



รายงานการวิจัย

โครงการวิจัยเชิงสำรวจ

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคตามที่
สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) เผยแพร่ประชาสัมพันธ์
และความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อการดำเนินงานของ
สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
(2561)

โดย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานนายกรัฐมนตรี

2561

บทสรุปผู้บริหาร

การศึกษาวินิจฉัยเชิงสำรวจความรู้อย่างเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคตามที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) เผยแพร่ประชาสัมพันธ์และความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อการดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) สำหรับปีงบประมาณ 2561 ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 5 ประการ คือ 1) เพื่อสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อการดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค 2) เพื่อสำรวจความรู้อย่างเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคตามที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ 3) เพื่อสำรวจระดับการรับรู้ผ่านสื่อของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค 4) เพื่อสำรวจพฤติกรรมการใช้สิทธิและการมีส่วนร่วมของประชาชน และ 5) เพื่อสำรวจความคาดหวังของประชาชนต่อการดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค การวิจัยครั้งนี้มีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้ การกำหนดประชากรของการวิจัยเป็นประชาชนทั่วไปที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยซึ่งถือเป็นผู้บริโภคและมีส่วนได้เสียต่อการดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำหรับตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้มาจากการเลือกตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage sampling) โดยดำเนินการแบ่งพื้นที่ตามการดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคออกเป็น 10 เขตพื้นที่ การแบ่งพื้นที่นี้อาศัยโครงสร้างการแบ่งพื้นที่ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีการแบ่งออกเป็น 9 เขตพื้นที่ครอบคลุมทั่วประเทศ และรวมกับกรุงเทพมหานครอีกหนึ่งพื้นที่ที่เป็น 10 เขตพื้นที่ สำหรับการเลือกจังหวัดกำหนดจังหวัด ให้การกำหนดแบบเจาะจงสำหรับจังหวัดที่เป็นที่ตั้งเขต ได้แก่ พระนครศรีอยุธยา ชลบุรี นครปฐม สุราษฎร์ธานี สงขลา อุตรธานี เชียงใหม่ พิษณุโลก นครราชสีมา และดำเนินการสุ่มอย่างง่ายเพื่อเลือกจังหวัดอีก 1 จังหวัดในแต่ละเขต ซึ่งจังหวัดที่สุ่มได้อีก 9 จังหวัดได้แก่ สระบุรี ระยอง ราชบุรี พัทลุง ปัตตานี เลย ลำปาง ตาก และบุรีรัมย์ ทำให้ได้เขตพื้นที่ละ 2 จังหวัด รวมเป็น 18 จังหวัด และพื้นที่กรุงเทพมหานครอีก 1 จังหวัด รวมเป็น 19 จังหวัด จากนั้นดำเนินการกำหนดการกระจายออกเป็นเขตในเมืองและนอกเมือง กำหนดกระจายช่วงเวลาและกระจายการเก็บข้อมูล เพื่อให้ครอบคลุมประชากรมากที่สุดทั่วประเทศ

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยออกแบบเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้เน้นการศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งพัฒนาข้อคำถามขึ้นมาเป็นแบบสำรวจพฤติกรรมหรือความคิดเห็น เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามสะท้อนภาพความรู้อย่างเข้าใจที่เกิดขึ้นจริงโดยมีกรอบแนวคิดในการพัฒนาเครื่องมือ แบ่งเป็นประเด็นสำคัญตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

- ระดับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อการดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ใช้ข้อคำถามเกี่ยวกับความเชื่อมั่นต่อการทำงานในด้านต่าง ๆ ตามพันธกิจของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค โดยแบ่งเป็นความเชื่อมั่นต่อองค์กรหรือสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคตามบทบาทหน้าที่ขององค์กร และความเชื่อมั่นต่อบุคลากรในองค์กร

- ระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคตามที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ แบ่งเป็นความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิ 5 ด้าน ได้แก่ การคุ้มครองด้านการโฆษณา การคุ้มครองด้านฉลากสินค้า ความปลอดภัยในการใช้สินค้าหรือบริการ ความเป็นธรรมในการทำสัญญา และการได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย ซึ่งเป็นสิทธิของบุคคลซึ่งเป็นผู้บริโภคย่อมได้รับความคุ้มครองตามที่กฎหมายบัญญัติ

- ระดับการรับรู้ผ่านสื่อของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นการสำรวจระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทต่างๆ รวมทั้งดำเนินการสำรวจความเห็นเกี่ยวกับสื่อที่ต้องการให้ทางสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคใช้เพื่อการดำเนินงานเกี่ยวกับงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และดำเนินการสำรวจการเข้าถึงแหล่งหรือสถานที่ร้องเรียนด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

- ระดับพฤติกรรมการใช้สิทธิและการมีส่วนร่วมของประชาชน เป็นการสำรวจพฤติกรรมการใช้สิทธิในด้านต่างๆ ตามสิทธิทั้ง 5 ประการตามที่กฎหมายกำหนด ได้แก่ การคุ้มครองด้านการโฆษณา การคุ้มครองด้านฉลากสินค้า ความปลอดภัยในการใช้สินค้าหรือบริการ ความเป็นธรรมในการทำสัญญา และการได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย และการมีส่วนร่วมต่อการดำเนินงานด้านการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคหากมีการร้องขอหรือมีความจำเป็น

- ความคาดหวังของประชาชนต่อสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นการศึกษาเกี่ยวกับความคาดหวังในการดำเนินงานตามพันธกิจของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในมุมมองของประชาชน

สำหรับแนวทางในการพัฒนาแบบสำรวจใช้รูปแบบการวัดเป็นมาตรฐานค่า 4 ระดับ คือ น้อยที่สุด น้อย มาก และ มากที่สุด โดยมีเหตุผลในการขจัดปัจจัยแทรกซ้อนจากการความไม่แน่ใจในการตอบแบบสอบถามและการประนีประนอมตามวิสัยของคนไทยจะส่งผลให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบ ระดับกลาง และใช้การวัดแบบสองตัวเลือกในกรณีข้อคำถามที่ต้องการทราบผลโดยตรง การกำหนดขนาดหน่วยตัวอย่างทำการกำหนดตามที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคกำหนดเป็นเงื่อนไขสำหรับการวิจัย ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ไม่ได้ดำเนินการกำหนดขนาดตัวอย่างตามหลักสถิติ อย่างไรก็ตามหากคำนวณขนาดตัวอย่างตามหลักวิชาแล้วจะพบว่าจำนวนที่ทางสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคกำหนดเกินกว่าตามหลักวิชา สำหรับการแจกแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยดำเนินการแจกแบบสอบถามทั้งสิ้น 4,500 ชุดได้รับคืนแบบสอบถามจำนวน 4,318 ชุด คิดเป็นร้อยละ 95.96 และเมื่อทำการสำรวจความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม พบว่า มีแบบสอบถามชำรุดจำนวนหนึ่งจึงได้คัดออกเหลือแบบสอบถามที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวน 4,147 ชุด คิดเป็นร้อยละ 92.16 ของแบบสอบถามที่ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมด

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 4,147 คน แยกเป็นเขตในเมือง (อำเภอเมือง) 1,999 คน นอกเมือง (นอกอำเภอเมือง) 1,744 คน และกรุงเทพมหานคร 404 คน เมื่อจำแนกตามคุณลักษณะอื่น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนเป็นเพศชายและหญิงใกล้เคียงกันโดยเป็นเพศหญิงจำนวนมากกว่าเพียง 1 คน เมื่อจำแนกผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดตามกลุ่มอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 18-30 ปี รองลงมา

อายุ 31-50 ปี เมื่อจำแนกผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า รองลงมาสำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือ ประกาศนียบัตรวิชาชีพ เมื่อจำแนกผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท รองลงมาได้ต่ำกว่า 10,000 บาท เมื่อจำแนกผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง รองลงมา เป็นข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการบำนาญ

สำหรับผลการสำรวจตามวัตถุประสงค์การวิจัย พบว่า **ระดับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อการดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีคะแนนเฉลี่ยในภาพรวม 3.21 คิดเป็นร้อยละ 80.25** โดยทั้งด้านความเชื่อมั่นต่อองค์กรหรือสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคตามบทบาทหน้าที่ขององค์กร ซึ่งผู้วิจัยแบ่งเป็น 6 ประเด็นย่อย ได้แก่ ความสามารถในการดำเนินงานตามหน้าที่ ความน่าเชื่อถือและการไว้วางใจต่อหน่วยงานของประชาชน การปฏิบัติงานด้านการติดตามสอดส่องผู้ประกอบการ การสนับสนุนงานด้านการศึกษาและวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบทบาทหน้าที่ของหน่วยงาน การให้ความรู้และการถ่ายทอดความรู้ และการส่งเสริมภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม และด้านความเชื่อมั่นต่อบุคลากรในองค์กร ซึ่งผู้วิจัยแบ่งเป็น 2 ประเด็นย่อย ได้แก่ ความเชื่อถือและไว้วางใจในตัวบุคลากรของหน่วยงาน ความเชื่อมั่นในด้านความรู้ของบุคลากรเกี่ยวกับงานของหน่วยงาน พบว่าคะแนนเฉลี่ยทั้งสองด้านหลักและด้านย่อยมีคะแนนเฉลี่ยใกล้เคียงกันที่ 3.20 ถึง 3.21 หรือร้อยละ 80.00 ถึง 80.25

ผลการสำรวจระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคตามที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ มีคะแนนเฉลี่ย 3.29 คิดเป็นร้อยละ 82.25 โดยประเด็นที่ประชาชนระบุว่าตนเองมีระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคสูงสุดได้แก่ การคุ้มครองด้านฉลากสินค้า รองลงมาได้แก่ การได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย ความเป็นธรรมในการทำสัญญา ความปลอดภัยในการใช้สินค้าหรือบริการ และ การคุ้มครองด้านการโฆษณา ตามลำดับ ทั้งนี้ผลการสำรวจระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคทั้ง 5 ด้านมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.27 ถึง 3.31 หรือร้อยละ 81.75 ถึง 82.75

สำรวจระดับการรับรู้ผ่านสื่อของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค พบว่า ประชาชนมีระดับการรับรู้ผ่านสื่อของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีคะแนนเฉลี่ยในภาพรวม 3.18 คิดเป็นร้อยละ 79.50 โดยประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามระบุว่ามีการรับรู้มากที่สุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การรับข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าและบริการ การรับข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกสินค้าและบริการ และ การรับข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา ส่วนประเด็นสื่อที่ประชาชนเคยได้รับหรือพบเห็นข้อมูลข่าวสารจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมากที่สุด 3 ลำดับแรกได้แก่ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต ส่วนประเด็นการให้ประชาชนพิจารณาว่าสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ควรใช้สื่อใดต่อไปนี้ในการให้ข้อมูลข่าวสารมากที่สุด 3 ลำดับแรกได้แก่ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต และสมาคม ชมรม หรือกลุ่มบุคคล

ผลการสำรวจพฤติกรรมการใช้สิทธิและการมีส่วนร่วมของประชาชน พบว่า ประชาชนมีระดับสำรวจพฤติกรรมการใช้สิทธิและการมีส่วนร่วมของประชาชน มีคะแนนเฉลี่ยในภาพรวม 3.29 คิดเป็นร้อยละ 82.25 และหากแยกเป็นประเด็นพฤติกรรมการใช้สิทธิและการมีส่วนร่วมของประชาชนออกจากกันจะพบว่า พฤติกรรมการใช้สิทธิ มีคะแนนเฉลี่ยในภาพรวม 3.31 คิดเป็นร้อยละ 82.75 ส่วนการมีส่วนร่วมของประชาชนมีคะแนนเฉลี่ยในภาพรวม 3.26 คิดเป็นร้อยละ 81.5 โดยพฤติกรรมการใช้สิทธิที่ถูกระบุว่าปฏิบัติสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การพิจารณาเครื่องหมายรับรองคุณภาพมาตรฐาน เช่น อย. สมอ. ของสินค้าในกรณีที่สินค้าควรมีเครื่องหมายมาตรฐาน การตรวจสอบความครบถ้วนถูกต้องของสินค้าก่อนออกจากร้าน และการพิจารณาฉลากสินค้าอย่างไตร่ตรองก่อนทำการซื้อสินค้า ส่วนประเด็นการมีส่วนร่วมที่ถูกระบุว่ามีความพร้อมจะมีส่วนร่วมสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การสนใจเกี่ยวกับสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภค การยินดีให้ความร่วมมือกับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค และความพร้อมที่จะเป็นผู้แจ้งเบาะแสของการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคให้กับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

ผลการสำรวจความคาดหวังของประชาชนต่อการดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค พบว่า ประชาชนมีระดับความคาดหวังต่อการดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค มีคะแนนเฉลี่ยในภาพรวม 3.29 คิดเป็นร้อยละ 82.00 โดยประเด็นที่ประชาชนประเมินว่าสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคสามารถสร้างความคาดหวังได้สูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีความเป็นธรรมต่อทุกฝ่าย การนึกถึงสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นหน่วยงานแรกเมื่อพบเห็นการถูกเอารัดเอาเปรียบจากภาคธุรกิจ และการนึกถึงสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นหน่วยงานแรกเมื่อพบเห็นโฆษณาเกินจริงหรือการหลอกลวง