์ประกอบของความคิดเห็นได้มีนักวิชาการนำเสนอเอาไว้ เช่น Rosenberg and Hovland (1960 อ้างถึงใน จุฑาทิพย์ คล้ายทับทิม, 2555) ได้แบ่งองค์ประกอบที่ใช้ในการวัดทัศนคติด้านความคิดเห็นออกเป็น 3 ส่วน คือ

1. องค์ประกอบทางด้านความรู้ความเข้าใจเป็นการเชื่อแนวคิดหรือการรับรู้ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งอาจเป็นไปได้ทั้งในแง่ดีและไม่ดี
2. องค์ประกอบทางด้านท่าทีความรู้สึกเป็นความรู้สึกส่วนบุคคลที่เขามีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น โกรธเกลียดรักชอบเป็นเรื่องความแตกต่างกันตามแต่บุคลิกภาพของแต่ละบุคคลจะมีหรือเรียกว่าค่านิยมโดยเฉพาะของแต่ละบุคคลก็ได้ เช่น ของสิ่งหนึ่งอาจจะแสดงออกโดยทางสีหน้าท่าทางเมื่อบุคคลคิดถึงสิ่งนั้น
3. องค์ประกอบทางด้านพฤติกรรม เป็นแนวโน้มที่จะกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งต่อสิ่งของบุคคลหรือสถานการณ์ ถ้ามีสิ่งเร้าที่เหมาะสมก็จะเกิดปฏิบัติหรือมีปฏิกริยาอย่างใดอย่างหนึ่งตอบสนอง

สอดคล้องกับ ธนวรรษ ตั้งสินทรัพย์ศิริ (2547 อ้างถึงใน ชูชาติ วิจารณ์อุทุมกุล, 2558) ได้ให้องค์ประกอบของความคิดเห็น 3 ส่วนคือ

1. ด้านความเข้าใจ คือ ส่วนที่เป็นความรู้ความเข้าใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความคิดและความเชื่อของบุคคล
2. ด้านความรู้สึก คือ ส่วนของอารมณ์และความรู้สึกที่ชอบหรือไม่ชอบในสิ่งใดสิ่งหนึ่ง
3. ด้านพฤติกรรม คือ ส่วนของความตั้งใจที่จะปฏิบัติต่อคนใดคนหนึ่งหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

สรุปได้ว่า ความคิดเห็นมีองค์ประกอบ 3 ส่วน คือ ความเข้าใจ ความรู้สึก และพฤติกรรม เมื่อบุคคลมีความเข้าใจในเรื่องหนึ่งเรื่องใด จะแสดงออกมาว่ารู้สึกต่อสิ่งนั้นอย่างไร โดยแสดงออกมาทางพฤติกรรมของบุคคลนั้น

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็น

นักวิชาการได้อธิบายถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นไว้หลากหลาย ยกตัวอย่างเช่น Morgan (1967 อ้างถึงใน สุทธิพงษ์ จิตต์ชอบใจ, 2558) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็น มี 2 ปัจจัย ดังนี้

1. ประสบการณ์ที่บุคคลมีต่อสิ่งของ บุคคล หมู่คณะ เรื่องราวต่าง ๆ หรือสถานการณ์ ความคิดเห็นเกิดขึ้นในตัวบุคคลจากการได้พบเห็น ความคุ้นเคย อาจถือได้ว่าเป็นประสบการณ์ตรง และจากการได้ยิน ได้ฟัง ได้เห็นรูปถ่าย หรือได้อ่านจากหนังสือ หรือไม่พบเห็นของจริง ถือว่าเป็นประสบการณ์ทางอ้อม

2. ระบบค่านิยม เนื่องมาจากกลุ่มชนแต่ละกลุ่มมีค่านิยม และการตัดสินใจค่านิยมไม่เหมือนกัน คนแต่ละกลุ่มจึงมีความคิดเห็นในสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกัน

สอดคล้องกลับ Oskamp (1977 อ้างถึงใน สุทธิพงษ์ จิตต์ชอบใจ, 2558) ได้แบ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเกิดความคิดเห็น ดังนี้

1. ปัจจัยทางด้านพันธุกรรมและสรีระ คือ อวัยวะต่าง ๆ ของบุคคลที่ใช้รับรู้ ความผิดปกติของอวัยวะสัมผัส ซึ่งมีผลต่อความคิดเห็นไม่ดีของบุคคลภายนอก

2. ประสบการณ์โดยตรงของบุคคล คือ บุคคลได้ประสบการณ์ด้วยตนเอง การกระทำด้วยตนเอง หรือ ได้พบเห็นทำให้บุคคลมีความพึงใจ และเกิดความคิดต่อประสบการณ์เหล่านั้นต่างกัน

3. อิทธิพลของผู้ปกครอง คือ เมื่อเป็นเด็ก ผู้ปกครองจะเป็นผู้ใกล้ชิดและให้ข้อมูลแก่เด็กได้มาก ซึ่งจะมีผลต่อพฤติกรรมและความเห็นของเด็กด้วย

4. ทักษะคิด และความคิดเห็นของกลุ่ม คือ เมื่อบุคคลเจริญเติบโตย่อมจะต้องมีกลุ่มและสังคม ดังนั้น ความคิดเห็นของกลุ่มเพื่อน กลุ่มอ้างอิง หรือการอบรมสั่งสอนของ โรงเรียนหน่วยงานที่มีความคิดเห็นเหมือนกันหรือแตกต่างกัน ย่อมจะมีผลต่อความคิดเห็นของบุคคลด้วย

5. สื่อมวลชน คือ สื่อต่าง ๆ ที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของคนเรา ดังนั้น สื่อเหล่านี้ ซึ่งได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร จึงเป็นปัจจัยที่มีผลกระทบอย่างยิ่งต่อความคิดเห็นของบุคคล

สรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็น ได้แก่ ประสบการณ์ของบุคคล ระบบ ค่านิยม นอกจากนั้นยังมีปัจจัยด้านพันธุกรรม ประสบการณ์โดยตรง อิทธิพลของผู้ปกครอง ทัศนคติและความคิดเห็นของกลุ่ม รวมถึงสื่อมวลชนต่าง ๆ ที่มีบทบาทในชีวิตประจำวันของบุคคล

การวัดความคิดเห็น

มีผู้เสนอวิธีการวัดความคิดเห็นไว้หลายวิธีการ ตัวอย่างเช่น นีออน กลิ่นรัตน์ (2529 อ้างถึงใน สุทธิพงษ์ จิตต์ชอบใจ, 2558) ได้กล่าวว่า ความคิดเห็นและทัศนคติ มีความหมายและ ลักษณะต่าง ๆ ใกล้เคียงกันมากดังนั้นการวัดความคิดเห็นจึงใช้วิธีการวัดทางทัศนคติได้ด้วย แต่เนื่องจากทัศนคติเป็นพฤติกรรมภายใน และไม่สามารถทราบได้เลยว่าบุคคลมีทัศนคติอย่างไร ดังนั้น จึงต้องใช้วิธีการอนุมานจากพฤติกรรมภายนอกที่บุคคลแสดงออก และมีวิธีการวัดหลาย ๆ อย่างด้วยกัน

การรายงานตนเองเป็นการวัดทัศนคติโดยวิธีการให้ผู้ถูกวัดรายงานตนเองถึงความรู้สึก ทำที่ต่อสิ่งนั้น ๆ อาจเป็นไปในรูปทางบวก หรือทางลบไม่ได้แยกวัดองค์ประกอบทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านความคิด ความรู้สึก หรือด้านพฤติกรรม แต่จะวัดเพียง ดี-ไม่ดี สนับสนุน-คัดค้าน เห็นด้วย-ไม่เห็นด้วย มาตรฐานวัดทัศนคติแบบนี้แบ่งออกได้หลายประเภท เช่น มาตรฐานวัดของ ลิเคิร์ต (Likert-type scales) ได้สร้างมาตรวัดทัศนคติโดยพัฒนามาจากของ Thurstone มีข้อความทั้งบวก และ ทางลบปะทะกัน ส่งไปให้ผู้ตอบตัดสินว่าข้อความใดตรงกับระดับความคิดเห็นของผู้ตอบมากที่สุด ซึ่งมี 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่มีความเห็น ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง แต่จากการใช้มาตรวัดแบบนี้มักจะพบว่า ผู้ตอบที่ช่องไม่มีความเห็นเป็นส่วนมาก จึงมีการใช้คำว่าเห็นด้วย เพียงเล็กน้อย และ ไม่เห็นด้วยเพียงเล็กน้อย แทนคำว่าเฉย ๆ เพื่อให้สามารถวัดความเห็นของผู้ตอบ ได้

การสังเกตพฤติกรรม การสังเกตพฤติกรรมภายนอกของบุคคล เป็นอีกวิธีหนึ่งที่ทำให้ทราบถึงทัศนคติของบุคคลได้ ซึ่งอาจใช้วิธีการสัมภาษณ์ประกอบด้วยเพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์อธิบายเพิ่มเติม

นอกจากนั้นอาจจะใช้วิธีการต่าง ๆ ต่อไปนี้ เพื่อวัดทัศนคติหรือความคิดเห็น ได้แก่

1. การใช้วิธีการกึ่งสะท้อนภาพ เช่น การใช้ผู้ถูกศึกษาบรรยายภาพที่มองเห็นไม่ชัดเจน ใช้เติมคำ หรือข้อความ หรือให้พูดคำใดคำหนึ่งที่นึกขึ้นได้ทันทีหลังจากที่เสนอคำที่ต้องการวัด
2. ผลการทำแบบทดสอบแบบปรนัย คือ การเลือกคำตอบจากแบบทดสอบแบบปรนัย ในตัวเลือกที่ไม่ถูกต้อง และแสดงถึงความลำเอียงในเรื่องนั้น โดยจะต้องมีคำตอบที่ถูกต้องไว้ด้วย

3. การวัดจากปฏิกิริยาของร่างกาย เนื่องจากว่า ขณะที่ร่างกายเกิดอารมณ์จะมีปฏิกิริยาของร่างกายที่สามารถวัดได้ เช่น การใช้เครื่องวัดการตอบสนองของผิวหนัง การวัดจากอัตรา การเต้นของหัวใจ การบีบตัวของหลอดเลือด การหดและการขยายตัวของม่านตา สิ่งเหล่านี้จะทำให้รู้ถึงความเข้มข้นของทัศนคติ แต่ไม่สามารถบอกทิศทางว่าเป็นไปในทางลบหรือทางบวก

4. การวัดด้วยการแสดงออกทางใบหน้า โดยแบ่งเกณฑ์การวัดออกเป็นอาการของปาก กล่าวคือ ถ้าริมฝีปากโค้งขึ้นก็แสดงว่า มีความเห็นด้วย ถ้าริมฝีปากอยู่ในระดับแนวราบหรือปกติ แสดงว่า ไม่แสดงความคิดเห็น หรือไม่แน่ใจ แต่ถ้าริมฝีปาก โค้งงอลงล่างแสดงให้เห็นว่า ไม่เห็นด้วย

การวัดความคิดเห็นหรือทัศนคติ ส่วนใหญ่จะใช้วิธีการแบบรายงานตนเอง เพราะสามารถจัดเก็บข้อมูลได้จากคนกลุ่มใหญ่ ซึ่งอาจกระทำได้โดยการสัมภาษณ์ ซึ่งมีทั้งแบบสัมภาษณ์ ที่มีลักษณะคำถามไว้ให้เลือกตอบ และลักษณะคำถามที่ผู้ตอบสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่ หรืออาจใช้แบบสอบถามซึ่งสามารถใช้ได้รวดเร็ว ข้อมูลที่ได้สามารถนำไปอธิบายได้กว้างขวาง แต่มีข้อจำกัดเพราะอาจได้ข้อมูลไม่ตรงกับความเป็นจริงกับพฤติกรรมของเขา เนื่องจากบุคคลเกิดความระมัดระวังในการตอบแบบสอบถาม เพราะฉะนั้น การวัดทัศนคติจึงควรใช้หลาย ๆ วิธีประกอบกันเพื่อช่วยเสริมข้อบกพร่องในวิธีใดวิธีหนึ่งเพื่อให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

สอดคล้องกับ พรเพ็ญ เพชรสุขศิริ (2541 อ้างถึงใน ทองสุข ทองสา, 2558) ได้กล่าวถึง มาตรฐานวัดทัศนคติและความคิดเห็นที่ใช้กันอยู่แพร่หลายมี 4 วิธี คือ

1. วิธีของ Thurston (Thurston's method) เป็นวิธีสร้างมาตรวัดออกเป็นปริมาณแล้ว เปรียบเทียบตำแหน่งของความคิดเห็นหรือทัศนคติไปในทางเดียวกันและเสมือนว่าเป็น Scale ที่มีช่วงห่างเท่ากัน (Equal-appearing intervals)

2. วิธีของ Guttman (Guttman's scale) เป็นวิธีวัดทัศนคติ หรือความคิดเห็น ในแนวเดียวกันและสามารถจัดอันดับของทัศนคติสูง-ต่ำ แบบเปรียบเทียบกันและกันได้ จากอันดับต่ำสุดถึงสูงสุดได้ และแสดงถึงการสะสมของข้อความความคิดเห็น

3. วิธีจำแนกแบบ เอส ดี สเกล (Semantic differential scale: S-D scale) เป็นวิธีการวัด ทัศนคติหรือความคิดเห็น โดยอาศัยคู่คำคุณศัพท์ที่มีความหมายตรงกันข้าม (Bipolar adjective) เช่น ดี-เลว, ขยัน-ขี้เกียจ เป็นต้น

4. วิธีของ Likert (Likert's method) เป็นวิธีสร้างมาตรวัดทัศนคติและความคิดเห็นที่นิยมแพร่หลาย เพราะว่าเป็นวิธีสร้างมาตรวัดที่ง่าย ประหยัดเวลา ผู้ตอบสามารถแสดงทัศนคติในทางชอบหรือไม่ชอบ โดยจัดอันดับความชอบหรือไม่ชอบ ซึ่งอาจมีคำตอบให้เลือก 4 หรือ 5 คำตอบ และให้คะแนน 5, 4, 3, 2, 1 หรือ +2, +1, 0, -1, -2 ตามลำดับ

สรุปได้ว่า ความคิดเห็น เป็นการแสดงออกทางด้านความรู้สึกของแต่ละบุคคล ในการตัดสินใจ ประเมินค่า หรือแสดงทรรศนะเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยมีความเชื่อ ทศนคติ และค่านิยมเป็นองค์ประกอบ ความคิดเห็นแสดงออกได้ทางการพูดหรือการเขียน โดยอาศัยพื้นฐานทางด้านความรู้ ประสบการณ์ สภาพแวดล้อม และข้อมูลข่าวสารของแต่ละบุคคลซึ่งไม่มีกฎเกณฑ์ตายตัว

ตารางที่ 1 สรุปแนวคิดและทฤษฎีของนักวิชาการในเรื่ององค์ประกอบ

องค์ประกอบของความคิดเห็น และนักวิชาการ	ด้านความรู้ ความเข้าใจ	ด้านท่าที ความรู้สึก	ด้าน พฤติกรรม
1. Rosenberg and Hovland (1960 อ้างถึงใน จุฑาทิพย์ คล้ายทับทิม, 2555)	✓	✓	✓
2. ธนวรรณ ตั้งสินทรัพย์ศิริ (2547 อ้างถึงใน ชูชาติ วิโรคมอุดมกุล, 2558)	✓	✓	✓

ตารางที่ 2 สรุปแนวคิดและทฤษฎีของนักวิชาการในเรื่อง ปัจจัย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ ความคิดเห็นและนักวิชาการ	พันธกรรม และ สรีระ	ประสบการณ์ ของบุคคล	อิทธิพล ของ ผู้ปกครอง	ทัศนคติ ของ กลุ่ม	สื่อมวลชน	ค่านิยม
1. Morgan (1767 อ้างถึงใน สุทธิพงษ์ จิตต์ชอบใจ, 2558)		✓				✓
2. Oskamp (1977 อ้างถึงใน สุทธิพงษ์ จิตต์ชอบใจ, 2558)	✓	✓	✓	✓	✓	✓

ตารางที่ 3 สรุปแนวคิดและทฤษฎีของนักวิชาการในเรื่องวิธีการวัดความคิดเห็น

การวัดความคิดเห็น และนักวิชาการ	รายงาน ตนเอง	สังเกต พฤติกรรม	ใช้วิธีการ กึ่งสะท้อน ภาพ	ทำแบบ ทดสอบแบบ ปรนัย	ปฏิบัติการ ของ ร่างกาย	การ แสดงออก ทางใบหน้า
1. นีออน กลิ่นรัตน์ (2529 อ้างถึงใน สุริพงษ์ จิตต์ชอบใจ, 2558)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2. พรเพ็ญ เพชรสุขศิริ (2541 อ้างถึงใน ทองสุข ทองสา, 2558)				✓		

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

สำหรับความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค ได้มีผู้นำเสนอความหมายเอาไว้มากมาย เช่น ศุภกร เสรีรัตน์ (2544, หน้า 5-6) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ และการใช้สินค้า และบริการ (ผลิตภัณฑ์) โดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนที่บุคคลต้องการตัดสินใจทั้งก่อนและหลังการกระทำดังกล่าว เช่นเดียวกับ อัสนุไร เตชะสวัสดิ์ (2549, หน้า 2) กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) ตามการจำกัดความของสมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา หมายถึง พฤติกรรมการแลกเปลี่ยนต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิตของมนุษย์ ซึ่งดำเนินไปภายใต้ผลสะท้อนที่เกิดจากภาวะแวดล้อม พฤติกรรมความรู้สึนึกคิด และความรู้ ความเข้าใจของมนุษย์ ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ หรือพฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึง เรื่องที่เกี่ยวกับหน่วยการซื้อ (The buying units) และกระบวนการแลกเปลี่ยน ซึ่งเกี่ยวข้องกับการได้มา การบริโภคและการกำจัดทิ้งซึ่งผลิตภัณฑ์บริการ ประสบการณ์ และความคิดต่าง ๆ ทั้งนี้ คำว่า หน่วยการซื้อ จะครอบคลุมทั้งผู้บริโภคโดยทั่ว ๆ ไปทั้งที่เป็นรายบุคคล เป็นกลุ่มหรือเป็นองค์กรก็ได้ หรือพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง เรื่องที่เกี่ยวกับบุคคลแต่ละคน กลุ่มคนหรือองค์กร และกระบวนการที่ใช้ในการเลือกเฟ้น การสร้างความมั่นใจ การใช้ และการกำจัดผลิตภัณฑ์บริการ

ประสบการณ์หรือแนวความคิด เพื่อสนองความต้องการและความพึงพอใจของตน ตลอดจนผลกระทบของกระบวนการดังกล่าว ที่มีต่อผู้บริโภคและสังคม

ส่วน โสกา ซูพิกุลชัย (2521 อ้างถึงใน ณชพัฒน์ อัสวรัชชพันธ์, 2554, หน้า 35) ได้ให้ความหมายว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งมีชีวิตและบุคคลอื่นสามารถสังเกตได้ และใช้เครื่องมือทดสอบได้ เช่น การหัวเราะ การร้องไห้ การกิน การนอน และการเล่น เป็นต้น ซึ่ง ชาร์ลส์ อูคัมไพจิตรกุล (2547, หน้า 85) ได้กล่าวเสริมว่าพฤติกรรมหรือการกระทำของบุคคลนั้น ไม่รวมเฉพาะสิ่งที่แสดงปรากฏออกมาภายนอกเท่านั้น แต่ยังรวมถึงสิ่งที่อยู่ในใจของบุคคลซึ่งภายนอกไม่สามารถสังเกตได้โดยตรง เช่น คุณค่า (Value) ที่เขายึดถือเป็นหลักในการประเมินสิ่งต่าง ๆ ทักษะคติ หรือเจตคติ (Attitude) ที่เขามีต่อสิ่งต่าง ๆ ความคิดเห็น (Opinion) ความเชื่อ (Belief) รสนิยม (Taste) และสภาพจิตใจ ซึ่งถือได้ว่าเป็นลักษณะของบุคลิกภาพของบุคคลเป็นเหตุปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรม

ในทางตรงกันข้าม ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2540, หน้า 6) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งบุคคลทำการค้นหา (Searching) การซื้อ (Purchasing) การใช้ (Using) การประเมินผล (Evaluating) และการใช้จ่าย (Disposing) ในผลิตภัณฑ์และบริการ โดยคาดว่าจะสนองตอบความต้องการของเขา หรืออาจหมายถึง กระบวนการตัดสินใจและลักษณะกิจกรรมของแต่ละบุคคลเมื่อทำการประเมินผล (Evaluating) การจัดหา (Acquiring) การใช้ (Using) การใช้จ่าย (Disposing) เกี่ยวกับสินค้าและบริการ สอดคล้องกับ ศิวรัตน์ ณ ปทุม, สุรกิจ เทวกุล, และปริญญา ลักษานนท์ (2550, หน้า 13) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาและการใช้ผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้หมายรวมถึง กระบวนการตัดสินใจซึ่งเกิดขึ้นก่อน และมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำ ประเด็นสำคัญของคำจำกัดความก็คือ กระบวนการตัดสินใจที่มีอยู่ก่อน (Precede) หมายถึง ลักษณะทางพฤติกรรมของผู้บริโภค ในขณะที่ขณะหนึ่งซึ่งผู้บริโภคซื้อสินค้านั้น จะมีกระบวนการทางจิตวิทยาและสังคมวิทยาที่มีส่วนสร้างสม และขัดเกลาทัศนคติรวมทั้งค่านิยม

กล่าวโดยสรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค มีความหมายตามแต่ละบุคคล ที่จะให้ความหมายที่เหมือนหรือแตกต่างกันออกไปตามประสบการณ์ จุบรวมสำคัญของความหมายดังกล่าว คือ เป็นพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ และการใช้สินค้าและบริการ โดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยน ภายใต้ปัจจัยที่เกิดจากภาวะแวดล้อม ความรู้สึกนึกคิด และความรู้ความเข้าใจของผู้บริโภค

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

ในส่วนของการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ได้มีผู้นำเสนอเอาไว้ เช่น วรรณศิริ ปานโกศล (2542 อ้างถึงใน สิริกัญญา สุภาศรี, 2553) กล่าวไว้ว่า แนวคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyze consumer behavior) เป็นการค้นหาเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อ หรือการใช้ของผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการ และพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายซึ่งจะมีคำถามที่จะช่วยในการวิเคราะห์ พฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6WS และ 1H ซึ่งจากคำตอบของคำถามเหล่านี้จะทำให้ได้ทราบความพึงพอใจกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสมคำถามเหล่านี้ ประกอบด้วย

1. ใครอยู่ในเป้าหมาย ผู้ซื้อคือใคร มีรายได้ระดับเท่าใด ประกอบอาชีพ งบประมาณในการซื้อรถยนต์เป็นอย่างไร
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร กลุ่มเป้าหมายซื้อยี่ห้อใด
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ วัตถุประสงค์ในการซื้อของสิ่งนั้น มีปัจจัยอะไรที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายตัดสินใจเลือกซื้อสนองความต้องการทางด้านใด ปัจจัยภายใน ภายนอก และปัจจัยเฉพาะบุคคลที่มีผลต่อกลุ่มเป้าหมาย
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ใครมีบทบาท หรือมีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อของกลุ่มเป้าหมาย ตนเอง ญาติพี่น้อง หรือบุคคลในครอบครัว ที่มีผลในการเลือกซื้อ
5. ผู้บริโภคมีโอกาสในการซื้อเมื่อใด
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน แหล่งหรือช่องทางที่ผู้บริโภคไปซื้อในที่นี้จะหมายถึง ทำเลที่ตั้งความสะดวกในการอำนวยความสะดวกของการซื้อ ซึ่งเป็นองค์ประกอบของแต่ละหน่วยงานนั้น ๆ ที่จัดในสิ่งที่สามารถสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้

สอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศิวรัตน์ ณ ปทุม, สุรกิจ เทวกุล และปริญ ลักษิตานนท์ (2550, หน้า 231) ที่อธิบายว่า การใช้คำถาม Who, What, Why, When, Where, How และ How often จะทำให้สามารถเข้าใจถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคได้ง่าย และคำตอบที่ได้นั้นจะเป็นประโยชน์ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด (Market strategy) ที่มีประสิทธิภาพและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากที่สุด ในการวิเคราะห์ผู้บริโภคที่ใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญสามารถใช้คำถามเหล่านี้ในการศึกษาพฤติกรรมได้ คือ

1. ใครคือผู้ซื้อสินค้า (Who) คำตอบที่ได้จะทำให้ทราบถึงลักษณะของกลุ่มเป้าหมายทางด้านประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ เป็นต้น
2. ผู้บริโภคต้องการซื้ออะไร (What) คำตอบที่ได้จะทำให้ทราบถึงสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ

3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why) คำตอบที่ได้จะทำให้ทราบถึงวัตถุประสงค์ในการใช้ บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการ ทางด้านร่างกาย และจิตวิทยา

4. ผู้บริโภคซื้อได้อย่างไร (How) คำตอบที่ได้จะทำให้ทราบถึงขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ ซึ่งประกอบด้วย

4.1 การรับรู้ปัญหาหรือความต้องการ คือ ความต้องการซื้อสินค้า

4.2 การค้นหาข้อมูล คือ ความต้องการ หรือรับทราบข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับ สินค้า

4.3 การประเมินทางเลือก คือ การเลือกที่จะซื้อสินค้าอะไร จากใคร

4.4 การตัดสินใจซื้อ เป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ชอบมากที่สุด

4.5 ความรู้สึกภายหลังการตัดสินใจซื้อ คือ ความรู้สึกภายหลังการการซื้อ และใช้ สินค้าแล้ว

5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อไร (When) คำตอบที่ได้จะทำให้ทราบถึงโอกาสในการซื้อ

6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where) คำตอบที่ได้จะทำให้ทราบถึงแหล่งที่ผู้บริโภคไปทำการ ซื้อ

7. ผู้บริโภคซื้อบ่อยเพียงไร (How often) คำตอบที่ได้จะทำให้ทราบถึงความถี่ในการซื้อ กล่าวโดยสรุปได้ว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค คือ การค้นหาเกี่ยวกับการพฤติกรรมการซื้อ หรือการใช้ของผู้บริโภค โดยใช้คำถาม Who, What, Why, When, Where, How และ How often ทำให้เข้าใจถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคได้ง่ายขึ้น และเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

สำหรับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ได้มีผู้นำเสนอความหมายเอาไว้เช่น ยุทธนา ธรรมเจริญ (2541 อ้างถึงใน มุกดา อารีย์, 2549, หน้า 31) กล่าวว่า นักการตลาดจำเป็นต้อง ศึกษา และวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคด้วยเหตุผลหลายประการ กล่าวคือ พฤติกรรมผู้บริโภค มีผลต่อกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจ และมีผลทำให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จถ้ากลยุทธ์การตลาด สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคสามารถ แบ่งได้ 2 ลักษณะ คือ ปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก โดยมีรายละเอียดต่าง ๆ ดังนี้

1. ปัจจัยที่อยู่ภายในบุคคล

1.1 ความต้องการ (Needs) หมายถึง สิ่งจำเป็นใด ๆ สำหรับร่างกายทางกายภาพหรือ จิตใจ ในแง่ของความรู้สึก ความต้องการ คือ การขาดในบางสิ่งบางอย่างที่มีผลประโยชน์ที่

จำเป็นต้องมี ที่อยากได้ด้วยเหตุผลใด ๆ ก็ตามหรือความต้องการเป็นเงื่อนไขที่จำเป็นต้องได้รับการบำบัด

1.2 แรงจูงใจ (Motives) หมายถึง สิ่งกระตุ้น หรือความรู้สึกที่เป็นสาเหตุที่ทำให้บุคคลมีการกระทำหรือมีพฤติกรรมในรูปแบบที่แน่นอน แรงจูงใจทำให้เราได้รู้ถึงความต้องการของเราเองและเป็นการให้เหตุผลสำหรับการกระทำที่แสดงออกอันเนื่องมาจากความต้องการดังกล่าว

1.3 บุคลิกภาพ (Personality) คือ ลักษณะพิเศษของมนุษย์ หรือลักษณะอุปนิสัยที่ได้สร้างขึ้นในตัวบุคคลที่ทำให้บุคคลแต่ละคนแตกต่างไปจากคนอื่น ๆ แรงจูงใจเป็นสาเหตุที่ทำให้บุคคลมีการกระทำตามที่เขามีความต้องการ แต่บุคลิกภาพเป็นสิ่งที่ทำให้บุคคลมีการกระทำให้ลักษณะเฉพาะตัวของบุคคล

1.4 การรับรู้ (Awareness) การมีความรู้ในบางสิ่งบางอย่างได้โดยผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ซึ่งการรับรู้จะเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องโดยตรงมากที่สุดของบุคคล ที่มีต่อสิ่งแวดล้อมภายนอก การรับรู้ของผู้บริโภคจะสามารถแยกได้เป็น 3 ประการ คือ การรับรู้ ทักษะคิด และการเรียนรู้ ซึ่งทั้ง 3 ประการนี้ เป็นปัจจัยภายในของบุคคลที่จะเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมภายนอกของผู้บริโภค

1.5 ความเข้าใจ (Perception) การตีความของบุคคลที่มีต่อสิ่งของหรือความคิดที่สังเกตเห็นได้หรืออะไรก็ตามที่ถูกนำมาสู่ความสนใจของผู้บริโภคโดยผ่านทางประสาทสัมผัสทั้ง 5 ส่วน

1.6 การเรียนรู้ (Learning) การเปลี่ยนแปลงใด ๆ ในความนึกคิดของผู้บริโภค การตอบสนองหรือพฤติกรรมอันเป็นผลมาจากการได้ปฏิบัติ ประสบการณ์หรือการเกิดขึ้นของสัญชาตญาณ หรืออีกนัยหนึ่งความรู้ที่ได้จากการรับรู้ถึงสิ่งที่ไม่เคยรู้จักมาก่อนนั่นเอง

1.7 ทักษะคิด (Attitudes) กลุ่มกว้าง ๆ ของความรู้สึกที่มีอยู่ภายในตัวของมนุษย์หรือความเห็นที่เป็นรูปธรรมของพฤติกรรมของบุคคล

2. ปัจจัยที่อยู่ภายนอกบุคคล

2.1 อิทธิพลของครอบครัว (Family influences) เป็นอิทธิพลที่เกิดขึ้นมาจากสมาชิกภายในครัวเรือน

2.2 อิทธิพลของสังคม (Social influences) เป็นผลลัพธ์ที่ได้มาจากการติดต่อกันของบุคคลทุกคนกับคนอื่น ๆ ที่นอกเหนือไปจากครอบครัวและธุรกิจ อิทธิพลของสังคมเกิดขึ้นได้จากสถานที่ทำงาน วัด โรงเรียน เป็นต้น

2.3 อิทธิพลของธุรกิจ (Business influences) การติดต่อโดยตรงของบุคคลที่มีต่อธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ของร้านค้า โดยผ่านการขายของบุคคล และการโฆษณาก็ตาม

2.4 อิทธิพลของวัฒนธรรม (Cultural influences) เป็นเรื่องราวของความเชื่อที่มีอยู่ในตัวบุคคล และการลงโทษในสังคมที่ได้มีการพัฒนาขึ้นอยู่ตลอดเวลาด้วยระบบของสังคมนั้น

2.5 อิทธิพลทางเศรษฐกิจ หรืออิทธิพลของรายได้ (Economic or income influences) เป็นข้อจำกัดหรือตัวกำหนดที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในรูปของตัวเงินและปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้องด้วยระบบเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กับการกินคืออยู่ดีเป็นอย่างมาก ถ้าบุคคลไม่มีงานทำ ไม่มีรายได้ย่อมไม่สามารถหาปัจจัยมาตอบสนองความต้องการต่าง ๆ

ในทางตรงกันข้าม ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2540 อ้างถึงใน อำนวย ฤชโฆษิตสวัสดิ์, 2547, หน้า 19) กล่าวว่า การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภคทางด้านต่าง ๆ และเพื่อที่จะจัดตั้งกระบวนทางการตลาดให้เหมาะสมการศึกษาถึงลักษณะของผู้ซื้อที่เป็นเป้าหมายจะมีประโยชน์สำหรับนักการตลาดต่าง ๆ กระตุ้นและตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อที่เป็นเป้าหมายได้ถูกต้อง ลักษณะของผู้ซื้อนั้น ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา โดยมีรายละเอียดต่าง ๆ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural factor)

เป็นสัญลักษณ์และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้นโดยเป็นที่ยอมรับจากรุ่นหนึ่งไปสู่รุ่นหนึ่ง โดยเป็นตัวกำหนดและควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมหนึ่งค่านิยมในวัฒนธรรมจะกำหนดลักษณะของสังคม และกำหนดความแตกต่างของสังคมหนึ่งจากสังคมอื่น วัฒนธรรมเป็นสิ่งกำหนดความต้องการและพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งนักการตลาดต้องคำนึงถึงความเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรม และนำลักษณะการเปลี่ยนแปลงเหล่านั้นไปใช้กำหนดโปรแกรมการตลาด วัฒนธรรมแบ่งออกเป็น วัฒนธรรมพื้นฐาน วัฒนธรรมกลุ่มย่อย และชั้นของสังคม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1.1 วัฒนธรรมพื้นฐาน (Culture) เป็นลักษณะพื้นฐานของบุคคลในสังคม

1.2 วัฒนธรรมกลุ่มย่อย (Subculture)

1.2.1 กลุ่มเชื้อชาติ (Nationality groups) มีการบริโภคสินค้าที่แตกต่างกัน

1.2.2 กลุ่มศาสนา (Religious groups) แต่ละกลุ่มมีประเพณีต่างกัน จึงมีผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

1.2.3 กลุ่มสีผิว (Racial groups) กลุ่มสีผิวต่าง ๆ เช่น ผิวดำ ผิวขาว ผิวเหลือง

แต่ละกลุ่มจะมีค่านิยมในวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ทำให้มีทัศนคติที่ต่างกันด้วย

1.2.4 พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ (Geographical areas) หรือท้องถิ่น (Region) ทำให้เกิด

1.2.5 ลักษณะการดำรงชีวิตที่แตกต่างกัน และมีอิทธิพลต่อการบริโภคที่ต่างกัน

1.2.6 กลุ่มอาชีพ (Occupational) เช่น กลุ่มเกษตรกร กลุ่มผู้ใช้แรงงาน
กลุ่มพนักงาน

1.2.7 กลุ่มย่อยด้านอายุ (Age) เช่น ทารก เด็ก วัยรุ่น ผู้ใหญ่ วัยทำงาน และ
ผู้สูงอายุ

1.2.8 กลุ่มย่อยด้านเพศ (Sex) ได้แก่ เพศหญิง และเพศชาย

1.3 ชั้นของสังคม (Social class) หมายถึง การแบ่งสมาชิกของสังคมออกเป็นระดับ
ฐานะที่แตกต่างกัน การแบ่งชั้นทางสังคม โดยทั่วไป ถือเกณฑ์รายได้ ทรัพย์สิน อาชีพ ชั้นของ
สังคม เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค แต่ละชั้นของสังคมจะมี
ลักษณะค่านิยมและพฤติกรรมผู้บริโภคเฉพาะอย่าง

2. ปัจจัยด้านสังคม (Social factor)

เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ลักษณะ
ทางสังคม ประกอบด้วย

2.1 กลุ่มอ้างอิง (Reference groups) กลุ่มนี้จะมีอิทธิพล ต่อทัศนคติ ความคิดเห็น
และค่านิยมของบุคคล ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนสนิท และเพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมอาชีพ และเพื่อนร่วม
สถาบัน

2.2 ครอบครัว (Family) บุคคลในครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลมากที่สุด ต่อทัศนคติ
ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคล สิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคของครอบครัว

2.3 บทบาทและสถานะ (Roles and status) บุคคลจะเกี่ยวข้องกับคนหลายกลุ่ม
ซึ่งจะต้องวิเคราะห์ว่าใครมีบทบาทเป็นผู้ริเริ่ม ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้มีอิทธิพล ผู้ซื้อ และผู้ใช้

3. ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal factor)

การตัดสินใจของผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลทางด้านต่าง ๆ ได้แก่

3.1 อายุ (Age) อายุที่ต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ต่างกัน

3.2 วงจรชีวิตครอบครัว (Family life cycle stage) เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของ
บุคคลในลักษณะของการมีครอบครัว การดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอน เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อ
ความต้องการ ทัศนคติ และค่านิยมของบุคคล ทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์และพฤติกรรม
การซื้อที่ต่างกัน

3.3 อาชีพ (Occupation) อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและ
ความต้องการซื้อสินค้าและบริการที่ต่างกัน

3.4 โอกาสทางเศรษฐกิจ (Economic circumstances) หรือรายได้ (Income) มีผลต่อ
อำนาจการซื้อและทัศนคติต่อการเกี่ยวกับการจ่ายเงิน

3.5 การศึกษา (Education) ผู้ที่มีการศึกษาสูง มีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์คุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาค่ำ

3.6 ค่านิยมในคุณค่า (Value) และรูปแบบในการดำรงชีวิต (Lifestyle) ค่านิยมหรือคุณค่า หมายถึง ความนิยมในสิ่งของหรือบุคคล หรือความคิดเห็นในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ส่วนรูปแบบการดำรงชีวิต หมายถึง รูปแบบของการดำรงชีวิตในโลกมนุษย์ โดยแสดงออกในรูปของกิจกรรม ความสนใจ ความคิดเห็น

4. ปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological factors)

การเลือกซื้อสินค้าของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการซื้อและการใช้สินค้า ประกอบด้วย

4.1 การจูงใจ (Motivation) หมายถึง พลังสิ่งกระตุ้น (Drive) ที่อยู่ภายในตัวบุคคล ซึ่งกระตุ้นให้บุคคลปฏิบัติ

4.2 การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการซึ่งแต่ละบุคคล ได้รับการเลือกสรรจัดระเบียบและตีความหมายข้อมูล เพื่อที่จะสร้างภาพที่มีความหมาย หรือหมายถึง กระบวนการของความเข้าใจ (การเปิดรับ) ของบุคคล ที่มีต่อโลกที่เขาอาศัยอยู่ จากความหมายนี้จะเห็นว่าการรับรู้เป็นกระบวนการของแต่ละบุคคล ซึ่งขึ้นอยู่กับลักษณะปัจจัยภายใน เช่น ความเชื่อ ประสบการณ์ ความต้องการและอารมณ์ และยังขึ้นอยู่กับปัจจัยภายนอก คือ สิ่งกระตุ้น การรับรู้จะพิจารณาเป็นกระบวนการกลั่นกรอง การรับรู้จะแสดงถึงความรู้สึกรู้จักจากประสาทสัมผัสทั้ง 5

4.3 การเรียนรู้ (Learning) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรม และ (หรือ) ความโน้มเอียงของพฤติกรรมจากประสบการณ์ที่ผ่านมา การเรียนรู้ของบุคคลเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้น (Stimulus) และจะเกิดการตอบสนอง (Response) ซึ่งก็คือ ทฤษฎีส่สิ่งกระตุ้น การตอบสนอง (Stimulus-response theory: SR theory) นักบริหารการตลาดได้ประยุกต์ใช้ทฤษฎีนี้ด้วยการโฆษณาซ้ำแล้วซ้ำอีก หรือจัดการส่งเสริมการขาย เพื่อทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อและใช้สินค้าเป็นประจำ

4.4 ความเชื่อ (Believes) เป็นความคิดที่บุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต

4.5 ทศนคติ (Attitude) หมายถึง การประเมินความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของบุคคลความรู้สึกรู้จักด้านอารมณ์ แนวโน้มการปฏิบัติที่มีผลต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือหมายถึงความรู้สึกรู้จักนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

4.6 บุคลิกภาพ (Personality) เป็นรูปแบบลักษณะของบุคคล ที่จะเป็นตัวกำหนด พฤติกรรมตอบสนอง หรืออาจหมายถึง ลักษณะด้านจิตวิทยาที่มีลักษณะแตกต่างของบุคคล ซึ่งนำไปสู่การตอบสนองที่สม่ำเสมอ และมีปฏิกิริยาต่อสิ่งกระตุ้น

กล่าวโดยสรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภค คือ ปัจจัยต่าง ๆ ทั้ง ภายใน และภายนอกของตัวบุคคล เป็นอิทธิพลที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจ ที่จะเลือกซื้อ หรือไม่ซื้อสินค้า และบริการนั้น ๆ

ตารางที่ 4 สรุปแนวคิดและทฤษฎีของนักวิชาการในเรื่องการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ พฤติกรรมผู้บริโภค และนักวิชาการ	ใคร (Who)	อะไร (What)	ทำไม (Why)	ผู้มี ส่วนร่วม (Whom)	โอกาส (When)	ที่ไหน (Where)	อย่างไร (How)	บ่อยแค่ไหน (How often)
1. ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2550)	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓
2. วรรณศิริ ปาน โกศล (อ้างถึงใน สิริกัญญา สุภาศรี, 2553)	✓	✓	✓	✓	✓	✓		

ตารางที่ 5 สรุปแนวคิดและทฤษฎีของนักวิชาการในเรื่องปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของ
ผู้บริโภค

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภค และนักวิชาการ	ปัจจัยที่อยู่ภายในบุคคล (ความต้องการ แรงจูงใจ บุคลิกภาพ การรับรู้ ความเข้าใจ การเรียนรู้ ทัศนคติ)	ปัจจัยที่อยู่ภายนอกบุคคล (ครอบครัว สังคม ธุรกิจ วัฒนธรรม เศรษฐกิจ รายได้)
1. ยุทธนา ธรรมเจริญ (2541 อ้างถึงใน มุกดา อารีย์, 2549)	✓	✓
2. ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2540 อ้างถึงใน อำนาจ ฤทธิชัยสวัสดิ์, 2547)	✓	✓

กฎหมายและระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มหยอดเหรียญ

แนวทางควบคุมการประกอบกิจการตู้จำหน่ายหยอดเหรียญ พ.ศ. 2553

คำแนะนำของคณะกรรมการสาธารณสุข เรื่อง แนวทางการควบคุมการประกอบกิจการตู้จำหน่ายหยอดเหรียญ พ.ศ. 2553 ตามที่กระทรวงสาธารณสุขได้ประกาศให้ “การผลิตน้ำกลั่นน้ำบริโภคน้ำ” เป็นกิจการ ที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ ตามมาตรา 31 แห่งพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 นั้น คณะกรรมการสาธารณสุขในคราวการประชุมครั้งที่ 54-2/ 2542 วันที่ 12 มิถุนายน พ.ศ. 2552 มีมติให้ออกคำแนะนำเรื่องแนวทางการควบคุมการประกอบกิจการตู้จำหน่ายหยอดเหรียญ เพื่อเป็นแนวทาง แก่ราชการส่วนท้องถิ่นในการออกข้อกำหนดของท้องถิ่นต่อไป

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 10 (3) แห่งพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 คณะกรรมการสาธารณสุขจึงออกคำแนะนำ ไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ในคำแนะนำนี้

“กิจการตู้จำหน่ายหยอดเหรียญ” หมายความว่า สถานที่ที่ทำการผลิตน้ำบริโภคน้ำ บรรจุขวด หรือใส่ภาชนะต่าง ๆ โดยมีการจ่ายเงินเป็นค่าน้ำบริโภคน้ำ ณ สถานที่ผลิตน้ำ

ข้อ 2 หลักเกณฑ์เกี่ยวกับสถานที่ตั้ง

สถานที่ตั้งตู้จำหน่ายต้องอยู่ในที่ที่จะไม่ทำให้น้ำดื่มเกิดการปนเปื้อนได้ง่าย โดย

- 2.1 ต้องอยู่ห่างไกลจากบริเวณที่มีฝุ่นมาก แหล่งระบายน้ำเสีย และแหล่งขยะมูลฝอย
- 2.2 ต้องเป็นสถานที่ที่ไม่มีแหล่งแมลง และสัตว์พาหะนำโรค
- 2.3 บริเวณพื้นที่ตั้งตู้จำหน่ายไม่เฉอะแฉะ สกปรกและมีการระบายน้ำที่ถูกต้องลักษณะ
- 2.4 การติดตั้งตู้ต้องยกระดับสูงจากพื้นอย่างน้อย 10 เซนติเมตร
- 2.5 จัดให้มีอุปกรณ์เพียงพอและมีความสูงตามความเหมาะสมสำหรับวางภาชนะ

บรรจุน้ำ

ข้อ 3 หลักเกณฑ์เกี่ยวกับคุณลักษณะตู้จำหน่าย

- 3.1 ตู้จำหน่าย และอุปกรณ์ ต้องทำจากวัสดุที่ไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ
- 3.2 ตู้จำหน่าย จะต้องมีความสะอาดอย่างสม่ำเสมอและไม่รั่วซึม รวมทั้งสามารถ

ทำความสะอาดและเคลื่อนย้ายได้ง่าย

3.3 หัวจ่ายน้ำ และส่วนที่สัมผัสน้ำต้องทำจากวัสดุที่ใช้กับอาหารเท่านั้น (Food grade) และหัวจ่ายน้ำต้องสูงจากพื้น ไม่น้อยกว่า 60 เซนติเมตร

ข้อ 4 หลักเกณฑ์เกี่ยวกับแหล่งน้ำ และการปรับปรุงคุณภาพน้ำ

- 4.1 แหล่งน้ำที่นำมาใช้ต้องมีคุณภาพดี เช่น น้ำประปา น้ำจากบ่อบาดาล

4.2 กรณีที่ผู้ประกอบกิจการผลิตน้ำเพื่อใช้ในการประกอบกิจการเอง ต้องมีระบบการตรวจสอบ การควบคุมและการปรับปรุงคุณภาพน้ำที่ผลิตให้มีคุณภาพดี

4.3 มีการปรับปรุงคุณภาพน้ำตามความจำเป็นของคุณภาพแหล่งน้ำ เพื่อให้ได้น้ำบริโภคที่มีคุณภาพมาตรฐานตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ว่าด้วยน้ำบริโภคในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท

ข้อ 5 หลักเกณฑ์เกี่ยวกับการควบคุมคุณภาพมาตรฐานน้ำบริโภค

5.1 มีการเก็บตัวอย่างน้ำส่งตรวจ ณ ห้องปฏิบัติการวิทยาศาสตร์ เพื่อวิเคราะห์คุณภาพน้ำบริโภคทางด้านกายภาพ, เคมี และแบคทีเรีย อย่างน้อย 1 ครั้ง/ปี

5.2 มีการเก็บตัวอย่างน้ำเพื่อตรวจวิเคราะห์ทางด้านแบคทีเรียโดยใช้ ชุดตรวจวัดอย่างง่ายในภาคสนาม อย่างน้อย 1 ครั้ง/เดือน

ข้อ 6 หลักเกณฑ์เกี่ยวกับการบำรุงรักษาและการทำความสะอาด

6.1 มีการทำความสะอาดสถานที่บริเวณที่ตั้งของตู้น้ำเป็นประจำวัน

6.2 มีการทำความสะอาดพื้นผิวตู้ ช่องระบายน้ำ และหัวจ่ายน้ำเป็นประจำวัน

6.3 ล้างทำความสะอาดถังเก็บน้ำภายในตู้อย่างน้อย 1 ครั้ง/เดือน

6.4 ล้างทำความสะอาดและเปลี่ยนวัสดุกรองตามระยะเวลาข้อแนะนำของผลิตภัณฑ์ที่กำหนด หรือเมื่อพบผลการตรวจผิดปกติเกินมาตรฐาน

ข้อ 7 หลักเกณฑ์เกี่ยวกับการบันทึกและการรายงาน

จัดทำระบบข้อมูลและการรายงานอย่างน้อย ดังนี้

7.1 บันทึกการปฏิบัติงานการตรวจสอบคุณภาพน้ำ และการดูแลบำรุงรักษาตามตารางแผนการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ

7.2 รวบรวมข้อมูลผลการตรวจสอบคุณภาพน้ำของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

7.3 จัดให้มีสัญลักษณ์แสดงคุณภาพน้ำบริโภคได้มาตรฐานหรือปรับปรุง ต่อผู้บริโภคอย่างเปิดเผยเป็นประจำวัน

ข้อ 8 ในกรณีที่ราชการส่วนท้องถิ่นใดได้ออกข้อกำหนดของท้องถิ่นว่าด้วยการควบคุมการประกอบกิจการตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญแล้ว ให้ประชาสัมพันธ์และชี้แจงข้อกำหนดของท้องถิ่นในเรื่องดังกล่าวให้ผู้ประกอบกิจการ และประชาชนทราบโดยทั่วกัน เพื่อประโยชน์ในการบังคับใช้ต่อไป

**ประกาศคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก ฉบับที่ 31 พ.ศ. 2553 เรื่อง ให้ผู้นำดื่มหยอดเหรียญ
อัตโนมัติเป็นสินค้าที่ควบคุมฉลาก**

โดยที่ปรากฏว่าในปัจจุบัน ได้มีการให้บริการผู้นำดื่มหยอดเหรียญอัตโนมัติแก่ผู้บริโภค เป็นจำนวนมากกระจายอยู่ทั้งกรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัด โดยเฉพาะชุมชน และที่พักอาศัย แต่จากการตรวจสอบของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา พบว่า ผู้นำดื่มหยอดเหรียญอัตโนมัติพบการปนเปื้อนเชื้อจุลินทรีย์ ซึ่งอาจก่อให้เกิดอันตรายกับผู้บริโภค ดังนั้นการกำหนดให้ ผู้นำดื่มหยอดเหรียญอัตโนมัติต้องแสดงข้อแนะนำ และคำเตือนไว้ในฉลากจะเป็นประโยชน์แก่ ผู้บริโภค เพื่อให้ได้รับความปลอดภัยจึงสมควรกำหนดให้ผู้นำดื่มหยอดเหรียญอัตโนมัติเป็นสินค้า ที่ควบคุมฉลาก

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 30 และมาตรา 31 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 อันเป็น พระราชบัญญัติที่มีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคล ซึ่งตาม มาตรา 29 ประกอบกับมาตรา 53 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย บัญญัติให้กระทำได้โดย อาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย คณะกรรมการว่าด้วยฉลากจึงออกประกาศไว้ ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ในประกาศนี้

“ผู้นำดื่มหยอดเหรียญอัตโนมัติ” หมายความว่า ผลิตภัณฑ์สำหรับติดตั้งกับท่อจ่ายน้ำ เพื่อกรองน้ำให้สะอาด กำจัดสิ่งปนเปื้อนหรือสิ่งไม่พึงประสงค์ในการดื่ม ได้แก่ ความขุ่น สี กลิ่น และแบคทีเรียบางชนิด ที่อาจปนเปื้อนในระบบส่งน้ำ ถึงพักน้ำ หรือระบบท่อจ่ายน้ำ ซึ่งมีการนำน้ำ มากักเก็บไว้ และจำหน่ายให้กับผู้บริโภคโดยผ่านเครื่องอัตโนมัติ

ข้อ 2 ให้ผู้นำดื่มหยอดเหรียญอัตโนมัติเป็นสินค้าที่ควบคุมฉลาก

ข้อ 3 ฉลากของสินค้าที่ควบคุมฉลากตามข้อ 2 ให้ปฏิบัติตามข้อ 1 ถึงข้อ 3 แห่งประกาศ คณะกรรมการว่าด้วยฉลาก เรื่อง ลักษณะของฉลากสินค้าที่ควบคุมฉลาก พ.ศ. 2541 ลงวันที่ 23 กันยายน พ.ศ. 2541 และให้ระบุนรายละเอียดดังต่อไปนี้ไว้ในฉลากด้วย

(1) ข้อแนะนำในการใช้ ต้องระบุนรายละเอียดอย่างน้อย ดังต่อไปนี้

(ก) ต้องดูความสะอาดของหัวจ่ายน้ำ

(ข) ต้องหลีกเลี่ยงการใช้บริการจากผู้นำดื่มหยอดเหรียญอัตโนมัติที่มีลักษณะ

ไม่ถูกสุขอนามัย

(ค) ต้องใช้ภาชนะที่สะอาดในการบรรจุน้ำ

(ง) ต้องหลีกเลี่ยงการดื่มน้ำจากผู้นำดื่มหยอดเหรียญอัตโนมัติที่มีสี กลิ่น หรือรส

ผิดปกติ

(จ) ไม่ควรรนำภาชนะที่เคยบรรจุของเหลวชนิดอื่นมาบรรจุน้ำ

(2) ระบุ วัน เดือน ปี ที่เปลี่ยนไส้กรอง แต่ละชนิด

(3) คำเตือน ต้องระบุว่า “ระวังอันตราย หากไม่ตรวจสอบวัน เดือน ปีที่เปลี่ยนไส้กรอง และตรวจสอบคุณภาพน้ำ” ทั้งนี้ข้อความที่เป็น “คำเตือน” ต้องใช้ตัวอักษรหนา สีแดง ขนาดไม่ต่ำกว่า 1 เซนติเมตร บนพื้นสีขาว

ข้อความที่เป็นข้อแนะนำใน (1) การระบุข้อมูลใน (2) และคำเตือน ใน (3) ต้องแสดงไว้ที่ด้านหน้าของตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญอัตโนมัติ ในลักษณะคงทนถาวรที่สามารถเห็นและอ่านได้อย่างชัดเจน

ข้อ 4 ประกาศฉบับนี้ให้ใช้บังคับเมื่อพ้นกำหนดหนึ่งร้อยยี่สิบวัน นับแต่วันประกาศในราชกิจจานุเบกษา เป็นต้นไป

ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่อง คำชี้แจงประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 362) พ.ศ. 2556 เรื่อง น้ำบริโภคจากตู้น้ำดื่มอัตโนมัติ

ด้วยปัจจุบันน้ำบริโภคจากตู้น้ำดื่มอัตโนมัติได้รับความนิยมน้ำบริโภคอย่างแพร่หลาย ดังนั้น เพื่อคุ้มครองความปลอดภัยของผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาจึงได้ออกประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 362) พ.ศ. 2556 เรื่อง น้ำบริโภคจากตู้น้ำดื่มอัตโนมัติ ซึ่งมีสาระสำคัญสรุปได้ ดังนี้

1. กำหนดนิยามของ “ตู้น้ำดื่มอัตโนมัติ” หมายความว่า ผลิตภัณฑ์สำหรับติดตั้งกับท่อจ่ายน้ำเพื่อปรับปรุงคุณภาพน้ำให้สะอาด มีคุณภาพมาตรฐาน และปลอดภัยในการบริโภค สำหรับจำหน่ายน้ำบริโภคดังกล่าว ให้ผู้บริโภคโดยผ่านเครื่องอัตโนมัติ

2. กำหนดให้น้ำบริโภคจากตู้น้ำดื่มอัตโนมัติ ต้องมีคุณภาพหรือมาตรฐานตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยเรื่องน้ำบริโภคในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท คือ

(1) คุณสมบัติทางฟิสิกส์

(ก) สี ต้องไม่เกิน 20 ฮาเซนยูนิต

(ข) กลิ่น ต้องไม่มีกลิ่น แต่ไม่รวมถึงกลิ่นคลอรีน

(ค) ความขุ่น ต้องไม่เกิน 5.0 ซิลิกาสเกล

(ง) ค่าความเป็นกรด-ด่าง ต้องอยู่ระหว่าง 6.5 ถึง 8.5

(2) คุณสมบัติทางเคมี

(ก) ปริมาณสารทั้งหมด (Total solid) ไม่เกิน 500.0 มิลลิกรัม ต่อน้ำบริโภค

(ข) ความกระด้างทั้งหมด โดยคำนวณเป็นแคลเซียมคาร์บอเนต ไม่เกิน 100.0 มิลลิกรัม ต่อน้ำบริโภคน้ำ 1 ลิตร

- (ค) สารหนู ไม่เกิน 0.05 มิลลิกรัม ต่อน้ำบริโภคน้ำ 1 ลิตร
- (ง) แบริยม ไม่เกิน 1.0 มิลลิกรัม ต่อน้ำบริโภคน้ำ 1 ลิตร
- (จ) แคลเมียม ไม่เกิน 0.005 มิลลิกรัม ต่อน้ำบริโภคน้ำ 1 ลิตร
- (ฉ) คลอไรด์ โดยคำนวณเป็นคลอรีน ไม่เกิน 250.0 มิลลิกรัม ต่อน้ำบริโภคน้ำ 1 ลิตร

1 ลิตร

- (ช) โครเมียม ไม่เกิน 0.05 มิลลิกรัม ต่อน้ำบริโภคน้ำ 1 ลิตร
- (ซ) ทองแดง ไม่เกิน 1.0 มิลลิกรัม ต่อน้ำบริโภคน้ำ 1 ลิตร
- (ฌ) เหล็ก ไม่เกิน 0.3 มิลลิกรัม ต่อน้ำบริโภคน้ำ 1 ลิตร
- (ญ) ตะกั่ว ไม่เกิน 0.05 มิลลิกรัม ต่อน้ำบริโภคน้ำ 1 ลิตร
- (ฎ) แมงกานีส ไม่เกิน 0.05 มิลลิกรัม ต่อน้ำบริโภคน้ำ 1 ลิตร
- (ฏ) ปรอท ไม่เกิน 0.002 มิลลิกรัม ต่อน้ำบริโภคน้ำ 1 ลิตร
- (ฐ) ไนเตรท โดยคำนวณเป็นไนโตรเจน ไม่เกิน 4.0 มิลลิกรัม ต่อน้ำบริโภคน้ำ 1 ลิตร

1 ลิตร

- (ฑ) ฟีนอล ไม่เกิน 0.001 มิลลิกรัม ต่อน้ำบริโภคน้ำ 1 ลิตร
- (ฒ) ซีลีเนียม ไม่เกิน 0.01 มิลลิกรัม ต่อน้ำบริโภคน้ำ 1 ลิตร
- (ณ) เงิน ไม่เกิน 0.05 มิลลิกรัม ต่อน้ำบริโภคน้ำ 1 ลิตร
- (ด) ซัลเฟต ไม่เกิน 250.0 มิลลิกรัม ต่อน้ำบริโภคน้ำ 1 ลิตร
- (ต) สังกะสี ไม่เกิน 5.0 มิลลิกรัม ต่อน้ำบริโภคน้ำ 1 ลิตร
- (ถ) ฟลูออไรด์ โดยคำนวณเป็นฟลูออรีน ไม่เกิน 0.7 มิลลิกรัม ต่อน้ำบริโภคน้ำ 1 ลิตร

1 ลิตร

- (ท) อะลูมิเนียม ไม่เกิน 0.2 มิลลิกรัม ต่อน้ำบริโภคน้ำ 1 ลิตร
 - (ธ) เอบีเอส (Alkylbenzene sulfonate) ไม่เกิน 0.2 มิลลิกรัม ต่อน้ำบริโภคน้ำ 1 ลิตร
 - (น) ไซยาไนต์ ไม่เกิน 0.1 มิลลิกรัม ต่อน้ำบริโภคน้ำ 1 ลิตร
- (3) คุณสมบัติเกี่ยวกับจุลินทรีย์

(ก) ตรวจพบแบคทีเรียชนิดโคลิฟอร์ม น้อยกว่า 2.2 ต่อน้ำบริโภคน้ำ 100 มิลลิลิตรโดยวิธี เอ็ม พี เอ็น (Most probable number)

- (ข) ตรวจไม่พบแบคทีเรียชนิด อี.โคไล

(ค) จุลินทรีย์ที่ทำให้เกิดโรค ให้เป็นไปตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ว่าด้วยเรื่องมาตรฐานอาหารด้านจุลินทรีย์ที่ทำให้เกิดโรค คือ ไม่มีจุลินทรีย์ที่ทำให้เกิดโรค ยกเว้น แซลโมเนลลา (Salmonella spp.) ไม่พบใน 100 มิลลิลิตร (ml) และสแตฟีโลค็อกคัส ออเรียส (Staphylococcus aureus) ไม่พบใน 100 มิลลิลิตร (ml)

3. กำหนดให้ผู้จำหน่ายน้ำบริโภคต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามประกาศนี้ หากฝ่าฝืน ประกาศนี้เข้าลักษณะเป็นอาหารผิดมาตรฐาน ตามมาตรา 28 ฝ่าฝืนมาตรา 25 (3) มีโทษปรับไม่เกิน 50,000 บาท

4. ประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 362) พ.ศ. 2556 เรื่อง น้ำบริโภคจากตู้น้ำดื่ม อัตโนมัตินี้ได้ประกาศลงในราชกิจจานุเบกษาฉบับประกาศ และงานทั่วไป เล่ม 130 ตอนพิเศษ 136 ง ลงวันที่ 16 ตุลาคม พ.ศ. 2556 และประกาศมีผลใช้บังคับ เมื่อพ้นกำหนดหนึ่งปี นับตั้งแต่วันที่ 16 ตุลาคม พ.ศ. 2556 และประกาศมีผลใช้บังคับ เมื่อพ้นกำหนดหนึ่งปี นับตั้งแต่วันที่ 16 ตุลาคม พ.ศ. 2557

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา จึงขอประกาศให้ทราบโดยทั่วกัน และขอให้ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องปฏิบัติตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขดังกล่าว โดยเคร่งครัด และหากมีข้อสงสัยประการใดติดต่อสอบถามได้ที่สำนักอาหาร สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข โทรศัพท์ 02-590-7252 และ 02-590-7179 ในเวลาราชการ

ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่อง กิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ พ.ศ. 2544

โดยที่เป็นการสมควรตราข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 32 มาตรา 33 มาตรา 54 มาตรา 55 และมาตรา 58 แห่งพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 อันเป็นพระราชบัญญัติที่มีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคลซึ่งมาตรา 29 ประกอบกับมาตรา 50 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย บัญญัติให้กระทำได้โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย ประกอบกับมาตรา 97 แห่งพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2529

กรุงเทพมหานคร โดยความเห็นชอบของสภากรุงเทพมหานคร จึงตราข้อบัญญัติขึ้นไว้ ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ข้อบัญญัตินี้เรียกว่า “ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่อง กิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ พ.ศ. 2544”

ข้อ 2 ข้อบัญญัตินี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษา เป็นต้นไป

ข้อ 3 บรรดาข้อบัญญัติ เทศบัญญัติ กฎ ข้อบังคับ ระเบียบ หรือคำสั่งอื่นใด ในส่วนที่ได้ตราไว้แล้วในข้อบัญญัตินี้ หรือซึ่งขัดหรือแย้งกับข้อบัญญัตินี้ให้ใช้ข้อบัญญัตินี้แทน

ข้อ 4 ในข้อบัญญัตินี้

“กิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ” หมายความว่า กิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพตามกฎหมายว่าด้วยการสาธารณสุข ภายในเขตกรุงเทพมหานครที่อยู่ภายใต้บังคับตามข้อบัญญัตินี้

“เจ้าพนักงานท้องถิ่น” หมายความว่า ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

“เจ้าพนักงานสาธารณสุข” หมายความว่า เจ้าพนักงานซึ่งได้รับแต่งตั้งให้ปฏิบัติการตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535

ข้อ 5 ให้กิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพประเภทต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ เป็นกิจการซึ่งกำหนดให้ควบคุมตามมาตรา 32 แห่งพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2515

5.1 กิจการที่เกี่ยวกับการเลี้ยงสัตว์ ได้แก่

5.1.1 การเลี้ยงสัตว์บก สัตว์น้ำ สัตว์เลี้ยงคลาน หรือแมลง

5.1.2 การเลี้ยงสัตว์เพื่อรีดเอาน้ำนม

5.1.3 การประกอบกิจการเลี้ยง รวบรวมสัตว์ หรือธุรกิจอื่นใดอันมีลักษณะทำนองเดียวกันเพื่อให้ประชาชนเข้าชมหรือเพื่อประโยชน์ของกิจการนั้น ทั้งนี้ จะมีการเก็บค่าดูหรือค่าบริการไม่ว่า ทางตรงหรือทางอ้อมหรือไม่ก็ตาม

5.2 กิจการที่เกี่ยวกับสัตว์และผลิตภัณฑ์ ได้แก่

5.2.1 การฆ่าสัตว์ ยกเว้นในสถานที่ที่จำหน่ายอาหาร การเร่ขาย การขายในตลาด และการฆ่าเพื่อบริโภคในครัวเรือน

5.2.2 การฟอกหนังสัตว์ ขนสัตว์ การสะสมหนังสัตว์ขนสัตว์ที่ยังไม่ได้ฟอก

5.2.3 การสะสมเขาสัตว์ กระดุกสัตว์ที่ยังมิได้แปรรูป

5.2.4 การเกี่ยวหนังสัตว์ เอ็นสัตว์ ไขสัตว์

5.2.5 การต้ม การตาก การเผาเปลือกหอย เปลือกปู เปลือกกุ้ง ยกเว้นในสถานที่จำหน่ายอาหาร การเร่ขาย และการขายในตลาด

5.2.6 การประดิษฐ์เครื่องใช้หรือผลิตภัณฑ์อื่น ๆ จากเปลือกหอยกระดุกสัตว์ เขาสัตว์ หนังสัตว์ ขนสัตว์ หรือส่วนอื่น ๆ ของสัตว์

5.2.7 การผลิต การโม่ การปั่น การบด การผสม การบรรจุ การสะสม หรือการกระทำอื่นใดต่อสัตว์ หรือพืช หรือส่วนหนึ่งส่วนใดของสัตว์หรือพืช เพื่อเป็นอาหารสัตว์

5.2.8 การสะสมหรือการล้างครั้ง

5.3 กิจการที่เกี่ยวกับการอาหาร เครื่องดื่ม น้ำดื่ม ได้แก่

5.3.1 การผลิตเนย เนยเทียม

5.3.2 การผลิตกะปิ น้ำพริกแดง น้ำพริกเผา น้ำปลา น้ำเค็ม น้ำบูดู ไตปลา เต้าเจี้ยว ซิอิ้ว หอยคอง หรือซอสปรุงรสอื่น ๆ ยกเว้นการผลิตเพื่อบริโภคในครัวเรือน

5.3.3 การผลิต การหมัก การสะสมปลาร้า ปลาเจ่า กุ้งเจ่า ยกเว้นการผลิตเพื่อบริโภคในครัวเรือน

5.3.4 การตากเนื้อสัตว์ การผลิตเนื้อสัตว์เค็ม การเคี้ยวมันกุ้ง ยกเว้นการผลิตเพื่อบริโภคในครัวเรือน

5.3.5 การนึ่ง การต้ม การเคี้ยว การตาก หรือวิธีอื่นใดในการผลิตอาหารจากสัตว์ปีก ยกเว้นในสถานที่จำหน่ายอาหาร การเร่ขาย การขายในตลาด และการผลิตเพื่อบริโภคในครัวเรือน

5.3.6 การเคี้ยวน้ำมันหมู การผลิตกุนเชียง หมูยอ ไส้กรอก หมูตั้ง ยกเว้นในสถานที่จำหน่ายอาหาร การเร่ขาย การขายในตลาด และการผลิตเพื่อบริโภคในครัวเรือน

5.3.7 การผลิตเส้นหมี่ ขนมหิน ก๋วยเตี๋ยว เต้าฮวย เต้าหู้ วุ้นเส้น เกี๊ยมอี

5.3.8 การผลิตเบะแซ

5.3.9 การผลิตอาหารบรรจุกระป๋อง ขวด หรือภาชนะอื่นใด

5.3.10 การประกอบกิจการการทำขนมปังสด ขนมปังแห้ง จันท์อับ ขนมเปี๊ยะ

5.3.11 การแกะ การล้างสัตว์น้ำ ที่ไม่ใช่ส่วนหนึ่งของกิจการห้องเย็น ยกเว้นการผลิตเพื่อบริโภคในครัวเรือน

5.3.12 การผลิตน้ำอัดลม น้ำหวาน น้ำโซดา น้ำถั่วเหลือง เครื่องดื่มชนิดต่าง ๆ บรรจุกระป๋อง ขวด หรือภาชนะอื่นใด ยกเว้นการผลิตเพื่อบริโภคในครัวเรือน

5.3.13 การผลิต การแบ่งบรรจุน้ำตาล

5.3.14 การผลิตผลิตภัณฑ์จากน้ำมันวัว

5.3.15 การผลิต การแบ่งบรรจุ เอทิลแอลกอฮอล์ สุรา เบียร์ น้ำส้มสายชู

5.3.16 การคั่วกาแฟ

5.3.17 การผลิตลูกชิ้นด้วยเครื่องจักร

5.3.18 การผลิตผงชูรส

5.3.19 การผลิตน้ำกลั่น น้ำบริโภค

5.3.20 การตาก การหมัก การดองผัก ผลไม้ หรือพืชอย่างอื่น ยกเว้นการผลิตเพื่อบริโภคในครัวเรือน

5.3.21 การผลิต การบรรจุใบชาแห้ง ชาผงหรือเครื่องดื่มชนิดผงอื่น ๆ

5.3.22 การผลิตไอศกรีม ยกเว้น การผลิตเพื่อบริโภคในครัวเรือน

- 5.3.23 การผลิตบะหมี่ มั๊กกะโรนี หรือผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่คล้ายคลึงกัน
- 5.3.24 การประกอบกิจการห้องเย็น แช่แข็งอาหาร
- 5.3.25 การผลิตน้ำแข็ง ยกเว้นการผลิตเพื่อใช้ในสถานที่จำหน่าย อาหารและเพื่อ
การบริโภคในครัวเรือน
- 5.3.26 การเก็บ การถนอมอาหารด้วยเครื่องจักรที่มีกำลังตั้งแต่ 5 แรงม้าขึ้นไป
- 5.4 กิจการที่เกี่ยวกับยา เวชภัณฑ์ อุปกรณ์การแพทย์ เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์
ชำระล้าง ได้แก่
 - 5.4.1 การผลิต การโม่ การบด การผสม การบรรจุด้วยเครื่องจักร
 - 5.4.2 การผลิต การบรรจุยาสีฟัน แชมพู ผ้าเย็บ กระดาษเย็บ เครื่องสำอางต่าง ๆ
 - 5.4.3 การผลิตสาลี ผลิตภัณฑ์จากสาลี
 - 5.4.4 การผลิตผ้าพันแผล ผ้าปิดแผล ผ้าอนามัย ผ้าอ้อมสำเร็จรูป
 - 5.4.5 การผลิตสบู่ ผงซักฟอก ผลิตภัณฑ์ชำระล้างต่าง ๆ
- 5.5 กิจการที่เกี่ยวกับการเกษตร ได้แก่
 - 5.5.1 การอัด การสกัดเอาน้ำมันจากพืช
 - 5.5.2 การล้าง การอบ การรม การสะสมยางดิบ
 - 5.5.3 การผลิตแป้งมันสำปะหลัง แป้งสาหร่ายหรือแป้งอื่น ๆ ในทำนองเดียวกันด้วย
เครื่องจักร
 - 5.5.4 การสีข้าวด้วยเครื่องจักร
 - 5.5.5 การผลิตยาสูบ
 - 5.5.6 การขัด การกะเทาะ การบดเมล็ดพืช การนวดข้าวด้วยเครื่องจักร
 - 5.5.7 การผลิต การสะสมปุ๋ย
 - 5.5.8 การผลิตไยมะพร้าวหรือวัตถุดิบคล้ายคลึงด้วยเครื่องจักร
 - 5.5.9 การตาก การสะสมหรือการขนถ่ายมันสำปะหลัง
- 5.6 กิจการที่เกี่ยวกับโลหะหรือแร่ ได้แก่
 - 5.6.1 การผลิตโลหะเป็นภาชนะ เครื่องมือ เครื่องจักร อุปกรณ์หรือเครื่องใช้ต่าง ๆ
 - 5.6.2 การหลอม การหล่อ การถลุงแร่หรือโลหะทุกชนิดยกเว้นกิจการใน 5.6.1
 - 5.6.3 การกลึง การเจาะ การเชื่อม การตี การตัด การประสาน การรีด การอัด โลหะ
ด้วยเครื่องจักร หรือก๊าซหรือไฟฟ้า ยกเว้นกิจการใน 5.6.1
 - 5.6.4 การเคลือบ การชุบโลหะด้วยตะกั่ว สังกะสี ดีบุก โครเมียม นิกเกิลหรือโลหะ
อื่นใด ยกเว้นกิจการใน 5.6.1

- 5.6.5 การขัด การล้าง โลหะด้วยเครื่องจักร สารเคมี หรือวิธีอื่นใด ยกเว้น กิจการ
ใน 5.6.1
- 5.6.6 การทำเหมืองแร่ การสะสม การแยก การคัดเลือก หรือการล้างแร่
- 5.6 กิจการที่เกี่ยวกับยานยนต์ เครื่องจักรหรือเครื่องกล ได้แก่
- 5.7.1 การต่อ การประกอบ การเคาะ การปะผุ การพ่นสี การพ่นสารกันสนิม
ยานยนต์
- 5.7.2 การตั้งศูนย์ถ่วงล้อ การซ่อม การปรับแต่งระบบปรับอากาศ หรืออุปกรณ์
ที่เป็นส่วนประกอบของยานยนต์ เครื่องจักรหรือเครื่องกล
- 5.7.3 การประกอบธุรกิจเกี่ยวกับยานยนต์ เครื่องจักรหรือเครื่องกล ซึ่งมีไว้บริการ
หรือจำหน่าย และในการประกอบธุรกิจนั้น มีการซ่อมหรือปรับปรุงยานยนต์ เครื่องจักรหรือ
เครื่องกลดังกล่าวด้วย
- 5.7.4 การล้าง การอัดฉีดยานยนต์
- 5.7.5 การผลิต การซ่อม การอัดแบตเตอรี่
- 5.7.6 การปะ การเชื่อมยาง
- 5.7.7 การอัดผ้าเบรก ผ้าคลัตช์
- 5.8 กิจการที่เกี่ยวกับไม้ ได้แก่
- 5.8.1 การผลิตไม้จืดไฟ
- 5.8.2 การเลื่อย การซอย การขัด การไส การเจาะ การขุดร่อง การทำคิ้ว หรือ
การตัดไม้ด้วย เครื่องจักร
- 5.8.3 การประดิษฐ์ไม้ หวาย เป็นสิ่งของด้วยเครื่องจักรหรือการพ่น
การทาสารเคลือบเงาสี หรือการแต่งสำเร็จผลิตภัณฑ์จากไม้หรือหวาย
- 5.8.4 การอบไม้
- 5.8.5 การผลิตรูปด้วยเครื่องจักร
- 5.8.6 การประดิษฐ์สิ่งของเครื่องใช้ เครื่องเขียนด้วยกระดาษ
- 5.8.7 การผลิตกระดาษต่าง ๆ
- 5.8.8 การเผาถ่าน หรือการสะสมถ่าน
- 5.9 กิจการที่เกี่ยวกับการบริการ ได้แก่
- 5.9.1 การประกอบกิจการอาบ อบ นวด เว้นแต่การให้บริการดังกล่าว
ในสถานพยาบาลตามกฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาล

- 5.9.2 การประกอบกิจการสถานที่อาบน้ำ อบไอน้ำ อบสมุนไพรเว้นแต่
การให้บริการดังกล่าวในสถานพยาบาลตามกฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาล
- 5.9.3 การประกอบกิจการ โรงแรมหรือกิจการอื่นในทำนองเดียวกัน
- 5.9.4 การประกอบกิจการหอพัก อาคารชุดให้เช่า ห้องเช่า ห้องแบ่งเช่าหรือกิจการ
อื่นในทำนองเดียวกัน
- 5.9.5 การประกอบกิจการ โรงมหรสพ
- 5.9.6 การจัดให้มีการแสดงดนตรี เต้นรำ รำวง ร้องเพลง ดิสโก้เธค คาราโอเกะ
หรือการแสดงอื่นในทำนองเดียวกัน
- 5.9.7 การประกอบกิจการสระว่ายน้ำ หรือกิจการอื่น ๆ ในทำนองเดียวกัน
- 5.9.8 การจัดให้มีการเล่นสเกตโดยมีแสงหรือเสียงประกอบหรือการเล่นอื่น ๆ
ในทำนองเดียวกัน
- 5.9.9 การประกอบกิจการเสริมสวยหรือแต่งผม เว้นแต่กิจการที่อยู่ในบังคับตามกฎหมาย
ว่าด้วยการประกอบวิชาชีพเวชกรรม
- 5.9.10 การประกอบกิจการให้บริการควบคุมน้ำหนัก โดยวิธีการควบคุม
ทางโภชนาการให้อาหารที่มีวัตถุประสงค์พิเศษ การบริหารร่างกาย หรือโดยวิธีอื่นใด เว้นแต่
การให้บริการดังกล่าวในสถานพยาบาลตามกฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาล
- 5.9.11 การประกอบกิจการสวนสนุก ตู้เกม
- 5.9.12 การประกอบกิจการห้องปฏิบัติการทางการแพทย์ การสาธารณสุข
วิทยาศาสตร์หรือสิ่งแวดล้อม
- 5.9.13 การประกอบกิจการสนามกอล์ฟหรือสถานฝึกซ้อมกอล์ฟ
- 5.10 กิจการที่เกี่ยวกับสิ่งทอ ได้แก่
- 5.10.1 การปั่นด้าย การถักด้าย การทอผ้าด้วยเครื่องจักร หรือการทอผ้าด้วย
กระตุกตั้งแต่ 5 กี่ขึ้นไป
- 5.10.2 การสะสมปอ ป่าน ฝ้ายหรือนุ่น
- 5.10.3 การปั่นฝ้ายหรือนุ่นด้วยเครื่องจักร
- 5.10.4 การทอเสื้อ กระสอบ พรม หรือสิ่งทออื่น ๆ ด้วยเครื่องจักร
- 5.10.5 การเย็บผ้าด้วยเครื่องจักรตั้งแต่ 5 เครื่องขึ้นไป
- 5.10.6 การพิมพ์ผ้า หรือการพิมพ์บนสิ่งทออื่น ๆ
- 5.10.7 การซัก การอบ การรีด การอัดกลับผ้าด้วยเครื่องจักร
- 5.10.8 การย้อม การกีดสีผ้าหรือสิ่งทออื่น

- 5.11 กิจการที่เกี่ยวกับหิน ดิน ททราย ซีเมนต์ หรือวัตถุที่คล้ายคลึง ได้แก่
- 5.11.1 การผลิตภาชนะดินเผาหรือผลิตภัณฑ์ดินเผา
 - 5.11.2 การระเบิด การโม่ การป่นหินด้วยเครื่องจักร
 - 5.11.3 การผลิตเครื่องใช้ด้วยซีเมนต์ หรือวัตถุที่คล้ายคลึง
 - 5.11.4 การสะสม การผสมซีเมนต์ หิน ททราย หรือวัตถุที่คล้ายคลึง
 - 5.11.5 การเจียรไนเพชร พลอย หิน กระจกหรือวัสดุที่คล้าย
 - 5.11.6 การเลื่อย การตัด หรือการประดิษฐ์หินเป็นสิ่งของต่าง ๆ
 - 5.11.7 การผลิตซอล์ก ปูนปาสเตอร์ ปูนขาว ดินสอพอง หรือการเผาหินปูน
 - 5.11.8 การผลิตผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่มีแร่ใยหินเป็นส่วนประกอบหรือส่วนผสม เช่น ผ้าเบรก ผ้าคลัตช์ กระจับเบื้องมุงหลังคา กระจับเบื้องยาง ผ้าเปดาน ท่อน้ำ เป็นต้น
 - 5.11.9 การผลิตกระจกหรือผลิตภัณฑ์แก้ว
 - 5.11.10 การผลิตกระดาษทราย
 - 5.11.11 การผลิตใยแก้วหรือผลิตภัณฑ์จากใยแก้ว
- 5.12 กิจการที่เกี่ยวกับปิโตรเลียม ถ่านหิน สารเคมี ได้แก่
- 5.12.1 การผลิต การบรรจุ การสะสม การขนส่งกรด ด่าง สารออกซิไดซ์ หรือสารตัวทำละลาย
 - 5.12.2 การผลิต การบรรจุ การสะสม การขนส่งก๊าซ
 - 5.12.3 การผลิต การกลั่น การสะสม การขนส่งน้ำมันปิโตรเลียม หรือผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมต่าง ๆ
 - 5.12.4 การผลิต การสะสม การขนส่งถ่านหิน ถ่านโค้ก
 - 5.12.5 การพนสี ยกเว้นกิจการใน 5.7.1
 - 5.12.6 การประดิษฐ์สิ่งของเครื่องใช้ด้วยยาง ยางเทียม พลาสติก เซลลูลอยด์ เบเกอร์ไลท์ หรือวัตถุที่คล้ายคลึง
 - 5.12.7 การโม่ การบดชั้น
 - 5.12.8 การผลิตสีหรือน้ำมันผสมสี
 - 5.12.9 การผลิต การล้างฟิล์มรูปถ่ายหรือฟิล์มภาพยนตร์
 - 5.12.10 การเคลือบ การชุบวัตถุด้วยพลาสติก เซลลูลอยด์ เบเกอร์ไลท์ หรือวัตถุที่คล้ายคลึง
 - 5.12.11 การผลิตพลาสติก เซลลูลอยด์ เบเกอร์ไลท์ หรือวัตถุที่คล้ายคลึง
 - 5.12.12 การผลิต การบรรจุสารเคมีดับเพลิง

- 5.12.13 การผลิตน้ำแข็งแห้ง
- 5.12.14 การผลิต การสะสม การขนส่งดอกไม้เพลิงหรือสารเคมี อันเป็นส่วนประกอบในการผลิต ดอกไม้เพลิง
- 5.12.15 การผลิตเซลล์หรือสารเคลือบเงา
- 5.12.16 การผลิต การบรรจุ การสะสม การขนส่งสารกำจัดศัตรูพืชหรือพาหะนำโรค
- 5.12.17 การผลิต การบรรจุ การสะสมกาว
- 5.13 กิจการอื่น ๆ ได้แก่
- 5.13.1 การพิมพ์หนังสือหรือสิ่งพิมพ์อื่นที่มีลักษณะเดียวกันด้วยเครื่องจักร
- 5.13.2 การผลิต การซ่อมเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ เครื่องไฟฟ้า อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ อุปกรณ์ไฟฟ้า
- 5.13.3 การผลิตเทียน เทียนไข หรือวัตถุที่คล้ายคลึง
- 5.13.4 การพิมพ์แบบ พิมพ์เขียวหรือการถ่ายเอกสาร
- 5.13.5 การสะสมวัตถุหรือสิ่งของที่ชำรุด ไร้แล้วหรือเหลือใช้
- 5.13.6 การประกอบกิจการโกดังสินค้า
- 5.13.7 การล้างขวด ภาชนะหรือบรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้ว
- 5.13.6 การพิมพ์สีลงบนวัตถุที่มีใช้สิ่งทอ
- 5.14 กิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพอื่น ๆ ตามที่กระทรวงสาธารณสุข ประกาศเพิ่มเติม และผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครกำหนด
- ข้อ 6 เมื่อพ้นกำหนดเก้าสิบวันนับแต่วันที่ข้อบัญญัตินี้ใช้บังคับ ห้ามมิให้บุคคลใดประกอบกิจการซึ่งกำหนดให้ควบคุมตามที่กำหนดไว้ในข้อ 5 ในลักษณะที่เป็นการค้า เว้นแต่จะได้รับใบอนุญาตจากเจ้าพนักงานท้องถิ่น
- ข้อ 7 ผู้ใดประสงค์จะประกอบกิจการตามข้อ 5 ในลักษณะที่เป็นการค้าให้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตจากเจ้าพนักงานท้องถิ่นตามแบบพร้อมทั้งหลักฐานตามที่กรุงเทพมหานครกำหนด และต้องปฏิบัติและจัดสถานที่สำหรับประกอบกิจการนั้นให้ถูกต้องด้วยสัญลักษณ์ ดังต่อไปนี้
- 7.1 สถานที่นั้นต้องตั้งในบริเวณที่เหมาะสม ไม่มีน้ำท่วมขังและสามารถระบายน้ำออกได้โดยสะดวก
- 7.2 ทำทางระบายหรือบ่อกักน้ำซึ่งรับน้ำเสียด้วยวัสดุถาวร มีลักษณะเรียบ ไม่ซึมไม่รั่ว น้ำไหลได้สะดวก

7.3 การระบายน้ำต้องไม่ให้เป็นที่เดือดร้อนแก่ผู้ใช้น้ำในทางน้ำสาธารณะ หรือแก่ผู้อาศัยใกล้เคียง

7.4 จัดให้มีการบำบัด หรือการปรับปรุงคุณภาพน้ำเสียหรือกากของเสียตามหลักเกณฑ์ที่กรุงเทพมหานครกำหนด

7.5 จัดให้มีการป้องกันกลิ่น เสียง แสง รังสี ความสั่นสะเทือน สิ่งมีพิษ ฝุ่นละออง เขม่า เถ้า คาร์บอน มูล หรือสิ่งใด ซึ่งอาจเป็นเหตุรำคาญ หรืออาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพของผู้ปฏิบัติงาน ในสถานประกอบการหรือผู้อยู่อาศัยใกล้เคียง หรือมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตามหลักเกณฑ์ที่กรุงเทพมหานครกำหนด

7.6 จัดให้มีแสงสว่างและการระบายอากาศที่เหมาะสมและเพียงพอตามหลักเกณฑ์ที่กรุงเทพมหานครกำหนด

7.7 จัดให้มีน้ำสะอาดเพียงพอแก่กิจการนั้น

7.8 จัดให้มีที่รองรับมูลฝอยและสิ่งเปราะเปื้อนที่เพียงพอและถูกต้องด้วยสุขลักษณะ และจัดสถานที่ให้มีเป็นที่อาศัยของสัตว์นำโรค

7.9 จัดให้มีส้วมที่ถูกต้องด้วยสุขลักษณะ จำนวนเพียงพอกับคนที่ทำการอยู่ในสถานที่นั้นตามหลักเกณฑ์ที่กรุงเทพมหานครกำหนด และอยู่ในทำเลที่เหมาะสม รวมทั้งการกำจัดอุจจาระด้วยวิธีที่ถูกต้องตามหลักสุขาภิบาล

7.10 ปฏิบัติการอื่นใดที่เกี่ยวข้องด้วยสุขลักษณะตามคำแนะนำของเจ้าพนักงานสาธารณสุข คำสั่งเจ้าพนักงานท้องถิ่น รวมทั้งระเบียบ ข้อบังคับ และคำสั่งของกรุงเทพมหานคร ผู้ประกอบกิจการตามข้อ 5 ในลักษณะที่ไม่เป็นการคัดค้านปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ข้างต้นด้วย

ข้อ 8 เมื่อเจ้าพนักงานท้องถิ่นได้ตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของคำขอรับใบอนุญาตแล้ว ปรากฏว่าถูกต้องตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่กำหนดไว้ ให้ออกใบอนุญาตตามแบบที่กรุงเทพมหานครกำหนดเงื่อนไขและวิธีการรับใบอนุญาตและการชำระค่าธรรมเนียมให้เป็นไปตามที่กรุงเทพมหานครกำหนด

ข้อ 9 ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการตามข้อ 5 ต้องปฏิบัติเกี่ยวกับการดูแลสภาพหรือสุขลักษณะของสถานที่ที่ใช้ดำเนินกิจการและมาตรการป้องกันอันตรายต่อสุขภาพ ดังต่อไปนี้

9.1 ปฏิบัติและจัดสถานที่สำหรับประกอบกิจการนั้นให้ถูกต้องด้วยสุขลักษณะเช่นเดียวกับข้อ 7

9.2 ประกอบกิจการภายในเขตสถานที่ที่ได้รับอนุญาต

9.3 รักษาเครื่องมือเครื่องใช้ในการประกอบกิจการทุกอย่างให้สะอาดอยู่เสมอ ถ้าวัตถุหรือผลิตภัณฑ์แห่งกิจการนั้นจะใช้เป็นอาหาร ต้องป้องกันวัตถุหรือผลิตภัณฑ์นั้นให้พ้นจากการปนเปื้อน ฝุ่นละออง แมลงวัน สัตว์อื่น ๆ หรือสิ่งอื่นใดที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ

9.4 จัดให้มีการป้องกันและกำจัดแมลงวัน ยุง หรือสัตว์นำโรคอื่น ๆ ให้ถูกหลักสุขาภิบาล

9.5 ปฏิบัติการทุกอย่างเพื่อการรักษาความสะอาดและป้องกันอันตรายต่อสุขภาพ รวมทั้งการป้องกันมิให้เกิดเหตุรำคาญหรือโรคติดต่อ

9.6 จัดให้มีมาตรการเพื่อความปลอดภัยในการทำงานและไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพของผู้ปฏิบัติงาน

9.7 ปฏิบัติการอื่นใดเกี่ยวกับสุขลักษณะตามคำแนะนำของเจ้าพนักงานสาธารณสุข คำสั่งเจ้าพนักงานท้องถิ่น รวมทั้งระเบียบ ข้อบังคับ และคำสั่งของกรุงเทพมหานคร

ข้อ 10 เมื่อผู้ได้รับใบอนุญาตประสงค์จะขอต่ออายุใบอนุญาตให้ยื่นคำขอต่อเจ้าพนักงานท้องถิ่นพร้อมกับเสียค่าธรรมเนียมตามข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยค่าธรรมเนียมสำหรับการดำเนินกิจการตามกฎหมาย ว่าด้วยการสาธารณสุขภายในเก้าสิบวันก่อนใบอนุญาตสิ้นอายุ

ข้อ 11 การเปลี่ยนแปลง ขยาย หรือลดการประกอบกิจการ สถานที่ หรือเครื่องจักร ผู้รับใบอนุญาตจะต้องยื่นคำขอตามแบบที่กรุงเทพมหานครกำหนด และเมื่อได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานท้องถิ่นแล้วจึงจะดำเนินการได้

ข้อ 12 ในกรณีที่ใบอนุญาตสูญหาย ถูกทำลาย หรือชำรุดในสาระสำคัญผู้รับใบอนุญาตจะต้องยื่นคำขอต่อเจ้าพนักงานท้องถิ่นตามแบบที่กรุงเทพมหานครกำหนดเพื่อขอรับใบแทนใบอนุญาตภายในสิบห้าวันนับแต่วันที่ได้ทราบถึงการสูญหาย ถูกทำลาย หรือชำรุดในสาระสำคัญ การออกใบแทนใบอนุญาตให้ดำเนินการตามหลักเกณฑ์ที่กรุงเทพมหานครกำหนด

ข้อ 13 เมื่อผู้รับใบอนุญาตไม่ประสงค์จะประกอบการอีกต่อไป ให้ยื่นคำขอบอกเลิกการดำเนินกิจการต่อเจ้าพนักงานท้องถิ่นตามแบบที่กรุงเทพมหานครกำหนดก่อนถึงกำหนดเสียค่าธรรมเนียมครั้งต่อไป

ข้อ 14 เมื่อผู้รับใบอนุญาตประสงค์จะโอนการดำเนินกิจการให้แก่ผู้อื่นให้ยื่นคำขอต่อเจ้าพนักงานท้องถิ่นตามแบบที่กรุงเทพมหานครกำหนด และเมื่อได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานท้องถิ่นแล้วจึงจะดำเนินการได้

ข้อ 15 ใบอนุญาตให้ใช้สถานที่ประกอบการค้าซึ่งเป็นที่รังเกียจหรืออาจเป็นอันตรายแก่สุขภาพซึ่งได้ออกก่อนวันที่ข้อบัญญัตินี้ใช้บังคับให้คงใช้ได้ต่อไปจนกว่าจะสิ้นอายุใบอนุญาตนั้น

ข้อ 16 ผู้ใดฝ่าฝืนข้อบัญญัตินี้มีโทษตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535

ข้อ 17 ให้ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครรักษาการตามข้อบัญญัตินี้ และให้มีอำนาจออกข้อบังคับ ระเบียบ คำสั่ง ประกาศ เพื่อปฏิบัติการให้เป็นไปตามข้อบัญญัตินี้

ข้อบัญญัติองค์การบริหารส่วนตำบลวัดละมุด เรื่อง การควบคุมการประกอบกิจการตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญ พ.ศ. 2553

โดยที่เป็นการสมควรตราข้อบัญญัติองค์การบริหารส่วนตำบลวัดละมุด ว่าด้วยการควบคุมการประกอบกิจการตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญ

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 71 แห่งพระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ. 2535 แก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ 6 พ.ศ. 2552 ประกอบกับมาตรา 4 มาตรา 32 มาตรา 33 มาตรา 45 มาตรา 55 มาตรา 57 มาตรา 58 มาตรา 59 มาตรา 60 มาตรา 61 มาตรา 62 มาตรา 63 และมาตรา 64 แห่งพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 และที่แก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ 2 พ.ศ. 2550 และกฎกระทรวงฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2536) ออกตามความในพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 องค์การบริหารส่วนตำบลวัดละมุด โดยได้รับความเห็นชอบของสภาองค์การบริหารส่วนตำบลวัดละมุดและนายอำเภอนครชัยศรี จึงตราข้อบัญญัติองค์การบริหารส่วนตำบลขึ้นไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ข้อบัญญัตินี้เรียกว่า “ข้อบัญญัติองค์การบริหารส่วนตำบล เรื่อง การควบคุมการประกอบกิจการตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญ พ.ศ. 2553”

ข้อ 2 ข้อบัญญัติองค์การบริหารส่วนตำบลนี้ให้ใช้บังคับภายในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลวัดละมุด ตั้งแต่วันที่ได้ประกาศไว้โดยเปิดเผย ณ ที่ทำการองค์การบริหารส่วนตำบลวัดละมุด แล้วสิบห้าวัน

ข้อ 3 นับแต่วันที่ข้อบัญญัตินี้ใช้บังคับ เป็นต้น ไป บรรดาข้อบัญญัติ ข้อบังคับ ระเบียบ คำสั่งอื่นใดในส่วนที่ตราไว้แล้ว ซึ่งขัดหรือแย้งกับข้อบัญญัตินี้ ให้ใช้ข้อบัญญัตินี้แทน

ข้อ 4 ในข้อบัญญัตินี้

“กิจการตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญ” หมายถึง สถานที่ที่ทำการผลิตน้ำบริโภคนครจุฬวดี หรือใส่ภาชนะต่าง ๆ โดยมีการจ่ายเงินเป็นค่าน้ำบริโภค ณ สถานที่ผลิตน้ำ

“เจ้าพนักงานท้องถิ่น” หมายถึง นายองค์การบริหารส่วนตำบล

“เจ้าพนักงานสาธารณสุข” หมายถึง เจ้าพนักงานซึ่งได้รับการแต่งตั้งให้ปฏิบัติตามข้อบัญญัตินี้

“พนักงานเจ้าหน้าที่” หมายถึง พนักงานส่วนตำบลที่ได้รับการแต่งตั้งจากเจ้าพนักงานท้องถิ่นให้ปฏิบัติงานตามข้อบัญญัตินี้

ข้อ 5 ให้กิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพประเภทตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญ เป็นกิจการที่ต้องควบคุมในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลวัดละมุด

ข้อ 6 เมื่อพ้นกำหนดเก้าสิบวัน นับแต่วันที่ข้อบัญญัตินี้มีผลใช้บังคับ ห้ามมิให้ผู้ใดดำเนินกิจการตามประเภทที่ระบุไว้ในข้อ 5 ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลวัดละมุดในลักษณะที่เป็นการค้า เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานท้องถิ่น

ข้อ 7 ผู้ใดประสงค์ที่จะประกอบกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ ซึ่งต้องควบคุมตามข้อบัญญัตินี้ ให้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตต่อเจ้าพนักงานท้องถิ่นพร้อมหลักฐานต่าง ๆ ตามที่องค์การบริหารส่วนตำบลวัดละมุดกำหนด

ข้อ 8 ผู้ขอรับใบอนุญาตประกอบกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ ซึ่งต้องควบคุมตามข้อบัญญัตินี้ ต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ประกอบกิจการค่านั้น ๆ ให้เป็นไปตามเงื่อนไขอันเกี่ยวข้องกับสุขลักษณะ ดังต่อไปนี้

8.1 หลักเกณฑ์เกี่ยวกับสถานที่ตั้ง

สถานที่ตั้งตู้น้ำดื่มต้องอยู่ในที่ที่จะไม่ทำให้น้ำดื่มเกิดการปนเปื้อนได้ง่าย โดย

- 8.1.1 ต้องอยู่ห่างไกลจากบริเวณที่มีฝุ่นมาก แหล่งระบายน้ำเสียแหล่งขยะมูลฝอย
- 8.1.2 ต้องเป็นสถานที่ที่ไม่มีแหล่งแมลงและสัตว์พาหะนำโรค
- 8.1.3 บริเวณพื้นที่ตั้งตู้น้ำไม่เฉอะแฉะ สกปรก และมีการระบายน้ำที่ถูก

สุขลักษณะ

8.1.4 การติดตั้งตู้ต้องยกระดับสูงจากพื้นอย่างน้อย 10 เซนติเมตร

8.1.5 จัดให้มีอุปกรณ์เพียงพอและมีความสูงตามความเหมาะสมสำหรับวาง

ภาชนะบรรจุน้ำ

8.2 หลักเกณฑ์เกี่ยวกับคุณลักษณะน้ำ

8.2.1 ตู้น้ำและอุปกรณ์ ต้องทำจากวัสดุที่ไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ

8.2.2 ตู้น้ำจะต้องมีความสะอาดอย่างสม่ำเสมอและไม่รั่วซึม รวมทั้งสามารถทำความสะอาดและเคลื่อนย้ายได้ง่าย

8.2.3 หัวจ่ายน้ำและส่วนที่สัมผัสน้ำต้องทำจากวัสดุที่ใช้กับอาหารเท่านั้น และหัวจ่ายน้ำต้องสูงจากพื้น ไม่น้อยกว่า 60 เซนติเมตร

8.3 หลักเกณฑ์เกี่ยวกับแหล่งน้ำและการปรับปรุงคุณภาพน้ำ

8.3.1 แหล่งน้ำที่นำมาใช้ต้องมีคุณภาพดี เช่น น้ำประปา น้ำจากบ่อบาดาล

8.3.2 กรณีที่ผู้ประกอบกิจการผลิตน้ำเพื่อใช้ในการประกอบกิจการเอง ต้องมีระบบการตรวจสอบ การควบคุมและการปรับปรุงคุณภาพน้ำที่ผลิตให้มีคุณภาพดี

8.3.3 มีการปรับปรุงคุณภาพน้ำตามความจำเป็นของคุณภาพแหล่งน้ำ เพื่อให้ได้ น้ำบริโภคที่มีคุณภาพมาตรฐานตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ว่าด้วยน้ำบริโภคในภาชนะ บรรจุที่ปิดสนิท

8.3.4 มีปริมาณฟลูออไรด์ในน้ำเป็นไปตามมาตรฐานตามประกาศกระทรวง สาธารณสุข ว่าด้วยน้ำบริโภคในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท

8.4 หลักเกณฑ์เกี่ยวกับการควบคุมคุณภาพมาตรฐานน้ำบริโภค

8.4.1 มีการเก็บตัวอย่างน้ำส่งตรวจ ณ ห้องปฏิบัติการวิทยาศาสตร์ เพื่อวิเคราะห์ คุณภาพน้ำบริโภคทางด้านกายภาพ เคมี และแบคทีเรีย อย่างน้อย 1 ครั้ง/ปี

8.4.2 มีการเก็บตัวอย่างน้ำเพื่อตรวจวิเคราะห์ทางด้านแบคทีเรียโดยใช้ชุดตรวจวัด อย่างง่ายในภาคสนาม อย่างน้อย 1 ครั้ง/เดือน

8.5 หลักเกณฑ์เกี่ยวกับการบำรุงรักษาและการทำความสะอาด

8.5.1 มีการทำความสะอาดสถานที่ บริเวณที่ตั้งของตู้น้ำเป็นประจำ

8.5.2 มีการทำความสะอาดพื้นผิวตู้ ช่องระบายน้ำและหัวจ่ายน้ำเป็นประจำวัน

8.5.3 ล้างทำความสะอาดถังเก็บน้ำภายในตู้อย่างน้อย 1 ครั้ง/เดือน

8.5.4 ล้างทำความสะอาดและเปลี่ยนวัสดุกรองตามระยะเวลาข้อเสนอแนะของ ผลิตภัณฑ์ที่กำหนด หรือก่อนหน้านั้นหากพบผลการตรวจผิดปกติเกินมาตรฐาน

8.6 หลักเกณฑ์เกี่ยวกับการบันทึกและการรายงาน

จัดทำระบบข้อมูลและการรายงานอย่างน้อย ดังนี้

8.6.1 บันทึกการปฏิบัติงานการตรวจสอบคุณภาพน้ำและการดูแลบำรุงรักษาตาม ตารางแผนการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ

8.6.2 รวบรวมข้อมูลผลการตรวจสอบคุณภาพน้ำของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

8.6.3 จัดให้มีสัญลักษณ์แสดงคุณภาพน้ำบริโภคได้มาตรฐานหรือปรับปรุงต่อ ผู้บริโภคอย่างเปิดเผยเป็นประจำวัน

ข้อ 9 เมื่อเจ้าพนักงานท้องถิ่นได้พิจารณาแล้วเห็นว่าผู้ขอรับใบอนุญาตปฏิบัติตาม ความในข้อ 8 และการอนุญาตนั้นไม่เป็นเหตุกระทบกระเทือนต่อสุขภาพอนามัยของประชาชน ก็ให้ออกใบอนุญาต

ข้อ 10 ผู้ได้รับอนุญาตต้องมารับใบอนุญาตพร้อมกับชำระค่าธรรมเนียมตามอัตราท้าย ข้อบัญญัติองค์การบริหารส่วนตำบลนี้ ภายในกำหนดสิบห้าวัน นับแต่วันที่ได้รับหนังสือแจ้งจาก เจ้าพนักงานท้องถิ่น หากมิได้มารับใบอนุญาต และชำระค่าธรรมเนียมภายในระยะเวลาที่กำหนด จะถือว่าสละสิทธิ์

ข้อ 11 ผู้รับใบอนุญาตให้ประกอบกิจการค้า ซึ่งกำหนดให้ควบคุมตามข้อบัญญัติองค์การบริหารส่วนตำบลนี้จะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ เงื่อนไขอันเกี่ยวข้องกับสุขลักษณะในข้อ 8

ข้อ 12 ให้เจ้าพนักงานท้องถิ่นมีอำนาจกำหนดหลักเกณฑ์ เงื่อนไข โดยเฉพาะระบุไว้ในใบอนุญาต ให้ผู้รับใบอนุญาตปฏิบัติ เพื่อป้องกันอันตรายต่อสุขภาพของสาธารณชนเพิ่มเติมจากที่กำหนดไว้โดยทั่วไปตามข้อ 11 ได้

ข้อ 13 ให้เจ้าพนักงานท้องถิ่น เรียกเก็บค่าธรรมเนียมใบอนุญาตให้ประกอบกิจการคูน้ำ คูมหยอดเหรียญ ซึ่งกำหนดให้ควบคุม ตามอัตราท้ายข้อบัญญัติองค์การบริหารส่วนตำบลนี้

ข้อ 14 ใบอนุญาตให้มีอายุหนึ่งปีนับแต่วันที่ออกใบอนุญาตและให้ใช้ได้เพียงในเขตองค์การบริหารส่วนตำบล

ข้อ 15 การต่อใบอนุญาตจะต้องยื่นคำขอต่อเจ้าพนักงานท้องถิ่น ก่อนใบอนุญาตสิ้นอายุ เมื่อได้ยื่นคำขอพร้อมกับชำระค่าธรรมเนียมแล้วให้ประกอบกิจการต่อไปได้ จนกว่าเจ้าพนักงานท้องถิ่นจะสั่งไม่ต่อใบอนุญาต หากมิได้ชำระค่าธรรมเนียมก่อนใบอนุญาตสิ้นอายุ จะต้องชำระค่าปรับเพิ่มขึ้นอีกร้อยละยี่สิบ ของจำนวนค่าธรรมเนียมที่ค้างชำระ

ข้อ 16 เมื่อผู้รับใบอนุญาตไม่ประสงค์จะประกอบกิจการต่อไป ให้ยื่นคำร้องบอกเลิกกิจการต่อเจ้าพนักงานท้องถิ่น

ข้อ 17 หากผู้รับใบอนุญาต ประสงค์จะแก้ไขรายการในใบอนุญาต ให้ยื่นคำขอต่อเจ้าพนักงานท้องถิ่น

ข้อ 18 ในกรณีที่ใบอนุญาตสูญหาย ถูกทำลายหรือชำรุด ในสาระสำคัญให้ผู้รับใบอนุญาต ยื่นคำขอรับใบแทนใบอนุญาต ต่อเจ้าพนักงานท้องถิ่น ภายในสิบห้าวัน นับแต่วันที่ได้รับทราบถึงการสูญหาย ถูกทำลายหรือชำรุดในสาระสำคัญแล้วแต่กรณี พร้อมหลักฐานดังต่อไปนี้

18.1 เอกสารการแจ้งความต่อสถานีตำรวจ กรณีการสูญหายหรือถูกทำลาย

18.2 ใบอนุญาตเดิม กรณีชำรุดในสาระสำคัญ

ข้อ 19 การออกใบแทนใบอนุญาต ให้เจ้าพนักงานท้องถิ่น ดำเนินการตามหลักเกณฑ์วิธีการและเงื่อนไข ดังนี้

19.1 การออกใบแทนใบอนุญาตให้ประทับตราสีแดงคำว่า “ใบแทน” กำกับไว้ด้วย และให้มี วัน เดือน ปี ที่ออกใบแทน พร้อมทั้งลงลายมือชื่อเจ้าพนักงานท้องถิ่น หรือผู้ได้รับมอบหมายจากเจ้าพนักงานท้องถิ่น ในใบแทนและต้นขั้วใบแทน

19.2 ให้ใช้ใบแทนใบอนุญาตได้เท่ากับเวลาที่เหลือของใบอนุญาตเดิมนั้น

19.3 บันทึกด้านหลังต้นขั้วใบอนุญาตเดิม ระบุสาเหตุการสูญหาย ถูกทำลาย หรือชำรุดในสาระสำคัญของใบอนุญาตเดิมแล้วแต่กรณี และลงเล่มที่ เลขที่ ปี ของใบแทนใบอนุญาต

ข้อ 20 ผู้รับใบอนุญาตตามข้อบัญญัติองค์การบริหารส่วนตำบลนี้ ต้องแสดงใบอนุญาตไว้โดยเปิดเผยและเห็นได้ง่าย ณ สถานที่ประกอบกิจการตลอดเวลาที่ประกอบกิจการ

ข้อ 21 ผู้รับใบอนุญาตให้ประกอบกิจการค้า ซึ่งกำหนดให้ควบคุมตามข้อบัญญัติองค์การบริหารส่วนตำบลนี้ ไม่ปฏิบัติหรือปฏิบัติไม่ถูกต้องตามข้อบัญญัติองค์การบริหารส่วนตำบลนี้ หรือเลื่อนใจโดยเฉพาะที่ระบุไว้ในใบอนุญาตนั้น เจ้าพนักงานท้องถิ่นมีอำนาจสั่งพักใช้ใบอนุญาตได้ภายในเวลาที่เห็นสมควรครั้งละไม่เกินสิบห้าวัน

กรณีที่ถูกสั่งพักใช้ใบอนุญาตมาแล้วสองครั้ง และมีเหตุที่จะต้องถูกสั่งพักใช้ใบอนุญาตอีก เจ้าพนักงานท้องถิ่นมีอำนาจออกคำสั่งเพิกถอนใบอนุญาตเสียก็ได้

ข้อ 22 ผู้ถูกสั่งเพิกถอนใบอนุญาตจะขอรับใบอนุญาตสำหรับการประกอบกิจการที่ถูกเพิกถอนใบอนุญาตอีกไม่ได้จนกว่าจะพ้นกำหนดหนึ่งปีนับแต่วันที่ถูกลงคำสั่งเพิกถอนใบอนุญาต

ข้อ 23 ผู้ใดฝ่าฝืนข้อบัญญัติองค์การบริหารส่วนตำบลนี้ในข้อ 6 มีความผิดตามมาตรา 71 แห่งพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 และที่แก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ 2 พ.ศ. 2550

ข้อ 24 ผู้ใดฝ่าฝืนข้อบัญญัติองค์การบริหารส่วนตำบลนี้ในข้อ 11 มีความผิดตามมาตรา 73 วรรคหนึ่ง แห่งพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 และที่แก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ 2 พ.ศ. 2550

ข้อ 25 ผู้ใดฝ่าฝืนข้อบัญญัติองค์การบริหารส่วนตำบลนี้ในข้อ 12 มีความผิดในมาตรา 76 แห่งพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 และที่แก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ 2 พ.ศ. 2550

ข้อ 26 ผู้ใดฝ่าฝืนข้อบัญญัติองค์การบริหารส่วนตำบลนี้ในข้อ 18 หรือข้อ 20 มีความผิดตามมาตรา 83 แห่งพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 และที่แก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ 2 พ.ศ. 2550

ข้อ 27 ผู้รับใบอนุญาตผู้ใดดำเนินกิจการในระหว่างถูกพักใช้ใบอนุญาต ตามข้อ 22 มีความผิดตามมาตรา 85 แห่งพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 และที่แก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ 2 พ.ศ. 2550

ข้อ 28 ผู้ใดขัดขวางหรือไม่อำนวยความสะดวกในการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าพนักงานท้องถิ่นหรือเจ้าพนักงานสาธารณสุขหรือผู้ซึ่งได้รับการแต่งตั้งจากเจ้าพนักงานท้องถิ่นมีความผิดตามมาตรา 79 แห่งพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 และที่แก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ 2 พ.ศ. 2550

ข้อ 29 ให้นำยกองค์การบริหารส่วนตำบลวัดละมุด มีหน้าที่รักษาการให้เป็นไปตาม
ข้อบัญญัติองค์การบริหารส่วนตำบลนี้ และให้มีอำนาจออกระเบียบ ประกาศหรือคำสั่ง เพื่อ
ปฏิบัติการให้เป็นไปตามข้อบัญญัติองค์การบริหารส่วนตำบลนี้

ข้อบัญญัติเมืองพัทยา เรื่อง กิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2555

โดยที่เป็นการสมควรแก้ไขเพิ่มเติมข้อบัญญัติเมืองพัทยา เรื่องกิจการที่เป็นอันตรายต่อ
สุขภาพ ให้เหมาะสมยิ่งขึ้น

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 32 แห่งพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2539
อันเป็นพระราชบัญญัติที่มีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคล
ซึ่งมาตรา 29 ประกอบกับมาตรา 50 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยบัญญัติให้กระทำได้โดย
อาศัยอำนาจแห่งกฎหมายและมาตรา 70 แห่งพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการเมืองพัทยา
พ.ศ. 2552 โดยความเห็นชอบของสภาเมืองพัทยาและผู้ว่าราชการจังหวัดชลบุรี จึงตราข้อบัญญัติ
เมืองพัทยาขึ้นไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ข้อบัญญัติเมืองพัทยานี้เรียกว่า “ข้อบัญญัติเมืองพัทยา เรื่องกิจการที่เป็นอันตรายต่อ
สุขภาพ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2555”

ข้อ 2 ข้อบัญญัตินี้ให้ใช้บังคับเมื่อพ้นเจ็ดวันนับแต่วันประกาศไว้โดยเปิดเผย ณ ศาลาว่า
การ เมืองพัทยา เป็นต้น ไป

ข้อ 3 ให้ยกเลิกความใน 3.19 บัญชีกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพและอัตรา
ค่าธรรมเนียมต่อท้ายข้อบัญญัติเมืองพัทยา เรื่อง กิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ พ.ศ. 2545 และให้
ความต่อไปนี้แทน 3.19 การประกอบกิจการผลิตน้ำกลั่น น้ำบริโภคน้ำ

3.1 โดยไม่ใช้เครื่องจักรหรือสูบน้ำดื่มหยอดเหรียญใช้เครื่องจักรไม่เกิน 5 แรงม้า อัตรา
ค่าธรรมเนียม ตู้อะ 1,000 บาท

3.2 โดยใช้เครื่องจักรเกิน 5 แรงม้า อัตราค่าธรรมเนียม 4,000 บาท

ข้อ 4 ให้กิจการสูบน้ำดื่มหยอดเหรียญปฏิบัติตามคำแนะนำของคณะกรรมการสาธารณสุข
เรื่องแนวทางการควบคุมประกอบกิจการสูบน้ำดื่มหยอดเหรียญ พ.ศ. 2553 ลงวันที่ 2 มิถุนายน
พ.ศ. 2553 ดังนี้

4.1 กิจการสูบน้ำดื่มหยอดเหรียญ หมายความว่า สถานที่ที่ทำการผลิตน้ำบริโภคน้ำ
ขวดหรือใส่ภาชนะต่าง ๆ โดยมีการขายเงินเป็นค่าน้ำบริโภคน้ำ ณ สถานที่ผลิตน้ำ

4.2 หลักเกณฑ์เกี่ยวกับสถานที่ตั้ง สถานที่ตั้งสูบน้ำดื่มต้องอยู่ในที่ที่จะไม่ทำให้น้ำดื่ม
เกิดการปนเปื้อนง่ายโดย

4.2.1 ต้องอยู่ห่างไกลจากบริเวณที่มีฝุ่นมาก แหล่งระบายน้ำเสีย และแหล่งขยะ
มูลฝอย

4.2.2 ต้องเป็นสถานที่ที่ไม่มีแหล่งแมลงและสัตว์พาหะนำโรค

4.2.3 บริเวณพื้นที่ตั้งตู้น้ำ ไม่แฉะแฉะ สกปรกและมีการระบายน้ำที่ถูก

สุขลักษณะ

4.2.4 การติดตั้งตู้ต้องยกระดับสูงจากพื้นอย่างน้อย 10 เซนติเมตร

4.2.5 จัดให้มีอุปกรณ์เพียงพอและมีความสูงตามความเหมาะสมสำหรับวาง

ภาชนะบรรจุน้ำ

4.3 หลักเกณฑ์เกี่ยวกับคุณลักษณะตู้น้ำ

4.3.1 ตู้น้ำและอุปกรณ์ ต้องทำจากวัสดุที่ไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ

4.3.2 ตู้น้ำจะต้องมีความสะอาดอย่างสม่ำเสมอและไม่รั่วซึม รวมทั้งสามารถ

ทำความสะอาด และเคลื่อนย้ายได้ง่าย

4.3.3 หัวจ่ายน้ำและส่วนที่สัมผัสน้ำต้องทำจากวัสดุที่ใช้กับอาหารเท่านั้น และ
หัวจ่ายน้ำต้องสูงจากพื้นไม่น้อยกว่า 60 เซนติเมตร

4.4 หลักเกณฑ์เกี่ยวกับแหล่งน้ำและการปรับปรุงคุณภาพน้ำ

4.4.1 แหล่งน้ำที่นำมาใช้ต้องมีคุณภาพดี เช่น น้ำประปา

4.4.2 กรณีที่ผู้ประกอบกิจการผลิตน้ำเพื่อใช้ในการประกอบกิจการเอง ต้องมี
ระบบการตรวจสอบ การควบคุมและการปรับปรุงคุณภาพน้ำที่ผลิตให้มีคุณภาพดี

4.4.3 มีการปรับปรุงคุณภาพน้ำตามความจำเป็นของคุณภาพแหล่งน้ำ เพื่อให้ได้
น้ำบริโภคที่มี คุณภาพมาตรฐานตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยน้ำบริโภคในภาชนะ
บรรจุที่ปิดสนิท

4.5 หลักเกณฑ์เกี่ยวกับการควบคุมคุณภาพมาตรฐานน้ำบริโภค

4.5.1 มีการเก็บตัวอย่างน้ำส่งตรวจ ณ ห้องปฏิบัติการวิทยาศาสตร์ เพื่อวิเคราะห์
คุณภาพน้ำบริโภคทางด้านกายภาพ เคมี และแบคทีเรีย อย่างน้อย 1 ครั้ง/ปี

4.5.2 มีการเก็บตัวอย่างน้ำเพื่อตรวจวิเคราะห์ทางด้านแบคทีเรียโดยใช้ชุดตรวจวัด
อย่างง่ายในภาคสนาม อย่างน้อย 1 ครั้ง/เดือน

4.6 หลักเกณฑ์เกี่ยวกับการควบคุมมาตรฐานน้ำบริโภค

4.6.1 มีการทำความสะอาดสถานที่ บริเวณที่ตั้งของตู้น้ำเป็นประจำวัน

4.6.2 มีการทำความสะอาดพื้นผิวตู้ ช่องระบายน้ำและหัวจ่ายน้ำเป็นประจำวัน

4.6.3 ล้างทำความสะอาดถึงเก็บน้ำภายในตู้ อย่างน้อย 1 ครั้ง/เดือน

4.6.4 สร้างทำความสะอาดและเปลี่ยนวัสดุกรองตามระยะเวลาข้อนำของผลิตภัณฑ์ที่กำหนด หรือเมื่อพบผลการตรวจผิดปกติเกินมาตรฐาน

4.7 หลักเกณฑ์เกี่ยวกับการบันทึกและการรายงาน จัดทำระบบข้อมูลและการรายงานอย่างน้อย ดังนี้

4.7.1 บันทึกการปฏิบัติงานการตรวจสอบคุณภาพน้ำและการดูแลบำรุงรักษาตามตารางแผนการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ

4.7.2 รวบรวมข้อมูลผลการตรวจสอบคุณภาพน้ำของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

4.7.3 จัดให้มีสัญลักษณ์แสดงคุณภาพน้ำบริโภคได้มาตรฐานหรือปรับปรุงต่อผู้บริโภคอย่างเปิดเผยเป็นประจำ

ตารางที่ 6 สรุปกฎหมายและระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มหยอดเหรียญ

กฎหมายและระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มหยอดเหรียญ	สถานที่ตั้งตู้จำหน่ายน้ำดื่ม	คุณลักษณะตู้จำหน่ายน้ำ	แหล่งน้ำ และการปรับปรุงคุณภาพน้ำ	การควบคุมคุณภาพมาตรฐานน้ำบริโภค	การบำรุงรักษาและการทำงานความสะอาด	การบันทึกและการรายงาน
1. แนวทางควบคุมการประกอบกิจการตู้จำหน่ายน้ำดื่มหยอดเหรียญ พ.ศ. 2553	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2. ประกาศคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก ฉบับที่ 31 พ.ศ. 2553 เรื่อง ให้ตู้จำหน่ายน้ำดื่มหยอดเหรียญอัตโนมัติเป็นสินค้าที่ควบคุมฉลาก		✓		✓		✓
3. ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่อง คำชี้แจงประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 362) พ.ศ. 2556 เรื่อง น้ำบริโภคจากตู้จำหน่ายน้ำดื่มอัตโนมัติ				✓		
4. ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่อง กิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ พ.ศ. 2544	✓			✓		✓
5. ข้อบัญญัติองค์การบริหารส่วนตำบลวัดละมุด เรื่อง การควบคุมการประกอบกิจการตู้จำหน่ายน้ำดื่มหยอดเหรียญ พ.ศ. 2553	✓	✓	✓	✓	✓	✓
6. ข้อบัญญัติเมืองพัทยา เรื่อง กิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2555	✓	✓	✓	✓	✓	✓

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เสกสรรค์ วิทย์ปรีชากุล (2550) การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และความคิดเห็นของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ต่อมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทำการสุ่มตัวอย่างแบบคลัสเตอร์ จากกลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และกลุ่มสาขาวิชาสังคมศาสตร์ ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 394 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และใช้แบบคัดกรอง Alcohol use disorder identification test (AUDIT) และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วง 1 ปี (ร้อยละ 77.9) พบเพศชายมีอัตราการดื่มมากกว่าเพศหญิง ส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า 20 ปี (ร้อยละ 79.7) กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 4 (ร้อยละ 83.5) และเรียนสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (ร้อยละ 83.7) รวมทั้งเคยได้รับอุบัติเหตุทางถนนที่มีความเกี่ยวข้องกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กลุ่มนี้จะมีการดื่มของบุคคลในครอบครัว (ร้อยละ 83.2) และมีการดื่มของเพื่อนสนิทและเพื่อนที่พักห้องเดียวกัน (ร้อยละ 90.9 และ 87.3 ตามลำดับ) ประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่นิยมดื่มมากที่สุด คือ เหล้าและเบียร์ โดยดื่มไม่เกินเดือนละครั้งมากที่สุด (ร้อยละ 70.7) ปริมาณการดื่มเบียร์ 1-2 กระป๋องหรือเหล้าไม่เกิน 1-2 เป๊ก มีร้อยละ 53.7 และดื่มเบียร์ในคราวเดียวกันมากกว่า 6 กระป๋องหรือเหล้ามากกว่า 6 เป๊กมีร้อยละ 28.3 ส่วนใหญ่ดื่มเมื่อมีงานเลี้ยงสังสรรค์และเพื่อเข้าสังคม โดยมักดื่มกับเพื่อนในช่วงเวลาก่อนเที่ยงคืน และตามสถานบันเทิงมากที่สุด จากการประเมินระดับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยใช้แบบคัดกรอง AUDIT พบระดับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบอันตราย พบเพศชายมากกว่าเพศหญิง (ร้อยละ 24.2 และ 4.2) นอกจากนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับปานกลางมากที่สุดในทุกด้าน (ร้อยละ 74.4) ได้แก่ ด้านการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และด้านการรณรงค์ของโครงการรณรงค์ต่าง ๆ ยกเว้นด้านมาตรการบังคับใช้ทางกฎหมายที่มีผู้ไม่เห็นด้วยมากที่สุดถึงร้อยละ 50.8

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (2551) การวิจัยนี้จัดทำขึ้นเพื่อ ศึกษาสถานการณ์ความปลอดภัยของการบริโภคน้ำที่ผลิตจากเครื่องผลิตน้ำดื่มหยอดเหรียญในกรุงเทพมหานคร และวิเคราะห์สาเหตุและแนวทางการแก้ปัญหาที่ก่อให้เกิดการปนเปื้อน สํารวจพฤติกรรมของผู้บริโภคในการบริโภคน้ำจากเครื่องผลิตน้ำดื่มหยอดเหรียญ และศึกษาลักษณะการดำเนินธุรกิจเครื่องผลิตน้ำดื่มหยอดเหรียญ รวมทั้งเสนอแนะแนวทางในการกำกับดูแลต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีวิธีการศึกษาโดยเก็บตัวอย่างน้ำดิบจากโรงกรองน้ำประปาของการประปานครหลวง 4 แห่ง และสุ่มตัวอย่างเครื่องผลิตน้ำดื่มหยอดเหรียญแบบ

Accidental sampling จำนวน 350 ตัวอย่าง ทำการเก็บตัวอย่างน้ำดิบก่อนเข้าเครื่องฯ น้ำดื่มหลังออกจากเครื่องฯ เพื่อตรวจวิเคราะห์คุณภาพด้านกายภาพ เคมี และจุลินทรีย์ ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 61) พ.ศ. 2524 เรื่อง น้ำบริโภคในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท นอกจากนี้ยังได้ตรวจสอบความสะอาดของหัวจ่ายน้ำด้วยการ Swab และสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภค โดยการสัมภาษณ์ผู้บริโภค จำนวน 400 คน และจัดส่งแบบสอบถามข้อมูลการดำเนินธุรกิจจำหน่ายเครื่องฯ จากผู้ประกอบการ 37.68% (26/ 69) นอกจากนี้ได้มีการประชุม Focus group ผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตน้ำบริโภคเพื่อให้ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการกำกับดูแล ผลการศึกษาพบว่า น้ำดื่มหยอดเหรียญไม่ผ่านมาตรฐาน คิดเป็น 24.57% (86/ 350) มีรายละเอียดดังนี้คือ 1) ค่า pH ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน คิดเป็น 18.29% (64/ 350) ซึ่งมีค่าต่ำกว่ามาตรฐาน คือ อยู่ในช่วง 5.75-6.49 2) ค่าความกระด้างไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน 2.00% (7/ 350) โดยพบมีค่าสูงกว่ามาตรฐานไม่มากนัก คือ อยู่ในช่วง 102-114 ppm จำนวน 6 ตัวอย่าง และมีเพียง 1 ตัวอย่างมีค่าสูงกว่ามาตรฐานมาก คือ มีค่า 330 ppm และ 3) พบการปนเปื้อนของเชื้อ Coliforms 5.43% (19/ 350) E. coli 0.57% (2/ 350) แต่ไม่พบการปนเปื้อน Salmonella spp. และ V. parahaemolyticus คุณภาพน้ำประปาจากโรงกรองน้ำพบว่า ผ่านเกณฑ์มาตรฐานทุกตัวอย่าง ขณะที่น้ำดิบที่จุดก่อนเข้าเครื่อง พบว่า ไม่ผ่านมาตรฐานทางกายภาพและเคมี อาจเกิดจากการปนเปื้อนจากรั่วซึมทำให้แร่ธาตุในดินปนเปื้อนเข้าไปได้ในท่อระหว่างการส่งน้ำจากการโรงผลิตน้ำประปาไปยังจุดติดตั้งเครื่องฯ โดยไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานค่าความกระด้าง 10.48% (33/ 350) คือ อยู่ในช่วง 100.2-178.6 ppm. และไม่ผ่านมาตรฐานค่า pH 10.48% (33/ 350) คือมี pH ต่ำกว่ามาตรฐานอยู่ในช่วง 6.12-6.47, 30 ตัวอย่าง อาจเป็นปัญหา กับระบบการผลิตแบบรีเวอร์สออสโมซิส (Reverse osmosis: R.O.) ซึ่งจะส่งผลให้คุณ้ำดื่มจากเครื่องฯ ไม่ผ่านมาตรฐานไปด้วย (คุณภาพน้ำดื่มที่ผลิตด้วยเครื่องฯ ที่ใช้ระบบ R.O. จะมีค่า pH สูงกว่าระบบที่ไม่ใช้ R.O. ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05) และ pH มากกว่ามาตรฐาน คือ อยู่ในช่วง 8.99-10.45, 3 ตัวอย่าง ทั้งนี้ผู้ประกอบการควรมีการคัดเลือกแหล่งน้ำดิบ โดยการตรวจวิเคราะห์คุณภาพของน้ำ เพื่อใช้ในการออกแบบระบบการผลิตของเครื่องผลิตน้ำดื่มหยอดเหรียญได้อย่างเหมาะสม เพื่อให้ได้น้ำดื่มที่ปลอดภัยต่อการบริโภค เมื่อพิจารณารูปแบบธุรกิจ จะจำแนกได้ 3 ลักษณะ คือ 1) บริษัทดำเนินการเองแบบครบวงจร 2) มีตัวแทนจำหน่ายแต่สิทธิการครอบครองเครื่องยังเป็นของบริษัท 3) แบบขายขาดให้ประชาชนทั่วไปนำไปติดตั้งเอง (รายย่อย) มีการติดตั้งเครื่องฯ จะอยู่ในเขตชุมชนมีผู้คนอาศัยอยู่หนาแน่นและส่วนใหญ่ 69.71% (244/ 350) ตั้งอยู่ริมถนนที่แคบส่องถึง ผู้ประกอบการควรหลีกเลี่ยงการติดตั้งเครื่องฯ ในที่ที่แสงแดดส่องถึง เพราะอาจทำให้เกิดตะไคร่น้ำที่หัวจ่าย และถึงเก็บน้ำที่กรองแล้วในเครื่องได้ และหลีกเลี่ยงการติดตั้งเครื่องริมถนนที่มีฝุ่นละอองมาก มีระบบการผลิตภายในเครื่องประกอบด้วยระบบปรับสภาพ

น้ำเบื้องต้น (การกรองกลั่น สีและความขุ่น) และระบบการฆ่าเชื้อ ซึ่งส่วนใหญ่ใช้ระบบ R.O. คิดเป็น 86.00% (301/ 350) โดยมีทั้ง R.O. เพียงอย่างเดียวหรือผสมกับวิธีอื่น เช่น รังสียูวี หรือ โอโซน เป็นต้น ส่วนที่เหลืออีก 14.00% (49/ 350) ใช้ระบบอื่น ๆ เช่น รังสียูวี ไบโอแอคทีฟ รีฟอร์มมิ่ง โอโซน หรือผสมผสานสองหรือสามวิธีดังกล่าว ซึ่งจำเป็นต้องมีการทำความสะอาด และบำรุงรักษาไส้กรองใยสังเคราะห์ คาร์บอน เมมเบรน หลอดยูวี และถังพักน้ำ ตามความถี่ที่กำหนดหรือเปลี่ยนใหม่เมื่อเสื่อมสภาพ นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรทวนสอบความเหมาะสมของระบบการผลิตโดยส่งตัวอย่างน้ำตรวจคุณภาพอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ผลการตรวจสอบความสะอาดของหัวจ่ายน้ำพบการปนเปื้อนของ Coliforms 23.14% (81/ 350) แต่ไม่พบการปนเปื้อนของเชื้อ E. coli ดังนั้น ผู้ประกอบการควรล้างทำความสะอาดและฆ่าเชื้อหัวจ่ายน้ำเป็นประจำ เพื่อลดโอกาสการสะสมของเชื้อจุลินทรีย์ และตะไคร่น้ำบริเวณหัวจ่ายจากการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภค พบว่าไม่แน่ใจในความสะอาดของน้ำดื่มหยอดเหรียญ 50.00% (200/ 400) ซึ่งมีเหตุผลในการเลือกใช้บริการเครื่องผลิตน้ำดื่มหยอดเหรียญเนื่องจากอยู่ใกล้ที่พัก 44.68% (298/ 667) และราคาถูก 24.59% (164/ 667) แสดงให้เห็นได้ว่า ปัจจัยด้านความสะดวกในการจัดหาและปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ค่อนข้างมากกว่าปัจจัยด้านความปลอดภัย พฤติกรรมผู้บริโภค ส่วนใหญ่นำน้ำดื่มหยอดเหรียญไปบริโภคทันทีโดยไม่ผ่านกระบวนการใด ๆ 74.94% (302/ 400) และบางส่วนไม่มีการล้างทำความสะอาดภาชนะบรรจุ แสดงให้ว่าผู้บริโภคมีโอกาสเสี่ยงต่อการบริโภคน้ำดื่มที่มีการปนเปื้อนเชื้อจุลินทรีย์ได้

สิริกัญญา สุภาศรี (2553) การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญของผู้บริโภค ในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ การศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญในเขตอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 396 ตัวอย่าง แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายและเพศหญิง ในสัดส่วนเท่ากัน ส่วนใหญ่ เป็นกลุ่มอายุ 21-30 ปี มีสถานภาพโสด มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 7,001-10,000 บาท มีลักษณะของที่พักอาศัยเป็นบ้านเดี่ยว และมีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 2-3 คน ในส่วนพฤติกรรมการใช้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ จากการเห็นตามสถานที่ต่าง ๆ คนรู้จักเป็นผู้แนะนำให้ทราบว่าเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญมีระบบการผลิตน้ำที่ดี สำหรับเหตุผลที่เลือกใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ เพราะหาใช้บริการได้สะดวก และตั้งอยู่ใกล้ที่พักหรือที่ทำงาน ผู้บริโภคนิยมเลือกการผลิตน้ำระบบออสโมซิส (Reverse osmosis) ตนเองจะเป็นผู้ตัดสินใจในการใช้บริการเอง ส่วนสถานที่ ที่ใช้บริการเป็นประจำ คือ

ใกล้ที่พัก ใช้บริการสัปดาห์ละ 3 ครั้ง ช่วงเวลาที่นิยมใช้บริการมากที่สุด คือ เวลา 18.01-21.00 น. จำนวนเงินที่ใช้ คือ จำนวน 5-10 บาท ภาชนะที่นิยมนำมาใช้บรรจุน้ำ คือ ขวดพลาสติกขนาดใหญ่ (1,000-1,500 ซีซี) โดยจะทำความสะอาดภาชนะทุกครั้งก่อนนำมาบรรจุน้ำ ส่วนการบริโภค น้ำก่อนที่จะมีเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ คือ นิยมซื้อจากร้านค้า และผู้บริโภคส่วนใหญ่ รู้จักตราสินค้าของเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญหลากหลาย อาทิเช่น Aqua teak, Fresh drink, Global water, Hydro fresh, Ozone drinking water, RO water และมีหลายคนที่ไม่ได้ให้ความสนใจในตราสินค้า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการ เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ของผู้บริโภค ในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ให้ความสำคัญต่อปัจจัยทั้งหมดในระดับมาก โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (4.18) ปัจจัยด้านราคา (4.07) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (3.93) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (3.58) ตามลำดับ

ฉัตรพร อัครวิชฌนนท์ (2554) ศึกษาเรื่อง ทักษะคิดและพฤติกรรมการใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญของผู้พักอาศัยในอพาร์ทเมนต์ในจังหวัดนนทบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาทักษะคิดและพฤติกรรมการใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญของผู้พักอาศัยในอพาร์ทเมนต์ในจังหวัดนนทบุรี วิธีการวิจัยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงพรรณนา โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล มีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น จำนวน 400 ตัวอย่างตามอพาร์ทเมนต์ในจังหวัดนนทบุรี แล้วทำการวิเคราะห์ด้วยวิธีเชิงปริมาณด้วยวิธีหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแจกแจงแบบที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวน การทดสอบการแจกแจงแบบไคสแควร์ และการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน โดยกำหนดความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิงจำนวน 272 คน มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 5,001-10,000 บาท อัตราค่าเช่าอพาร์ทเมนต์ต่อเดือนระหว่าง 1,501-3,000 บาท มีจำนวนผู้พักอาศัยในห้องเดียวกัน 2 คน ส่วนใหญ่บริโภคน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ปริมาณบริโภคน้ำดื่มต่อวัน 1-2 ลิตร รู้จักเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญจากตัวเครื่องจำหน่ายน้ำดื่ม และเคยใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ใช้บริการเฉลี่ยสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง ปริมาณการซื้อน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญต่อครั้งจำนวน 4-5 ลิตร สาเหตุที่ใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ เนื่องจากมีความสะดวกในการนำภาชนะมาบรรจุ และสาเหตุที่ไม่ใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ เนื่องจากไม่มั่นใจในคุณภาพของน้ำ กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในการใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญจำแนกตามส่วนประสมทางการตลาด ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับดี ด้านราคาอยู่ในระดับปานกลาง ด้านสถานที่วางจำหน่ายอยู่ในระดับดี ด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับดี และทัศนคติโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในการใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญในด้านความง่ายในการใช้เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญสูงที่สุด และมีทัศนคติในการใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ในด้านคุณภาพของน้ำ เช่น ความสะอาด ความใส กลิ่น รส ต่ำที่สุด

พิชญากร มาพะเนา (2554) การศึกษารุ่นนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจมีวัตถุประสงค์เพื่อ ประเมินคุณภาพน้ำดื่มปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพน้ำดื่ม และสภาพแวดล้อมของตู้จำหน่ายน้ำดื่มหยอดเหรียญในเขตคลองสามวา กรุงเทพมหานคร โดยศึกษาตู้จำหน่ายน้ำดื่มหยอดเหรียญทั้งหมดที่ติดตั้งในชุมชนพื้นที่เขตคลองสามวา จากการสำรวจของเจ้าหน้าที่ฝ่ายสิ่งแวดล้อมและสุขาภิบาล สำนักงานเขตคลองสามวา ระหว่างเดือนสิงหาคม-กันยายน พ.ศ. 2553 มีจำนวน 87 ตู้ จาก 36 ชุมชน โดยใช้แบบสำรวจข้อมูลในการเก็บข้อมูล และเก็บตัวอย่างน้ำจากตู้จำหน่ายน้ำดื่มหยอดหรียญนำมาตรวจวิเคราะห์คุณภาพน้ำ ตามมาตรฐานคุณภาพน้ำดื่มในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท ประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 61 (พ.ศ. 2524) เรื่อง น้ำบริโภคในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท แสดงผลการวิเคราะห์ด้วยค่าร้อยละ และค่าค่า สูด-สูงสุดวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพน้ำดื่มด้วยสถิติทดสอบไคสแควร์ และประเมินความปลอดภัยของสภาพตู้จำหน่ายน้ำดื่มหยอดเหรียญ ตามกฎกระทรวงแรงงานกำหนดมาตรฐานในการบริหาร และการจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานเกี่ยวกับเครื่องจักร ปั่นจั่น และหม้อน้ำ พ.ศ. 2552 หมวด 1 เครื่องจักร ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพน้ำ ทางกายภาพ เคมี และชีวภาพไม่ผ่านมาตรฐานค่าความเป็นกรด-ด่าง จำนวน 21 ตัวอย่าง (ร้อยละ 24.14) ความกระด้างทั้งหมด จำนวน 3 ตัวอย่าง (ร้อยละ 3.45) โคลิฟอร์มแบคทีเรียรวม จำนวน 7 ตัวอย่าง (ร้อยละ 8.05) และ Escherichia coli จำนวน 1 ตัวอย่าง (ร้อยละ 1.15) และไม่ผ่านมาตรฐานอย่างน้อย 1 พารามิเตอร์ จำนวน 30 ตัวอย่าง (ร้อยละ 34.48) เมื่อนำไปทดสอบด้วยไคสแควร์ พบว่า การดูแลหลังการขายตู้จำหน่ายน้ำดื่มหยอดเหรียญมีความสัมพันธ์กับคุณภาพน้ำดื่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) การสำรวจด้านความปลอดภัยของตู้จำหน่ายน้ำดื่ม พบว่า ตู้จำหน่ายน้ำดื่มหยอดเหรียญทั้งหมดใช้วัสดุทำพื้นไม่ป้องกันการลื่น การติดตั้งตู้จำหน่ายน้ำดื่มมีโอกาสสัมผัสผู้มาใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 14.94 สภาพของฉนวนหุ้มตู้ชำรุด คิดเป็นร้อยละ 8.05 ไม่มีการต่อสายดิน คิดเป็นร้อยละ 18.39 เมื่อทำการสำรวจการเดินสายไฟฟ้าของตู้จำหน่ายน้ำดื่ม พบว่า เดินสายไฟธรรมดาไม่มีการป้องกันอันตราย คิดเป็นร้อยละ 4.60 และบริเวณตู้จำหน่ายน้ำดื่มไม่มีข้อมูลผู้ประกอบการไว้ติดต่อเมื่อเกิดปัญหาขัดข้องหรือได้รับอันตราย คิดเป็นร้อยละ 36.78 ดังนั้นหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องควรควบคุม ดูแล ผู้ประกอบการตู้จำหน่ายน้ำดื่มหยอดเหรียญ และ

ใฝ่ระวังคุณภาพน้ำดื่มอย่างจริงจัง ผู้ประกอบการควรบำรุงรักษาตู้น้ำดื่มอย่างสม่ำเสมอ ล้างหรือเปลี่ยนไส้กรองตามกำหนดเวลา เพื่อให้ น้ำดื่มมีคุณภาพมาตรฐานตามที่กฎหมายกำหนด ประชาชนควรเลือกซื้อน้ำดื่มจากตู้ น้ำดื่มหยอดเหรียญ ที่มีความสะอาด ปลอดภัย ได้รับการตรวจสอบจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในเบื้องต้นอาจใช้การสังเกตจากสภาพภายนอกของตู้ น้ำดื่มที่สะอาดไม่ชำรุด และพร้อมใช้งาน ตั้งอยู่ในที่ร่ม ห่างจากขยะ หรือฝุ่นละออง ควรคว่ามีการบันทึกข้อมูลการบำรุงรักษาอย่างสม่ำเสมอ และภาชนะที่นำมาใช้รองรับน้ำดื่มต้องแน่ใจว่าสะอาดเพียงพอ

นุชจรินทร์ ศรีนุชศาสตร์ (2555) ทำการศึกษาเรื่อง ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์ตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญจากการศึกษา พบว่า ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์ตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญมีหลายประการที่ทำให้ไม่สามารถคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างเพียงพอ ได้แก่ ปัญหาการบังคับใช้พระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 ปัญหาการบังคับใช้กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคในด้านฉลากเกี่ยวกับหน้าที่พิสูจน์แสดงความจริงในสาระสำคัญของสินค้าที่ควบคุมฉลาก ปัญหาความรับผิดชอบของผู้ประกอบการต่อผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นปัญหาความรับผิดชอบของผู้ประกอบการตามหลักการการพิสูจน์ ปัญหาการใช้ดุลพินิจของศาลในการกำหนดค่าเสียหาย ปัญหาการเยียวยาความเสียหายแก่ผู้บริโภค และนอกจากนี้ยังมีปัญหาตามกฎหมายอาญาที่ใช้ในการลงโทษ ผู้ประกอบธุรกิจตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญ จากเหตุผลดังกล่าว ผู้ศึกษาจึงได้เสนอแนวทางเพื่อแก้ไข ปัญหาที่เกิดขึ้น กล่าวคือ ควรมีการออกข้อกำหนดท้องถิ่นตามที่พระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 ได้ให้อำนาจไว้ เพื่อควบคุมการประกอบกิจการตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญโดยเฉพาะ ควรปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายในส่วนที่เกี่ยวกับการกำหนดภาระในการพิสูจน์แสดงความจริงเกี่ยวกับสรรพคุณของสินค้าให้เป็นหน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจที่เป็นเจ้าของสินค้าควรมีการแก้ไขเพิ่มเติมบทบัญญัติในพระราชบัญญัติความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ. 2551 ทั้งในเรื่องความรับผิดชอบของผู้ประกอบการตามหลักการการพิสูจน์ ในเรื่องการใช้ดุลพินิจของศาลในการกำหนดค่าเสียหายให้ชัดเจน เพื่อให้มีความเหมาะสมและมีมาตรฐานที่ชัดเจนและเป็นไปในทางเดียวกัน สำหรับในปัญหาเรื่องการชดใช้เยียวยาความเสียหายแก่ผู้บริโภค ควรมีการกำหนดให้ มีการจัดตั้งกองทุนเพื่อเยียวยาความเสียหายให้แก่ผู้เสียหายซึ่งได้รับความเสียหายจากการบริโภคน้ำดื่มจากตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญที่ไม่ปลอดภัย สุดท้ายในปัญหามาตรการทางอาญาควรมีการแก้ไข เพิ่มเติมอัตราโทษตามบทมาตราที่เกี่ยวข้องให้สูงขึ้นเพื่อให้เหมาะสมแก่สภาพสังคมและเศรษฐกิจ ในปัจจุบันและเพื่อให้มีประสิทธิภาพในการลงโทษ ผู้ประกอบธุรกิจตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญ

วริศรา ปืออาทิตย์ และอลงกรณ์ วงศ์หมั่น (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ศึกษาคุณภาพน้ำดื่มจากเครื่องผลิตน้ำดื่มหยอดเหรียญในพื้นที่ชุมชนรอบมหาวิทยาลัยนเรศวร จังหวัดพิษณุโลก

โดยทำการศึกษาระหว่างเดือนกรกฎาคม ถึง เดือนธันวาคม พ.ศ. 2556 ซึ่งจำนวนเครื่องผลิตน้ำดื่มหยอดเหรียญมีทั้งสิ้น 167 เครื่อง (ณ วันที่ 18 กรกฎาคม พ.ศ. 2556) จากการสำรวจ พบว่า ระบบการปรับปรุงคุณภาพน้ำมี 3 ระบบที่ได้รับความนิยมในการติดตั้ง ได้แก่ ระบบ Ultraviolet (UV), ระบบ Reverse osmosis (RO), Reverse osmosis ร่วมกับ Ultraviolet (RO + UV) และพบแหล่งน้ำดิบหลักที่ใช้ในการผลิต 3 ประเภท ได้แก่ น้ำจากระบบประปาหมู่บ้าน น้ำจากการประปาส่วนภูมิภาค และน้ำที่ผ่านการปรับปรุงคุณภาพน้ำเบื้องต้นโดยผู้ประกอบการอิสระ ทั้งนี้ได้ทำการเก็บตัวอย่างน้ำครอบคลุมตัวอย่างน้ำที่ผ่านการปรับปรุงคุณภาพน้ำทั้ง 3 ระบบ และครอบคลุมแหล่งน้ำทั้ง 3 ประเภท รวมทั้งสิ้น 45 ตัวอย่าง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจวิเคราะห์คุณภาพน้ำด้านกายภาพ ด้านเคมีและด้านชีวภาพ และดัชนีที่ทำการวิเคราะห์ คือ pH, NO₃⁻, Fe, Zn, Cd, Cu, Mn, Total coliform และ E.coli เพื่อใช้ 1) เปรียบเทียบกับค่ามาตรฐานตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขเรื่องน้ำบริโภคในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท 2) เปรียบเทียบความแตกต่างทางสถิติของคุณภาพน้ำตามประเภทของระบบการปรับปรุงคุณภาพน้ำ และ 3) เปรียบเทียบความแตกต่างทางสถิติตามประเภทของแหล่งน้ำดิบที่ใช้ในการผลิต ผลการศึกษาพบว่า

1) เมื่อทำการเปรียบเทียบคุณภาพน้ำดื่มกับค่ามาตรฐานคุณภาพน้ำดื่มในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิทตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข พบว่า น้ำดื่มจากเครื่องผลิตน้ำดื่มหยอดเหรียญผ่านเกณฑ์มาตรฐานทุกพารามิเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 20 และไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานอย่างน้อย 1 พารามิเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 80 พบดัชนีที่ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน ได้แก่ ค่าความเป็นกรด-ด่าง (ร้อยละ 8.9) ไนเตรท (ร้อยละ 11.1) แคลเซียม (ร้อยละ 68.9) โคลิฟอร์มแบคทีเรียรวม (ร้อยละ 20) และ Escherichia coli (ร้อยละ 17.8) ดัชนีที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานทุกตัวอย่าง ได้แก่ Fe, Zn และ Cu 2) เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพน้ำดื่มที่ผลิตจากระบบการปรับปรุงคุณภาพน้ำดื่มที่แตกต่างกันพบว่า ตัวอย่างน้ำดื่มจากระบบปรับปรุงคุณภาพด้วย UV ทุกตัวอย่างที่ทำการวิเคราะห์ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน ตัวอย่างน้ำดื่มจากระบบปรับปรุงคุณภาพด้วย RO ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานอย่างน้อย 1 พารามิเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 66.67 และตัวอย่างน้ำดื่มจากระบบปรับปรุงคุณภาพด้วยระบบ RO ร่วมกับ UV ไม่ผ่านมาตรฐานอย่างน้อย 1 พารามิเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 73.33 เมื่อวิเคราะห์ความแตกต่างกันของคุณภาพน้ำดื่มจากแต่ละระบบปรับปรุงคุณภาพน้ำในทางสถิติ พบค่า Fe ในน้ำดื่มจากทุกระบบการปรับปรุงคุณภาพน้ำมีค่าแตกต่างกันทางสถิติ ซึ่งระบบที่มีค่าของ Fe ในน้ำดื่ม น้อยที่สุดและมากที่สุดคือ ระบบ RO ร่วมกับ UV, ระบบ RO และระบบ UV ตามลำดับ และพบค่า Cd ของระบบ RO และ RO ร่วมกับ UV ไม่มีความแตกต่างกันทางสถิติ แต่มีความแตกต่างกันทางสถิติจากระบบ UV ซึ่งน้ำดื่มจากระบบ UV มีค่า Cd สูงที่สุด 3) เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพน้ำดื่มที่ผลิตจากแหล่งน้ำดิบที่แตกต่างกัน พบว่า คุณภาพน้ำจากเครื่องผลิตที่ใช้แหล่งน้ำดิบ

จากน้ำประปาหมู่บ้าน ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 80 เครื่องผลิตน้ำดื่มหยอดเหรียญที่ใช้
แหล่งน้ำดิบจากการประปาส่วนภูมิภาค พบว่า ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 86.66 และ
เครื่องผลิตน้ำดื่มหยอดเหรียญที่ใช้แหล่งน้ำดิบจากการดำเนินการของผู้ประกอบการอิสระพบว่า
ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 73.33 เมื่อวิเคราะห์ความแตกต่างกันของคุณภาพน้ำดื่มจาก
แหล่งน้ำดิบแต่ละประเภท พบว่า ไม่มีความแตกต่างทางสถิติในทุกดัชนีที่ทำการวิเคราะห์

ตารางที่ 7 สรุปแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคของงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัย	ความถี่	ระยะเวลา	ปริมาณ	ค่าใช้จ่าย	สาเหตุ
1. เสกสรรค์ วิทยปรีชากุล (2550)	✓	✓	✓	✓	
2. สิริกัญญา สุภาศรี (2553)	✓	✓	✓	✓	✓
3. ณชพัฒน์ อัสวรรษนันท์ (2554)	✓	✓	✓	✓	

ตารางที่ 8 สรุปแนวคิดเกี่ยวกับมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่ม
แบบหยอดเหรียญของงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัย	สถานที่ตั้ง ตู้จำหน่ายน้ำดื่ม	คุณลักษณะ ตู้จำหน่ายน้ำดื่ม	แหล่งน้ำ และการ ปรับปรุง คุณภาพน้ำ	การควบคุม คุณภาพ มาตรฐาน น้ำบริโภค	การบำรุง รักษาและ การทำ ความสะอาด	การบันทึก และ การรายงาน
1. สำนักงานคณะกรรมการอาหาร และยา (2551)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2. พิชญากร มาพะเนา (2554)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3. นุชจรินทร์ ศรีนุชศาสตร์ (2555)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4. วริศรา ป้ออาทิตย์ และอลงกรณ์ วงศ์หมั่น (2557)	✓	✓	✓	✓	✓	✓

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ และพฤติกรรมการใช้บริการในเขตเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ได้ศึกษาค้นคว้าตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ประชากร
2. การเลือกกลุ่มตัวอย่าง
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การสร้างเครื่องมือวิจัย
5. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ
6. การเก็บรวบรวมข้อมูล
7. การวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากร

ประชากร คือ บุคคลทั่วไปที่มาใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ และพักอาศัยในเขตเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี เนื่องจากไม่สามารถระบุจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ ดังนั้นการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจึงใช้สูตรการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยกำหนดความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ของ Cochran (1977 อ้างถึงใน กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2549) ดังนี้ จากสูตร

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{e^2}$$

โดย n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

P = สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำลังสุ่ม 0.5

Z = ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ Z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (ระดับ 0.05)

e = ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่เกิดขึ้น 0.05

จะได้

$$n = \frac{(0.5)(1-0.5)(1.96)^2}{(0.05)^2}$$

$$= 384.16$$

เพราะฉะนั้นจะได้กลุ่มตัวอย่างประมาณ 385 ตัวอย่าง ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนการสุ่มตัวอย่างประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่เตรียมไว้ นำไปเก็บข้อมูลกับบุคคลทั่วไปที่มาใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ และพักอาศัยในเขตเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี เนื่องจากเป็นกลุ่มที่ต้องการศึกษาความคิดเห็น และพฤติกรรมการใช้บริการ

ขั้นตอนที่ 2 การสุ่มตัวอย่างโดยกำหนดโควตา (Quota sampling) โดยการวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตอยู่ในเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ซึ่งมีทั้งหมด 3 ตำบล คือ ตำบลบ้านสวน ตำบลหนองรีบางส่วน และตำบลหนองข้างคอกบางส่วน ในการเก็บตัวอย่างแบบสอบถามจะสุ่มตามความหนาแน่นของจำนวนประชากรในแต่ละตำบล ดังนี้

ตารางที่ 9 การสุ่มตัวอย่างตามความหนาแน่นของจำนวนประชากรในแต่ละตำบลของเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี (เทศบาลเมืองบ้านสวน, 2559)

การสุ่มตัวอย่างตามความหนาแน่นของจำนวนประชากร ในแต่ละตำบลของเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี	จำนวนประชากร (คน)	จำนวนตัวอย่าง (ชุด)
ตำบลบ้านสวน	64,509	370
ตำบลหนองรี (บางส่วน)	903	5
ตำบลหนองข้างคอก (บางส่วน)	1,733	10
รวม	67,147	385

ขั้นตอนที่ 3 การสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามที่ได้จัดเตรียมไว้ นำไปเก็บข้อมูลกับบุคคลทั่วไปที่เดินผ่านไปมา และอาศัยอยู่ในบริเวณที่มีเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 1 ชุด ที่สร้างขึ้นเพื่อนำไปใช้สอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ และพฤติกรรมการใช้บริการในเขตเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี แบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล ซึ่งประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับเพศ, การศึกษา, อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยชนิดของแบบสอบถามเป็นแบบสำรวจรายการ (Checklist)

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับ พฤติกรรมการใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญในเขตเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี เกี่ยวกับจำนวนครั้ง ระยะเวลา ปริมาณน้ำ ค่าใช้จ่าย และสาเหตุในการใช้บริการ โดยชนิดของแบบสอบถามเป็นแบบสำรวจรายการ (Checklist)

ตอนที่ 3 แบบสอบถามที่วัดความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ มีลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) สร้างตามมาตรวัดของ ลิเคิร์ท (Likert scale) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบ ดังนี้

- 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด
- 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก
- 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
- 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย
- 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะของผู้บริโภคต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ

การสร้างเครื่องมือวิจัย

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

1. ใช้วิธีการศึกษาเชิงเอกสารเพื่อกำหนดขอบข่ายในการสร้างเครื่องมือให้สอดคล้องตัวตัวแปรที่ได้ทำการศึกษา โดยอาศัยศึกษาข้อมูลจาก 2 ส่วน คือ

1.1 ข้อมูลขั้นปฐมภูมิ ใช้ข้อมูลจากเอกสารของทางราชการ เช่น แนวทางควบคุมการประกอบกิจการตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญ พ.ศ. 2553, ประกาศคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก ฉบับที่ 31 พ.ศ. 2553 เรื่อง ให้ตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญอัตโนมัติเป็นสินค้าที่ควบคุมฉลาก และประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่อง คำชี้แจงประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 362) พ.ศ. 2556 เรื่อง น้ำบริโภคน้ำดื่มจากตู้น้ำดื่มอัตโนมัติและข้อบัญญัติขององค์กรส่วนปกครองท้องถิ่น ได้แก่ ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่อง กิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ พ.ศ. 2544, ข้อบัญญัติองค์การบริหารส่วนตำบลวัดละมุด เรื่อง การควบคุมการประกอบกิจการตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญ พ.ศ. 2553 และข้อบัญญัติเมืองพัทยา เรื่อง กิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2555

1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ ใช้ข้อมูลจากบทความ ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม การใช้บริการ การประเมินคุณภาพน้ำดื่ม สภาพแวดล้อม ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์ตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญ

2. สร้างแบบสอบถามตามกรอบการศึกษาความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ และพฤติกรรมการใช้บริการในเขตเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องและความเหมาะสมของเนื้อหาเพื่อปรับปรุงให้มีความชัดเจนก่อนนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) โดยผู้เชี่ยวชาญทั้งสามท่าน ได้แก่

1.1 นางสาวยูวดี แแบ่งกลาง หัวหน้างานวางแผนสาธารณสุข เทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

1.2 นายธนิน พิณิจุคมการณ์ เจ้าของกิจการ เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ

Mr.C

1.3 ดร. ลือชัย วงษ์ทอง อาจารย์ประจำ วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

2. การหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ โดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) กับประชาชนในพื้นที่เขตเทศบาลตำบลเสม็ด อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี จำนวน 30 ราย
3. นำแบบสอบถามที่ได้จากการทดลองใช้ มาหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.84
4. นำแบบสอบถามที่ได้ทดสอบแล้วมาพิจารณาทำการปรับปรุงแก้ไข และจัดพิมพ์เป็นแบบสอบถามฉบับจริงเพื่อใช้ในการศึกษาครั้งนี้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้จะดำเนินการเก็บข้อมูลภาคสนามโดยใช้แบบสอบถาม ความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ และพฤติกรรมการใช้บริการในเขตเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

1. นำแบบสอบถามทั้ง 385 ชุด ไปเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี
2. นำเอาแบบสอบถาม 385 ชุด ที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลมาตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลทั้งหมด หลังจากนั้นจึงทำการลงรหัสข้อมูล
3. นำข้อมูลไปประมวลผลโดยคอมพิวเตอร์ใช้โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ในการประมวลผลค่าทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปโดยสามารถวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐาน ได้ดังนี้

1. การจัดกระทำข้อมูล โดยนำแบบสอบถามที่ได้ข้อมูลแล้วทั้งหมดมาตรวจสอบความสมบูรณ์และนำข้อมูลที่ได้มากำหนดรหัสและลงรหัสข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อทำการวิเคราะห์
2. การวิเคราะห์ข้อมูล นำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อแปลความหมายด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปโดยใช้ค่าสถิติ ดังนี้
 - 2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) หาค่าร้อยละ (Percentage)

2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ในเขตเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) หาค่าร้อยละ (Percentage)

2.3 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับ ธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) หาค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) แปลความหมายของระดับคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

ผู้วิจัยจะแบ่งการวัดครั้งนี้ออกเป็น 5 ระดับ โดยมีวิธีการ ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

จากเกณฑ์ดังกล่าวสามารถแปลความหมายของระดับคะแนนได้ ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	ระดับค่าเฉลี่ย
เห็นด้วยมากที่สุด	4.21-5.00
เห็นด้วยมาก	3.41-4.20
เห็นด้วยปานกลาง	2.61-3.40
เห็นด้วยน้อย	1.81-2.60
เห็นด้วยน้อยที่สุด	1.00-1.80
ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00	หมายความว่า เห็นด้วยมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20	หมายความว่า เห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40	หมายความว่า เห็นด้วยปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60	หมายความว่า เห็นด้วยน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80	หมายความว่า เห็นด้วยน้อยที่สุด

2.4 การทดสอบสมมติฐาน ทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของ เพศ โดยการทดสอบ (t-test) สำหรับความแตกต่างค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือน ทดสอบโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ และพฤติกรรมการใช้บริการในเขตเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ในการเก็บข้อมูล และมีประชากร คือ บุคคลทั่วไปที่มาใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบ หยอดเหรียญ และพักอาศัยในเขตเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ได้เก็บรวบรวมข้อมูลและแสดงผลการศึกษาโดยการใช้ข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถาม จำนวน 385 ชุด จากนั้นผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่เก็บมาได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ ประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์นำเสนอข้อมูลด้วยตารางประกอบการบรรยายตามวัตถุประสงค์ของ การวิจัย แบ่งได้ 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี โดยรวม และจำแนกเป็น 6 ด้าน ได้แก่

1. ด้านสถานที่ตั้งเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ
2. ด้านคุณลักษณะเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ
3. ด้านแหล่งน้ำ และการปรับปรุงคุณภาพน้ำ
4. ด้านการควบคุมคุณภาพมาตรฐานน้ำบริโภค
5. ด้านการบำรุงรักษา และการทำความสะอาด
6. ด้านการบันทึกและการรายงาน

ตอนที่ 4 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็น โดยรวมต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ของเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามเพศการศึกษาอาชีพ และรายได้

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะของผู้บริโภคต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 10 จำนวน และร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 385)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	184	47.79
หญิง	201	52.21
การศึกษา		
ไม่ได้ศึกษา	39	10.13
ประถมศึกษา	62	16.10
มัธยมศึกษาตอนต้น	86	22.34
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	78	20.26
อนุปริญญา/ ปวส.	81	21.04
ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	39	10.13
อาชีพ		
นักเรียน/ นักศึกษา	73	18.96
ค้าขาย/ อาชีพอิสระ	158	41.04
พนักงานเอกชน	102	26.49
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	36	9.35
อื่น ๆ	16	4.16
รายได้ต่อเดือน		
ไม่เกิน 10,000 บาท	106	27.53
10,001-20,000 บาท	178	46.23
20,001-30,000 บาท	83	21.56
30,001 ขึ้นไป	18	4.68

จากตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 385 คน จำแนกตามเพศ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 52.21 จำแนกตามระดับการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 86 คน คิดเป็น

ร้อยละ 22.34 รองลงมาคือ อนุปริญญา/ ปวส. จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 21.04 จำแนกตามอาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพค้าขาย/ อาชีพอิสระ จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 41.04 รองลงมาคืออาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 26.49 และจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001 ถึง 20,000 บาท จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 46.23 รองลงมาคือ ไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 27.53

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 11 จำนวน และร้อยละของพฤติกรรมในการใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญของผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 385)

พฤติกรรมในการใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ท่านใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญโดยเฉลี่ยสัปดาห์ละกี่ครั้ง		
1-2 ครั้ง	153	39.74
3-4 ครั้ง	165	42.86
5 ครั้งขึ้นไป	67	17.40
ท่านมักจะใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญในช่วงเวลาใดมากที่สุด		
ไม่แน่นอน	35	9.09
06.01-08.00 น.	9	2.34
08.01-18.00 น.	31	8.05
18.01-20.00 น.	112	29.09
20.01-22.00 น.	158	41.04
22.01-06.00 น.	40	10.39

ตารางที่ 11 (ต่อ)

พฤติกรรมในการใช้บริการเครื่องเครื่องจำหน่าย น้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ท่านใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบ หยอดเหรียญเป็นปริมาณน้ำโดยเฉลี่ยครั้งละเท่าใด		
1-2 ลิตร	2	0.52
3-4 ลิตร	6	1.56
5-6 ลิตร	22	5.71
7-8 ลิตร	41	10.65
9-10 ลิตร	130	33.77
10 ลิตรขึ้นไป	184	47.79
ท่านใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบ หยอดเหรียญเป็นจำนวนเงินโดยเฉลี่ยครั้งละเท่าใด		
1-2 บาท	2	0.52
3-4 บาท	6	1.56
5-6 บาท	22	5.71
7-8 บาท	41	10.65
9-10 บาท	130	33.77
10 บาทขึ้นไป	184	47.79
ท่านใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบ หยอดเหรียญเพราะสาเหตุใด		
ราคาถูก	101	26.23
รสชาติดี	11	2.86
หาใช้บริการได้สะดวก	115	29.87
มั่นใจในยี่ห้อและชื่อเสียง	32	8.31
ที่พักไม่มีเครื่องกรองน้ำ	124	32.21
อื่น ๆ	2	0.52

จากตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมในการใช้บริการเครื่องเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 385 คน จำแนกตามการใช้บริการโดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการเฉลี่ย 3 ถึง 4 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 42.86 รองลงมาคือ 1 ถึง 2 ต่อสัปดาห์ จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 39.74 จำแนกตามช่วงเวลาในการใช้บริการ พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการในช่วงเวลา 20.01 ถึง 22.00 น. จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 41.04 รองลงมาคือ 18.01 ถึง 20.00 น. จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 29.09 จำแนกตามปริมาณน้ำโดยเฉลี่ยต่อครั้ง พบว่า ส่วนใหญ่เป็นปริมาณ 10 ลิตรขึ้นไป จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 47.79 รองลงมาคือ 9 ถึง 10 ลิตร จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 33.77 จำแนกตามจำนวนเงินในการใช้บริการต่อครั้งพบว่า ส่วนใหญ่เป็นจำนวนเงิน 10 บาทขึ้นไป จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 47.79 รองลงมาคือ 9 ถึง 10 บาท จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 33.77 จำแนกตามสาเหตุพบว่า ส่วนใหญ่เนื่องจากที่פקไม่มีเครื่องกรองน้ำ จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 32.21 รองลงมาคือหาใช้บริการได้สะดวก จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 29.87 รองลงมาคือ ราคาถูก จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 26.23 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ของผู้บริโภคในของเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี โดยรวม

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ของผู้บริโภคในของเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี โดยรวมและจำแนกเป็นรายด้าน

มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ	\bar{X}	SD	แปลผล	อันดับ
1. ด้านสถานที่ตั้งเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ	4.85	0.15	เห็นด้วยมากที่สุด	6
2. ด้านคุณลักษณะเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ	4.86	0.19	เห็นด้วยมากที่สุด	5

ตารางที่ 12 (ต่อ)

มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์ เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ	\bar{X}	SD	แปลผล	อันดับ
3. ด้านแหล่งน้ำ และการปรับปรุงคุณภาพน้ำ	4.90	0.14	เห็นด้วยมากที่สุด	3
4. ด้านการควบคุมคุณภาพมาตรฐานน้ำบริโภค	4.91	0.19	เห็นด้วยมากที่สุด	2
5. ด้านการบำรุงรักษา และการทำความสะอาด	4.93	0.11	เห็นด้วยมากที่สุด	1
6. ด้านการบันทึกและการรายงาน	4.88	0.18	เห็นด้วยมากที่สุด	4
รวม	4.89	0.06	เห็นด้วยมากที่สุด	

จากตารางที่ 12 ความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญของผู้บริโภคในของเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมืองจังหวัดชลบุรี โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.89$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เห็นด้วยมากที่สุดในทุกด้าน โดยอันดับ 1 คือ ด้านการบำรุงรักษา และการทำความสะอาด ($\bar{X} = 4.93$) อันดับ 2 คือ ด้านการควบคุมคุณภาพมาตรฐานน้ำบริโภค ($\bar{X} = 4.91$) อันดับ 3 คือ ด้านแหล่งน้ำ และการปรับปรุงคุณภาพน้ำ ($\bar{X} = 4.90$) อันดับ 4 คือ ด้านการบันทึกและการรายงาน ($\bar{X} = 4.88$) อันดับ 5 คือ ด้านคุณลักษณะเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ($\bar{X} = 4.86$) และอันดับ 6 คือ ด้านสถานที่ตั้งเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ($\bar{X} = 4.85$) ตามลำดับ

ตารางที่ 13 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ ความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ของผู้บริโภคในของเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ด้านสถานที่ตั้งเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ (n = 385)

การออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ด้านสถานที่ตั้งเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					\bar{x}	SD	แปลผล	อันดับ
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด				
1. อยู่ห่างไกลจากบริเวณที่มีผู้คนมาก แหล่งระบายน้ำเสีย แหล่งขยะมูลฝอย	320 (83.12)	65 (16.88)	-	-	-	4.83	0.37	เห็นด้วยมากที่สุด	4
2. เป็นสถานที่ที่ไม่มีแหล่งแมลงและสัตว์พาหะนำโรค	311 (80.78)	74 (19.22)	-	-	-	4.80	0.39	เห็นด้วยมากที่สุด	5
3. บริเวณพื้นที่ตั้งเครื่องไม่แฉะและ สกปรก และมีการระบายน้ำที่ถูกสุขลักษณะ	346 (89.87)	39 (10.13)	-	-	-	4.89	0.30	เห็นด้วยมากที่สุด	1
4. การติดตั้งเครื่องต้องยกระดับสูงจากพื้นอย่างน้อย 10 เซนติเมตร	329 (85.45)	56 (14.55)	-	-	-	4.85	0.35	เห็นด้วยมากที่สุด	3
5. จัดให้มีอุปกรณ์เพียงพอ และมีความสูงตามความเหมาะสมสำหรับวางภาชนะบรรจุน้ำ	333 (86.49)	52 (13.51)	-	-	-	4.86	0.34	เห็นด้วยมากที่สุด	2
รวม						4.85	0.15	เห็นด้วยมากที่สุด	

จากตารางที่ 13 ความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญของผู้บริโภคในของเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมืองจังหวัดชลบุรี ด้านสถานที่ตั้งเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าเห็นด้วยมากที่สุดในทุกข้อโดยอันดับ 1 คือ ข้อเป็นสถานที่ที่ไม่มีแหล่งแมลงและสัตว์พาหะนำโรคอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.89$) อันดับ 2 คือ ข้อจัดให้มีอุปกรณ์เพียงพอ และมีความสูงตามความเหมาะสมสำหรับวางภาชนะบรรจุน้ำ ($\bar{X} = 4.86$) อันดับ 3 คือ ข้อการติดตั้งเครื่องต้องยกระดับสูงจากพื้นอย่างน้อย 10 เซนติเมตร ($\bar{X} = 4.85$) อันดับ 4 คือ ข้ออยู่ห่างไกลจากบริเวณที่มีฝุ่นมาก แหล่งระบายน้ำเสียแหล่งขยะมูลฝอย ($\bar{X} = 4.83$) อันดับ 5 คือ ข้อเป็นสถานที่ที่ไม่มีแหล่งแมลงและสัตว์พาหะนำโรค ($\bar{X} = 4.80$) ตามลำดับ

ตารางที่ 14 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ ความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ของผู้บริโภคในของเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ด้านคุณลักษณะเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ (n = 385)

การออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ด้านคุณลักษณะเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					\bar{X}	SD	แปลผล	อันดับ
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด				
6. ตัวเครื่องและอุปกรณ์ ต้องทำจากวัสดุที่ไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ	360 (93.51)	25 (6.49)	-	-	-	4.93	0.24	เห็นด้วยมากที่สุด	1
7. ตัวเครื่องจะต้องมีความสะอาดอย่างสม่ำเสมอและไม่รั่วซึม รวมทั้งสามารถทำความสะอาดและเคลื่อนย้ายได้ง่าย	342 (88.83)	43 (11.17)	-	-	-	4.88	0.31	เห็นด้วยมากที่สุด	2
8. หัวจ่ายน้ำและส่วนที่สัมผัสน้ำต้องทำจากวัสดุที่ใช้กับอาหารเท่านั้น และหัวจ่ายน้ำต้องสูงจากพื้นไม่น้อยกว่า 60 เซนติเมตร	294 (76.36)	91 (23.64)	-	-	-	4.76	0.42	เห็นด้วยมากที่สุด	3
รวม						4.86	0.19	เห็นด้วยมากที่สุด	

จากตารางที่ 14 ความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์ เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ของผู้บริโภคนในของเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ด้านคุณลักษณะเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เห็นด้วยมากที่สุดในทุกข้อโดยอันดับ 1 คือ ข้อตัวเครื่องและอุปกรณ์ ต้องทำจากวัสดุที่ไม่เป็น อันตรายต่อสุขภาพ ($\bar{X} = 4.93$) อันดับ 2 คือ ข้อตัวเครื่องจะต้องมีความสะอาดอย่างสม่ำเสมอและไม่รั่วซึม รวมทั้งสามารถทำความสะอาดและเคลื่อนย้ายได้ง่าย ($\bar{X} = 4.88$) อันดับ 3 คือ ข้อหัวจ่ายน้ำและส่วนที่สัมผัสน้ำต้องทำจากวัสดุที่ใช้กับอาหารเท่านั้น และหัวจ่ายน้ำต้องสูงจากพื้น ไม่น้อยกว่า 60 เซนติเมตร ($\bar{X} = 4.76$) ตามลำดับ

ตารางที่ 15 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ ความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ของผู้บริโภคนิของเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ด้านแหล่งน้ำ และการปรับปรุงคุณภาพน้ำ (n = 385)

การออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์ เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ด้านสถานที่ตั้ง เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					\bar{X}	SD	แปลผล	อันดับ
	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็นด้วย มาก	เห็นด้วย ปานกลาง	เห็นด้วย น้อย	เห็นด้วย น้อยที่สุด				
9. แหล่งน้ำที่นำมาใช้ต้องมีคุณภาพดี เช่น น้ำประปา น้ำจากบ่อบาดาล	364 (94.55)	21 (5.45)	-	-	-	4.94	0.22	เห็นด้วยมากที่สุด	1
10. กรณีที่ผู้ประกอบการผลิตน้ำเพื่อใช้ในการ ประกอบกิจการเอง ต้องมีระบบการตรวจสอบ การควบคุมและการปรับปรุงคุณภาพน้ำที่ผลิตให้มี คุณภาพดี	342 (88.83)	41 (10.65)	2 (0.52)	-	-	4.88	0.33	เห็นด้วยมากที่สุด	3
11. มีการปรับปรุงคุณภาพน้ำตามความจำเป็นของ คุณภาพแหล่งน้ำ เพื่อให้ได้น้ำบริโภคที่มี คุณภาพมาตรฐานตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข	340 (88.31)	45 (11.69)	-	-	-	4.88	0.32	เห็นด้วยมากที่สุด	3
12. มีปริมาณฟลูออไรด์ในน้ำเป็นไปตามมาตรฐานตาม ประกาศกระทรวงสาธารณสุข	348 (90.39)	37 (9.61)	-	-	-	4.90	0.29	เห็นด้วยมากที่สุด	2
รวม						4.90	0.14	เห็นด้วยมากที่สุด	

จากตารางที่ 15 ความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ของผู้บริโภคนในของเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ด้านแหล่งน้ำ และการปรับปรุงคุณภาพน้ำ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เห็นด้วยมากที่สุดในทุกข้อ โดยอันดับ 1 คือ ข้อแหล่งน้ำที่นำมาใช้ต้องมีคุณภาพดี เช่น น้ำประปา น้ำจากบ่อบาดาล ($\bar{X} = 4.94$) อันดับ 2 คือ ข้อมีปริมาณฟลูออไรด์ในน้ำเป็นไปตามมาตรฐานตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.90$) อันดับ 3 คือ ข้อกรณีที่ผู้ประกอบการผลิตน้ำเพื่อใช้ในการประกอบกิจการเอง ต้องมีระบบการตรวจสอบ การควบคุมและการปรับปรุงคุณภาพน้ำที่ผลิตให้มีคุณภาพดี ($\bar{X} = 4.88$) และข้อมีการปรับปรุงคุณภาพน้ำตามความจำเป็นของคุณภาพแหล่งน้ำ เพื่อให้ได้น้ำบริโภคที่มี คุณภาพมาตรฐานตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ($\bar{X} = 4.88$) ตามลำดับ

ตารางที่ 16 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ ความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ของผู้บริโภคนิเทศของเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ด้านการควบคุมคุณภาพมาตรฐานน้ำบริโภค (n = 385)

ความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับ ธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ด้านการควบคุมคุณภาพมาตรฐานน้ำบริโภค	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					\bar{x}	SD	แปลผล	อันดับ
	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็นด้วย มาก	เห็นด้วย ปานกลาง	เห็นด้วย น้อย	เห็นด้วย น้อยที่สุด				
13. มีการเก็บตัวอย่างน้ำส่งตรวจ ณ ห้องปฏิบัติการ วิทยาศาสตร์ เพื่อวิเคราะห์คุณภาพน้ำบริโภค ทางด้านกายภาพ เคมี และแบคทีเรีย อย่างน้อย 1 ครั้ง/ปี	354	31	-	-	-	4.91	0.27	เห็นด้วยมากที่สุด	1
14. มีการเก็บตัวอย่างน้ำเพื่อตรวจวิเคราะห์ทางด้าน แบคทีเรียโดยใช้ชุดตรวจวัดอย่างง่ายในภาคสนาม อย่างน้อย 1 ครั้ง/เดือน	348	35	2	-	-	4.89	0.31	เห็นด้วยมากที่สุด	2
รวม	91.95)	(8.05)	(0.52)			4.91	0.19	เห็นด้วยมากที่สุด	

จากตารางที่ 16 ความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์ เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ของผู้บริโภคนในของเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ด้านการควบคุมคุณภาพมาตรฐานน้ำบริโภค เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เห็นด้วย มากที่สุดในทุกข้อโดยอันดับ 1 คือ ข้อมีการเก็บตัวอย่างน้ำส่งตรวจ ณ ห้องปฏิบัติการวิทยาศาสตร์ เพื่อวิเคราะห์คุณภาพน้ำบริโภคทางด้านกายภาพ เคมี และแบคทีเรีย อย่างน้อย 1 ครั้ง/ปี ($\bar{X} = 4.91$) อันดับที่ 2 คือ ข้อมีการเก็บตัวอย่างน้ำเพื่อตรวจวิเคราะห์ทางด้านแบคทีเรียโดยใช้ชุดตรวจวัดอย่าง ง่ายในภาคสนาม อย่างน้อย 1 ครั้ง/เดือน ($\bar{X} = 4.89$) ตามลำดับ

ตารางที่ 17 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ ความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ของผู้บริโภคในของเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ด้านการบำรุงรักษา และการทำความสะอาด (n = 385)

การออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจ ผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ด้านการบำรุงรักษา และการทำความสะอาด	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					\bar{X}	SD	แปลผล	อันดับ
	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็นด้วย มาก	เห็นด้วย ปานกลาง	เห็นด้วย น้อย	เห็นด้วย น้อยที่สุด				
15. มีการทำความสะอาดสถานที่ บริเวณที่ตั้งของ เครื่องเป็นประจำ	370 96.10)	15 (3.90)	-	-	-	4.96	0.22	เห็นด้วยมากที่สุด	1
16. มีการทำความสะอาดพื้นผิวเครื่อง ช่องระบายน้ำ และหัวจ่ายน้ำเป็นประจำวัน	367 95.32)	18 (4.68)	-	-	-	4.95	0.33	เห็นด้วยมากที่สุด	2
17. มีการล้างทำความสะอาดถังเก็บน้ำภายในเครื่อง อย่างน้อย 1 ครั้ง/ เดือน	352 91.43)	31 (8.05)	2 (0.52)	-	-	4.90	0.32	เห็นด้วยมากที่สุด	3
18. มีการล้างทำความสะอาดและเปลี่ยนวัสดุกรอง ตามระยะเวลาข้อนแนะนำของผลิตภัณฑ์ที่กำหนด หรือก่อนหน้านั้นหากพบผลการตรวจผิดปกติ เกินมาตรฐาน	350 90.91)	35 (9.09)	-	-	-	4.90	0.29	เห็นด้วยมากที่สุด	3
รวม						4.90	0.14	เห็นด้วยมากที่สุด	

จากตารางที่ 17 ความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ของผู้บริโภคในของเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ด้านการบำรุงรักษา และการทำความสะอาด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เห็นด้วยมากที่สุดในทุกข้อโดยอันดับ 1 คือ ข้อมีการทำความสะอาดสถานที่ บริเวณที่ตั้งของเครื่องเป็นประจำ ($\bar{X} = 4.96$) อันดับ 2 คือ ข้อมีการทำความสะอาดพื้นผิวเครื่อง ช้องระบายน้ำและหัวจ่ายน้ำเป็นประจำวัน ($\bar{X} = 4.95$) อันดับ 3 คือ ข้อมีการล้างทำความสะอาดถังเก็บน้ำภายในเครื่องอย่างน้อย 1 ครั้ง/เดือน ($\bar{X} = 4.90$) และข้อมีการล้างทำความสะอาดและเปลี่ยนวัสดุกรองตามระยะเวลาข้อแนะนำของผลิตภัณฑ์ที่กำหนด หรือก่อนหน้านั้นหากพบผลการตรวจผิดปกติเกินมาตรฐาน ($\bar{X} = 4.90$) ตามลำดับ

ตารางที่ 18 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ ความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ของผู้บริโภคนในของเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ด้านการบันทึกและการรายงาน (n = 385)

การออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ด้านการบันทึกและการรายงาน	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					\bar{X}	SD	แปลผล	อันดับ
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
19. มีการบันทึกการปฏิบัติงานการตรวจสอบคุณภาพน้ำและการดูแลบำรุงรักษาตามตารางแผนการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ	334 (86.75)	49 (12.73)	2 (0.52)	-	-	4.86	0.35	เห็นด้วยมากที่สุด	3
20. มีการรวบรวมข้อมูลผลการตรวจสอบคุณภาพน้ำของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	339 (88.05)	46 (11.95)	-	-	-	4.88	0.32	เห็นด้วยมากที่สุด	2
21. มีการจัดให้มีสัญลักษณ์แสดงคุณภาพน้ำบริโภคได้มาตรฐานหรือปรับปรุงต่อผู้บริโภคอย่างเปิดเผยเป็นประจำ	347 (90.13)	38 (9.87)	-	-	-	4.90	0.39	เห็นด้วยมากที่สุด	1
รวม						4.88	0.18	เห็นด้วยมากที่สุด	

จากตารางที่ 18 ความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญของผู้บริโภคในเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ด้านการบันทึกและการเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เห็นด้วยมากที่สุดในทุกข้อ โดยอันดับ 1 คือ ข้อมีการจัดให้มีสัญลักษณ์แสดงคุณภาพน้ำบริโภคได้มาตรฐานหรือปรับปรุงต่อ ผู้บริโภคอย่างเปิดเผยเป็นประจำวัน ($\bar{X} = 4.90$) อันดับ 2 คือ ข้อมีการรวบรวมข้อมูลผลการตรวจสอบคุณภาพน้ำของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ($\bar{X} = 4.88$) อันดับ 3 คือ ข้อมีการบันทึกการปฏิบัติงานการตรวจสอบคุณภาพน้ำและการดูแลบำรุงรักษาตามตารางแผนการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ ($\bar{X} = 4.86$)

ตอนที่ 4 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นโดยรวมต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ของเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญแตกต่างกัน

ตารางที่ 19 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อความเป็นไปได้ในการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามเพศ (n = 385)

เพศ	n	\bar{X}	SD	t	Sig.
ชาย	184	4.88	.07	-2.05	.74
หญิง	201	4.89	.06		

จากตารางที่ 19 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อความเป็นไปได้ในการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกันมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน ดังนั้น ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 2 ผู้บริ โภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรีที่มีการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อความเป็นไปได้ในการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์ เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญแตกต่างกัน

ตารางที่ 20 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อความเป็นไปได้ของผู้บริโภค ในการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่ม แบบหยอดเหรียญในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	\bar{X}	SD	อันดับ
ไม่ได้ศึกษา	4.88	0.7	3
ประถมศึกษา	4.89	0.6	2
มัธยมศึกษาตอนต้น	4.89	0.6	2
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	4.89	0.6	2
อนุปริญญา/ ปวส.	4.88	0.7	3
ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	4.90	0.6	1
รวม	4.89	0.6	

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้บริโภคที่ได้รับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า เห็นด้วยต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญมากที่สุด ($\bar{X} = 4.90$) รองลงมาคือ ผู้บริโภคที่ได้รับการศึกษาระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น และมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. ($\bar{X} = 4.89$) ส่วนผู้บริโภคที่ไม่ได้ศึกษา และอนุปริญญา/ ปวส. เห็นด้วยต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญน้อยที่สุด ($\bar{X} = 4.88$) ตามลำดับ

ตารางที่ 21 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อความเป็นไปได้ในการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา (n = 385)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	0.01	5	0.00	0.74	.58
ภายในกลุ่ม	1.81	379	0.00		
รวม	1.82	384			

จากการทดสอบความเท่ากันของความแปรปรวน พบว่า เป็นไปตามข้อกำหนดคือ Levene's test มีค่า $p > .05$ และเมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย โดย ANOVA พบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญไม่แตกต่างกัน ดังนั้น ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 3 ผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญแตกต่างกัน

ตารางที่ 22 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	\bar{X}	SD	อันดับ
นักเรียน/ ศึกษา	4.89	.06	2
ค้าขาย/ อาชีพอิสระ	4.89	.06	2
พนักงานเอกชน	4.88	.07	3
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	4.88	.06	3
อื่น ๆ	4.92	.07	1
รวม	4.89	.06	

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้บริโภครที่ประกอบอาชีพอื่น ๆ เห็นด้วยต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญมากที่สุด ($\bar{X} = 4.92$) รองลงมาคือ ผู้บริโภครที่ประกอบอาชีพนักเรียน/ นักศึกษา และค้าขาย/ อาชีพอิสระ ($\bar{X} = 4.89$) ส่วนผู้บริโภครที่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน และข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ เห็นด้วยต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญน้อยที่สุด ($\bar{X} = 4.88$) ตามลำดับ

ตารางที่ 23 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภครต่อความเป็นไปได้ในการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามอาชีพ (n = 385)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	0.02	4	0.00	1.28	.27
ภายในกลุ่ม	1.80	380	0.00		
รวม	1.82				

จากการทดสอบความเท่ากันของความแปรปรวน พบว่า เป็นไปตามข้อกำหนด คือ Levene's test มีค่า $p > .05$ และเมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย โดย ANOVA พบว่า ผู้บริโภครที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญไม่แตกต่างกัน ดังนั้น ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 4 ผู้บริโภครในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญแตกต่างกัน

ตารางที่ 24 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อความเป็นไปได้ในการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	\bar{X}	SD	อันดับ
ไม่เกิน 10,000 บาท	4.89	.06	1
10,001-20,000 บาท	4.88	.06	2
20,001-30,000 บาท	4.89	.07	1
30,001 บาท ขึ้นไป	4.89	.05	1
รวม	4.89	.06	

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท 20,001 บาท ถึง 30,000 บาท และ 30,001 บาทขึ้นไป เห็นด้วยต่อความเป็นไปได้ในการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญมากที่สุดเท่า ๆ กัน ($\bar{X} = 4.89$) ส่วนผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 บาท ถึง 20,000 บาท เห็นด้วยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 4.88$)

ตารางที่ 25 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี เฉลี่ยโดยรวมทุกด้านจำแนกตามรายได้ต่อเดือน ($n = 385$)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	0.00	3	0.00	0.25	.85
ภายในกลุ่ม	1.82	381	0.00		
รวม					

จากการทดสอบความเท่ากันของความแปรปรวน พบว่า เป็นไปตามข้อกำหนดคือ Levene's test มีค่า $p > .05$ และเมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย โดย ANOVA พบว่า

ผู้บริโภคมีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญไม่แตกต่างกัน ดังนั้น ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

ตารางที่ 26 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบ
1. ผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรีที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
2. ผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรีที่มีการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
3. ผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรีที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
4. ผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรีที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะของผู้บริโภคต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ

1. ต้องการให้เสริมมาตรการตรวจค่าโลหะหนักต่าง ๆ ที่ปนเปื้อนมากับน้ำจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ รวมทั้งแหล่งน้ำที่นำมาใช้ไปในมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญด้านการควบคุมคุณภาพมาตรฐานน้ำบริโภค

2. สัญลักษณ์แสดงให้ผู้บริโภคได้ทราบว่าผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญด้วย ได้ผ่านการพิจารณาด้านประสิทธิภาพ คุณภาพและความปลอดภัยตามหลักเกณฑ์การผลิต และการนำเข้า จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาหรือเครื่องหมาย. ไปในมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญด้านการบันทึกและการรายงาน

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ และพฤติกรรมการใช้บริการในเขตเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ และพฤติกรรมการใช้บริการของเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ที่มาใช้บริการใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญในเขตเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี จำนวน 385 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) สำหรับการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติ t-test, One-way ANOVA โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรุปผล

จากผลการศึกษา เรื่อง การศึกษาความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ และพฤติกรรมการใช้บริการในเขตเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี สามารถสรุปผลการศึกษาได้ ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 385 คน พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 52.21 มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้นจำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 22.34 และมีอาชีพค้าขาย/ อาชีพอิสระ จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 41.04 โดยมีรายได้ต่อเดือน 10,001 บาท ถึง 20,000 บาท จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 46.23

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 385 คน พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญโดยเฉลี่ยสัปดาห์ละ 3 ถึง 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 42.86 โดยจะใช้บริการในช่วงเวลา 20.01 ถึง 22.00 น. เป็นจำนวนถึง 158 คน คิดเป็นร้อยละ 41.04 มีปริมาณน้ำ

โดยเฉลี่ยในการใช้บริการต่อครั้งอยู่ที่ 10 ลิตรขึ้นไป 184 คน คิดเป็นร้อยละ 47.79 สอดคล้องกับจำนวนเงินโดยเฉลี่ยต่อครั้งที่ 10 บาทขึ้นไป จำนวน 184 คิดเป็นร้อยละ 47.79

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ของผู้บริโภคในเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี พบว่า โดยรวมความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.89$, $SD = 0.06$) และเมื่อจำแนกรายด้าน พบว่า

3.1 ด้านสถานที่ตั้งเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ข้อที่มีค่าร้อยละความคิดเห็นลำดับสูงสุด คือ บริเวณพื้นที่ตั้งเครื่องไม่เอะอะและสกปรก และมีการระบายน้ำที่ถูกต้องลักษณะ

3.2 ด้านคุณลักษณะเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ข้อที่มีค่าร้อยละความคิดเห็นลำดับสูงสุด คือ ตัวเครื่องและอุปกรณ์ต้องทำจากวัสดุที่ไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ

3.3 ด้านแหล่งน้ำ และการปรับปรุงคุณภาพน้ำ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ข้อที่มีค่าร้อยละความคิดเห็นลำดับสูงสุด คือ แหล่งน้ำที่นำมาใช้ต้องมีคุณภาพดี เช่น น้ำประปา น้ำจากบ่อบาดาล

3.4 ด้านการควบคุมคุณภาพมาตรฐานน้ำบริโภค มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ข้อที่มีค่าร้อยละความคิดเห็นลำดับสูงสุด คือ มีการเก็บตัวอย่างน้ำส่งตรวจ ณ ห้องปฏิบัติการวิทยาศาสตร์ เพื่อวิเคราะห์คุณภาพน้ำบริโภคทางด้านกายภาพ เคมี และแบคทีเรียอย่างน้อย 1 ครั้ง/ปี

3.5 ด้านการบำรุงรักษา และการทำความสะอาด มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ข้อที่มีค่าร้อยละความคิดเห็นลำดับสูงสุด คือ มีการทำความสะอาดสถานที่ บริเวณที่ตั้งของเครื่องเป็นประจำ

3.6 ด้านการบันทึกและการรายงาน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ข้อที่มีค่าร้อยละความคิดเห็นลำดับสูงสุด คือ มีการจัดให้มีสัญลักษณ์แสดงคุณภาพน้ำบริโภคได้มาตรฐานหรือปรับปรุงต่อผู้บริโภคอย่างเปิดเผยเป็นประจำ

4. ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็น โดยรวมต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ของเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามเพศ การศึกษา อาชีพ และรายได้

4.1 ผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรีที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ

ในด้านสถานที่ตั้งเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญไม่แตกต่างกัน ดังนั้น ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

4.2 ผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรีที่มีการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญในด้านสถานที่ตั้งเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญไม่แตกต่างกัน ดังนั้น ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

4.3 ผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรีที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญในด้านสถานที่ตั้งเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญไม่แตกต่างกัน ดังนั้น ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

4.4 ผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรีที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญในด้านสถานที่ตั้งเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญไม่แตกต่างกัน ดังนั้น ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

อภิปรายผล

จากผลการศึกษา เรื่อง ความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ และพฤติกรรมการใช้บริการในเขตเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี มีประเด็นที่ควรนำมาอภิปราย ดังนี้

1. การศึกษาพฤติกรรมในการใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้บริการเครื่องเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญเฉลี่ยสัปดาห์ละ 3 ถึง 4 ครั้ง ในช่วงเวลา 20.00 ถึง 22.00 น. โดยแต่ละครั้งจะมีปริมาณน้ำโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 10 ลิตรขึ้นไป เป็นจำนวนเงินโดยเฉลี่ย 10 บาท และมีสาเหตุในการใช้บริการเพราะที่พักไม่มีเครื่องกรองน้ำ อาจเนื่องมาจากผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมขับรถยนต์ หรือจักรยานยนต์ส่วนตัวมาใช้บริการ เพื่อที่จะสามารถบรรทุกน้ำได้ในปริมาณตามที่ต้องการ ทำให้ไม่ต้องเสียเวลาในการกลับมาใช้บริการหลายรอบในสัปดาห์หนึ่ง ๆ โดยช่วงเวลาห้วงค่าตั้งแต่ 20.00 ถึง 22.00 น. นั้นเหมาะที่จะมาใช้บริการเนื่องจากอากาศเย็นลงแล้ว ไม่ต้องเผชิญกับแดดหรือความวุ่นวายเท่ากับช่วงกลางวัน และอาจเป็นเวลาเลิกงาน พักผ่อนเป็นส่วนใหญ่ ทั้งนี้ในส่วนของปริมาณน้ำที่มีตัวเลขเช่นเดียวกับปริมาณเงิน เป็นเพราะว่าเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญโดยส่วนใหญ่ตั้งค่าการให้บริการเป็นจำนวนเงิน 1 ลิตรต่อ 1 บาท นั่นเอง ซึ่งผลที่ได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ

ศิริกัญญา ตูภาศรี (2553) ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมักใช้บริการสัปดาห์ละ 3 ครั้ง จำนวนเงินที่ใช้คือ จำนวน 5-10 บาท สำหรับช่วงเวลาที่นิยมใช้บริการมากที่สุดคือ เวลา 18.01-21.00 น.

ในส่วนสถานที่ใช้บริการเป็นประจำ คือใกล้ที่พักหรือที่ทำงาน แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณชพัฒน์ อัครวิชชพันธ์ (2554) ในข้อที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้บริการเฉลี่ยสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง และปริมาณการซื้อน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญต่อครั้ง จำนวน 4-5 ลิตร

2. การศึกษาความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี พบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากผู้บริโภคไม่ทราบถึงการมีอยู่ของมาตรการทางกฎหมายดังกล่าวที่คณะกรรมการสาธารณสุข กระทรวงสาธารณสุขได้เสนอแนวทางไว้เมื่อปี พ.ศ. 2553 หลังจากนั้นจึงมีข้อบัญญัติองค์การบริหารส่วนตำบลวัดละมุด เรื่อง การควบคุมการประกอบกิจการตู้จำหน่ายน้ำดื่มหยอดเหรียญ พ.ศ. 2553 และข้อบัญญัติเมืองพัทยา เรื่อง กิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2555 ออกมาเพื่อรองรับแนวทางดังกล่าว ส่งผลให้ผู้บริโภคมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ เห็นถึงความสำคัญของการออกมาตรการทางกฎหมายมาเพื่อควบคุมธุรกิจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ในขณะเดียวกันเมื่อสอบถามไปยังสาธารณสุขประจำเขตเทศบาลเมืองบ้านสวนก็ได้รับความคิดเห็นไปในเชิงเดียวกัน โดยก่อนหน้านี้ทางสาธารณสุขประจำเขตเทศบาลก็ไม่ได้มีมาตรการในการตรวจสอบควบคุมธุรกิจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ว่าแต่อย่างใด ทำได้เพียงแค่การเฝ้าระวังเท่านั้น หากสามารถผลักดันให้เทศบาลเมืองบ้านสวนดำเนินการออกเทศบัญญัติเกี่ยวกับการประกอบกิจการตู้จำหน่ายน้ำดื่มหยอดเหรียญได้ก็จะเป็นเรื่องที่ดี ซึ่งแนวทางควบคุมการประกอบกิจการตู้จำหน่ายน้ำดื่มหยอดเหรียญ พ.ศ. 2553 ที่คณะกรรมการสาธารณสุข กระทรวงสาธารณสุขได้เสนอไว้ นั้นแบ่งออกเป็น 6 ด้าน ทำให้สามารถอภิปรายผลความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ทั้ง 6 ด้านได้ ดังนี้

2.1 ด้านสถานที่ตั้งเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับข้อ บริเวณพื้นที่ตั้งเครื่องไม่แฉะและ สกปรก และมีการระบายน้ำที่ถูกสุขลักษณะ ที่มีค่าเฉลี่ยมากกว่าข้ออื่น ๆ อาจเนื่องมาจากผู้บริโภคต้องการให้พื้นที่บริเวณโดยรอบของเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญมีความสะอาด ไม่แฉะและ ทั้งจากการใช้บริการ และการระบายน้ำเสียของตัวเครื่อง เพื่อที่จะสามารถเดิน หรือขับพาหนะเข้ามาจอดเทียบเพื่อใช้บริการ และขนบรทุกน้ำกลับได้อย่าง

สะดวก จากประสบการณ์ของผู้วิจัย พบว่า เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญที่บริเวณ โดยรอบ สกปรก น้ำแฉะแฉะ จะไม่มีผู้มาใช้บริการ ทั้งยังสร้างความเดือดร้อนให้กับผู้ที่อยู่อาศัยในบริเวณ ใกล้เคียง หรือแม้กระทั่งผู้ที่เป็นเจ้าของพื้นที่ให้เช่าเพื่อตั้งเครื่อง ก็จะมีการโทรศัพท์มาแจ้งเรื่อง จากผู้ที่ได้รับความเดือดร้อนดังกล่าว ซึ่งปัญหาอาจเกิดจาก ระบบลำเลียง และระบายน้ำเกิด ความเสียหาย หรือแม้กระทั่งความผิดปกติของอุปกรณ์ภายในตัวเครื่อง เป็นสาเหตุให้เกิด การรั่วไหลของน้ำ ทำให้เกิดปัญหาในข้างต้น

2.2 ด้านคุณลักษณะเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ใน ระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับข้อ ตัวเครื่องและอุปกรณ์ ต้องทำจากวัสดุที่ไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ ที่มีค่าเฉลี่ยมากกว่าข้ออื่น ๆ อาจเนื่องมาจากผู้บริโภค มีความกังวลถึงความไม่สะอาดของน้ำที่ใช้บริโภคเป็นต้นทุนอยู่แล้ว หากวัสดุ และอุปกรณ์ที่ใช้ ในการประกอบเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญเป็นอันตรายต่อสุขภาพ ถึงแม้ว่าน้ำที่ได้ จะผ่านการทำให้สะอาดแล้ว ก็ยังสามารถเป็นอันตรายจากกรบริโภคได้ จากการสอบถามผู้ผลิต เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ได้อธิบายว่าเมื่อประกอบเครื่องเสร็จใหม่ ๆ ยังมีกลิ่นกาว และกลิ่นพลาสติกแรงที่ใช้ทำตัวเครื่องอยู่ จะต้องเปิดฝาเครื่องทิ้งไว้ในที่โล่ง และมีลมพัดเพื่อให้ กลิ่นดังกล่าวหมดไปเสียก่อน จึงจะสามารถดำเนินการติดตั้งอุปกรณ์อื่น ๆ และทำการเคลื่อนย้ายไป ติดตั้งยังสถานที่ต่าง ๆ ต่อไป

2.3 ด้านแหล่งน้ำ และการปรับปรุงคุณภาพน้ำ พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็น ด้วยมากที่สุด โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับข้อ แหล่งน้ำที่นำมาใช้ต้องมีคุณภาพดี เช่น น้ำประปา น้ำจากบ่อบาดาล ที่มีค่าเฉลี่ยมากกว่าข้ออื่น ๆ อาจเนื่องมาจากผู้บริโภคมีความกังวลใน เรื่องที่มาของน้ำที่ใช้ในการขาย โดยสภาพน้ำของแต่ละที่นั้นไม่เหมือนกัน บางที่สภาพดีกว่า บางที่ มีคลอรีน สิ่งปนเปื้อน และตะกอนมากกว่าพื้นที่อื่น ๆ ทำให้กระบวนการทำให้น้ำสะอาด สามารถ ดื่มนั้นสำคัญมาก จากการสอบถามผู้บริโภคอาจพิสูจน์ด้วยวิธีการชิม หรือสังเกตจากน้ำที่ได้จาก การใช้บริการ ถ้ามีกลิ่น รส หรือสิ่งแปลกปลอมอื่น ๆ ปะปนมากับน้ำ ก็จะไม่มาใช้บริการเครื่อง จำหน่ายเดิมอีก

2.4 ด้านการควบคุมคุณภาพมาตรฐานน้ำบริโภคด้านการควบคุมคุณภาพมาตรฐาน น้ำบริโภค พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ ความสำคัญกับข้อ มีการเก็บตัวอย่างน้ำส่งตรวจ ณ ห้องปฏิบัติการวิทยาศาสตร์ เพื่อวิเคราะห์ คุณภาพน้ำบริโภคทางด้านกายภาพ เคมี และแบคทีเรีย อย่างน้อย 1 ครั้ง/ปี ที่มีค่าเฉลี่ยมากกว่า ข้ออื่น ๆ สืบเนื่องมาจากข้อก่อนหน้า ที่ผู้บริโภคอาจพิสูจน์ด้วยวิธีการชิม หรือสังเกตจากน้ำที่ได้ จากการใช้บริการว่ามีความผิดปกติหรือไม่อย่างไร เพื่อที่จะให้แน่ใจ และชัดเจนวิธีการเก็บตัวอย่าง

น้ำส่งตรวจจึงเป็นวิธีที่สามารถจำแนกคุณภาพ รวมถึงผลตรวจได้อย่างชัดเจนเชื่อถือได้ ซึ่งถ้าหากผ่านการตรวจสอบก็จะใช้บริการต่อ หากไม่ก็จะหาใช้บริการเครื่องจำหน่ายเครื่องอื่นที่ผ่านการตรวจสอบแทน

2.5 ด้านการบำรุงรักษา และการทำความสะอาด พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับข้อ มีการทำความสะอาดสถานที่ บริเวณที่ตั้งของเครื่องเป็นประจำ สอดคล้องกับด้านสถานที่ตั้งเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับข้อ บริเวณพื้นที่ตั้งเครื่องไม่เฉอะแฉะ สกปรก และมีการระบายน้ำที่ถูกสุขลักษณะ เพื่อไม่ให้เกิดความสกปรก หรือปัญหาจากการระบายน้ำ จึงต้องมีการบำรุงรักษา ทำความสะอาด บริเวณที่ตั้งของเครื่องเป็นประจำ เพื่อสุขอนามัยที่ดี ทั้งนี้ จากการสอบถามเจ้าของพื้นที่ตั้ง และเจ้าของเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มบางรายกล่าวว่า มักจะทำความสะอาดทุกวัน และคอยสังเกตถึงความผิดปกติของตัวเครื่อง เนื่องจากไม่อยากสร้างปัญหา และความรำคาญให้กับผู้ใช้บริการ และผู้ที่อาศัยอยู่ในบริเวณ โดยรอบ

2.6 ด้านการบันทึกและการรายงาน พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับข้อ มีการจัดให้มีสัญลักษณ์แสดงคุณภาพน้ำบริโภค ได้มาตรฐานหรือปรับปรุงต่อผู้บริโภคอย่างเปิดเผยเป็นประจำ อันเนื่องมาจากความกังวลถึงคุณภาพของน้ำ และเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ที่ปัจจุบันมีติดตั้งอยู่ทั่วไป ทำให้จำแนกได้ยากว่าเครื่องไหนได้รับการตรวจสอบดูแล ผู้บริโภคจึงต้องการสัญลักษณ์ที่จะสามารถสังเกตเห็นได้อย่างชัดเจนว่าเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มที่กำลังใช้นั้น มีการตรวจสอบ และผ่านคุณภาพได้มาตรฐานหรือไม่

3. ผลการเปรียบเทียบความแตกต่าง ความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 6 ด้าน จำแนกตามเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

3.1 จำแนกตามเพศ พบว่า ความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 6 ด้าน ไม่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะเรื่องเพศไม่ได้มีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจถึงความสมควรในการมีมาตรการทางกฎหมายออกมาควบคุมเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์ดังกล่าว หากแต่เป็นเรื่องสำคัญต่อทุก ๆ คน

3.2 จำแนกตามการศึกษา พบว่า ความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 6 ด้าน ไม่แตกต่างกัน ถึงแม้ว่าผู้ที่ไม่ได้รับการศึกษา หรือมีการศึกษาสูง ต่างก็ต้องการในสิ่งเดียวกันคือ

น้ำดื่มที่มีคุณภาพ และความปลอดภัย ดังนั้นจึงสมควรที่จะมาตรการทางกฎหมายออกมาควบคุมเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ

3.3 จำแนกตามอาชีพ พบว่า ความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 6 ด้าน ไม่แตกต่างกัน อาจเนื่องมาจากไม่ว่าจะอาชีพใด ๆ ก็ต้องการน้ำดื่มเพื่อมาใช้ในการบริโภค เช่นเดียวกัน ความแตกต่างเรื่องของอาชีพจึงไม่ใช่ปัจจัยที่ส่งผลต่อความแตกต่างของการแสดงความคิดเห็น

3.4 จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะน้ำดื่มนั้น ไม่ใช่สินค้าฟุ่มเฟือย หากแต่เป็นสินค้าจำเป็นที่ใช้ในการอุปโภค และบริโภค ในทุกครัวเรือน เพราะฉะนั้นไม่ว่าผู้บริโภคจะมีรายได้มากน้อยต่างกันเท่าใด ความต้องการน้ำที่ปลอดภัยได้มาตรฐาน เพื่อการบริโภคต่างก็มีเหมือน ๆ กัน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ และพฤติกรรมการใช้บริการในเขตเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี พบว่า ผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรีมีความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน จำนวน 6 ด้าน พบว่า ด้านสถานที่ตั้งเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ด้านคุณลักษณะเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ด้านแหล่งน้ำ และการปรับปรุงคุณภาพน้ำ ด้านการควบคุมคุณภาพมาตรฐานน้ำบริโภค ด้านการบำรุงรักษา และการทำความสะอาด ด้านการบันทึกและการรายงาน ล้วนอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด จึงขอเสนอแนะดังต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. เทศบาลเมืองบ้านสวน ควรจะเข้าไปประสานงานกับผู้ประกอบการ และผู้บริโภค เพื่อประชาสัมพันธ์ถึงการมีอยู่ของแนวทางควบคุมการประกอบกิจการตู้จำหน่ายน้ำหยอดเหรียญ พ.ศ. 2553 ที่ คณะกรรมการสาธารณสุข กระทรวงสาธารณสุขได้ประกาศเอาไว้ รวมถึงขอความร่วมมือกับทุกภาคส่วนให้ปฏิบัติตามคำแนะนำดังกล่าว เนื่องมาจากผู้วิจัยได้ทำการสอบถามไปยังสาธารณสุขประจำเขตเทศบาล และผู้ประกอบการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญแล้ว พบว่าสาธารณสุขประจำเขตเทศบาลทำเพียงแค่เฝ้าระวังอันตรายเท่านั้น ในส่วนของผู้ประกอบการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ และผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่ทราบถึงการมีอยู่ของแนวทาง

ดังกล่าวแต่อย่างใด และหากเมื่อเทศบาลสามารถออกเทศบัญญัติการควบคุมการประกอบกิจการ
ตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญได้แล้ว ควรมีการประชาสัมพันธ์ และประกาศบังคับใช้ต่อไป

2. เทศบาลเมืองบ้านสวนควรนำผลการศึกษา เรื่อง ความคิดเห็นต่อการออกมาตรการ
ทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ และพฤติกรรมการใช้
บริการในเขตเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ไปเป็นแนวทางในการออกมาตรการ
ทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ โดยอาจออกเป็น
เทศบัญญัติเทศบาลเมืองบ้านสวน เรื่อง การควบคุมการประกอบกิจการตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญ เพื่อให้
สอดคล้องกับข้อมูลความคิดเห็นที่ได้จากผู้บริโภค

3. จังหวัดชลบุรีในฐานะผู้กำกับดูแลพื้นที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นภายในจังหวัด
ควรให้ความสำคัญในการควบคุมดูแล การประกอบกิจการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ
ในทุกพื้นที่ของจังหวัดชลบุรี ให้เป็นไปตามแนวทางของกระทรวงสาธารณสุขที่ได้ออกคำแนะนำ
เรื่องควบคุมการประกอบกิจการตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญ พ.ศ. 2553 และผลักดันให้ทุกองค์กรปกครอง
ส่วนท้องถิ่นภายในออกเทศบัญญัติ หรือข้อบัญญัติองค์การบริหารส่วนตำบลในการควบคุม
การประกอบกิจการดังกล่าวเพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภคต่อไป

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

ผู้ประกอบการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ควรนำผลการศึกษา เรื่อง
ความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่ม
แบบหยอดเหรียญ และพฤติกรรมการใช้บริการในเขตเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัด
ชลบุรี ไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงการให้บริการ
ให้สอดคล้องกับมาตรการทางกฎหมาย และพฤติกรรมดังกล่าวได้ ดังนี้

1. ด้านพฤติกรรม อ้างอิงจากผลการศึกษา เห็นสมควรที่ผู้ประกอบการควรจะต้อง
เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญในบริเวณที่อยู่ใกล้ที่พัก เช่นชุมชน หมู่บ้าน หอพัก
อพาร์ทเมนท์ และคอนโด เป็นต้น เพื่อความสะดวกสบายต่อการใช้บริการ และอาจมีการติดตั้ง
แสงสว่างเพิ่มเติม ณ จุดที่ติดตั้งเครื่องเนื่องการผู้บริโภคส่วนใหญ่มักใช้บริการในช่วงเวลาหัวค่ำ
เพื่อความปลอดภัย รวมถึงเป็นการดึงดูดให้เป็นที่สังเกต ในส่วนของค่าบริการต่อลิตรยังไม่เห็นถึง
ความจำเป็นในการปรับเปลี่ยน

2. ด้านสถานที่ตั้งเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ผู้ประกอบการควรให้
ความสำคัญกับทุก ๆ ข้อเนื่องจากสถานที่ตั้งเป็นปัจจัยอย่างหนึ่งที่สำคัญต่อการมาใช้บริการของ
ผู้บริโภคซึ่งหากสถานที่ดังกล่าว ไม่มีการระบายน้ำเสียที่ถูกสุขลักษณะ อยู่ใกล้แหล่งขยะมูลฝอย
ซึ่งอาจดึงดูดแมลงและสัตว์พาหะนำโรค ทำให้น้ำที่ใช้ในการผลิตเพื่อการบริโภคเกิด

การปนเปื้อนได้ ผู้บริโภคก็จะไม่อยากเสี่ยงใช้งานเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มในบริเวณดังกล่าว จึงเห็นสมควรที่จะปฏิบัติตามแนวทางที่ได้กำหนดไว้ทั้ง 5 ข้อ

3. ด้านคุณลักษณะเครื่องจำหน่าย ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับเรื่อง ตัวเครื่อง และอุปกรณ์ ต้องทำจากวัสดุที่ไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ อาจจะเป็นการตรวจสอบสารพิษจากวัสดุ ประกอบเครื่องก่อนจะติดตั้งหรือทำการจำหน่าย และอาจมีการพูดคุยประชุมกลุ่มผู้ประกอบการกับ สาธารณสุขประจำเขตเทศบาลเพื่อหาแนวทางที่เทศบาลเมืองบ้านสวน สามารถให้การสนับสนุน และช่วยเหลือได้

4. ด้านแหล่งน้ำ และการปรับปรุงคุณภาพน้ำ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับเรื่อง แหล่งน้ำที่นำมาใช้ต้องมีคุณภาพดี เช่น น้ำประปา น้ำจากบ่อบาด โดยก่อนการติดตั้งเครื่อง จำหน่ายน้ำดื่มอาจมีการตรวจสอบคุณภาพของน้ำในบริเวณพื้นที่ดังกล่าวก่อน ซึ่งถ้าหากคุณภาพน้ำ ไม่ผ่านเกณฑ์ก็สามารถแจ้งไปยังเทศบาลและสาธารณสุขประจำเขตเทศบาลเพื่อหาทางปรับปรุง แก้ไขต่อไป

5. ด้านการควบคุมคุณภาพมาตรฐานน้ำบริโภค ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการเก็บตัวอย่างทั้ง 2 ข้อ ไม่ว่าจะเป็นประจำปี หรือประจำเดือน เพื่อเป็นการการันตีถึงคุณภาพน้ำ ที่ได้จากเครื่องจำหน่าย เป็นการสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการใช้บริการ

6. ด้านการบำรุงรักษา และการทำความสะอาด ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับ ทุก ๆ ข้อเนื่องจากความสะอาดของเครื่อง อุปกรณ์ภายในเครื่อง ถึงกักเก็บน้ำ และสถานที่ตั้ง ล้วนมีความสำคัญที่อาจส่งผลต่อความมั่นใจในการใช้บริการของผู้บริโภคได้

7. ด้านการบันทึกและการรายงาน ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเรื่องการจัดให้มี สัญลักษณ์แสดงคุณภาพน้ำบริโภคได้มาตรฐานหรือปรับปรุงต่อผู้บริโภคอย่างเปิดเผยเป็นประจำวัน และสัญลักษณ์ดังกล่าวควรติดไว้ในบริเวณที่สังเกตเห็นได้ง่าย เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับ ผู้บริโภคในการใช้บริการ

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

1. ควรมีการเพิ่มหัวข้อระบบของเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญลงไปใน การศึกษาเรื่องพฤติกรรมด้วยว่า ผู้บริโภคมีความนิยมในเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มระบบใดมากที่สุด ระหว่าง ระบบกรองธรรมดา (UV, Ozone) ระบบอาร์โอ (Reverse osmosis) หรือระบบน้ำแร่ เป็นต้น

2. ควรทำการศึกษาแบบเชิงเปรียบเทียบระหว่างข้อมูลทั่วไป กับความคิดเห็นต่อ ความการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ

โดยจำแนกเป็นรายด้าน เพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ของข้อมูลในของแต่ละด้าน กับข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค

3. ควรมีการศึกษาในเรื่องนี้กับเขตพื้นที่อื่น ๆ ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันเพื่อเปรียบเทียบข้อมูลทั่วไป ความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ และพฤติกรรมการใช้บริการว่าเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร

บรรณานุกรม

- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2549). *สถิติสำหรับงานวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิรศักดิ์ มนูญธรรม. (2552). *ความคิดเห็นของประชาชนในเขตเทศบาลหนองกล้า ต่อภาพลักษณ์ของตำรวจราจรสถานีภูธรทุ่งเบญจา อำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี*. ปัญหาพิเศษ รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- จุฑาทิพ คล้ายทับทิม. (2555). *ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนกับประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: ภาควิชารัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- โชคชัยชาญ. (2559). *เกี่ยวกับเรา*. เข้าถึงได้จาก <http://sites.amarillasinternet.com/chokchaicharn/2.html>
- ชูชาติ วิโรดมอดมกุล. (2558). *ความคิดเห็นของประชาชนในการบริหารจัดการที่ดีตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนตำบลผ่านศึก อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว*. งานนิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการเมืองการปกครอง, คณะรัฐศาสตร์ และนิติศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ณชพัฒน์ อัสวรัชชนันท์. (2554). *รายงานการวิจัย ทักษะคิดและพฤติกรรมการใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญของผู้พักอาศัยในอพาร์ทเมนท์ ในจังหวัดนนทบุรี*. นนทบุรี: วิทยาลัยราชพฤกษ์.
- ณัฐพล ประดิษฐ์ผลเลิศ. (2559). *ตู้จำหน่ายหยอดเหรียญ "Water net" เจ้าแรกของประเทศ ธุรกิจนำลงทุนผลตอบแทนระยะยาว*. เข้าถึงได้จาก: <http://www.smeleader.com/ตู้จำหน่ายหยอดเหรียญ-water-net/>
- ทองสุข ทองสา. (2558). *ทฤษฎีการวัดทักษะคิด*. เข้าถึงได้จาก <http://www.bloggang.com/mainblog.php?id=inthedark&month=27-06-2007&group=2&gblog=27>
- เทศบาลเมืองบ้านสวน. (2559). *รายงานสถิติจำนวนประชากรและบ้านประจำปี พ.ศ.2558*. เข้าถึงได้จาก http://www.bansuan.go.th/newindex_0.php
- ธีรรงค์ อุดมไพจิตรกุล. (2547). *เศรษฐศาสตร์การจัดการ* (พิมพ์ครั้งที่ 5) กรุงเทพฯ: คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

นุชจรินทร์ ศรีนุชศาสตร์. (2555). *ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์สู่น้ำดื่มหยอดเหรียญ.*

งานนิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชากฎหมายเอกชนและกฎหมายธุรกิจ,
บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

ผู้จัดการออนไลน์. (2557). *อึ้ง! สู่น้ำหยอดเหรียญใน กทม. ตกมาตรฐานเกินครึ่ง.* เข้าถึงได้จาก

<http://www.manager.co.th/QOL/ViewNews.aspx?NewsID=9560000098004>

บริษัท วอเตอร์ เน็ต จำกัด. (2559). *ประวัติความเป็นมา.* เข้าถึงได้จาก

<http://www.waternetplc.com/th/>

ประสิทธิ์ เหลืองรุ่งเกียรติ, ชนิตา แก้ววิจิตร, युद्धกษณ์ เสมบุญหล่อ, ดารารรรณ บัววัฒนา,
สากร เพิ่มทองคำ, พันธวัฒน์ พิทยาพิทักษ์, เพ็ญญา ทองอาจ, นภาพรรณ นาคสวัสดิ์,
นิมิน มูลศรี และศรินารด เทียมไธสง. (2552). *คู่มือสู่น้ำดื่มหยอดเหรียญ สะอาด ปลอดภัย.*
กรุงเทพฯ: บอร์น ทู บี พับลิชชิ่ง.

พจนานุกรมฉบับเว็บสเตอร์. (2541). เข้าถึงได้จาก <http://www.merriam-webster.com/>

พิชญากร มาพะเนาวิ. (2554). *การประเมินคุณภาพ และสภาพแวดล้อมของสู่น้ำดื่มหยอดเหรียญ*

*ในเขตคลองสามวา กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์สาธาณสุขศาสตรมหาบัณฑิต,
สาขาวิชาสาธาณสุขศาสตร์, คณะสาธาณสุขศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา.*

มุกดา อารีย์. (2549). *ทัศนคติต่อการซื้อน้ำดื่มจากเครื่องขายน้ำดื่มอัตโนมัติแบบหยอดเหรียญของ*

*ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชา
การตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.*

ราชบัณฑิตยสถาน. (2545). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2545.* กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์
พับลิเคชันส์.

วิศรา ป้ออาทิตย์ และอลงกรณ์ วงศ์หมั่น. (2557). *คุณภาพน้ำดื่มจากเครื่องผลิตน้ำดื่มหยอดเหรียญ*

*ในพื้นที่ชุมชนรอบมหาวิทยาลัยนเรศวร จังหวัดพิษณุโลก. งานนิพนธ์
วิทยาศาสตร์บัณฑิต, สาขาวิชาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, บัณฑิตวิทยาลัย,
มหาวิทยาลัยนเรศวร.*

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2540). *พฤติกรรมผู้บริโภค.* กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศิวรัตน์ ณ ปทุม, สุรกิจ เทวกุล และปริญญา ลักษิตานนท์. (2550). *พฤติกรรม*

ผู้บริโภคชั้นสูง. กรุงเทพฯ: โอเชียน บุค มาร์ท.

ศุกร เสรีรัตน์. (2544). *พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 3).* กรุงเทพฯ: เอ.อาร์.บิซิเนสเพรส.

ศูนย์วิจัยสุขภาพกรุงเทพ เครือโรงพยาบาลกรุงเทพ. (2557). *น้ำดื่มคุณภาพในช่วงวิกฤติน้ำท่วม.*

เข้าถึงได้จาก <http://www.bangkokhealth.com/health/article>

- สมศักดิ์ วรรคามิน. (2551). *Water for life น้ำดื่มในอุดมคติ*. เข้าถึงได้จาก <http://kangenthai.blogspot.com/2012/05/water.html>.
- สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. (2551). *การวิจัยสถานการณ์ความปลอดภัยของการบริโภค น้ำที่ผลิตจากเครื่องผลิตน้ำดื่มหยอดเหรียญ*. เข้าถึงได้จาก www.foodsafetymobile.org/UserFiles/Portfolio/31_รวมเล่มน้ำดื่ม.pdf.
- สิริกัญญา สุภาศรี. (2553). *พฤติกรรมการใช้บริการ เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญของผู้บริโภค ในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุธิพงษ์ จิตต์ชอบใจ. (2558). *ความคิดเห็นของประชาชนต่อภาพลักษณ์ของตำรวจจราจร สถานีตำรวจภูธรเขาสิงโต จังหวัดสระแก้ว*. งานนิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการเมืองการปกครอง, คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- เสกสรรค์ วิทย์ปรีชากุล. (2550). *พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และความคิดเห็นของ นักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ต่อมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์สาขารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชา สาธารณสุขศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อัสน์อุไร เตชะสวัสดิ์. (2547). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. นนทบุรี: ซี.วี.แอล. การพิมพ์.
- อำนาจ ฤกษ์โฆษิตสวัสดิ์. (2547). *พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำดื่ม จากตู้จำหน่ายน้ำดื่มหยอดเหรียญในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ภาคผนวก

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ และความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ในเขตเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าข้อความที่เป็นจริง

แบบสำรวจ แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. พฤติกรรมการใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี
3. ความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ
4. ข้อเสนอแนะของของผู้บริโภคเกี่ยวกับการใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

1. ชาย 2. หญิง

2. การศึกษา

1. ไม่ได้ศึกษา 2. ประถมศึกษา
 3. มัธยมศึกษาตอนต้น 4. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.
 5. อนุปริญญา/ ปวส. 6.ปริญญาตรีหรือสูงกว่า

3. อาชีพ

1. นักเรียน/ นักศึกษา 2. กู้ขาย/ อาชีพอิสระ
 3. พนักงานเอกชน 4. ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ
 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

4. รายได้ต่อเดือน

1. ไม่เกิน 10,000 บาท 2. 10,001-20,000 บาท
3. 20,001-30,000 บาท 4. 30,001-40,000 บาท
5. 40,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญของผู้บริโภคในเขตเทศบาล
เมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าข้อความที่เป็นจริง

- ท่านใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญโดยเฉลี่ยสัปดาห์ละกี่ครั้ง

1. 1-2 ครั้ง 2. 3-4 ครั้ง 3. 5 ครั้งขึ้นไป
- ท่านมักจะใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญในช่วงเวลาใดมากที่สุด

1. ไม่แน่นอน 2. 06:01-08:00 น. 3. 08:01-18:00 น.

4. 18:01-20:00 น. 5. 20:01-22:00 น. 6. 22:01-06:00 น.
- ท่านใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญเป็นปริมาณน้ำโดยเฉลี่ยครั้งละเท่าใด

1. 1-2 ลิตร 2. 3-4 ลิตร 3. 5-6 ลิตร

4. 7-8 ลิตร 2. 9-10 ลิตร 3. 10 ลิตรขึ้นไป
- ท่านใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญเป็นจำนวนเงินโดยเฉลี่ยครั้งละเท่าใด

1. 1-2 บาท 2. 3-4 บาท 3. 5-6 บาท

4. 7-8 บาท 5. 9-10 บาท 6. 10 บาทขึ้นไป
- ท่านใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญเพราะสาเหตุใด

1. ราคาถูก 2. รสชาติดี

3. หาใช้บริการได้สะดวก 4. มั่นใจในยี่ห้อและชื่อเสียง

5. ที่พักไม่มีเครื่องกรองน้ำ 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ)

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นต่อการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่าย
น้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ

คำชี้แจง โปรดตอบแบบสอบถามโดยขีดเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง ที่ต้องการมากที่สุด

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็น ด้วย มาก ที่สุด (5)	เห็น ด้วย มาก (4)	เห็น ด้วย ปาน กลาง (3)	เห็น ด้วย น้อย (2)	เห็น ด้วย น้อย ที่สุด (1)
ก. สถานที่ตั้งเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ					
1. อยู่ห่างไกลจากบริเวณที่มีผู้คนมาก แหล่งระบายน้ำ เสียแหล่งขยะมูลฝอย					
2. เป็นสถานที่ที่ไม่มีแหล่งแมลงและสัตว์พาหะนำโรค					
3. บริเวณพื้นที่ที่ตั้งเครื่องไม่เฉอะแฉะ สกปรกและ มีการระบายน้ำที่ถูกต้องลักษณะ					
4. การติดตั้งเครื่องต้องยกระดับสูงจากพื้นอย่างน้อย 10 เซนติเมตร					
5. จัดให้มีอุปกรณ์เพียงพอและมีความสูงตามความ เหมาะสมสำหรับวางภาชนะบรรจุน้ำ					
ข. คุณลักษณะเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ					
6. ตัวเครื่องและอุปกรณ์ ต้องทำจากวัสดุที่ไม่เป็น อันตรายต่อสุขภาพ					
7. ตัวเครื่องจะต้องมีความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ และไม่รั่วซึม รวมทั้งสามารถทำความสะอาดและ เคลื่อนย้ายได้ง่าย					
8. หัวจ่ายน้ำและส่วนที่สัมผัสน้ำต้องทำจากวัสดุที่ใช้ กับอาหารเท่านั้น และหัวจ่ายน้ำต้องสูงจากพื้น ไม่น้อยกว่า 60 เซนติเมตร					

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็น ด้วย มาก ที่สุด (5)	เห็น ด้วย มาก (4)	เห็น ด้วย ปาน กลาง (3)	เห็น ด้วย น้อย (2)	เห็น ด้วย น้อย ที่สุด (1)
ค. แหล่งน้ำ และการปรับปรุงคุณภาพน้ำ					
9. แหล่งน้ำที่นำมาใช้ต้องมีคุณภาพดี เช่น น้ำประปา น้ำจากบ่อบาดาล					
10. กรณีที่ผู้ประกอบการกิจการผลิตน้ำเพื่อใช้ ในการประกอบกิจการเอง ต้องมีระบบการตรวจสอบ การควบคุมและการปรับปรุงคุณภาพน้ำที่ผลิตให้มี คุณภาพดี					
11. มีการปรับปรุงคุณภาพน้ำตามความจำเป็นของ คุณภาพแหล่งน้ำ เพื่อให้ได้น้ำบริโภคที่มี คุณภาพ มาตรฐานตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข					
12. มีปริมาณฟลูออไรด์ในน้ำเป็นไปตามมาตรฐาน ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข					
ง. การควบคุมคุณภาพมาตรฐานน้ำบริโภค					
13. มีการเก็บตัวอย่างน้ำส่งตรวจ ณ ห้องปฏิบัติการ วิทยาศาสตร์ เพื่อวิเคราะห์คุณภาพน้ำบริโภคทางด้าน กายภาพ เคมี และแบคทีเรีย อย่างน้อย 1 ครั้ง/ ปี					
14. มีการเก็บตัวอย่างน้ำเพื่อตรวจวิเคราะห์ทางด้าน แบคทีเรียโดยใช้ชุดตรวจวัดอย่างง่ายในภาคสนาม อย่างน้อย 1 ครั้ง/ เดือน					
จ. การบำรุงรักษา และการทำความสะอาด					
15. มีการทำความสะอาดสถานที่ บริเวณที่ตั้งของเครื่อง เป็นประจำ					
16. มีการทำความสะอาดพื้นผิวเครื่อง ช่องระบายน้ำ และหัวจ่ายน้ำเป็นประจำวัน					

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็น ด้วย มาก ที่สุด (5)	เห็น ด้วย มาก (4)	เห็น ด้วย ปาน กลาง (3)	เห็น ด้วย น้อย (2)	เห็น ด้วย น้อย ที่สุด (1)
17. มีการล้างทำความสะอาดถังเก็บน้ำภายในเครื่อง อย่างน้อย 1 ครั้ง/เดือน					
18. มีการล้างทำความสะอาดและเปลี่ยนวัสดุกรองตาม ระยะเวลาข้อนำของผลิตภัณฑ์ที่กำหนด หรือก่อน หน้านั้นหากพบผลการตรวจผิดปกติเกินมาตรฐาน					
ฉ. หลักเกณฑ์เกี่ยวกับการบันทึกและการรายงาน					
19. มีการบันทึกการปฏิบัติงานการตรวจสอบคุณภาพ น้ำและการดูแลบำรุงรักษาตามตารางแผนการปฏิบัติงาน อย่างสม่ำเสมอ					
20. มีการรวบรวมข้อมูลผลการตรวจสอบคุณภาพน้ำ ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง					
21. มีการจัดให้มีสัญลักษณ์แสดงคุณภาพน้ำบริโภคได้ มาตรฐานหรือปรับปรุงต่อผู้บริโภคอย่างเปิดเผยเป็น ประจำวัน					

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะในการออกมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องจำหน่าย
น้ำดื่มแบบหยอดเหรียญในเขตเทศบาลเมืองบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง
วัชรินทร์ ทองมา