



วารสารธรรมเพื่อชีวิต

JOURNAL OF DHAMMA FOR LIFE

ISSN: 2822-048X

<https://soo8.tci-thaijo.org/index.php/dhammalife/index>

Original Research Article

Persuasive Advertising and Legal Gaps in Regulating Research and Thesis Ghostwriting Services on Social Media

การโฆษณาชวนเชื่อและช่องว่างทางกฎหมายเพื่อการควบคุมธุรกิจให้บริการรับจ้าง
ทำวิจัยและวิทยานิพนธ์บนสื่อสังคมออนไลน์

Chatri Chamlongkun^{1*}, Kraichak Pakdeenarong², Supasak Bunyasut³,
Phisitphon Panurat⁴, Chukiat Tengtraisorn⁵, Pairoch Prommeenate⁶,
Wirat Phansai⁷, & Pramote Sittijuk⁸

ชาตรี จำลองกุล^{1*}, ไกรจักร รักดีณรงค์², ศุภศักดิ์ บุญญะสุต³, พิสิฐพล พานรัตน์⁴,
ชูเกียรติ เต็งไตรสรณ์⁵, ไพโรจน์ พรหมมีเนตร⁶, วิรัช พานซ้าย⁷, & ปราโมทย์ สิทธิจักร⁸

ARTICLE INFO

Name of Author & Corresponding Author: *

1. Chatri Chamlongkun*

ชาตรี จำลองกุล
Faculty of Law, Phitsanulok University,
Thailand.
คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยพิษณุโลก
Email: chatri_cham@plu.ac.th

2. Kraichak Pakdeenarong

ไกรจักร รักดีณรงค์
Faculty of Law, Phitsanulok University,
Thailand.
คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยพิษณุโลก
Email: kraichak_pak@plu.ac.th

3. Supasak Bunyasut

ศุภศักดิ์ บุญญะสุต
Faculty of Law, Phitsanulok University,
Thailand.
คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยพิษณุโลก
Email: supasak_bun@plu.ac.th

4. Phisitphon Panurat

พิสิฐพล พานรัตน์
Faculty of Law, Phitsanulok University,
Thailand.
คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยพิษณุโลก
Email: phisitphon_pan@plu.ac.th

5. Chukiat Tengtraisorn

ชูเกียรติ เต็งไตรสรณ์
Faculty of Education, Phitsanulok
University, Thailand.
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยพิษณุโลก
Email: chukiat_teng@plu.ac.th

ABSTRACT

This research aims to study the deceptive advertising practices of businesses providing commissioned research and thesis writing services on social media, as well as to analyze legal gaps and propose improvements to regulations for controlling these businesses. The sample group consisted of five legal scholars who are licensed attorneys, tasked with analyzing risky advertising messages on five main Facebook pages. The advertisements were categorized into three types of risks: doing work on behalf of the owner, guaranteeing results, and offering financial incentives. Content analysis was then conducted to examine expert opinions and trends related to these service pages. The study found that the pages had an average of 7.6 risky messages per page. Most advertising messages involved ethical and legal violations, such as phrases like "can do it for you," "guaranteed to graduate," and "price per chapter," while these pages also had large follower bases and high likes. Legal scholars pointed out that these messages posed clear legal risks because current laws do not fully cover new online business models, enforcement is limited, and cooperation with online platforms is lacking. The scholars recommended enacting specific laws to regulate commissioned research businesses, imposing stricter penalties, and establishing a dedicated agency for oversight. Meanwhile, online platforms should use AI technology to detect and remove illegal content, support legal



ศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย
Thai-Journal Citation Index Centre

<https://so08.tci-thaijo.org/index.php/dhammalife/index>

6. Pairoch Prommeenat

ไพโรจน์ พรหมมีเนตร

Faculty of Education, Phitsanulok

University, Thailand.

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยพิษณุโลก

Email: pairoch_prom@plu.ac.th

7. Wirat Phansai

วิรัช พานซ้าย

Faculty of Education, Phitsanulok

University, Thailand.

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยพิษณุโลก

Email: wirat_phansai@plu.ac.th

8. Pramote Sittijuk

ปราโมทย์ สิทธิจักร

Research and Innovation Office,

Phitsanulok University, Thailand.

สำนักวิจัยและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยพิษณุโลก

Email: pramotes@plu.ac.th

คำสำคัญ:

การโฆษณาชวนเชื่อ, ช่องว่างทางกฎหมาย,
ธุรกิจให้บริการรับจ้างทำวิจัยและวิทยานิพนธ์,
สื่อสังคมออนไลน์

Keywords:

Deceptive Advertising, Legal Gaps,
Commissioned Research Services, Social
Media

Article history:

Received: 01/07/2025

Revised: 12/09/2025

Accepted: 02/10/2025

Available online: 05/02/2026

How to Cite:

Chamlongkun, C. et al. (2026). Persuasive
Advertising and Legal Gaps in Regulating
Research and Thesis Ghostwriting Services
on Social Media. *Journal Dhamma for Life*,
32(1), 585-599.

teams in monitoring, disclose policies for transparency, and provide users with reporting channels. Policy recommendations emphasize integrating relevant agencies, training personnel, developing clear guidelines, monitoring enforcement, and promoting academic ethics to effectively prevent copyright infringement in the digital era.

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการโฆษณาชวนเชื่อของธุรกิจให้บริการรับจ้างทำวิจัยและวิทยานิพนธ์บนสื่อสังคมออนไลน์ รวมถึงวิเคราะห์ช่องว่างทางกฎหมายและแนวทางการปรับปรุงกฎหมายเพื่อควบคุมธุรกิจดังกล่าว กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยนักวิชาการด้านนิติศาสตร์ที่เป็นทนายความจำนวน 5 คน เพื่อวิเคราะห์ข้อความสุ่มเสี่ยงที่ใช้ในการโฆษณาบน Facebook จำนวน 5 เพจหลัก โดยจำแนกข้อความโฆษณาตามลักษณะสุ่มเสี่ยง 3 ประเภท ได้แก่ การทำแทนเจ้าของผลงาน การรับประกันผลลัพธ์ และการเสนอผลประโยชน์ทางการเงิน จากนั้นวิเคราะห์เชิงเนื้อหาเพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและแนวโน้มของเพจผู้ให้บริการผลการศึกษาพบว่า เพจเหล่านี้มีข้อความสุ่มเสี่ยงโดยเฉลี่ย 7.6 ข้อความต่อเพจ ข้อความโฆษณาส่วนใหญ่เป็นการสื่อสารในกลุ่มที่ละเมิดจริยธรรมและกฎหมาย เช่น ทำแทนได้ การันตีจบ และ คิตรายตามบท โดยมีฐานผู้ติดตามและยอดไลค์สูง การวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักวิชาการกฎหมายชี้ให้เห็นว่าข้อความเหล่านี้มีความเสี่ยงต่อการผิดกฎหมาย เนื่องจากกฎหมายปัจจุบันยังไม่ครอบคลุมธุรกิจออนไลน์รูปแบบใหม่ มีข้อจำกัดในการบังคับใช้ และขาดความร่วมมือกับแพลตฟอร์มออนไลน์ นักวิชาการเห็นว่าควรมีกฎหมายเฉพาะสำหรับควบคุมธุรกิจรับจ้างทำวิจัยออนไลน์ พร้อมบทลงโทษที่เข้มงวด และควรจัดตั้งหน่วยงานเฉพาะกิจดูแลอย่างใกล้ชิด



ศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย
Thai Journal Citation Index Centre

<https://so08.tci-thaijo.org/index.php/dhammalife/index>

ในขณะเดียวกัน แพลตฟอร์มออนไลน์ควรนำเทคโนโลยี AI มาตรวจจับและลบเนื้อหาผิดกฎหมาย พร้อมเสริมทีมกฎหมายในการตรวจสอบ และเปิดเผยนโยบายเพื่อความโปร่งใส รวมถึงเปิดช่องทางให้ผู้ใช้งานเนื้อหาที่ผิดกฎหมาย ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเน้นการบูรณาการหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อบรมบุคลากร จัดทำคู่มือแนวทางปฏิบัติ ติดตามผล และส่งเสริมจริยธรรมทางวิชาการเพื่อป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ในยุคดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ

บทนำ

การจัดทำผลงานวิจัยและวิทยานิพนธ์ถือเป็นส่วนสำคัญในวงการศึกษาศึกษาและวิชาการ โดยเฉพาะในระดับอุดมศึกษา เพราะผลงานเหล่านี้ไม่เพียงสะท้อนความรู้ความสามารถของนักศึกษา อาจารย์ หรือบุคลากรเท่านั้น แต่ยังเป็นตัวชี้วัดคุณภาพทางวิชาการของสถาบันและคุณภาพทางการศึกษาระดับประเทศอีกด้วย ทั้งนี้ กระบวนการทำผลงานวิจัยและวิทยานิพนธ์ที่มีคุณภาพต้องอาศัยเวลา ความตั้งใจ และความสามารถในการวิเคราะห์อย่างรอบคอบ พร้อมทั้งการรักษาจริยธรรมทางวิชาการอย่างเคร่งครัด (มนัสวี ศรีนนท์ และพระมหามหาวินทร์ ปุริสุตโตโม, 2563) ปัจจุบันพบว่าบางบุคคลเลือกใช้วิธีลัด ด้วยการว่าจ้างผู้อื่นช่วยจัดทำผลงานแทน ซึ่งการรับจ้างทำวิจัยและวิทยานิพนธ์ในลักษณะนี้ถือเป็นการละเมิดจริยธรรมทางวิชาการ และอาจเข้าข่ายการกระทำผิดกฎหมาย เช่น การละเมิดลิขสิทธิ์ หรือการกระทำเท็จต่อสถาบันการศึกษา ปัญหาดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อกลไกการลดทอนความน่าเชื่อถือของบัณฑิตผู้สำเร็จการศึกษา และส่งผลเสียต่อภาพลักษณ์ของสถาบันการศึกษาต่าง ๆ

ในยุคปัจจุบัน การให้บริการรับจ้างทำวิจัยและวิทยานิพนธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์กลายเป็นสิ่งที่พบเห็นได้ทั่วไป โดยเฉพาะในกลุ่มนักศึกษาระดับอุดมศึกษาและผู้ที่ต้องใช้ผลงานวิชาการในการศึกษาต่อ หรือเพื่อประโยชน์ในหน้าที่การงาน ความสะดวกสบายในการเข้าถึงบริการผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น Facebook, LINE, TikTok หรือเว็บไซต์เฉพาะทาง ช่วยให้ธุรกิจประเภทนี้เติบโตอย่างรวดเร็ว ธุรกิจเหล่านี้มักประชาสัมพันธ์ผ่านคำโฆษณาที่สร้างแรงจูงใจ เช่น รับประกันส่งงานตรงเวลา หรือ รับทำวิทยานิพนธ์จบแน่นอน ซึ่งช่วยดึงดูดผู้ที่มีข้อจำกัดด้านเวลา หรือไม่มีความมั่นใจในการทำงานวิจัยด้วยตนเอง บางแห่งยังมีระบบรีวิวจากผู้ใช้บริการเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ โดยให้บริการที่หลากหลาย ตั้งแต่ช่วยออกแบบโครงร่างวิจัย วิเคราะห์ข้อมูล ไปจนถึงจัดทำเล่มวิทยานิพนธ์หรือบทความวิชาการเพื่อใช้ตีพิมพ์ในวารสาร อย่างไรก็ตาม ธุรกิจประเภทนี้กลับสร้างปัญหาอย่างมีนัยสำคัญในด้านคุณธรรมและจรรยาบรรณทางวิชาการ เนื่องจากผู้เรียนที่เลือกใช้บริการเหล่านี้จะขาดโอกาสในการเรียนรู้ ฝึกฝน และพัฒนาทักษะของตนเอง ซึ่งเป็นเป้าหมายสำคัญของการศึกษา นำไปสู่การผลิตบัณฑิตที่ขาดความรู้ความสามารถอย่างแท้จริง และอาจส่งผลกระทบต่อภาพรวมของระบบการศึกษาในอนาคต ยิ่งไปกว่านั้น ยังมีความเสี่ยงต่อการลอกเลียนงานวิชาการโดยไม่ได้รับอนุญาต ซึ่งจะเป็นสิ่งที่กำหนดทิศทางทางการศึกษาที่ด้อยคุณภาพในระดับประเทศอีกด้วย (Manjet Kaur Mehar Singh and Malini Ganapathy, 2018)



แม้ว่าในประเทศไทยจะมีการบัญญัติกฎหมายเพื่อควบคุมและป้องกันปัญหาการรับจ้างทำวิทยานิพนธ์หรือผลงานทางวิชาการมากระยะหนึ่งแล้ว แต่ในทางปฏิบัติยังคงปรากฏช่องว่างและข้อจำกัดที่ส่งผลให้พฤติกรรมดังกล่าวยังคงเกิดขึ้นอย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะในแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ ที่ผู้ให้บริการสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างง่ายดายและรวดเร็ว อย่างไรก็ตาม การจัดตั้งกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ถือเป็นก้าวสำคัญในการผลักดันมาตรการทางกฎหมายอย่างจริงจัง โดยได้ตราพระราชบัญญัติการอุดมศึกษา พ.ศ. 2562 ซึ่งกำหนดบทลงโทษทางอาญาสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจ้างวานหรือรับจ้างทำผลงานทางวิชาการ พระราชบัญญัตินี้ดังกล่าวระบุอย่างชัดเจนว่า ห้ามมิให้บุคคลใดจ้าง วาน หรือใช้ให้ผู้อื่นจัดทำผลงานทางวิชาการแทนตนเอง ไม่ว่าจะเพื่อใช้ในการศึกษาระดับอุดมศึกษา หรือเพื่อประกอบการเสนอขอตำแหน่งทางวิชาการ การเลื่อนตำแหน่ง การปรับวิทยฐานะ หรือเพื่อการขอรับเงินเดือนหรือผลตอบแทนในระดับที่สูงขึ้น หากฝ่าฝืนจะต้องได้รับโทษจำคุกไม่เกิน 3 ปี หรือปรับไม่เกิน 60,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ (กองกฎหมายการศึกษาและวัฒนธรรม สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา, 2562) อย่างไรก็ตาม แม้จะมีกฎหมายรองรับอย่างเป็นทางการแล้ว การบังคับใช้ในทางปฏิบัติยังคงเผชิญกับความท้าทายหลายด้าน เช่น ความยุ่งยากในการรวบรวมและพิสูจน์พยานหลักฐาน การติดตามผู้กระทำผิดที่มักใช้บัญชีปลอมหรือวิธีการหลีกเลี่ยงการตรวจสอบบนโลกออนไลน์ รวมถึงความยากในการพิสูจน์เจตนาของผู้ว่าจ้างและผู้รับจ้าง เนื่องจากการติดต่อทำธุรกรรมบนโลกอินเทอร์เน็ตทำให้เกิดการปิดบังตัวตนที่แท้จริงและลดโอกาสในการเผชิญหน้าโดยตรงระหว่างบุคคล ส่งผลให้การติดตามตัวผู้กระทำผิดเป็นเรื่องยากและซับซ้อน (โชติกา ชุมศรี และอุนิษา เลิศโตมรสกุล, 2568) ดังนั้น การจัดการกับปัญหานี้ต้องมีประสิทธิภาพและยั่งยืน จึงจำเป็นต้องดำเนินควบคู่ไปกับการส่งเสริมจิตสำนึกด้านคุณธรรมและจริยธรรมในหมู่อาจารย์ นักวิชาการ และนักศึกษา ตลอดจนการออกมาตรการเสริมทางกฎหมายที่สามารถเชื่อมโยงไปสู่การลงโทษทางวินัยในระดับสถาบัน เช่น การตัดสิทธิ์ทางการศึกษา การระงับปริญญาบัตร หรือการเรียกคืนเงินค่าตำแหน่งหรือเงินเดือนที่ได้มาโดยมิชอบ การเสริมสร้างมาตรการทางกฎหมาย ควบคู่กับการปลูกฝังค่านิยมด้านจริยธรรมทางวิชาการ จะช่วยลดช่องโหว่ที่เปิดโอกาสให้ธุรกิจรับจ้างทำวิทยานิพนธ์ดำเนินต่อไปได้ และจะนำไปสู่การควบคุมธุรกิจลักษณะนี้บนสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะส่งผลให้คุณภาพทางการศึกษาของประเทศได้รับการยกระดับในระยะยาว

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและกรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิดการโฆษณาบนสื่อสังคมออนไลน์

การโฆษณาบนแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Instagram, Twitter และ YouTube เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่มุ่งเน้นการส่งสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจง เนื่องจากแพลตฟอร์มเหล่านี้มีผู้ใช้งานจำนวนมาก และสามารถกระตุ้นการมีส่วนร่วมระหว่างแบรนด์กับผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ (Tuten & Solomon, 2017) การโฆษณาบนสื่อสังคมออนไลน์จึงมีข้อได้เปรียบเหนือการโฆษณาแบบดั้งเดิม เพราะสามารถ ปรับแต่งเนื้อหาและกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้อย่างละเอียด



(targeting) พร้อมทั้งมีระบบติดตามและวัดผลแคมเปญได้แบบเรียลไทม์ (Dehghani, Niaki, Ramezani, & Sali, 2016) นอกจากนี้ ผู้บริโภคยังสามารถแสดงความคิดเห็น แชร์ หรือสร้างเนื้อหาเกี่ยวกับสินค้าและบริการด้วยตนเอง ส่งผลให้เกิดการบอกต่อแบบปากต่อปาก (word-of-mouth) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม การโฆษณาบนสื่อสังคมออนไลน์ยังเผชิญกับความท้าทายหลายประการ เช่น ปัญหาความน่าเชื่อถือ ความโปร่งใส และความเสี่ยงจากข้อมูลเท็จก่อให้เกิดความเข้าใจผิดหรือหลอกลวงผู้บริโภค ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการควบคุมและกำกับดูแลอย่างเหมาะสมเพื่อป้องกันผลกระทบในทางลบเหล่านี้

กฎหมายเกี่ยวกับการรับจ้างทำวิจัยและวิทยานิพนธ์

การรับจ้างทำวิจัยและวิทยานิพนธ์ถือเป็นกิจกรรมที่มีความเกี่ยวข้องอย่างลึกซึ้งกับประเด็นทางกฎหมายและจรรยาบรรณทางวิชาการ เนื่องจากส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือและคุณภาพของงานวิจัย รวมทั้งสิทธิทางปัญญาของเจ้าของผลงาน แม้ว่าประเทศไทยจะยังไม่มีข้อกฎหมายเฉพาะเจาะจงในการควบคุมธุรกิจรับจ้างทำวิจัยโดยตรง แต่กิจกรรมนี้ก็เกี่ยวพันกับกฎหมายหลายฉบับ เช่น พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 ที่คุ้มครองผลงานทางวิชาการ (กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2537) พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560 (กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2560) รวมถึงกฎหมายที่ควบคุมการโฆษณาและกฎหมายว่าด้วยการประกอบวิชาชีพ ซึ่งมีบทบาทในการกำกับดูแลพฤติกรรมของผู้ประกอบวิชาชีพทางวิชาการ นอกจากนี้ การรับจ้างทำวิจัยและวิทยานิพนธ์ยังขัดแย้งกับจรรยาบรรณทางวิชาการที่สถาบันการศึกษาและองค์กรวิชาชีพกำหนด เพื่อรักษามาตรฐานและป้องกันการทุจริตทางวิชาการ การกำกับดูแลกิจกรรมดังกล่าวจึงเป็นความท้าทาย ที่ต้องมีการปรับปรุงกฎหมายและนโยบายอย่างเหมาะสม เพื่อปกป้องวงการวิชาการและสังคมจากผลกระทบเชิงลบ

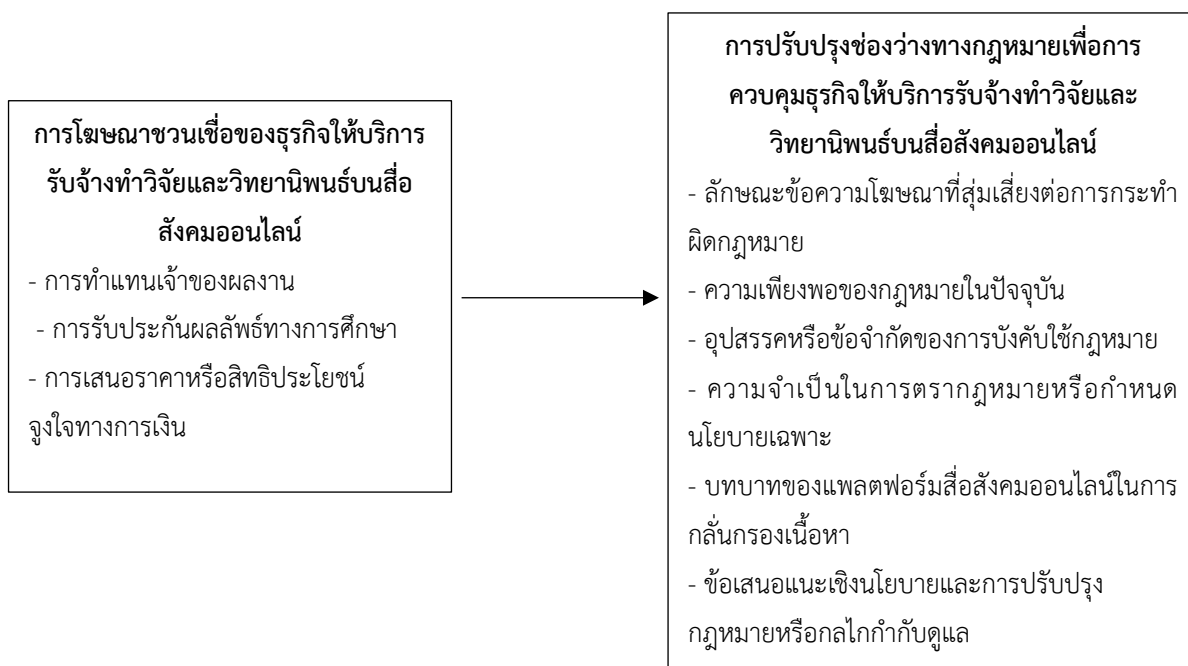
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พันธุ์ธัช ศรีทิพพันธุ์ และมงคล สารินทร์. (2567) วิเคราะห์เชิงเนื้อหาเพื่อเสนอแนวทางเสริมสร้างจริยธรรมพื้นฐานด้านความซื่อสัตย์ทางวิชาการ อันเป็นปัจจัยสำคัญในการป้องกันการคัดลอกผลงาน โดยชี้ให้เห็นว่าการลอกเลียนในปัจจุบันมีความซับซ้อนมากขึ้น เช่น การนำแนวคิดผู้อื่นมาใช้โดยไม่อ้างอิง หรือการคัดลอกจากบรรณานุกรมวารสาร ซึ่งไม่สามารถตรวจสอบได้ด้วยซอฟต์แวร์เพียงอย่างเดียว จำเป็นต้องใช้ผู้เชี่ยวชาญร่วมประเมินบทความเสนอแนวทางป้องกันการลอกผลงานอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่การปลูกฝังจริยธรรมในกระบวนการเขียน การใช้เทคโนโลยีตรวจสอบ และการกำหนดบทลงโทษอย่างเหมาะสม แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับปัญหาธุรกิจรับจ้างทำวิจัยผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ที่ละเมิดจริยธรรมทางวิชาการ เช่น การรับจ้างทำแทนเจ้าของผลงานโดยไม่คำนึงถึงหลักคุณธรรม ข้อเสนอของพันธุ์ธัชจึงเน้นย้ำความจำเป็นในการบูรณาการกฎหมาย จริยธรรม และเทคโนโลยีในการควบคุมปัญหานี้อย่างรอบด้าน

นิธินันท์ พุทธิวิริยากร (2564) ศึกษากระบวนการจ้างทำวิทยานิพนธ์โดยสัมภาษณ์ผู้จ้างและผู้รับจ้าง พร้อมวิเคราะห์เอกสาร พบว่าการจ้างทำผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น โทรศัพท์ อีเมล และสื่อสังคมออนไลน์ โดยผู้จ้างมักไม่มีเวลาทำเองแต่ต้องการสำเร็จการศึกษา ส่วนผู้รับจ้างช่วยเพื่อนหรือได้รับค่าตอบแทนสูง ผลกระทบครอบคลุมทั้งบุคคล สถาบัน และสังคม โดยถือเป็นอาชญากรรมที่เกิดจากความตั้งใจและแรงจูงใจส่วนบุคคล พร้อมมีความขัดแย้งทางจริยธรรมตามบริบทสังคม ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับประเด็นโฆษณาชวนเชื่อบนสื่อสังคมออนไลน์ที่พบข้อความส่งเสริมการทำแทนเจ้าของผลงานและรับประกันผลลัพธ์ ซึ่งสะท้อนช่องว่างทางกฎหมายในการกำกับดูแลธุรกิจรับจ้างทำวิทยานิพนธ์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ จึงจำเป็นต้องพัฒนานโยบายและกฎหมายที่ตอบโจทย์ยุคดิจิทัลอย่างเหมาะสม

พรภรณ์ย์ เลิศธนพานิชย์ และภูมิศิริ ดำรงวุฒิเลิศธนพานิชย์ (2565) ทำการศึกษาโดยวิเคราะห์เปรียบเทียบกฎหมายลิขสิทธิ์ในประเทศต่าง ๆ เช่น สหรัฐอเมริกา เกาหลีใต้ และแคนาดา เพื่อเสนอแนวทางปรับปรุงกฎหมายลิขสิทธิ์ไทยให้เหมาะสมกับการคุ้มครองผลงาน User-Derived Content (UDC) ซึ่งเป็นผลงานที่สร้างขึ้นจากการดัดแปลงผลงานที่มีลิขสิทธิ์เดิม โดยพบว่าประเทศเหล่านี้มีกฎหมายที่ยืดหยุ่นและครอบคลุมสำหรับการใช้ผลงานในลักษณะดังกล่าว ขณะที่กฎหมายไทยยังขาดข้อยกเว้นที่ชัดเจน ส่งผลให้ผู้สร้างผลงาน UDC เผชิญความเสี่ยงทางกฎหมายและขาดความคุ้มครองที่เหมาะสม ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับปัญหาการโฆษณาชวนเชื่อในธุรกิจรับจ้างทำวิทยานิพนธ์บนสื่อสังคมออนไลน์ ที่มักมีข้อความเกี่ยวกับการทำแทนเจ้าของผลงานและการรับประกันผลลัพธ์ ซึ่งชี้ให้เห็นช่องว่างทางกฎหมายในการควบคุมพฤติกรรมละเมิดลิขสิทธิ์และจรรยาบรรณทางวิชาการ งานวิจัยนี้เน้นย้ำความจำเป็นในการปรับปรุงกฎหมายและมาตรการกำกับดูแลให้ทันสมัยและครอบคลุม เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจและพฤติกรรมในยุคดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ

กรอบแนวคิดการวิจัย



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการโฆษณาชวนเชื่อของธุรกิจให้บริการรับจ้างทำวิจัยและวิทยานิพนธ์บนสื่อสังคมออนไลน์
2. เพื่อศึกษาช่องว่างทางกฎหมาย และแนวทางการปรับปรุงกฎหมายเพื่อการควบคุมธุรกิจให้บริการรับจ้างทำวิจัยและวิทยานิพนธ์บนสื่อสังคมออนไลน์

สมมติฐานการวิจัย

1. การโฆษณาธุรกิจรับจ้างทำวิจัยและวิทยานิพนธ์บนสื่อสังคมออนไลน์มีลักษณะของการสื่อสารเชิงชวนเชื่อที่ส่งผลต่อการรับรู้และการตัดสินใจของผู้ใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
2. รูปแบบและเนื้อหาของโฆษณาธุรกิจรับจ้างทำวิจัยและวิทยานิพนธ์บนสื่อสังคมออนไลน์มีความแตกต่างกันตามแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ในการเผยแพร่
3. ช่องว่างทางกฎหมายและการบังคับใช้กฎหมายที่ไม่ชัดเจนมีความสัมพันธ์กับการขยายตัวของธุรกิจรับจ้างทำวิจัยและวิทยานิพนธ์บนสื่อสังคมออนไลน์

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งมีการออกแบบกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยแต่ละข้อ ดังต่อไปนี้

การศึกษาการโฆษณาชวนเชื่อของธุรกิจที่ให้บริการรับจ้างทำวิจัยและวิทยานิพนธ์บนสื่อสังคมออนไลน์มีวิธีการดำเนินงานดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรในการศึกษา คือ นักวิชาการด้านนิติศาสตร์ของมหาวิทยาลัยในจังหวัดพิษณุโลก กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รวบรวมข้อมูลคือ นักวิชาการในตำแหน่งอาจารย์ด้านนิติศาสตร์ของมหาวิทยาลัยพิษณุโลก ที่คัดเลือกแบบเจาะจงจากผู้ที่มีใบอนุญาตเป็นทนายความ เพื่อกำหนดเป็นผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน ในการกำหนดข้อความสุ่มเสี่ยงที่ใช้ในการโฆษณา และการพิจารณาเพจที่มีความสุ่มเสี่ยงเป็นผู้ให้บริการรับจ้างทำวิจัยและวิทยานิพนธ์

2. แหล่งข้อมูลออนไลน์ คือ เพจของ Facebook ที่ปรากฏคำหรือวลีในการโฆษณาที่มีลักษณะสุ่มเสี่ยงเป็นผู้ให้บริการรับจ้างทำงานวิจัย (ดังตารางที่ 1) จำนวน 5 แหล่งข้อมูล

ตารางที่ 1 ตัวอย่างข้อความสุ่มเสี่ยงที่ใช้ในการโฆษณาบริการรับจ้างทำวิจัยที่กำหนดโดยผู้เชี่ยวชาญด้านนิติศาสตร์

กลุ่มลักษณะคำ/ข้อความ	ตัวอย่างข้อความสุ่มเสี่ยง
1. การทำแทนเจ้าของผลงาน	ทำแทนได้ ไม่ต้องทำเอง เราทำให้หมด
2. การรับประกันผลลัพธ์ทางการศึกษา	การันตีจบ รับรองจบแน่นอน ผ่าน 100%
3. การเสนอราคาหรือสิทธิประโยชน์จูงใจทางการเงิน	คิดราคาตามบท ราคาทำชิ้นงานและเล่ม

3. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การสร้างแบบฟอร์มบันทึกข้อมูลการโฆษณาจากเพจหรือเว็บไซต์เพื่อตรวจสอบความสุ่มเสี่ยงเป็นธุรกิจรับจ้างทำวิจัย ใน 3 ด้าน ได้แก่ ข้อความที่สื่อถึงการทำแทนเจ้าของผลงาน การรับประกันผลลัพธ์ และการเสนอราคาหรือสิทธิประโยชน์ทางการเงิน

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้โปรแกรม Chat GPT เพื่อประมวลคำสั่งให้ค้นหาเพจที่มีการโพสต์ข้อความสุ่มเสี่ยง จากนั้นทำการบันทึกข้อมูลพื้นฐานของเพจ ประเภทข้อความ ความถี่ของข้อความที่พบบนหน้าเพจ จำนวนยอดไลค์ และจำนวนผู้ติดตามเพจ

5. การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีพรรณนา โดยจำแนกข้อความโฆษณาที่ปรากฏบนเพจหรือเว็บไซต์ตามลักษณะความสุ่มเสี่ยง 3 ประเภท ได้แก่ การทำแทนเจ้าของผลงาน การรับประกันผลลัพธ์ และ

การเสนอผลประโยชน์ทางการเงิน จากนั้นวิเคราะห์ด้วยการหาความถี่และค่าร้อยละ เพื่อแสดงจำนวนและสัดส่วนของข้อความแต่ละประเภท พร้อมทั้งรวบรวมจำนวนยอดไลค์ และจำนวนผู้ติดตามเพจเพื่อประเมินความนิยมและการเข้าถึงเพจ

การศึกษาช่องโหว่ทางกฎหมายและแนวทางในการปรับปรุงกฎหมายเพื่อกำกับดูแลธุรกิจรับจ้างทำวิจัยและวิทยานิพนธ์บนสื่อสังคมออนไลน์มีวิธีการดำเนินงานดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ นักวิชาการในตำแหน่งอาจารย์ด้านนิติศาสตร์ที่มีใบอนุญาตเป็นทนายความ จำนวน 5 คน ที่เคยใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การสร้างเครื่องมือที่ประกอบด้วยแนวคำถามสำหรับการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion Guide) ซึ่งได้จัดทำขึ้นโดยอิงจากผลการวิเคราะห์ข้อความโฆษณาที่มีลักษณะเสี่ยง 3 ด้าน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมมุมมองจากนักวิชาการด้านกฎหมายที่ได้รับใบอนุญาตทนายความเกี่ยวกับข้อจำกัดของกฎหมายที่เกี่ยวข้อง รวมถึงแนวทางในการแก้ไขกฎหมายเพื่อให้สามารถควบคุมธุรกิจรับจ้างทำวิจัยและวิทยานิพนธ์บนสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งประกอบด้วย 6 คำถาม ดังนี้

2.1) ข้อความโฆษณาบนสื่อสังคมออนไลน์ที่มีลักษณะเสี่ยงใดบ้างที่อาจก่อให้เกิดความผิดทางกฎหมาย

2.2) ท่านประเมินอย่างไรเกี่ยวกับความเพียงพอของกฎหมายในปัจจุบันที่ใช้ควบคุม ธุรกิจรับจ้างทำวิจัยและวิทยานิพนธ์บนสื่อสังคมออนไลน์

2.3) อะไรคืออุปสรรคหรือข้อจำกัดสำคัญที่พบในการบังคับใช้กฎหมายกับธุรกิจรับจ้าง ทำวิจัยผ่านสื่อสังคมออนไลน์

2.4) ท่านเห็นว่าควรมีการจัดทำนโยบายหรือตรากฎหมายเฉพาะเพื่อควบคุมธุรกิจ รับจ้างทำวิจัยบนสื่อสังคมออนไลน์หรือไม่ และเพราะเหตุใด

2.5) ในมุมมองของท่าน แพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ควรมีบทบาทอย่างไรในการ ตรวจสอบและกลั่นกรองเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจรับจ้างทำวิจัย

2.6) ท่านมีข้อเสนอแนะใดบ้างในการปรับปรุงกฎหมายหรือกลไกการกำกับดูแลธุรกิจ รับจ้างทำวิจัยและวิทยานิพนธ์บนสื่อสังคมออนไลน์

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ข้อมูลในการวิจัยนี้เก็บรวบรวมโดยการจัดประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) กับนักวิชาการด้านนิติศาสตร์จำนวน 5 คน จากมหาวิทยาลัยพิษณุโลก การประชุมจัดขึ้นในสถานที่เหมาะสมและเป็นส่วนตัว เพื่อส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างเปิดเผย โดยใช้แบบแนวคำถามที่เตรียมไว้ล่วงหน้าเป็นกรอบในการสนทนา ครอบคลุมประเด็นสำคัญ เช่น ความเสี่ยงทางกฎหมาย ข้อจำกัดของกฎหมายปัจจุบัน และแนวทางการพัฒนากฎหมาย ข้อมูลจากการสนทนาจะถูกบันทึกเสียงและจดบันทึกอย่างละเอียด เพื่อนำไปถอดความและวิเคราะห์ในขั้นตอนถัดไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลที่รวบรวมได้จะนำมาวิเคราะห์ด้วยวิธีวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อศึกษาความคิดเห็นและการประเมินของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับข้อความโฆษณาที่มีความสัมพันธ์รวมทั้งวิเคราะห์ลักษณะและแนวโน้มของเพจที่ให้บริการรับจ้างทำวิจัยและวิทยานิพนธ์ โดยมุ่งเน้นการสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อเสนอแนวทางการกำกับดูแลและปรับปรุงกฎหมายให้เหมาะสม

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาการโฆษณาชวนเชื่อของธุรกิจให้บริการรับจ้างทำวิจัยและวิทยานิพนธ์บนสื่อสังคมออนไลน์ สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 2 ลักษณะการโฆษณาชวนเชื่อของธุรกิจให้บริการรับจ้างทำวิจัยและวิทยานิพนธ์บนสื่อสังคมออนไลน์

ชื่อเพจ	จำนวนข้อความ สัมพันธ์	ตัวอย่างข้อความที่ใช้โฆษณา	กลุ่มลักษณะข้อความ	ยอดไลค์	ผู้ติดตาม
เพจ A	10	ทำแทนได้ การันตีจบ	1. การทำแทนเจ้าของผลงาน 2. การรับประกันผลลัพธ์ทางการศึกษา	3,200	3,750
เพจ B	8	ไม่ต้องทำเอง คิดราคาตามบท	1. การทำแทนเจ้าของผลงาน 3. การเสนอราคาหรือสิทธิประโยชน์จูงใจทางการเงิน	2,900	3,100
เพจ C	7	รับรองจบแน่นอน ราคาทำชิ้นงานและเล่ม	2. การรับประกันผลลัพธ์ทางการศึกษา 3. การเสนอราคาหรือสิทธิประโยชน์จูงใจทางการเงิน	2,500	2,850
เพจ D	6	เราทำให้หมด ผ่าน 100%	1. การทำแทนเจ้าของผลงาน 2. การรับประกันผลลัพธ์ทางการศึกษา	3,400	3,800
เพจ E	7	ราคาทำชิ้นงานและเล่มรับรองจบแน่นอน	3. การเสนอราคาหรือสิทธิประโยชน์จูงใจทางการเงิน 2. การรับประกันผลลัพธ์ทางการศึกษา	2,800	3,000

ชื่อเพลง	จำนวน ข้อความ สุ่มเสี่ยง	ตัวอย่างข้อความที่ใช้ โฆษณา	กลุ่มลักษณะข้อความ	ยอด ไลค์	ผู้ติดตาม
เฉลี่ย รวม	7.6	–	–	2,960	3,300

จากตารางที่ 1 พบว่าธุรกิจรับจ้างทำวิจัยและวิทยานิพนธ์บนสื่อสังคมออนไลน์มีการโฆษณาที่มีลักษณะสุ่มเสี่ยงทางกฎหมายและจริยธรรม โดยเฉลี่ยแต่ละเพลงมีข้อความสุ่มเสี่ยงประมาณ 7.6 ข้อความ เพลง A มีมากที่สุด 10 ข้อความ ขณะที่เพลง D มีน้อยที่สุด 6 ข้อความ ข้อความโฆษณาส่วนใหญ่แบ่งเป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ การทำแทนเจ้าของผลงาน เช่น “ทำแทนได้” หรือ “ไม่ต้องทำเอง” การรับประกันผลลัพธ์ เช่น “การันตีจบ” หรือ “ผ่าน 100%” และการเสนอราคาหรือสิทธิประโยชน์ทางการเงิน เช่น “คิดราคาตามบท” หรือ “ราคาทำชิ้นงานและเล่ม” เพลงเหล่านี้มีฐานผู้ติดตามและยอดไลค์เฉลี่ยประมาณ 3,300 และ 2,960 ตามลำดับ

ผลศึกษาช่องว่างทางกฎหมาย และแนวทางการปรับปรุงกฎหมายเพื่อการควบคุมธุรกิจให้บริการรับจ้างทำวิจัยและวิทยานิพนธ์บนสื่อสังคมออนไลน์ สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 3 ความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่มของนักวิชาการกฎหมายต่อช่องว่าง และแนวทางการปรับปรุงกฎหมายเพื่อการควบคุมธุรกิจให้บริการรับจ้างทำวิจัยและวิทยานิพนธ์บนสื่อสังคมออนไลน์

ประเด็น	ความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่มของนักวิชาการกฎหมาย					
	ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	ท่านที่ 4	ท่านที่ 5	ท่านที่ 6
1. ข้อความโฆษณาสุ่มเสี่ยง	ข้อความว่า ทำแทน เจ้าของผลงาน ผิดกฎหมาย ชัดเจน	ข้อความ ว่า รับประกัน สอบผ่าน 100% หลอกลวง ผู้บริโภค	ข้อความว่า เราทำให้ หมด ชี้ชัด การละเมิด จรรยาบรรณ และ กฎหมาย	-	-	-
2. ความเพียงพอของกฎหมาย	กฎหมายยังไม่ ครอบคลุม ธุรกิจออนไลน์ ใหม่ ๆ	กฎหมาย ขาด บทบัญญัติ ชัดเจนกับ	กฎหมายล้า หลัง ไม่ทัน เทคโนโลยี	ควรตรา กฎหมาย เฉพาะควบคุม ธุรกิจนี้	กฎหมาย บังคับใช้บน แพลตฟอร์ม ออนไลน์ยังไม่เพียงพอ	ต้องประสาน กฎหมาย ลิขสิทธิ์กับ คอมพิวเตอร์



ประเด็น	ความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่มของนักวิชาการกฎหมาย					
	ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	ท่านที่ 4	ท่านที่ 5	ท่านที่ 6
		โฆษณา ดิจิทัล				เพื่อความ ครอบคลุม
3. อุปสรรค บังคับใช้ กฎหมาย	เก็บหลักฐาน และตรวจสอบ เนื้อหา ออนไลน์ยาก เพราะข้อมูล เปลี่ยนแปลง เร็ว	ขาดความ ร่วมมือรัฐ- แพลตฟอร์ม ฟอร์มเป็น อุปสรรค สำคัญ	ข้อกฎหมาย ไม่ชัดเจนทำ ให้บังคับใช้ ล่าช้า	บุคลากรและ เครื่องมือยังไม่ เพียงพอใน การตรวจสอบ เนื้อหา	เทคโนโลยี เปลี่ยนเร็ว กฎหมาย ตามไม่ทัน	การบังคับใช้ ข้ามประเทศ ซับซ้อน
4. ความ จำเป็นตรา กฎหมาย เฉพาะ	จำเป็นต้องมี กฎหมาย เฉพาะควบคุม ธุรกิจรับจ้าง วิจัยออนไลน์	กฎหมาย เฉพาะ ช่วยลด ช่องว่าง และความ คลุมเครือ	ต้องเพิ่ม บทลงโทษ รุนแรง สำหรับ โฆษณา หลอกลวง	ตั้ง คณะกรรมการ เฉพาะกิจ กำกับดูแล ธุรกิจนี้	บรรจุเรื่อง จริยธรรม วิชาการใน กฎหมาย	นโยบายต้อง สร้างความรู้ ความเข้าใจแก่ สาธารณะ
5. บทบาท แพลตฟอร์ม ออนไลน์	ใช้ AI ตรวจจับและ ลบเนื้อหาผิด กฎหมาย รวดเร็ว แม่นยำ	ต้องมี ทีมงานที่มี ความรู้ ด้าน กฎหมาย ตรวจสอบ เนื้อหา	เปิดเผย นโยบาย ตรวจสอบ เนื้อหา สร้าง ความ โปร่งใส	ทำงานร่วมกับ รัฐเพิ่ม ประสิทธิภาพ การควบคุม	เปิดระบบ ให้ผู้ใช้ รายงาน เนื้อหาผิด กฎหมาย	มีมาตรการ ทางเทคนิค และกฎหมาย รองรับการลบ เนื้อหา
6. ข้อเสนอแนะ เชิงนโยบาย และ กฎหมาย	ตั้ง คณะกรรมการ เฉพาะกิจ บูรณาการ หน่วยงานที่ เกี่ยวข้อง	อบรม บุคลากร ภาครัฐ- เอกชน เรื่อง กฎหมาย และ เทคโนโลยี	จัดทำคู่มือ และแนวทาง ปฏิบัติ ชัดเจน สำหรับธุรกิจ และ แพลตฟอร์ม	ตรวจสอบและ รายงานผล การบังคับใช้ อย่างต่อเนื่อง	ส่งเสริม จริยธรรม วิชาการ ควบคู่กับ บังคับใช้ กฎหมาย	ประชาสัมพันธ์ สร้างความ ตระหนักแก่ สังคมเรื่อง ละเมิดลิขสิทธิ์

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มนักวิชาการกฎหมายทั้ง 6 ท่าน มีความคิดเห็นว่า ข้อความโฆษณาบนสื่อสังคมออนไลน์ เช่น “ทำแทนเจ้าของผลงาน” หรือ “รับประกันสอบผ่าน 100%” ถือเป็นข้อความส่มเสี่ยงและผิดกฎหมายอย่างชัดเจน กฎหมายปัจจุบันยังไม่ครอบคลุมธุรกิจออนไลน์รูปแบบใหม่และขาดบทบัญญัติชัดเจนทำให้บังคับใช้ได้ไม่เต็มประสิทธิภาพ อุปสรรคสำคัญในการบังคับใช้กฎหมาย คือ การเก็บหลักฐานและตรวจสอบเนื้อหาที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็ว ขาดความร่วมมือกับแพลตฟอร์มออนไลน์ และบุคลากรหรือเครื่องมือไม่เพียงพอรวมถึงความซับซ้อนของการบังคับใช้ข้ามประเทศ นักวิชาการเห็นว่าจำเป็นต้องมีกฎหมายเฉพาะควบคุมธุรกิจรับจ้างทำวิจัยออนไลน์ พร้อมบทลงโทษเข้มงวด และจัดตั้งหน่วยงานเฉพาะกิจดูแลอย่างใกล้ชิด บทบาทของแพลตฟอร์มออนไลน์ควรใช้ AI ตรวจสอบและลบเนื้อหาผิดกฎหมาย พร้อมมีทีมกฎหมายตรวจสอบเนื้อหาเปิดเผยนโยบาย สร้างความโปร่งใส และร่วมมือกับรัฐ รวมทั้งเปิดช่องทางให้ผู้ใช้งานเนื้อหาที่ผิดกฎหมายข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ได้แก่ การตั้งคณะกรรมการบูรณาการหน่วยงาน อบรมบุคลากร จัดทำคู่มือแนวทางปฏิบัติ ติดตามประเมินผล พร้อมส่งเสริมจริยธรรมทางวิชาการและสร้างความตระหนักรู้สาธารณะในการป้องกันละเมิดลิขสิทธิ์ในยุคดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่า ธุรกิจรับจ้างทำวิจัยและวิทยานิพนธ์บนสื่อสังคมออนไลน์มีลักษณะการโฆษณาที่เข้าข่ายละเมิดกฎหมายและจริยธรรมทางวิชาการ โดยเฉพาะแต่ละเพจมีข้อความส่มเสี่ยงประมาณ 7.6 ข้อความ โดยมีเนื้อหาที่ชักชวนให้ใช้บริการ เช่น ทำแทนได้ ไม่ต้องทำเอง การันตีจบ หรือ คิรราคาตามบท ซึ่งเน้นการให้ผลลัพธ์โดยไม่ผ่านกระบวนการเรียนรู้ที่แท้จริง ส่งผลให้ผู้เรียนละเลยการพัฒนาตนเอง ขณะที่เพจเหล่านี้ยังได้รับความนิยมจากผู้ติดตามจำนวนมาก ในด้านกฎหมาย นักวิชาการด้านนิติศาสตร์ทั้ง 6 ท่านต่างมีความเห็นสอดคล้องกันว่า ข้อความลักษณะดังกล่าวมีความเสี่ยงสูงต่อการละเมิดกฎหมาย และกฎหมายปัจจุบันยังไม่มี ความชัดเจนหรือครอบคลุมเพียงพอ โดยเฉพาะในบริบทของธุรกิจออนไลน์ อีกทั้งยังมีข้อจำกัดด้านการบังคับใช้ เช่น การเก็บหลักฐานที่เปลี่ยนแปลงเร็ว ขาดความร่วมมือจากแพลตฟอร์ม และปัญหาในการบังคับใช้

ระหว่างประเทศ นักวิชาการเสนอว่าควรมีการออกกฎหมายเฉพาะเพื่อควบคุมธุรกิจลักษณะนี้ พร้อมกำหนดบทลงโทษที่ชัดเจน และจัดตั้งหน่วยงานเฉพาะเพื่อกำกับดูแล ส่วนแพลตฟอร์มออนไลน์ควรมีระบบตรวจสอบและลบเนื้อหาผิดกฎหมายโดยใช้ AI ควบคู่กับทีมตรวจสอบเนื้อหา และเปิดให้ผู้มีส่วนร่วมในการรายงานเนื้อหาผิดจรรยาบรรณ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ได้แก่ การจัดตั้งคณะทำงานบูรณาการหลายฝ่าย อบรมบุคลากร จัดทำคู่มือที่ชัดเจน และส่งเสริมจริยธรรมวิชาการผ่านการสื่อสารสาธารณะอย่างต่อเนื่อง งานวิจัยนี้มีความสอดคล้องกับผลศึกษาก่อนหน้า เช่น งานของนิธินันท์ พุทธิวิริยากร (2564) ที่เสนอให้ใช้เทคโนโลยีควบคู่กับการกำกับทางจริยธรรม รวมถึงงานของ Singh และ Ganapathy (2018) ได้เน้นถึงพฤติกรรมที่น่ากังวลในหมู่นักศึกษายุคดิจิทัล โดยระบุว่านักศึกษจำนวนมากยังขาดความรู้เกี่ยวกับกฎหมายลิขสิทธิ์และจริยธรรมในการใช้



และผลิตผลงานทางวิชาการ ซึ่งนำไปสู่การละเมิดโดยไม่ได้ตั้งใจหรือจากความเข้าใจที่คลาดเคลื่อน การให้ความรู้ด้านจริยธรรมทางวิชาการจึงเป็นสิ่งจำเป็นเร่งด่วน โดยเฉพาะในยุคที่บริการรับจ้างทำวิจัยเข้าถึงได้ง่ายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ จากประเด็นดังกล่าว ผลการศึกษาครั้งนี้จึงสะท้อนถึงความจำเป็นในการจัดทำนโยบายควบคุมการออกกฎหมายเฉพาะ ตลอดจนการส่งเสริมจริยธรรมในวงวิชาการอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างสมดุลระหว่างการใช้เทคโนโลยีกับความรับผิดชอบในระบบการศึกษาให้ยั่งยืน

สรุป

งานวิจัยนี้มุ่งวิเคราะห์ลักษณะการโฆษณาชวนเชื่อของธุรกิจรับจ้างทำวิจัยและวิทยานิพนธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยพบว่ามีการใช้ข้อความที่อาจขัดต่อกฎหมายและหลักจริยธรรม เช่น ทำแทนได้ การันตีจบ และราคาทำชิ้นงานและเล่ม ซึ่งสะท้อนถึงแนวโน้มการแสวงหาผลกำไรโดยไม่คำนึงถึงความถูกต้องตามหลักวิชาการ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักวิชาการด้านกฎหมายจำนวน 6 ท่าน พบว่ากฎหมายที่มีอยู่ในปัจจุบันยังไม่ครอบคลุมรูปแบบธุรกิจออนไลน์ลักษณะนี้ และมีข้อจำกัดในการบังคับใช้ เช่น ความยากในการรวบรวมพยานหลักฐาน การขาดการสนับสนุนจากแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย และการขาดบุคลากรที่มีความรู้เฉพาะทาง ทำให้จำเป็นต้องมีการออกกฎหมายเฉพาะที่มีบทลงโทษที่ชัดเจน รวมถึงจัดตั้งหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่โดยตรงในการกำกับดูแล ข้อเด่นของการวิจัยครั้งนี้คือการผสมผสานข้อมูลจากเพจโฆษณา กับข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมาย ซึ่งนำไปสู่ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ครอบคลุม ทั้งในมิติของกฎหมาย กลไกการกำกับดูแล และการมีส่วนร่วมของแพลตฟอร์ม โดยเฉพาะการนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) และระบบแจ้งเตือนมาใช้ในการควบคุมและลบเนื้อหาที่ผิดกฎหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. จัดทำกฎหมายเฉพาะ เพื่อควบคุมธุรกิจให้บริการรับจ้างทำวิจัยออนไลน์อย่างครอบคลุม พร้อม กำหนดบทลงโทษที่ชัดเจนและเหมาะสมกับพฤติกรรมละเมิด
2. จัดตั้งหน่วยงานเฉพาะกิจ เพื่อทำหน้าที่กำกับ ดูแล ตรวจสอบ และบังคับใช้กฎหมาย รวมถึงประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และแพลตฟอร์มออนไลน์
3. พัฒนาเครื่องมือและเทคโนโลยี เช่น การใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ตรวจสอบข้อความสุ่มเสี่ยงและ การแจ้งเตือนโดยผู้ใช้เพื่อควบคุมเนื้อหาที่ผิดกฎหมายอย่างทันท่วงที



ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. วิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ใช้บริการ เพื่อทำความเข้าใจแรงจูงใจ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ และผลกระทบทางจริยธรรมในระยะยาว
2. ศึกษาแนวทางการดำเนินคดี หรือเปรียบเทียบข้อกฎหมายของต่างประเทศที่มีประสิทธิภาพในการควบคุมการละเมิดลักษณะนี้

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2560). พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560. สืบค้นจาก <http://www.mdes.go.th>
- กองกฎหมายการศึกษาและวัฒนธรรม สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา. (2562). พระราชบัญญัติการอุดมศึกษา พ.ศ. 2562 (ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 136 ตอนที่ 57 ลงวันที่ 1 พฤษภาคม 2562). สืบค้นจาก https://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2562/A/057/T_0054.PDF
- กรมทรัพย์สินทางปัญญา. (2537). พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537. สืบค้นจาก <http://www.ipthailand.go.th>
- โชติกา ชุมศรี, & อุนิษา เลิศโตมรสกุล. (2568). การประยุกต์ใช้ทฤษฎีปฏิกิริยาตอบสนองกับการป้องกันการสะกดรอยออนไลน์. *วารสารการบริหารรัฐกิจและการจัดการทางสังคม*, 7(1), 71–83.
- นิธินันท์ พุทธิวิริยากร. (2564). อาชญากรรมการศึกษา: ศึกษากรณีการจ้างทำวิทยานิพนธ์และผลงานวิชาการ. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี*, 4(3), 95–108.
- พันธุ์ธัช ศรีทิพันธุ์, & มงคล สารินทร์. (2567). การคัดลอกผลงานทางวิชาการ: จริยธรรมพื้นฐานที่สำคัญ. *ศึกษาศาสตร์ มมร*, 12(1), 289–298.
- พรกรณ์ เลอธานพานิชย์, & ภูมิสิริ ดำรงค์วุฒิสมบัติเทอด. (2565). กฎหมายลิขสิทธิ์กรณีผู้ประกอบการในโลกอินเทอร์เน็ตสร้างสรรค์ผลงานเพื่อค้นหาหรือรวบรวมผลงานของผู้อื่น (วิทยานิพนธ์). วิทยานิพนธ์และวิทยานิพนธ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (จุฬา ETD), 6366.
- มนัสวี ศรีนันท์, & พระมหาหมขวินท์ ปุริสุทธโตโม. (2563). การทำวิทยานิพนธ์อย่างมืออาชีพ: เนื้อหาคุณภาพและอ้างอิงอย่างมีจรรยาบรรณ. *วารสารวิจัยธรรมศึกษา*, 3(1), 10–18.
- Dehghani, M., Niaki, M. K., Ramezani, I., & Sali, R. (2016). *Evaluating the influence of Facebook advertising on purchase intention of consumers*. *Computers in Human Behavior*, 59, 667–671. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.02.037>.
- Singh, M. K. M., & Ganapathy, M. (2018). Understanding plagiarism from the lens of first year tertiary level students. *Pertanika Journal of Social Sciences & Humanities*, 26(T), 159–177.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2017). *Social media marketing*. Sage Publications.

