

รายงานผลการศึกษา

“โครงการศึกษารูปแบบกลไกเชิงรุกในการส่งเสริม
ความรู้ความเข้าใจด้านการคุ้มครองผู้บริโภคแก่ประชาชน”



สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

ตุลาคม 2556

บทคัดย่อ

การศึกษารูปแบบกลไกเชิงรุกในการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคแก่ประชาชน ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่มคือประชาชนทั่วไป ผู้นำทางความคิด และสื่อมวลชน วัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชนที่สำนักคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคดำเนินการเผยแพร่ผ่านทางสื่อต่างๆ (2) เพื่อศึกษา ช่องทาง รูปแบบและประเด็นการนำเสนอของการประชาสัมพันธ์ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในระยะเวลาที่ผ่านมา (3) เพื่อศึกษา ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารที่สำนักคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคดำเนินการเผยแพร่ผ่านทางสื่อต่างๆ ของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อกำหนดประเด็น เนื้อหา การสื่อสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคเชิงรุก (4) เพื่อให้ทราบ จุดแข็ง จุดอ่อน ปัญหาและอุปสรรค ของการดำเนินงาน และกำหนดแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ (5) เพื่อศึกษา วิเคราะห์และกำหนดรูปแบบ วิธีการประชาสัมพันธ์ และช่องทางที่เหมาะสมในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การคุ้มครองผู้บริโภคเชิงรุก เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน

สรุปผลการวิจัย

1. การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชนที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเผยแพร่ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ของ สคบ. จากหนังสือพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ แผ่นพับ วารสาร นิตยสาร ความถี่ของการได้รับข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคมีปริมาณน้อย

ข้อมูลข่าวสารที่ สคบ. ที่เผยแพร่ผ่านทางหนังสือพิมพ์ หนังสือคู่มือ และวารสารของ สคบ. และแผ่นพับ ของสคบ. กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุด ข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ผ่านสื่อวิทยุ และข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ของ สคบ. กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจปานกลาง

2. ความต้องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภค กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการให้ สคบ. เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคผ่านสื่อโทรทัศน์ แต่ในการปฏิบัติจริงจะต้องคำนึงความเหมาะสมของสื่อแต่ละประเภทที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มที่มีสภาพแวดล้อมแตกต่างกัน

3. รูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของ สคบ. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจปานกลาง ช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจาก สคบ. สู้ผู้บริโภค สื่อที่ประชาชนส่วนใหญ่เข้าถึงมากที่สุดคือ สื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์

4. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ในระดับมาก ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้ ความเข้าใจมากที่สุดคือสิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหายและการมีหน้าที่ในการรักษาสิทธิผู้บริโภคตามที่กฎหมายบัญญัติให้ไว้ หากท่านถูกละเมิดสิทธิผู้บริโภคท่านสามารถร้องเรียนสิทธิโดยการยื่นเรื่องราวร้องทุกข์กับ สคบ.

5. จุดแข็งของการดำเนินงานของ สคบ. (1) การประชาสัมพันธ์ของ สคบ. มีประโยชน์อย่างมากต่อประชาชน เพราะเกี่ยวข้องกับดำเนินชีวิตของคนในสังคม ช่วงป้องกันสิทธิประโยชน์ของประชาชนที่เป็นผู้บริโภค ไม่ให้ถูกเอารัดเอาเปรียบจากผู้ประกอบการ ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น (2) สคบ. มีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของประชาชน สามารถเป็นที่พึ่งของประชาชนได้ ในการดำเนินการทำหน้าที่เรียกร้องค่าเสียหาย ค่าละเมิดจากผู้ประกอบการให้กับผู้บริโภค ผู้บริโภคมีความมั่นใจและอุ่นใจที่มี สคบ. อยู่เคียงข้าง (3) การมีประสบการณ์ด้านข้อมูลเกี่ยวกับการร้องเรียนของผู้บริโภค สคบ. สามารถนำข้อมูลเหล่านี้มาเปิดเผย

เป็นข้อมูลที่มีประโยชน์สำหรับผู้บริโภค ข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่สู่ประชาชนมีความเชื่อถือได้ (4) สคบ. เป็นหน่วยงานของรัฐ ที่มีชื่อชัดเจนในการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นหน่วยงานที่ได้รับความสำคัญ (นายกรัฐมนตรีเป็นประธาน) สคบ. มีอำนาจในการตรวจสอบสินค้าที่ประชาชนร้องเรียนได้ เป็นปากเสียงเป็นที่พึ่งของประชาชน สามารถปฏิบัติงานเชิงรุกได้อย่างทันที่

6. จุดอ่อนของการดำเนินงานของ สคบ. (1) การประชาสัมพันธ์ขาดความต่อเนื่อง ไม่ครอบคลุมทั่วทุกพื้นที่โดยเฉพาะในเขตชนบทที่ประชาชนมักถูกหลอก ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบการ (2) ขั้นตอนการทำงาน ของ สคบ. ต้องเกี่ยวข้องกับหน่วยงานอื่นๆ ทำให้การดำเนินงานเรียกร้องสิทธิ์ และแก้ปัญหาให้กับผู้บริโภคล่าช้า ทำให้ผู้บริโภคที่ร้องเรียนไม่พึงพอใจ (3) มาตรการ และกฎหมายต่างๆ ที่ใช้ควบคุมผู้ประกอบการไม่ให้เอาเปรียบผู้บริโภคไม่ชัดเจน และไม่ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน (4) ข้อมูลข่าวสารที่ สคบ. เผยแพร่ใช้ภาษาที่เป็นทางการเข้าใจยาก ประชาชนบางส่วนที่มีความรู้ไม่มากพออาจตีความหมายคลาดเคลื่อน

7. โอกาส (1) สคบ. ควรมีความชัดเจนในการดำเนินงาน การปฏิบัติแต่ละขั้นตอน มีช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนที่มีประสิทธิภาพ สามารถให้ผู้ร้องเรียนตามเรื่องแต่ละเรื่องได้ (2) การนำเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพมาใช้ สามารถนำข้อมูลจากผู้บริโภคร้องเรียน Link เข้ามาในช่องทางหลักของ สคบ. ได้เพื่อเข้าสู่กระบวนการแก้ปัญหา การเรียกร้องสิทธิ์อย่างรวดเร็ว (3) วางแผนการใช้สื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและครอบคลุมทั่วประเทศ

8. อุปสรรค (1) หน่วยงานราชการยึดติดกับระบบราชการ ขาดความคล่องตัวในการปฏิบัติงานและการพัฒนาการทำงานให้มีประสิทธิภาพ (2) ความระมัดระวังในการที่ผู้บริโภคใช้ช่องทางของ สคบ. ในการกลั่นแกล้งผู้ประกอบการ หรือคู่แข่งทางการค้าทำให้เกิดความเสียหาย และเสียชื่อเสียง (3) สคบ. ต้องมีความชัดเจนในพันธกิจ เพื่อไม่ให้เกิดความสับสนกับหน่วยงานที่มีลักษณะการทำงานคล้ายกัน

9. ข้อเสนอแนะเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของ สคบ. (1) สคบ. ควรเพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหลากหลายกลุ่ม (2) ปรับปรุงการทำงานของเจ้าหน้าที่ให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น เปิดยุทธศาสตร์เชิงรุกกับผู้ประกอบการเอาเปรียบผู้บริโภค มีมาตรการดูแลผู้บริโภคอย่างจริงจัง (3) สคบ. ควรมีมาตรการ และกฎหมายที่ทันต่อเหตุการณ์การเปลี่ยนแปลงของโลกในยุคปัจจุบัน (4) สคบ. ควรดำเนินการประชาสัมพันธ์เชิงรุก เข้าถึงชุมชน สังคมชนบท โดยการจัดกิจกรรม การจัดสัมมนาอบรมให้ความรู้ สร้างเครือข่ายอาสาสมัคร

10. การเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นว่า สคบ. มีความเข้มแข็งน้อย เพราะ สคบ. ยังไม่สามารถทำให้ประชาชนในประเทศไทยมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิของตนเองในการเลือกซื้อสินค้า และบริการ (1) สคบ. ควรทำงานเชิงรุก ปรับยุทธศาสตร์การป้องกันผู้ประกอบการทั้งในและนอกประเทศให้มากขึ้น มีความเป็นสากลมากขึ้น การบริหารจัดการปรับปรุงระบบการทำงานให้มีระเบียบ ลดขั้นตอนการทำงานให้กระชับและรวดเร็วมากขึ้น และควรพัฒนาบุคลากรให้มีประสิทธิภาพด้านภาษา (2) การมีมาตรการเพื่อควบคุมสินค้าให้ได้สินค้าที่มีมาตรฐานสากล มาตรการการป้องกันเพื่อหาผลประโยชน์จากผู้บริโภค มาตรการการปราบปรามผู้ประกอบการทำผิดอย่างจริงจัง (3) การประชาสัมพันธ์ใช้เครื่องมือสื่อสารที่ทันสมัยเป็นสากลมากขึ้น การใช้ภาษาในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารหลายภาษา ครอบคลุมภาษาในอาเซียน รวมทั้งการผลิตสื่อ เผยแพร่ให้มีหลายภาษา โดยเฉพาะภาษาอังกฤษ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

(1) การประชาสัมพันธ์เชิงรุก สร้างความรู้ ความเข้าใจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ให้กับประชาชนในประเทศก่อน โดยมีการวางแผนการใช้ช่องทางการสื่อสารให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทุกระดับทั้งในส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค (2) การเผยแพร่ให้ประชาชนทั่วไปรับทราบถึงผลการดำเนินการของ สคบ. ช่วยเหลือประชาชนได้จริง มีการจัดการข้อร้องเรียนของผู้บริโภคที่ชัดเจน มีระบบเตือนภัยที่รวดเร็ว มีเครือข่ายที่เข้มแข็ง เพื่อให้ผู้บริโภคในประเทศได้รับความปลอดภัย และโยชน์สูงสุด (3) การใช้ช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย หลากหลายช่องทาง การใช้ภาษาที่เหมาะสมเพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียน (4) สคบ. ควรสร้างความรู้ ความเข้าใจแก่ประชาชนให้ทราบถึงบทบาทหน้าที่ของ สคบ. ที่มีมากมาย นอกเหนือจากการรับเรื่องร้องเรียน ทำหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภค