

# บทบาท อสม.ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

โดย

เภสัชกรสมชาย ละอองพันธ์

ผู้ประสานงานวิชาการโครงการพัฒนาระบบคุ้มครองผู้บริโภคภาคใต้

## วัตถุประสงค์การบรรยาย

- ทราบหลักการพัฒนาพื้นฐานและการบูรณาการด้านคุ้มครองผู้บริโภค
- การคุ้มครองผู้บริโภคกับองค์ประกอบตรงส่วนท้องถิ่น
- การวางแผนการทำงานด้านคุ้มครองผู้บริโภคโดยวิธีการ ค้นหาอนาคตร่วมกัน “future search conference”

หน่วยงาน องค์กร ควบคุม ดูแล

รัฐ

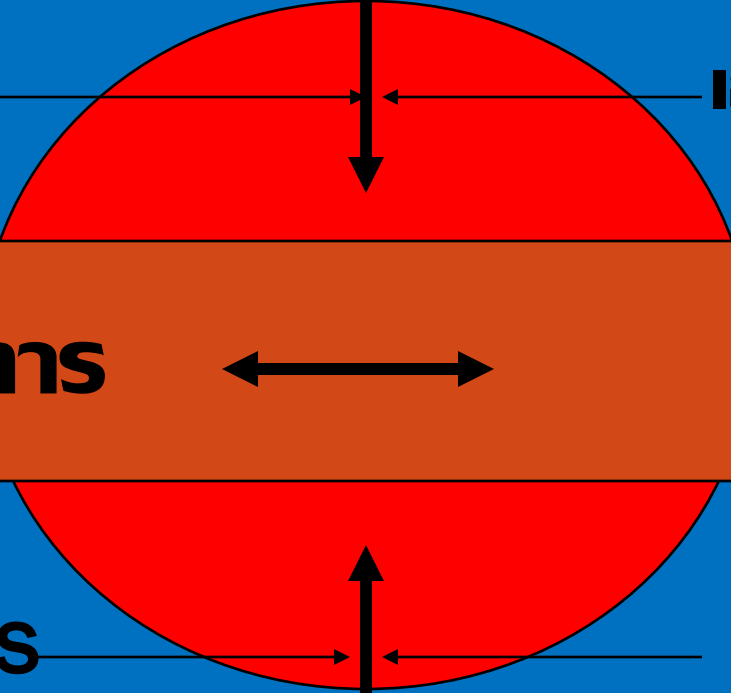
เอกชน

ผู้ประกอบการ ↔ ผู้บริโภค

NGOs

สื่อมวลชน

ประชาสังคม



# นิยามที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

การบริโภค หมายถึง กระบวนการตั้งแต่การซื้อ

การใช้สินค้า และ การใช้บริการ

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ซื้อหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบการ

รวมถึง ผู้ซึ่งได้รับการเสนอ หรือการชักชวนจาก

ผู้ประกอบการ เพื่อให้ซื้อสินค้าหรือใช้บริการด้วย

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ซื้อหรือได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจ  
และหมายความรวมถึงผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือการชักชวนจาก  
ผู้ประกอบธุรกิจเพื่อให้ซื้อสินค้า หรือรับบริการด้วย

ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ขาย ผู้ผลิตเพื่อขาย ผู้ส่งหรือนำเข้า  
มาในราชอาณาจักรเพื่อขาย หรือผู้ซื้อเพื่อขายต่อซึ่งสินค้า หรือ  
ผู้ให้บริการ และหมายความรวมถึงเอกสารหรือคู่มือสำหรับใช้  
ประกอบกับสินค้า ป้ายที่ติดตั้งหรือแสดงไว้ที่สินค้า หรือ  
ภาชนะบรรจุ หรือหีบห่อบรรจุสินค้านั้น

**องค์กรพัฒนาเอกชน** หมายถึง องค์กรที่ทำงานด้านการพัฒนา ด้วยงบประมาณของตนเองทั้งหมดหรือบางส่วน และในการวิจัยนี้จะมุ่งเฉพาะองค์กรพัฒนาเอกชน (NGO) ที่มีกิจกรรมเกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

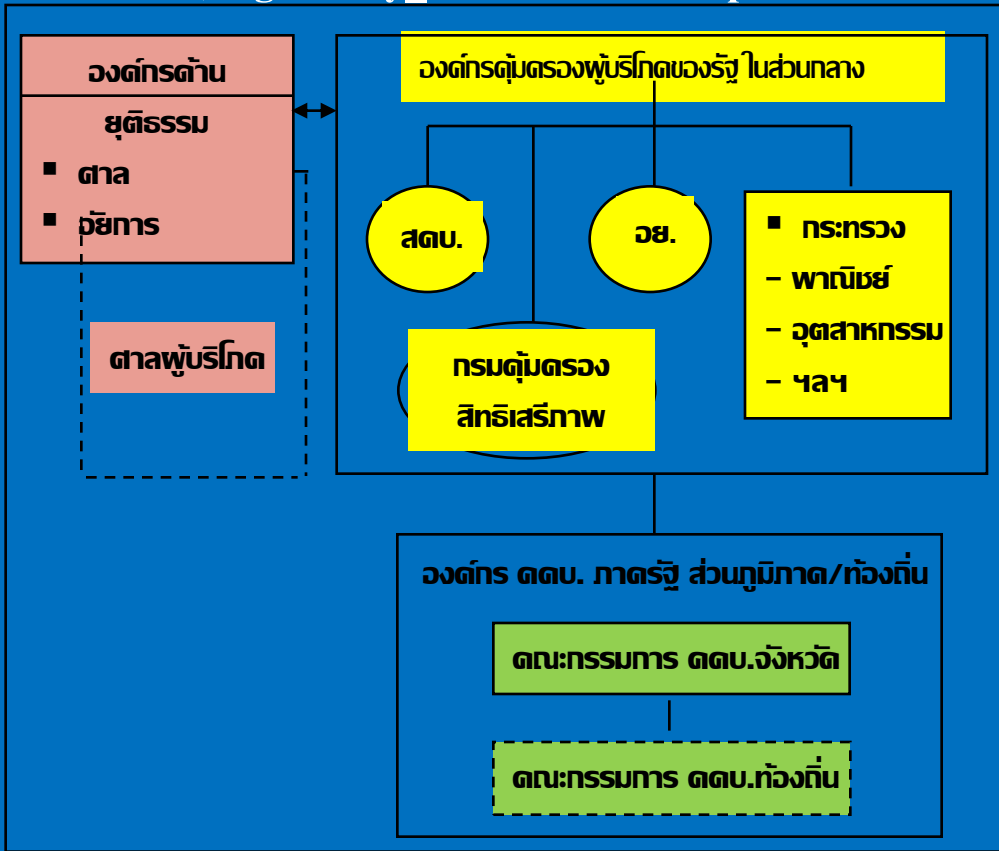
**การคุ้มครองผู้บริโภค** หมายถึง กระบวนการปกป้องคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคมีความปลอดภัยและได้รับความเป็นธรรมจากการบริโภค

**การดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภค** หมายถึง กิจกรรมของกลุ่มองค์กรที่ศึกษาเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค

# ขอบเขตการคุ้มครองผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องในเชิงองค์กร

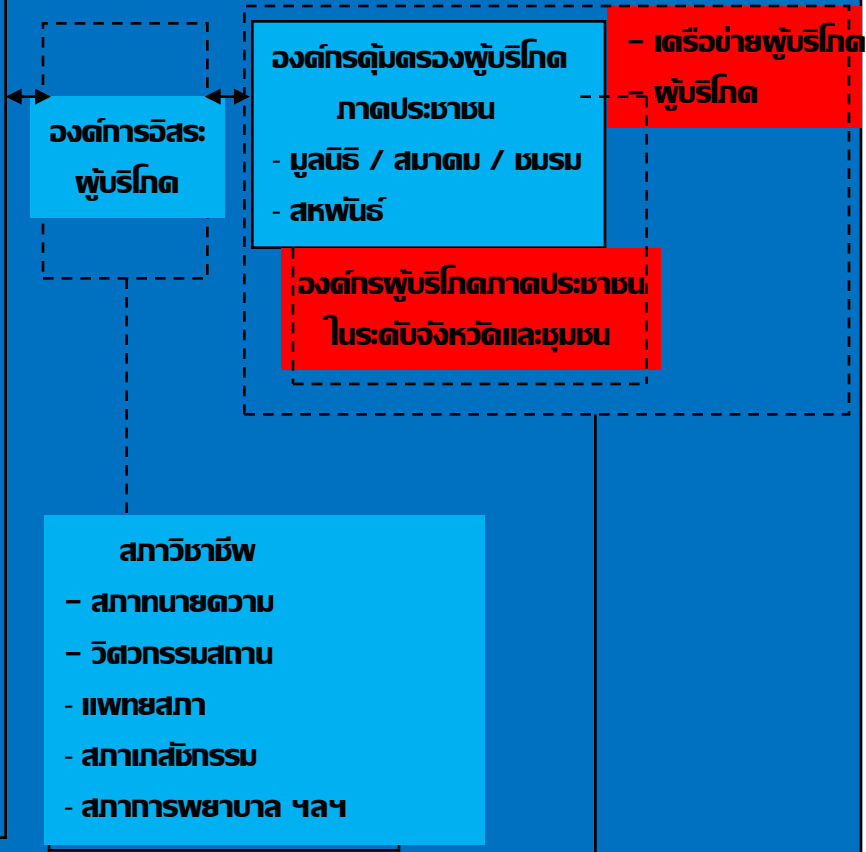
## ระบบคุ้มครองผู้บริโภคของรัฐ

(Regulatory\_based consumer protect)



## ระบบคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชน

(Civic\_based consumer protect)



# การคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชน และ: การคุ้มครองผู้บริโภคตามกฎหมาย

## ภารกิจหลักของการคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชน

PEOPLE\_BASED CONSUMER PROTECTION

- ◆ การสร้างความเข้มแข็งขององค์กรผู้บริโภค ทั้งส่วนกลางและท้องถิ่น
- ◆ การสร้างกลไกโครงสร้างภาคประชาชนในเรื่องคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพ
  1. ระบบการพิจารณาตรวจสอบการละเมิดสิทธิผู้บริโภค
  2. ระบบการร้องทุกข์และโต้สวนการละเมิดสิทธิผู้บริโภค
  3. ระบบชดเชยผู้เสียหาย
- ◆ การมีปฏิสัมพันธ์กับข้อมูลปัญหาของกลุ่มผู้บริโภค เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

## ภารกิจหลักของการคุ้มครองผู้บริโภคตามกฎหมาย

REGULATORY\_BASED CONSUMER PROTECTION

- ◆ การขึ้นทะเบียนและออกใบอนุญาต
- ◆ การควบคุมให้ป็นไปตามกฎหมาย
  1. การส่งเสริมให้ปฏิบัติตามกฎหมาย
  2. การตรวจสอบสถานที่ผลิตจำหน่าย และให้บริการ
  3. การพิจารณาคุณภาพผลิตภัณฑ์
  4. การดำเนินการเมื่อละเมิดกฎหมาย
- ◆ การสร้างความเข้าใจและให้ข้อมูลข่าวสารแก่ ผู้บริโภค



# สิทธิของผู้บริโภค

## สหพันธ์องค์การผู้บริโภคระหว่างประเทศ

(International Organization of Consumers Unions, IOCU)

### 1. สิทธิในการได้รับบริการพื้นฐานที่จำเป็น

(The right to basic needs)

เช่น ยา อาหาร เสื้อผ้า ที่อยู่อาศัย

### 2. สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยในการบริโภคสินค้า

หรือ บริการ (The right to safety)

### 3. สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกบริโภคสินค้า

หรือ บริการ (The right to choose)

**4. สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย**

(The right to redress)

**5. สิทธิที่จะร้องเรียนเพื่อความเป็นธรรม**

(The right to be heard)

**6. สิทธิที่จะได้รับข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน**

(The right to be informed)

**7. สิทธิที่จะได้รับความรู้ที่เกี่ยวกับการบริโภค**

(The right to consumer education)

**8. สิทธิที่จะได้อยู่ในสิ่งแวดล้อมที่สะอาด**

(The right to healthy environment)

## **พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522**

**กำหนดสิทธิของผู้บริโภคของประชาชน คือ**

- 1. สิทธิที่จะได้รับข่าวสาร รวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้อง และ เพียงพอเกี่ยวกับสินค้า และ บริการ**
- 2. สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกสินค้าหรือบริการ**
- 3. สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ**
- 4. สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย**

## สิทธิของคนไทยที่ขาดไป **คือ**

- สิทธิในการได้รับบริการพื้นฐานที่จำเป็น
- สิทธิที่จะร้องเรียนเพื่อความเป็นธรรม
- สิทธิที่จะได้อยู่ในสภาพแวดล้อมที่สะอาด
- สิทธิที่จะได้รับความรู้

# 1.1 การจัดทำแผนที่การคุ้มครองผู้บริโภค

การรวบรวมสถานการณ์ปัญหาผู้บริโภคในพื้นที่ภาคใต้ 3 จังหวัด

## เครื่องมือแบบสำรวจสถานการณ์ผู้บริโภค

จังหวัด	สังคมเมือง	ชนบท
สุราษฎร์ธานี 250 ตัวอย่าง	<input type="checkbox"/> เมืองสุราษฎร์ธานี (85 ตัวอย่าง) <input type="checkbox"/> สมุย (85 ตัวอย่าง)	<input type="checkbox"/> นาसान (40ตัวอย่าง) <input type="checkbox"/> ดอนสัก (40 ตัวอย่าง)
สตูล 150 ตัวอย่าง	<input type="checkbox"/> เมือง (50ตัวอย่าง) <input type="checkbox"/> ละงู (50 ตัวอย่าง)	<input type="checkbox"/> ควนกาหลง (25 ตัวอย่าง) <input type="checkbox"/> ทุ่งหว้า (25ตัวอย่าง)
สงขลา 350 ตัวอย่าง	<input type="checkbox"/> เมืองสงขลา (115ตัวอย่าง) <input type="checkbox"/> หาดใหญ่ (115 ตัวอย่าง)	<input type="checkbox"/> ระโนด (65ตัวอย่าง) <input type="checkbox"/> จะนะ (65 ตัวอย่าง)

## สถานที่อันเป็นแหล่งสำหรับเก็บข้อมูล

สังคมเมือง		สังคมชนบท	
ตลาดสด (2แห่ง)	ผู้บริโภคนแม่ค้า	ตลาดสด (1 แห่ง)	ผู้บริโภคนแม่ค้า
ซูเปอร์มาร์เก็ต (2 แห่ง)	ประชาชนทั่วไป	-	-
โรงพยาบาล (1แห่ง)	ประชาชนทั่วไป บุคลากร	โรงพยาบาล (1แห่ง)	ประชาชนทั่วไป บุคลากร
โรงเรียนมัธยมศึกษา(1แห่ง)	นักเรียน อาจารย์	โรงเรียน(1 แห่ง)	นักเรียน อาจารย์

## คุณสมบัติตัวอย่าง

1. สุ่มเลือก ไม่มีแบบแผน (Non Systemic sampling)
2. ประชาชนทั่วไปสามารถอ่านออกเขียนได้
- 3.อายุ 10 ปีขึ้นไป
- 4.ไม่จำกัดเพศและระดับการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปของ ผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวนตัวอย่างประชากร			
	สงขลา	สุราษฎร์ธานี	สตูล	รวม
ลักษณะสังคมที่อาศัย	N=349	N=250	N=149	N=748
เมือง	220 (29.4)	168 (22.5)	99 (13.2)	487 (65.1)
ชนบท	129 (17.2)	82 (11.0)	50 (6.7)	261 (34.9)
เพศ	N=349	N=250	N=149	N=747
ชาย	106 (14.2)	68 (9.1)	42 (5.6)	216 (28.9)
หญิง	243 (32.5)	182 (24.4)	106 (14.2)	531 (71.0)
อายุเฉลี่ย (ปี) $\pm$ SD	30.13 $\pm$ 12.94	31.56 $\pm$ 14.303	33.49 $\pm$ 11.7	31.28 $\pm$ 13.23
[min – max]	[13-68]	[13-75]	[15-80]	[13-80]
สถานะภาพสมรส	N=349	N=244	N=149	N=742
- โสด	219(29.5)	128(17.3)	60(8.1)	407 (54.9)
- สมรส	121(16.3)	100(13.5)	77(10.4)	298 (40.16)
- หม้าย/หย่าร้าง	9 (1.2)	16 (2.2)	12(1.7)	37 ( 4.99)
ระดับการศึกษา	N=348	N=250	N=147	N=745
- ประถมศึกษา	34 (4.56)	40(5.4)	20(2.7)	94(4.56)
- มัธยมศึกษา	125 (16.8)	101(13.6)	61(8.2)	287(38.52)
- ปวช./ปวท./ปวส.	35 (4.7)	36(4.8)	17(2.3)	88(11.81)
- อนุปริญญา	2 (0.27)	2(0.27)	-	4(0.54)
- ปริญญาตรี	143 (19.2)	70(9.4)	43(5.8)	256(34.36)
- สูงกว่าปริญญาตรี	9 (2.59)	1(0.1)	6(0.08)	16(2.15)

ข้อมูลทั่วไปของ ผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวนตัวอย่างประชากร			
	สงขลา	สุราษฎร์ธานี	สตูล	รวม
- รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	31(4.2)	24(3.24)	41(5.5)	96(12.98)
- พนักงานบริษัทเอกชน	25(3.4)	30(4.05)	-	55(7.43)
- นักเรียน/นักศึกษา	151(20.4)	83(11.2)	30(4.05)	264(35.67)
- แม่บ้าน/พ่อบ้าน	6(0.8)	20(2.7)	6(0.8)	32(4.32)
- เกษตรกร	19(2.56)	4(0.5)	13(1.75)	36(4.86)
- รับจ้างทั่วไป	26(3.5)	28(3.78)	24(3.24)	77(10.41)
- ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	82(11.09)	54(7.3)	35(4.73)	171(23.11)
- อื่นๆ	7(0.95)	1(0.14)	-	8(1.08)
รายได้เฉลี่ย $\pm$ SD	11,577.70	9,419.78	13,266.11	11,205.38
[min – max]	$\pm$ 10,524.97	$\pm$ 7,508.84	$\pm$ 11,694.03	$\pm$ 9,981.41
	[1,000-70,000]	[800-60,000]	[3,500-90,000]	[800-90,000]



# ตารางที่ 2.1 แสดงการให้ความหมายของคำว่า บริโภค

อันดับที่	ความหมายคำว่า บริโภค	จำนวนคน	ร้อยละ
1	การกินเพียงอย่างเดียวเท่านั้น	191	25.4
2	กินและการใช้	175	23.3
3	การใช้	76	10.1
4	ไม่เข้าใจความหมาย	46	6.1
5	การกิน การใช้ และการรับบริการ	41	5.5
6	การซื้อ	38	5.1
7	การกินและเสพ	24	3.2
8	การใช้และซื้อ	23	3.1
9	การกิน การใช้และการซื้อ	20	2.7
10	การกิน การดื่มและการนำสิ่งต่างๆเข้าร่างกาย	17	2.3

## ตารางที่ 2.2 แสดงการให้ความหมายของคำว่าผู้บริโภค

ความหมายคำว่า ผู้บริโภค หมายถึงใคร	จำนวนคน	ร้อยละ
ประชาชนทุกคน	474	63.1
ตัวเอง	64	8.5
ผู้ซื้อ	53	7.1
ผู้กิน ผู้ใช้	51	6.8
ไม่เข้าใจ	24	3.2
ลูกค้า	21	2.8
ผู้ซื้อและตัวเอง	19	2.5
ผู้ซื้อและผู้ให้บริการ	10	1.3

## ตารางที่ 2.3 การให้ความหมายของคำว่า กลุ่มรองผู้บริโภค

ความหมายกลุ่มรองผู้บริโภค	จำนวนคน	ร้อยละ
การดูแลรักษาสิทธิคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค	226	30.1
รัฐต้องดูแลคุ้มครองให้ได้รับความปลอดภัยในการกินและบริการ	182	24.2
การกำกับดูแลตรวจสอบความปลอดภัยผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการ	153	20.5
ไม่เข้าใจ	101	13.4
ให้ความหมายอื่นๆ	88	11.7

## ตารางที่ 2.4 หน่วยงานที่ควรทำหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภค

หน่วยงาน	จำนวนคน	ร้อยละ
หน่วยงานรัฐ	475	63.2
ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ	168	22.4
ผู้บริโภค	67	8.9
องค์กรพัฒนาเอกชน	24	3.2
สื่อมวลชน	5	0.7
ทุกส่วน	2	0.3
สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา(อย.)	1	0.1

### 3.1 การวัดการรับรู้ทัศนคติของผู้บริโภคโดยประเมินความถี่พฤติกรรม

#### ของผู้บริโภค

กลุ่มตัวอย่าง	สังคมเมือง N=487 25.36±6.02 ดี			สังคมชนบท N=260 24.40±6.69 ดี		
สงขลา	หาดใหญ่	สงขลา	รวม	ระโนด	จะนะ	รวม
(N=349) 23.72±6.50 ดี	(n=113) 23.12±5.59 ดี	(n =137) 25.12±5.59 ดี	(n=220) 24.26±6.13 ดี	(n=64) 23.98±6.59 ดี	(n=64) 21.738±6.96 พอใช้	(n=129) 22.81±7.02 ดี
สุราษฎร์ธานี	เมื่อ	สมุย	รวม	ดอนสัก	นาसान	รวม
(N=249) 24.91±6.03 ดี	(n=81) 23.28±6.96 ดี	(n =87) 27.26±4.06 ดี	(n=168) 25.23±6.01 ดี	n=41 27.54±4.24 ดี	(n=40) 20.85±5.78 พอใช้	(n=81) 24.23±6.05 ดี
สตูล	เมืองสตูล	ละงู	รวม	ควนกาหลง	ทุ่งหว้า	รวม
(N=149) 28.26±4.84 ดี	(n= 48) 26.33±5.38 ดี	(n=49) 28.86±3.69 ดี	(n=99) 28.01±4.92 ดี	n= 25 27.69±3.76 ดี	(n=25) 28.69±3.89 ดี	(n=50) 28.76±4.71 ดี
รวมX±SD	(N=747) 25.02±6.26 ดี					

## 3.2 หลักการตัดสินใจที่ดีของผู้บริโภค

กลุ่มตัวอย่าง	สังคมเมือง N=480			สังคมชนบท N=258		
	12-47 34.82±5.04 ดี			18-47 35.76±5.48 ดี		
สงขลา (N=345)	หาดใหญ่(n=113)	เมืองสงขลา (n=105)	รวม (n=218)	ระโนด (n=64)	จะนะ (n=63)	รวม (n=127)
18-47 34.66±4.98 ดี	25-44 33.73±4.52 ดี	26-47 34.91±4.67 ดี	25-47 34.30±4.52 ดี	18-44 35.88±5.23 ดี	24-46 34.65±5.92 ดี	18-46 35.27±5.64 ดี
สุราษฎร์ธานี(N=245)	เมือง (n=81)	สมุย (n=83)	รวม (n=164)	ดอนสัก n=41	นาसान (n=40)	รวม (n=81)
12-45 31.84±5.31 พอใจ	12-45 31.00 ±6.81 พอใจ	25-41 33.57±3.41 ดี	12-45 32.30±5.50 พอใจ	28-36 32.93±2.14 พอใจ	18-44 28.88±5.83 พอใจ	18-44 30.93±4.79 พอใจ
สตูล (N=148)	เมืองสตูล (n= 49)	ละงู (n=49)	รวม (n=98)	ควนกาหลง n= 24	ทุ่งหว้า (n=26)	รวม (n=50)
17-47 37.87±5.26 ดี	17-47 34.69±5.75 ดี	28-44 37.92±3.41 ดี	17-47 36.31±4.97 ดี	20-45 39.77±3.76 ดี	39.77±3.76 33-47 ดี	20-47 39.62±4.32 ดี
N (Min-Max) รวม Mean ±SD				(N=738) 12-47 34.26±5.45 ดี		

# ตารางที่ 4.1.2 ประสิทธิภาพการพบปัญหาจากบริโภคอาหารที่มาจากแหล่งต่างๆ

แหล่งบริโภคอาหาร	ประสิทธิภาพการพบปัญหาบริโภคอาหาร							
	สงขลา		สุราษฎร์ธานี		สตูล (n)		รวม	
	N	%	n	%	n	%	n	%
ร้านอาหารทั่วไป	174	23.29	119	15.93	81	10.84	374	49.8
ร้านอาหารริมทางเท้า	169	22.62	144	19.27	92	12.31	405	53.9
อาหารห้างสรรพสินค้า	99	13.25	99	13.25	87	11.65	285	37.9
อาหารจากตลาดสด	144	19.27	122	16.33	96	12.85	362	48.2
น้ำดื่ม 20 ลิตร	102	13.65	112	14.99	89	11.91	303	40.3
เครื่องปรุงหนึ่ภาณี	70	9.37	40	5.35	81	10.84	191	25.4
ตุ๋กอมหนึ่ภาณี	82	10.98	44	5.89	78	10.44	204	27.2
ผลไม้นั้ภาณี	68	9.10	46	6.15	77	10.31	191	25.4

## ตาราง 4.4.2 ประสิทธิภาพการพบปัญหาจากการบริโภคยาจากแหล่งต่างๆ

แหล่งบริโภคอาหาร	ประสิทธิภาพการเคยบริโภคอาหาร							
	สงขลา		สุราษฎร์ธานี		สตูล (n)		รวม	
	n	%	n	%	n	%	n	%
ยาจากโรงพยาบาล	60	8.03	75	10.04	48	6.42	183	24.4
ยาจากคลินิก	60	8.03	73	9.77	66	8.83	199	26.5
ยาจากร้านขายยา	76	10.17	80	10.71	70	9.37	226	30.1
ยาจากร้านชำ	40	5.35	64	8.57	59	7.89	163	21.7
ยาจากตลาด	25	3.34	54	7.23	49	6.56	128	17.0
ยาหนีภาษี	13	1.74	24	3.21	42	5.62	79	10.5



# วิธีการจัดการกับปัญหาของพุ่มбриก

วิธีการจัดการ ปัญหา	ทิ้ง/ไม่ดำเนินการ ใดๆ		นำสินค้าไป เปลี่ยน		ร้องเรียน ผู้ประกอบการ		ร้องเรียน หน่วยงานรัฐ		ร้องเรียนองค์กร เอกชน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เลือก	490	65.2	159	21.2	32	4.3	63	8.4	3	0.4
ไม่เลือก	253	33.7	584	77.8	715	95.2	682	90.8	744	99.1
รวม	743	100	743	100	747	100	745	100	743	100

## ตาราง 5.2 เหตุผลของผู้นับถือที่จัดการปัญหาด้วยวิธีการที่ ไม่ดำเนินการใดๆ

เหตุผล	เลือกตอบ	
	จำนวนที่ตอบ(คน)	ร้อยละ
ไม่ทราบว่าจะร้องเรียนต่อหน่วยงานใด	591	78.7
คิดว่าไม่มีสิทธิร้องเรียน	724	96.4
ไม่กล้าร้องเรียน	710	94.5
รู้สึกว่าการยื่นข้อร้องเรียนยุ่งยากซับซ้อน	454	60.5
รู้สึกว่าการร้องเรียนแล้วไม่เห็นมีอะไรดีขึ้น ขาดความเชื่อมั่นกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	544	72.4

## ตาราง 5.3 ร้อยละการแก้ปัญหาที่ผู้บริโภครู้ถึง นำไปเปลี่ยนและร้องเรียนตามผลิตภัณฑ์

วิธีจัดการปัญหา ชนิดผลิตภัณฑ์	ทิ้ง/อยู่เฉย/ไม่ดำเนินการ	นำสินค้าไปเปลี่ยน
-เครื่องสำอาง	14.3	2.8
-ครีมทาฝ้า	3.1	0.0
-ครีมทาผิว	3.1	0.0
-แชมพู	1.3	0.1
-แป้ง	0.3	0.0
-สบู่	0.1	0.0
	<b>22.2</b>	<b>2.9</b>
-อาหารพร้อมปรุง	4.9	1.3
-นม	9.6	2.6
-ขนม	0.8	1.1
-อาหารทะเล	0.1	0.0
-ปลากระป๋อง	0.1	0.1
ยา	1.0	0.6
กระเป๋านักเรียน	0.0	0.5
จำไม่ได้	311	277

# ผลที่ได้จากการสำรวจ

1. พฤติกรรมผู้บริโภค พบว่า ผู้ตอบเป็นกลุ่มนักเรียน ซึ่งมีความตระหนักรู้และเรียกร้องสิทธิอย่างมาก ควรพัฒนาการรวมตัวให้สามารถปกป้องสิทธิตนเองได้
2. ผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 3 จังหวัด มีความเข้าใจคำว่า บริโภค กลุ่มครองผู้บริโภคน้อย และเห็นว่า ควรเป็นหน้าที่ของรัฐ ที่ทำหน้าที่คุ้มครอง ผบ.
3. พฤติกรรมการบริโภคของประชาชนในพื้นที่เขตเมือง และชนบท มีพฤติกรรมการบริโภคที่ไม่แตกต่างกันในการบริโภคหรือเลือกซื้อสินค้า
4. ปัญหาการรับทราบข้อมูลผลิตภัณฑ์ด้านยา บทบาทสื่อมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการชื้อยามาบริโภค ซึ่งเป็นสิ่งที่น่ากังวลในการบริโภคผลิตภัณฑ์

# ผลการวิจัย

5.สถานการณ์ปัญหาผู้บริโภคด้านอาหารและยาในรอบปี1ที่ผ่านมา พบว่า

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังประสบกับปัญหาด้านอาหารจากร้านอาหารริมทาง (แผงลอยจำหน่ายอาหาร) และอาหารจากร้านอาหารทั่วไป

ควรมี กระบวนการพัฒนามาตรฐานของร้านอาหารริมทางเท่า

ปัญหาผลิตภัณฑ์หนีภาษีใน สงขลาและสตูล ยังมีสถานการณ์น่าเป็นห่วง ต้องพัฒนาความร่วมมือของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

# ผลการวิจัย

6.การจัดการกับปัญหาของผู้บริโภคที่พบว่า ส่วนใหญ่จะทิ้ง/ไม่ดำเนินการใดๆ/เฉยๆ ถือว่าเป็นสถานการณ์ที่น่าเป็นห่วง

- การไม่รู้ว่าตนเองมีสิทธิ
- การร้องเรียนแล้วจะพบว่ายุ่งยาก

สิ่งต้องเร่งดำเนินการ คือ

1. เพิ่มช่องทางการร้องเรียนให้มากขึ้น

ไม่จำเป็นต้องเป็นของหน่วยงานรัฐ ช่องทางสำหรับร้องเรียนที่เร่งพัฒนาคือ สื่อมวลชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

2. มีระบบหรือกลไกเบื้องต้นในการจัดการกับปัญหาของผู้บริโภค

# ผลการวิจัย

7.ผลิตภัณฑ์ที่มักประสบปัญหาของผู้บริโภคมาก คือ

เครื่องสำอาง

นมพร้อมดื่ม

แนวทางแก้ไขปัญหา

- เร่งประชาสัมพันธ์เชิงรุกพัฒนาศักยภาพให้ผู้บริโภครู้จักเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดังกล่าวอย่างถูกต้อง
- เร่งปลูกฝังให้ปกป้องสิทธิตนเองด้วยการร้องเรียนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- จัดกลไกคุ้มครองผู้บริโภคที่ผู้ประกอบการมีบทบาทมากขึ้น

# ผลการวิจัย

8. ช่องทางการได้รับข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพประเภทอาหารและยา  
รับจากสื่อประเภทโทรทัศน์มากที่สุด จึงจะเป็นช่องทางสำหรับการให้  
ข้อมูลแก่ผู้บริโภคที่ดี

ช่องทางที่เป็นทางเลือกในปัจจุบันที่น่าสนใจ คือวิทยุชุมชน  
ที่สามารถเข้าถึงผู้ฟังระดับรากหญ้าได้ดีกว่าวิทยุกระแสหลัก

ต้องมีระบบจัดการที่ดีพอ การจัดตั้งกลุ่มของนักจัดรายการวิทยุชุมชน

-การให้ข้อมูลด้านสถานการณ์คุ้มครองผู้บริโภค

-รับเรื่องร้องเรียนปัญหาผู้บริโภคในพื้นที่ เป็นต้น



# ผลการวิจัย

9. สถิติเรื่องร้องเรียนจากสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสงขลา สตูลและ  
สุราษฎร์ธานี ที่พบว่า

เรื่องร้องเรียนที่เป็นปัญหาผู้บริโภคเข้ามาในระดับที่น้อยเมื่อเปรียบเทียบกับ  
บางหน่วยงาน อย่างสื่อวิทยุ

ต้องเร่งปรับปรุงให้มีช่องทางมากยิ่งขึ้น เช่น เว็บไซต์ สายด่วน เป็นต้น

- เพื่อเพิ่มช่องทางและโอกาสร้องเรียนของผู้บริโภค
- การดำเนินการต้องเป็นไปด้วยความรวดเร็ว

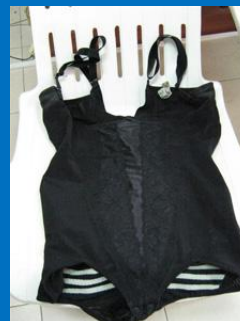
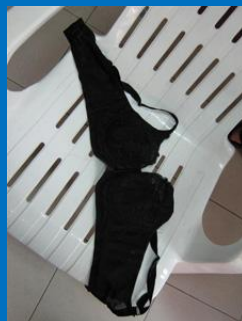
## กรอบภารกิจ

- 1) การผลิตสื่อ และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ
- 2) การเสริมสร้างศักยภาพผู้บริโภคทั้งด้านความรู้ในการบริโภค และเรียกร้องสิทธิอันชอบธรรม
- 3) การสร้างและขยายเครือข่ายการมีส่วนร่วมในงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของผู้บริโภคในท้องถิ่น
- 4) การตรวจสอบ ควบคุม กำกับ ผลิตภัณฑ์ อาหาร ยา เครื่องมือแพทย์ เครื่องสำอาง และ วัตถุอันตราย ซึ่งปัจจุบันได้ดำเนินการถ่ายโอนภารกิจเฉพาะ การตรวจสอบอาหาร ณ สถานที่จำหน่าย

# ตัวอย่างปัญหาผู้บริโภค



รังนกปลอม



ชุดชั้นในกระชับทรงอวดอ้างสรรพคุณ



ยาลูกกลอนปลอมทะเบียน พบสารสเต็มรอยด์



ชื่อสไมมี อย.

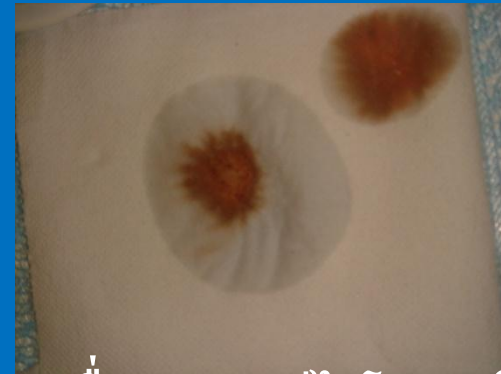
# ตัวอย่างปัญหาผู้บริโภค



น้ำมะนาวเทียม



กุ้งแห้งใส่สี



เครื่องสำอางมีไฮโดรควิโนน



IKAN KAPAS Ikan Kapas Cotton Fish	
	WHOLE @
722 IKAN KAPAS GORENG KERABU MANGGA / ปลาสำลีย่างมะม่วง	250.-
Deep Fried Cotton Fish Served With Mango Salad	
723 IKAN KAPAS GORENG LADA HITAM / ปลาสำลีทอดกระเทียมพริกไทย	250.-
Deep Fried Cotton Fish With Garlic And Pepper	
724 IKAN KAPAS DED DIAI (GORENG) / ปลาสำลีแดดเดียว	250.-
Deep Fried Sun Dried Cotton Fish	
UDANG กุ้ง Prawn	
801 UDANG GALAH GORENG / กุ้งน้ำจืดทอด	100 g / 100.-
Deep Fried Fresh Water Prawn	
802 TOMYAM UDANG GALAH / กุ้งน้ำจืดต้มยำ	100 g / 100.-
Soyy And Spicy Sauce With Fresh Water Prawn	

ร้านอาหารคิดเกินราคา





รถทัวร์เดือน



แคنديไซรับ



หินควันตัม



ยาน้ำสมุนไพรร  
อวดอ้างสรรพคุณ

## คำถามที่ต้องการคำตอบ

- อสม.ด่านคุ้มครองผู้บริโภคตรวจหาเห็นอะไร?
- อสม.ด่านคุ้มครองผู้บริโภคต้องทำอะไร ?

ความรู้?

ทักษะ?

แก้ปัญหา ?