

ความสำเร็จของการนำนโยบายแสดงราคาสินค้าและค่าบริการของผู้ประกอบการ
ร้านอาหารไปปฏิบัติในเขตเทศบาลเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี

The Success of Goods and Services Price Display Policy of Restaurant Operators to
Comoly With Implementation Phetchaburi Municipality, Phetchaburi Province.

จุฑามาศ ศรีขำ

Juthamard Srikum

นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ

สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเพชรบุรี

E-mail: Kookmon2530@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อประเมินระดับความสำเร็จในการนำนโยบายแสดงราคาสินค้าและค่าบริการของผู้ประกอบการร้านอาหารไปปฏิบัติในเขตเทศบาลเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี (2) เพื่อเปรียบเทียบระดับความสำเร็จของการนำนโยบายแสดงราคาสินค้าและค่าบริการของผู้ประกอบการร้านอาหารไปปฏิบัติในเขตเทศบาลเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (3) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความสำเร็จและการนำนโยบายแสดงราคาสินค้าและค่าบริการไปปฏิบัติในเขตเทศบาลเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัย (1) ระดับความสำเร็จของการนำนโยบายแสดงราคาสินค้าและค่าบริการของผู้ประกอบการร้านอาหารไปปฏิบัติในเขตเทศบาลเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (2) ความสำเร็จของการนำนโยบายแสดงราคาสินค้าและค่าบริการของผู้ประกอบการร้านอาหารไปปฏิบัติในเขตเทศบาลเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ภาพรวมแตกต่างกัน และ (3) ความสัมพันธ์ระหว่างความสำเร็จและการนำนโยบายแสดงราคาสินค้าและค่าบริการไปปฏิบัติในเขตเทศบาลเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่า การนำนโยบายแสดงราคาสินค้าและค่าบริการไปปฏิบัติ ได้แก่ ด้านการสื่อข้อความ ด้านทรัพยากร ด้านทัศนคติของผู้ปฏิบัติ และด้านโครงสร้างระบบราชการ โดยรวมและรายด้านมีความสัมพันธ์ต่ำกับความสำเร็จของนโยบายแสดงราคาสินค้าและค่าบริการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านโครงสร้างระบบราชการ ด้านการสื่อข้อความ ด้านทัศนคติของผู้ปฏิบัติ และด้านทรัพยากร ตามลำดับ นอกจากนี้ ในการดำเนินงานตามนโยบายแสดงราคาสินค้าและค่าบริการ มีปัญหาข้อจำกัดด้านบุคลากรที่ไม่เพียงพอ จำเป็นต้องเพิ่มบุคลากรในการปฏิบัติ หรือเป็นลักษณะอาสาสมัคร หรือการสร้าง

เครือข่ายภาคประชาชน ให้เข้ามามีบทบาทในการดูแลราคาสินค้าและบริการ และพฤติกรรมทางการค้า
ให้เกิดความเป็นธรรมต่อผู้บริโภค

คำสำคัญ: ความสำเร็จ; การนำนโยบายไปปฏิบัติ; นโยบายแสดงราคาสินค้าและบริการ

Abstract

This Article aimed to study 1. To assess the level of quality of working life of civil servants of the Public Prosecutor's Office Region 7 2. To compare the quality of working life of the administrative officers of the Public Prosecutor's Office Region 7 classified by personal factors. 3. To test the relationship between motivational factors and quality of work life of civil servants of the Public Prosecutor's Office Region 7. The results of the research (1) The level of quality of working life of civil servants of the Public Prosecutor's Office Region 7 found that the overall picture was at a high level. (2) The quality of working life of administrative officers of the Public Prosecutor's Office Region 7 classified by personal factors found that the overall picture was at a high level. and (3) the relationship between motivational factors and quality of work life of the administrative officials of the Public Prosecutor's Office Region 7 found that The relationship between motivation and quality of work life was: The aspect of being respected in terms of growth and progress The nature of the work assigned and overall responsibility Each aspect had a positive correlation with the quality of work life of the administrative officers of the Public Prosecutor's Office Region 7. The correlation coefficient is quite high. In addition, agencies should support additional learning in various fields, such as organizing trainings/seminars. In order to increase working skills for personnel And most importantly, personnel should work with moral and ethical principles to be credible and accepted by their colleagues. supervisor and people who come to contact the government

Keywords: Quality of Life; Administrative officers; Public Prosecutor's office Region

บทนำ

การกำกับดูแลราคาสินค้าและบริการในประเทศแม้ว่ารัฐจะมีกฎหมาย คือ พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ.2542 มาคุ้มครองประชาชนผู้บริโภคให้ได้รับความเป็นธรรมในด้านราคาสินค้าและบริการ และกำกับดูแลพฤติกรรมประกอบการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการแล้วก็ตาม แต่ก็ยังไม่สามารถที่จะกำกับดูแลได้อย่างมีประสิทธิภาพเท่าที่ควร แม้รัฐจะมีมาตรการให้ผู้ประกอบการธุรกิจปิดป้ายแสดงราคาสินค้าและบริการแล้ว ก็ยังพบว่าผู้ประกอบการบางรายได้อาศัยช่องว่างของกฎหมายเอารัด

เอาเปรียบผู้บริโภค โดยการไม่ติดป้ายแสดงราคาสินค้าหรือค่าบริการ ส่งผลให้ประชาชนผู้บริโภคไม่สามารถเปรียบเทียบราคาก่อนตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการนั้นได้

จะเห็นได้ว่ารัฐบาลและเอกชน ได้ให้ความสำคัญและส่งเสริมให้ประชาชนในฐานะผู้บริโภคได้รู้จักคุ้มครองสิทธิของตนเอง โดยไม่ตกเป็นฝ่ายเสียเปรียบที่ต้องทนอยู่ในภาวะจำยอมไปโดยตลอด สิทธิของบุคคลซึ่งเป็นผู้บริโภคย่อมได้รับความคุ้มครองในการได้รับข้อมูลที่เป็นความจริงและมีสิทธิร้องเรียนเพื่อให้ได้รับการแก้ไขเยียวยาความเสียหายรวมทั้งมีสิทธิรวมตัวกันเพื่อพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค รัฐบาลหรือเอกชนฝ่ายเดียวย่อมไม่อาจดำเนินการให้สำเร็จไปได้ด้วยดีผู้บริโภคเป็นกลุ่มคนที่สำคัญในการที่จะคุ้มครองสิทธิของตนเอง อย่างไรก็ตาม พบว่ามีผู้บริโภคจำนวนมากที่ละเลย เพิกเฉย ที่จะเรียกร้องสิทธิของตนเอง แม้ว่าจะถูกเอารัดเอาเปรียบหรือได้รับอันตรายจากการบริโภคสินค้า ในลักษณะและรูปแบบต่างๆ ที่มักเป็นปัญหาของผู้บริโภค ตามที่ควรนั้น ผู้บริโภคควรต้องมีความรอบคอบ ฉลาดในการตรวจสอบการแสดงผล คุณภาพ ปริมาณ และราคาว่ายุติธรรม สมควรซื้อมาบริโภคหรือไม่ อาจสำรวจสินค้าชนิดเดียวกันจากหลายๆ ร้านโดยไม่เชื่อข้อความโฆษณาทันที แต่ต้องหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสินค้าว่าจริงตามที่โฆษณาไว้หรือไม่

สถานการณ์ปัญหาของผู้บริโภค นับวันมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ข้อมูลจากกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ พบว่า สถิติการร้องเรียนของปีงบประมาณ 2563 โดยเป็นการร้องเรียนผ่านช่องทางสายด่วน 1569 ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค โดยได้ดำเนินการตรวจสอบทั้งสิ้น 144,978 ราย พบกระทำความผิด จำนวน 175 ราย (ส่วนใหญ่เป็นการร้องเรียนกรณีไม่ติดป้ายแสดงราคาสินค้าหรือบริการทั่วไป จำนวน 115 ราย หน้ากากอนามัย จำนวน 33 ราย และเจล/แอลกอฮอล์ จำนวน 27 ราย) เปรียบเทียบปรับรวมเป็นเงิน 199,400 บาท (รายงานประจำปีงบประมาณ 2563 กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ ,<https://www.dit.go.th/Content.aspx?m=6&c=34901>)

กระทรวงพาณิชย์ มีหน้าที่ดูแลคุ้มครองผู้บริโภคในด้านราคาและปริมาณสินค้า และบริการ ซึ่งในขอบเขตการดูแลรับผิดชอบนั้น ได้ใช้อำนาจตามความในมาตรา 9 (5) และมาตรา 28 แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 ออกประกาศคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ เรื่อง การแสดงราคาสินค้าและค่าบริการ เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการดำเนินภารกิจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ให้ผู้บริโภคได้มีโอกาสในการเปรียบเทียบราคาก่อนตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการ โดยกำหนดให้ผู้จำหน่ายปลีกสินค้าจำเป็นแก่การครองชีพ 240 รายการ และผู้ให้บริการ 50 ประเภท ต้องแสดงราคาสินค้าและค่าบริการ ตั้งแต่วันที่ 28 มีนาคม 2543 เป็นต้นมา ให้มีผลบังคับใช้ทั่วราชอาณาจักรและต้องมีการทบทวนทุกปีเพื่อให้สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจ โดยคำนึงถึงต้นทุน ค่าใช้จ่าย การผลิต การนำเข้าในราชอาณาจักร การส่งออกนอกราชอาณาจักร การซื้อ หรือการจำหน่ายและอัตราค่าที่ที่เหมาะสม รวมทั้งผลกระทบต่อการลงทุนในการขยายกำลังการผลิตในระยะต่อไปด้วย ปัจจุบันใช้ประกาศคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ ฉบับที่ 61 พ.ศ. 2564 เรื่อง การแสดงราคาสินค้าและค่าบริการ ลงวันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2564

สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเพชรบุรี มีอำนาจหน้าที่ในการบังคับใช้ประกาศคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ เรื่อง การแสดงราคาสินค้าและค่าบริการ ในเขตจังหวัด เพื่อกำกับดูแลคุ้มครองผู้บริโภคด้านราคาและปริมาณสินค้า และบริการ สอดส่องติดตามสถานการณ์ภาวะราคาและปริมาณสินค้า ป้องกันมิให้เกิดการฉวยโอกาสเอารัดเอาเปรียบและขึ้นราคาสินค้าโดยไม่เป็นธรรม ส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีบทบาทในการพิทักษ์สิทธิประโยชน์ของตนเอง แนวทางการกำกับดูแลราคาและปริมาณสินค้า เช่น ตรวจสอบราคาและพฤติกรรมการจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นแก่การครองชีพ และการให้บริการอย่างใกล้ชิดและต่อเนื่อง การสุ่มตรวจในช่วงช่วงเทศกาลสำคัญต่างๆ เช่น เทศกาลสงกรานต์ เทศกาลปีใหม่ เทศกาลตรุษจีน วันสำคัญทางศาสนา วันแม่แห่งชาติ ฯลฯ การตรวจสอบข้อร้องเรียนตามคำร้องเรียนผ่านศูนย์รับเรื่องร้องเรียน และศูนย์ดำรงธรรม

อย่างไรก็ตาม แม้จะมีการบังคับใช้นโยบายดังกล่าว ก็ยังพบว่า ผู้ประกอบการบางส่วนยังไม่แสดงราคาสินค้า บางส่วนแสดงราคาไม่ครบถ้วน บางส่วนแสดงราคาไม่ชัดเจน และมีการร้องเรียนจากผู้บริโภคในด้านราคาและปริมาณสินค้า จากรายงานข้อร้องเรียนของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดเพชรบุรี ย้อนหลัง 3 ปี ซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลข้อร้องเรียนจำนวน 47 ครั้ง พบว่า 1) มีการร้องเรียนเรื่องไม่เปิดเผยแสดงราคาสินค้ามากที่สุด จำนวน 21 เรื่อง 2) พื้นที่ที่ถูกร้องเรียนมากที่สุด คือ พื้นที่อำเภอเมืองเพชรบุรี จำนวน 17 ครั้ง และ 3) ผู้ประกอบการร้านอาหารถูกร้องเรียนมากที่สุด จำนวน 26 ราย

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยในฐานะที่เป็นพนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ.2542 จึงสนใจที่จะศึกษาความความสำเร็จของการนํานโยบายแสดงราคาสินค้าและค่าบริการของผู้ประกอบการร้านอาหารไปปฏิบัติในเขตเทศบาลเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี ทั้งนี้ เพื่อนําผลที่ได้จากการศึกษาเป็นแนวทางในการนํานโยบายไปปฏิบัติให้บรรลุผลตามเจตนารมณ์ของนโยบาย สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชน สังคมส่วนรวม และคาดหวังว่าผลจากการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนางานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และรักษาความเป็นธรรมทางการค้าภายใต้กรอบกฎหมาย ซึ่งเป็นภารกิจหลักอย่างหนึ่งของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดเพชรบุรี

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อประเมินระดับความสำเร็จในการนํานโยบายแสดงราคาสินค้าและค่าบริการของผู้ประกอบการร้านอาหารไปปฏิบัติในเขตเทศบาลเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรีเพื่อศึกษา
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับความสำเร็จของการนํานโยบายแสดงราคาสินค้าและค่าบริการของผู้ประกอบการร้านอาหารไปปฏิบัติในเขตเทศบาลเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความสำเร็จและการนํานโยบายแสดงราคาสินค้าและค่าบริการไปปฏิบัติในเขตเทศบาลเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี

การทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีที่เกี่ยวกับความสำเร็จในการนำนโยบายไปปฏิบัติ

ความสำเร็จของการบริหารงานในองค์การ นอกจากจะคำนึงถึงโครงสร้างของระบบงานและวิธีการปฏิบัติงานแล้ว ยังต้องพิจารณาถึงแนวคิดการนำนโยบายไปปฏิบัติด้วย เพื่อที่จะทำให้เห็นองค์ประกอบของความสำเร็จของงานได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น ดังนั้นที่นักคิดแต่ละท่านได้ให้ความหมายจากการนำนโยบายไปปฏิบัติ ดังนี้

เพรสแมน และ วิลดัลสกี (Pressman & Wildalsky, 1973, pp.145–149) ได้นิยามการนำนโยบายไปปฏิบัติว่า หมายถึง ระดับการเกิดขึ้นของผลนโยบายที่คาดคะเนไว้ และการนำนโยบายไปปฏิบัติอาจได้รับการมองว่าเป็นกระบวนการของการปฏิสัมพันธ์ระหว่างเป้าหมายที่กำหนดไว้กับการปฏิบัติทั้งหลายที่มุ่งไปสู่การกระทำให้บรรลุผล

แวน มิเตอร์ และ แวน ฮอร์น ได้นิยามการนำนโยบายไปปฏิบัติว่า หมายถึง การดำเนินการโดยบุคคลหรือกลุ่มคนในภาคราชการ หรือภาคเอกชน ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวมุ่งที่จะก่อให้เกิดความสำเร็จได้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในนโยบาย

ทฤษฎีที่เกี่ยวกับประสิทธิผล

กิบสัน และคณะ (Gibson Others, 1982) นิยามประสิทธิผลไว้ว่า ประสิทธิผล เป็นเรื่องของการกระทำใด ๆ ที่มีความมุ่งหมายจะได้รับผลอะไรสักอย่างให้เกิดขึ้น การกระทำหรือความพยายามจะมีประสิทธิผลสูงต่ำเพียงใด ขึ้นอยู่กับว่าผลที่ได้รับตรงนั้น ตรง ครบถ้วน ทั้งเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ และใช้พลังงานน้อยเพียงใด จึงสามารถสรุปได้ว่า ประสิทธิผลขององค์การ หมายถึง การที่องค์การได้ดำเนินงานใด ๆ โดยการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ จนเกิดผลสำเร็จบรรลุตามเป้าหมายต่าง ๆ ที่องค์การตั้งไว้

ประสิทธิผลขององค์การ คือ การเน้นไปที่ผลรวมขององค์การ ซึ่งกิบสันและคณะ (Gibson and Other, 1982) อธิบายถึงเกณฑ์ของความมีประสิทธิภาพขององค์การว่าประกอบด้วย ตัวบ่งชี้ 5 ตัว คือ

1. การผลิต (Production)
2. ประสิทธิภาพ (Efficiency)
3. ความพึงพอใจ (Satisfaction)
4. การปรับเปลี่ยน (Adaptiveness)
5. การพัฒนา (Development)

ทฤษฎีเกี่ยวกับการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ

Edwards III, George C. (1980) ได้นำเสนอตัวแบบปฏิสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย (Interactions Between Factor Models) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรที่มีผลต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติทั้งทางตรงและทางอ้อม 4 ตัวแปร ดังนี้

1. การสื่อสารข้อความ (Communication) การตัดสินใจนโยบายและคำสั่งในการนำนโยบายไปปฏิบัติที่ถ่ายทอดไปสู่บุคลากรผู้ปฏิบัติยังมีความชัดเจน (Clarity) เพียงตรง (Accuracy) และมีความคงเส้นคงวา

(Consistency) เพียงใด จะยิ่งทำให้โอกาสของการนำนโยบายไปปฏิบัติประสบความสำเร็จสูง ความผิดพลาดในการถ่ายทอดข้อความไปสู่การปฏิบัติ คือ สาเหตุเบื้องต้นของความล้มเหลวในการนำนโยบายไปปฏิบัติและการสื่อสารข้อความถึงผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ

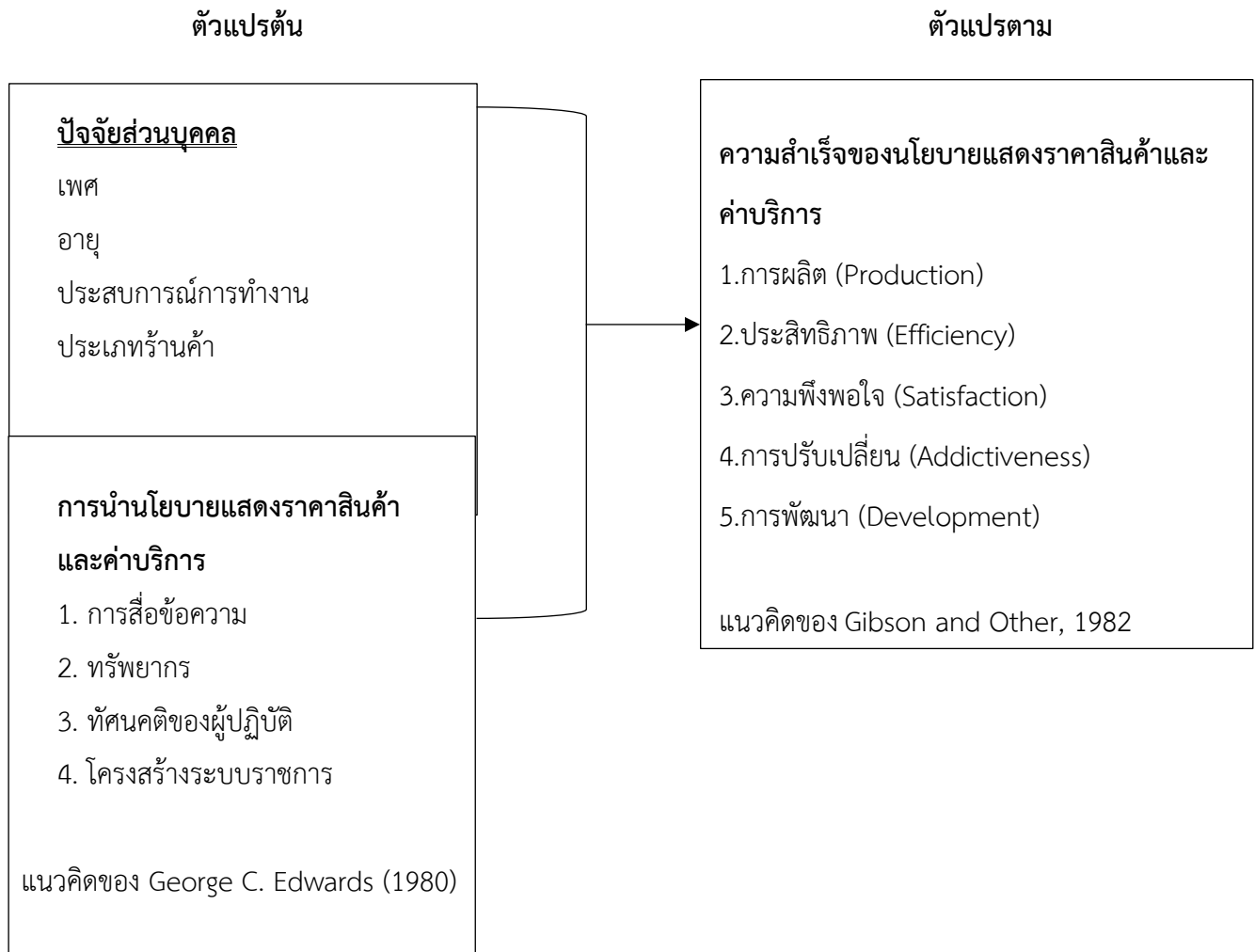
2. ทรัพยากร (Resources) เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติทั้งทางตรงและทางอ้อม ทรัพยากรที่สำคัญในการนำนโยบายไปปฏิบัติหมายถึงจำนวนบุคลากรที่พอเหมาะและมีความชำนาญเพียงพอ มีระบบสารสนเทศที่สอดคล้องและพอเพียง และได้รับความร่วมมือจากผู้เกี่ยวข้องเป็นอย่างดี และการจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ได้แก่ สถานที่ปฏิบัติงาน เครื่องมือ และงบประมาณที่จำเป็นต้องใช้

3. จุดยืนหรือทัศนคติของผู้ปฏิบัติงาน (Dispositions or Attitudes of Implementors) เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติอย่างยิ่ง ผู้ปฏิบัติมีโอกาสในการใช้ดุลพินิจในการกำหนดนโยบายไปปฏิบัติ ทั้งนี้เพราะการสื่อสารข้อความจากผู้กำหนดนโยบายมักจะไม่ชัดเจนและคงเส้น คงวา และผู้ปฏิบัติส่วนใหญ่พอใจที่จะเป็นอิสระจากผู้บังคับบัญชา นโยบายอาจจะขัดแย้งกับจุดยืนหรือทัศนคติของผู้ปฏิบัติ หรือขัดแย้งกับผลประโยชน์ส่วนตัวและผลประโยชน์ขององค์กร ดังนั้น จุดยืนหรือทัศนคติของผู้ปฏิบัติในหลายกรณีจึงเป็นอุปสรรคต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ และส่งผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ ความสำเร็จในการนำนโยบายไปปฏิบัติ

โครงสร้างระบบราชการ (Bureaucratic Structure) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสนใจในการนำนโยบายไปปฏิบัติ โดยการแบ่งส่วนงานขององค์กรและมาตรฐานของระเบียบการปฏิบัติขององค์กร อาจจะเป็นอุปสรรคต่อการประสานงานในการนำนโยบายไปปฏิบัติ

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของความสำเร็จของนโยบายแสดงราคาสินค้าและค่าบริการ โดยนำแนวคิดของ Gibson and Other, 1982 มากำหนดแนวคิดในการวิจัย เพื่อศึกษาผลความสำเร็จของนโยบายแสดงราคาสินค้าและค่าบริการ ทั้ง 5 ด้าน และการนำนโยบายแสดงราคาสินค้าและค่าบริการไปปฏิบัติ ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือวัด คือ แบบสอบถาม เพื่อทำการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ประกอบการร้านอาหาร จำนวน 175 ราย โดยได้ออกแบบเครื่องมือการวิจัยดังกล่าว โดยใช้แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งปรับจากเครื่องมือการวิจัยในลักษณะเดียวกัน เพื่อให้ได้คำถามที่มีความสอดคล้องกับบริบทขององค์กรที่ศึกษามากที่สุด

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการร้านอาหารในเขตเทศบาลเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี รวมทั้งสิ้น 310 ราย (ข้อมูลจากเทศบาลเมืองเพชรบุรี ณ วันที่ 28 ตุลาคม 2564)

กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการร้านอาหารในเขตเทศบาลเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 175 คน

โดยการศึกษาครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลจากทุก ๆ หน่วยในประชากรที่จะศึกษา โดยมีขั้นตอนการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างคำนวณจากสูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยความคลาดเคลื่อนในการสุ่ม 5%

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย 1. เพศ 2. อายุ 3. ประสบการณ์การทำงาน 4. ประเภทร้านค้า จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามลักษณะประเมินค่าด้วยมาตรวัด (Rating Scale) ใน 5 ระดับ มีคำตอบ 5 ตัวเลือก โดยเป็นการสอบถามปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำนโยบายแสดงราคาสินค้าและค่าบริการของผู้ประกอบการร้านอาหารในเขตเทศบาลเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรีไปปฏิบัติ ตามแนวคิดพื้นฐานของตัวแบบปฏิสัมพันธ์ ระหว่างปัจจัย (Interactions Between Factor Models) George C. Edwards (1980) ประกอบด้วย 1. การซื้อข้อความ 2. ทรัพยากร 3. ทศนคติของผู้ปฏิบัติ 4. โครงสร้างระบบราชการจำนวนทั้งสิ้น 14 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามลักษณะประเมินค่าด้วยมาตรวัด (Rating Scale) ใน 5 ระดับ มีคำตอบ 5 ตัวเลือก โดยเป็นการสอบถามปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายแสดงราคาสินค้าและค่าบริการไปปฏิบัติ ตามแนวคิดและทฤษฎีประสิทธิผลขององค์การ (Gibson and Other, 1982) ประกอบด้วย 1. การผลิต 2. ประสิทธิภาพ 3. ความพึงพอใจ 4. การปรับเปลี่ยน 5. การพัฒนา จำนวนทั้งสิ้น 16 ข้อ

ผลการวิจัย

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารในเขตเทศบาลเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 36-50 ปี จำนวน 98 คน มีประสบการณ์การทำงาน 10 ปี ขึ้นไป และมีประเภทร้านค้าส่วนใหญ่ คือ ร้านจำหน่ายอาหารปรุงสำเร็จรูป

ข้อมูลการนำนโยบายแสดงราคาสินค้าและค่าบริการไปปฏิบัติ พบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารในเขตเทศบาลเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี มีความคิดเห็นในด้านการนำนโยบายแสดงราคาสินค้าและค่าบริการไปปฏิบัติที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายแสดงราคาสินค้าและค่าบริการของผู้ประกอบการร้านอาหารไปปฏิบัติโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความสำเร็จของนโยบายแสดงราคาสินค้าและค่าบริการในด้านการผลิต อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านประสิทธิภาพ ด้านความพึงพอใจ ด้านการปรับเปลี่ยน และด้านที่มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด คือ ด้านการพัฒนา ตามลำดับ โดยสามารถสรุปได้ดังนี้

ด้านการผลิต พบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารในเขตเทศบาลเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี มีความคิดเห็นในเรื่อง บ้ายแสดงราคาสินค้าและค่าบริการมีการแสดงรายการสินค้าและราคาที่ถูกต้องตรงกับ

ราคาที่จำหน่ายจริง อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ป้ายแสดงราคาสินค้าและค่าบริการถูกติดไว้อย่างชัดเจนเปิดเผย และสามารถอ่านได้โดยง่าย และเรื่องที่มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด คือ ให้ความร่วมมือในการปิดป้ายแสดงราคาสินค้าและค่าบริการ ตามลำดับ

ด้านประสิทธิภาพ พบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารในเขตเทศบาลเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี มีความคิดเห็นในเรื่อง การดำเนินการตามนโยบายแสดงราคาสินค้าและค่าบริการเป็นประโยชน์ เนื่องจากทำให้ผู้บริโภคไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบ เป็นการพิทักษ์สิทธิและคุ้มครองผู้บริโภค อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ป้ายแสดงราคาสินค้าและค่าบริการที่นำมาใช้ถูกนำมาใช้ตามหลักความคุ้มค่า โดยเป็นป้ายที่มีความคงทน สามารถนำมาใช้ซ้ำได้ ป้ายแสดงราคาสินค้าและค่าบริการที่นำมาใช้ถูกนำมาใช้ตามหลักความประหยัด โดยใช้วัสดุที่มีราคาเหมาะสม ไม่ฟุ่มเฟือย และเรื่องที่มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด คือ การปฏิบัติตามนโยบายที่ให้ผู้ประกอบการแสดงราคาสินค้าและค่าบริการ จะส่งผลทางบวกต่อยอดจำหน่ายของท่าน ตามลำดับ

ด้านความพึงพอใจ พบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารในเขตเทศบาลเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี มีความคิดเห็นในเรื่อง การดำเนินการตามนโยบายการแสดงราคาสินค้าและค่าบริการ ช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าที่มาซื้อสินค้าและบริการ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ การดำเนินการตามนโยบายการแสดงราคาสินค้าและค่าบริการ ช่วยส่งเสริมให้ท่านสามารถขายสินค้าได้ง่ายขึ้น และเรื่องที่มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด คือ การดำเนินการตามนโยบายการแสดงราคาสินค้าและค่าบริการ ไม่เป็นการรบกวนการขายสินค้าของร้านค้าท่าน ตามลำดับ

ด้านการปรับเปลี่ยน พบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารในเขตเทศบาลเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี มีความคิดเห็นในเรื่อง เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงประเภทสินค้าและบริการที่ต้องแสดงราคาสินค้า ท่านมีป้ายเพียงพอที่จะทำการเพิ่ม หรือลดจำนวนป้ายได้ตามความเหมาะสม อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงราคาสินค้าและค่าบริการ ท่านสามารถปรับเปลี่ยนราคาป้ายแสดงราคาสินค้าได้อย่างสะดวก และเรื่องที่มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด คือ มีการปิดป้ายแสดงราคาสินค้าและค่าบริการให้ตรงตามราคาจำหน่ายจริง โดยหากมีการคิดค่าบริการเพิ่มเติม (Service Charge) จากราคาสินค้าและบริการ ต้องมีการแสดงให้ผู้บริโภคได้รับทราบอย่างชัดเจน ตามลำดับ

ด้านการพัฒนา ผู้ประกอบการร้านอาหารในเขตเทศบาลเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี มีความคิดเห็นในเรื่อง การดำเนินนโยบายการแสดงราคาสินค้าและค่าบริการสามารถแจ้งข้อมูลให้ผู้ประกอบการทราบได้รวดเร็วขึ้นกว่าในอดีต อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ การดำเนินนโยบายการแสดงราคาสินค้าและค่าบริการสามารถคัดกรองข้อมูลที่เป็นมาแจ้งผู้ประกอบการได้ดีขึ้นกว่าในอดีต และเรื่องที่มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด คือ ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายการแสดงราคาสินค้าและค่าบริการได้สะดวก รวดเร็วขึ้น จากสื่อโซเชียลมีเดีย เช่น Facebook, Line, Twitter, Youtube ตามลำดับ

ข้อมูลระดับความสำเร็จของการนำนโยบายแสดงราคาสินค้าและบริการของผู้ประกอบการร้านอาหารไปปฏิบัติในเขตเทศบาลเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่าผู้ประกอบการร้านอาหารในเขตเทศบาลเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี ที่มีต่อระดับความสำเร็จของการนำนโยบายแสดงราคาสินค้าและบริการไปปฏิบัติ จำแนกตาม เพศ อายุ ประสบการณ์การทำงาน และประเภทร้านค้า สามารถสรุปได้ดังนี้

ผู้ประกอบการร้านอาหารในเขตเทศบาลเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี ที่มีเพศต่างกัน มีระดับความสำเร็จของการนำนโยบายแสดงราคาสินค้าและบริการไปปฏิบัติในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

ผู้ประกอบการร้านอาหารในเขตเทศบาลเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี ที่มีอายุต่างกัน มีระดับความสำเร็จของการนำนโยบายแสดงราคาสินค้าและค่าบริการไปปฏิบัติในภาพรวมแตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารในเขตเทศบาลเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรีที่มีอายุต่างกัน มีระดับความสำเร็จของการนำนโยบายแสดงราคาสินค้าและค่าบริการไปปฏิบัติแตกต่างกัน ในด้านการผลิต ด้านประสิทธิภาพ และด้านความพึงพอใจ โดยผู้ประกอบการร้านอาหารในเขตเทศบาลเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี ที่มีอายุ 51 ปี ขึ้นไป มีระดับความสำเร็จของการนำนโยบายแสดงราคาสินค้าและค่าบริการของผู้ประกอบการร้านอาหารไปปฏิบัติมากกว่าผู้ประกอบการร้านอาหารในเขตเทศบาลเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี ที่มีอายุ 20-50 ปี

ผู้ประกอบการร้านอาหารในเขตเทศบาลเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี ที่มีประสบการณ์การทำงานต่างกัน มีระดับความสำเร็จของการนำนโยบายแสดงราคาสินค้าและค่าบริการไปปฏิบัติในภาพรวมแตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารในเขตเทศบาลเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรีที่มีประสบการณ์การทำงานต่างกัน มีระดับความสำเร็จของการนำนโยบายแสดงราคาสินค้าและค่าบริการไปปฏิบัติแตกต่างกันในด้านการผลิต ด้านประสิทธิภาพ และด้านความพึงพอใจ ด้านการปรับเปลี่ยน และด้านการพัฒนา โดยผู้ประกอบการร้านอาหารในเขตเทศบาลเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี ที่มีประสบการณ์การทำงาน 10 ปี ขึ้นไป มีระดับความสำเร็จของการนำนโยบายแสดงราคาสินค้าและค่าบริการของผู้ประกอบการร้านอาหารไปปฏิบัติมากกว่าผู้ประกอบการร้านอาหารในเขตเทศบาลเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี ที่มีประสบการณ์การทำงาน ต่ำกว่า 1 ปี - 10 ปี

ผู้ประกอบการร้านอาหารในเขตเทศบาลเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี ที่มีประเภทร้านค้าต่างกันมีระดับความสำเร็จของการนำนโยบายแสดงราคาสินค้าและบริการไปปฏิบัติในภาพรวมไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารในเขตเทศบาลเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรีที่มีประเภทร้านค้าต่างกัน มีระดับความสำเร็จของการนำนโยบายแสดงราคาสินค้าและบริการไปปฏิบัติแตกต่างกัน ในด้านการผลิต ผู้ประกอบการร้านอาหารประเภทร้านจำหน่ายอาหารสำเร็จรูป มีระดับความสำเร็จของการนำนโยบายแสดงราคาสินค้าและบริการของผู้ประกอบการร้านอาหารไปปฏิบัติในเขตเทศบาลเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี มากกว่าผู้ประกอบการร้านอาหารประเภทร้านจำหน่าย

เครื่องดื่ม และประเภทร้านจำหน่ายขนมหวาน และผู้ประกอบการร้านอาหารประเภทร้านจำหน่ายขนมหวาน มีระดับความสำเร็จของการนำนโยบายแสดงราคาสินค้าและค่าบริการของผู้ประกอบการร้านอาหารไปปฏิบัติในเขตเทศบาลเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี มากกว่าผู้ประกอบการร้านอาหารประเภทร้านจำหน่ายเครื่องดื่ม

1. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำเร็จในการนำนโยบายแสดงราคาสินค้าและค่าบริการของผู้ประกอบการร้านอาหารไปปฏิบัติในเขตเทศบาลเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี พบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารในเขตเทศบาลเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี มีความสำเร็จในการนำนโยบายแสดงราคาสินค้าและค่าบริการในระดับมากที่สุด ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ พิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ามีความสำเร็จในการนำนโยบายแสดงราคาสินค้าและค่าบริการด้านการผลิต มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านประสิทธิภาพ ด้านความพึงพอใจ ด้านการปรับเปลี่ยน และด้านการพัฒนาตามลำดับ ทั้งนี้เนื่องจาก ผู้ประกอบการให้ความร่วมมือในการปิดป้ายแสดงราคาสินค้าและบริการ โดยป้ายแสดงราคาสินค้าและค่าบริการมีการแสดงรายการสินค้าและราคาที่ถูกต้องตรงกับราคาที่จำหน่ายจริง ถูกติดไว้อย่างเปิดเผยและสามารถอ่านได้โดยง่าย ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีเพศแตกต่างกัน มีความสำเร็จในการนำนโยบายแสดงราคาสินค้าและค่าบริการไปปฏิบัติไม่แตกต่างกัน

2. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ผลการเปรียบเทียบความสำเร็จของการนำนโยบายแสดงราคาสินค้าและค่าบริการของผู้ประกอบการร้านอาหารไปปฏิบัติในเขตเทศบาลเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ประสบการณ์การทำงาน และประเภทร้านค้า สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้ พบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารในเขตเทศบาลเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี ที่มีเพศ อายุ ประสบการณ์การทำงาน และประเภทร้านค้าต่างกัน มีความสำเร็จของการนำนโยบายแสดงราคาสินค้าและค่าบริการของผู้ประกอบการร้านอาหารไปปฏิบัติแตกต่างกัน

3. วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการนำนโยบายแสดงราคาสินค้าและค่าบริการไปปฏิบัติในเขตเทศบาลเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี การนำนโยบายแสดงราคาสินค้าและค่าบริการไปปฏิบัติ ได้แก่ ด้านการสื่อสารข้อความ ด้านทรัพยากร ด้านทัศนคติของผู้ปฏิบัติ และด้านโครงสร้างระบบราชการ โดยรวมและรายด้านมีความสัมพันธ์ต่ำกับความสำเร็จของการนำนโยบายแสดงราคาสินค้าและค่าบริการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านโครงสร้างระบบราชการ ด้านการสื่อสารข้อความ ด้านทัศนคติของผู้ปฏิบัติ และด้านทรัพยากรตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผู้ประกอบการร้านอาหาร ควรเน้นการใช้ป้ายแสดงราคาสินค้าและค่าบริการที่ประหยัดและเป็นป้ายที่มีความคงทน

ผู้ประกอบการร้านอาหาร ควรปรับเปลี่ยนราคาที่ใช้ป้ายแสดงราคาสินค้าได้อย่างสะดวก ตรงตามราคาจำหน่ายจริง โดยหากมีค่าบริการเพิ่มเติมควรแสดงให้ผู้บริโภคได้รับทราบอย่างชัดเจน

หน่วยงานภาครัฐที่ดำเนินงานตามนโยบายแสดงราคาสินค้าและค่าบริการ ควรสร้างเครือข่ายภาคประชาชน ด้านการคุ้มครองสิทธิของตนเองตามนโยบายแสดงราคาสินค้าและค่าบริการ เพื่อเป็นหูเป็นตาให้กับเจ้าหน้าที่ หากพบผู้การกระทำความผิดให้แจ้งสำนักงานพาณิชย์หรือแนะนำให้ผู้ประกอบการปฏิบัติตามนโยบายได้ เนื่องจาก เจ้าหน้าที่ไม่สามารถเข้าถึงทุกพื้นที่ได้ตลอดเวลา

หน่วยงานภาครัฐที่ดำเนินงานตามนโยบายแสดงราคาสินค้าและค่าบริการ ควรมีการจัดอบรมผู้นำชุมชน โดยให้ความรู้เกี่ยวกับนโยบายการแสดงราคาสินค้าและค่าบริการ เพื่อให้ผู้นำชุมชนเหล่านั้นไปเผยแพร่ต่อผู้ประกอบการในชุมชน

หน่วยงานภาครัฐที่ดำเนินงานตามนโยบายแสดงราคาสินค้าและค่าบริการ ควรมีการพิจารณาถ่ายโอนภารกิจ อำนาจหน้าที่ ตามพระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 ให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หรือแต่งตั้งให้เจ้าหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นพนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 เพิ่มเติม เพราะเป็นหน่วยงานที่ใกล้ชิดผู้ประกอบการในพื้นที่ และรับรู้ปัญหาในพื้นที่มากที่สุด

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับความสำเร็จของนโยบายแสดงราคาสินค้าและค่าบริการด้านการพัฒนา เนื่องจากในปัจจุบันรูปแบบการจัดจำหน่ายมีหลากหลายช่องทางขึ้น โดยเฉพาะในตลาดออนไลน์

ควรมีการศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับกฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการจัดทำนโยบายในเชิงป้องกันการเกิดปัญหาต่าง ๆ

ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมจากผู้ประกอบการด้านอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ร้านอาหารด้วย แล้วนำมาเปรียบเทียบระดับความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติของผู้ประกอบการที่ต่างประเภทกิจการหรือลักษณะของกิจการ รวมไปถึงการแสดงราคาค่าบริการต่าง ๆ ด้วย

เอกสารอ้างอิง

- กุลชน ธนาพงศธร. (2535). แนวคิดทั่วไปเกี่ยวกับนโยบายสาธารณะ. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วรเดช จันทรศร. (2548). ทฤษฎีการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: สหાયบลิสดและการพิมพ์.

- กล้า ทองขาว. (2548). *การนำนโยบายและแผนการศึกษาไปปฏิบัติ แนวคิด ทฤษฎีและแนวทางการดำเนินงาน*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- กล้า ทองขาว และปภาวดี มนต์รีวัต. (2558). *นโยบายสาธารณะและการวางแผน*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- กล้า ทองขาว และปภาวดี มนต์รีวัต. (2551). *ทฤษฎีการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ*. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: พรักหวานกราฟฟิค.
- ศุภชัย ยาวะประภาส. (2538). *นโยบายสาธารณะ*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศุภชัย ยาวะประภาส. (2548). *นโยบายสาธารณะ*. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542. (31 มีนาคม 2542). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 116 ตอนที่ 22 ก หน้า 23.
- มยุรี อนุมานราชชน. (2556). *นโยบายสาธารณะ*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.