

ความพึงพอใจและความคาดหวังขององค์กรสมาชิกเครือข่ายองค์กรผู้บริโภคภาคใต้ ที่มีต่อการดำเนินงานของสภาองค์กรของผู้บริโภค*

SATISFACTION AND EXPECTATIONS OF MEMBER ORGANIZATIONS OF THE SOUTHERN CONSUMER ORGANIZATION NETWORK TOWARDS THE OPERATIONS OF THE CONSUMER ORGANIZATION COUNCIL

อริสรา บุญรัตน์^{1*}, สายสุดา สุขแสง¹, ยุวธิดา ชูรักษ์¹, รุ่งทิพย์ ปราโมทย์พันธุ์¹, กฤษฎา มงคลศรี¹, ชิตพล เอกสายธาร²

Arisra Boonrat^{1*}, Saisuda Suksang¹, Yuwanda Churak¹, Rungthip Pramotphan¹, Krisada Mongkolsri¹, Chittaphon Aeksaitham²

¹คณะศึกษาศาสตร์และศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ สงขลา ประเทศไทย

¹Faculty of Education Foundation and Liberal Arts, Hatyai University, Songkhla, Thailand

²คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ สงขลา ประเทศไทย

²Faculty of Communication Arts, Hatyai University, Songkhla, Thailand

*Corresponding author E-mail: arisra@hu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัย “ความพึงพอใจและความคาดหวังขององค์กรสมาชิกเครือข่ายภาคใต้ ที่มีต่อการดำเนินงานของสภาองค์กรของผู้บริโภค” วัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อการดำเนินงานสภาองค์กรของผู้บริโภคตามแผนงาน และสำรวจความพึงพอใจต่อการดำเนินงานตามบทบาทภารกิจของสภาองค์กรของผู้บริโภค ข้อเสนอแนะต่อบทบาทการดำเนินงาน ของสภาองค์กรของผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ 2566 เป็นงานวิจัยแบบผสมผสาน เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และการสนทนากลุ่ม จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกสภาองค์กรของผู้บริโภคเครือข่ายภาคใต้ จำนวน 30 คน ผลวิจัยพบว่า 1) ความพึงพอใจและคาดหวังจากองค์กรสมาชิกเครือข่ายภาคใต้ ต่อแผนงานที่ 1: แผนสนับสนุนและการดำเนินคุ้มครองพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค พบว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ 3.94 และความคาดหวังอยู่ในระดับมาก คือ 4.45 แผนงานที่ 2: แผนพัฒนานโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค พบว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ 3.80 และความคาดหวังอยู่ในระดับมาก คือ 4.33 แผนงานที่ 3: แผนสนับสนุนหน่วยงานประจำจังหวัด พบว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ 3.95 และความคาดหวังอยู่ในระดับมาก คือ 4.33 และ แผนงานที่ 4: แผนสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค พบว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ 4.03 และความคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุด คือ 4.51 2) สำรวจความพึงพอใจต่อการดำเนินงานตามบทบาทภารกิจของสภาองค์กรของผู้บริโภค เท่ากับ 3.56 และ 3) ข้อเสนอแนะควรมีเวทีเปิดโอกาสให้ประชาชนและสมาชิกได้แสดงความคิดเห็นมีส่วนร่วมรับรู้ในเรื่องใหม่ ๆ เพื่อการทำงานเชิงรุกในพื้นที่ และให้ประชาชนได้รู้สิทธิและผลประโยชน์ของตนเอง เพื่อสร้างความเข้มแข็งทางความรู้และปัญญาให้กับศูนย์ระดับภูมิภาคและจังหวัด

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ, ความคาดหวัง, องค์กรสมาชิกเครือข่ายภาคใต้, สภาองค์กรของผู้บริโภค

Abstract

Research on “Satisfaction and Expectations of member Organizations of the southern consumer organization network towards the operations of the consumer organization Council” aims to survey expectations and satisfaction with the operations of the Consumer Council according to the plan and to survey satisfaction with the operations according to the roles and missions of the Consumer Council. Recommendations on the operational roles of the Consumer Council for fiscal year 2023 are mixed-method research, collecting data using questionnaires and focus group discussions. From the sample group of 30 members of the Southern Network of Consumers’ Council, the research results found that 1) The satisfaction and expectations of the Southern Network member organizations towards Plan 1: Consumer Rights Support and Protection Plan found that the satisfaction was at a high level, i.e. 3.94, and the expectations were at a high level, i.e. 4.45; Plan 2: Consumer Protection Policy and Measures Development Plan found that the satisfaction was at a high level, i.e. 3.80, and the expectations were at a high level, i.e. 4.33; Plan 3: Provincial Agency Support Plan found that the satisfaction was at a high level, i.e. 3.95, and the expectations were at a high level, i.e. 4.33; and Plan 4: Consumer Protection Communication Plan found that the satisfaction was at a high level, i.e. 4.03, and the expectations were at a high level, i.e. 4.51; 2) The survey of satisfaction towards the operations according to the roles and missions of the Consumers’ Council was 3.56; and 3) The recommendations are that there should be a forum to allow the public and members to express their opinions and participate in learning about new matters for proactive work in the area and for the public to know their own rights and benefits in order to create knowledge and intellectual strength for regional and provincial centers.

Keywords: Satisfaction, Expectations, Southern Network Member Organizations, Consumer Organization Council

บทนำ

นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2516 เป็นต้นมา การคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทย ได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะส่งเสริมให้ประชาชนรวมตัวกันจัดตั้งองค์กรคุ้มครองผู้บริโภค แต่การขยายตัวขององค์กรผู้บริโภค ยังมีความจำกัดอยู่ในแวดวงของการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพเป็นส่วนใหญ่ ต่อมาหลังปี พ.ศ. 2535 องค์กรผู้บริโภคที่เกิดจากการรวมตัวของผู้บริโภค ได้ขยายตัวเพิ่มมากขึ้นและเชื่อมโยงกับภาคประชาชนในมิติการพัฒนาสังคม ด้านการพึ่งพาช่วยเหลือเกื้อกูลกัน อยู่ร่วมกันในสังคมอย่างมีความสุข (วรรณฯ ศรีวิริยานุภาพ และคณะ, 2566) การขยายจำนวนขององค์กรผู้บริโภคมีทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค และมีการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค เป็นหน่วยงานนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 และได้เริ่มดำเนินงานมาตั้งแต่วันที่ 6 มกราคม พ.ศ. 2564 โดยมีวิสัยทัศน์ คือ “เป็นตัวแทนของผู้บริโภคทุกด้านเพื่อคุณภาพชีวิตของทุกคน” และได้กำหนดยุทธศาสตร์ขับเคลื่อนการดำเนินงานของสภาองค์กรของผู้บริโภคที่สำคัญ 5 ด้าน ดังนี้ 1) ยุทธศาสตร์การสนับสนุนและดำเนินการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค 2) ยุทธศาสตร์การพัฒนาและเสนอแนะ นโยบาย มาตรการคุ้มครองผู้บริโภค 3) ยุทธศาสตร์การสนับสนุนและสร้างความเข้มแข็งของสมาชิกและองค์กรผู้บริโภค 4) ยุทธศาสตร์การสื่อสารสาธารณะ เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค และ

5) ยุทธศาสตร์พัฒนากลไกการบริหารจัดการของสภาองค์กรของผู้บริโภคและหน่วยประจำจังหวัด (สภาองค์กรของผู้บริโภค, 2567)

ในปีงบประมาณ 2566 สภาองค์กรของผู้บริโภคได้อนุมัติให้มีการดำเนินงานภายใต้ 5 แผนงาน ดังต่อไปนี้ 1) แผนงานสนับสนุนและดำเนินการคุ้มครองพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค 2) แผนงานพัฒนานโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค 3) แผนงานสนับสนุนหน่วยงานประจำจังหวัดและองค์กรผู้บริโภค 4) แผนงานสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค และ 5) แผนงานจัดตั้งสำนักงานและพัฒนากำลังคนของสภาองค์กรของผู้บริโภค และเพื่อให้การดำเนินงานของสภาองค์กรของผู้บริโภคบรรลุยุทธศาสตร์ของการสนับสนุนและสร้างความเข้มแข็งผู้บริโภคและองค์กรผู้บริโภค อีกทั้งเพื่อให้เป็นไปตามบทบัญญัติของกฎหมาย มาตรา 15 ของพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 ที่กำหนดให้สภาองค์กรของผู้บริโภคมีหน้าที่จัดให้มีการประชุมสมาชิกและผู้บริโภคทั่วไปที่สนใจ เพื่อรายงานผลการดำเนินงานของสภาองค์กรผู้บริโภคและรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอันจะเป็นประโยชน์แก่การคุ้มครองผู้บริโภค และการปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงานของสภาองค์กรของผู้บริโภค เพื่อสร้างความพึงพอใจและความคาดหวังที่ดีให้เกิดขึ้นโดยผู้รับบริการหรือผู้บริโภค มักมีความคาดหวังตั้งไว้ก่อน และจะนำความคาดหวังมาเปรียบเทียบกับ การรับรู้และการบริการที่ได้รับต่อไป (Antonides, G. & Van R, W. F., 1998)

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา การพัฒนาทางเศรษฐกิจและเทคโนโลยี ได้นำมาซึ่งความท้าทายใหม่ ๆ ในการคุ้มครองผู้บริโภค โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่ทางไกล สถานการณ์ปัจจุบันและประเด็นปัญหาของผู้บริโภคในเครือข่ายภาคใต้ เกิดปัญหา ได้แก่ การเข้าถึงข้อมูล คุณภาพสินค้าและบริการ และ การหลอกลวงทางออนไลน์ เพิ่มขึ้น สถานการณ์ดังกล่าว ส่งผลกระทบต่อองค์กรคุ้มครองผู้บริโภค ที่จะต้องมีภาระงานที่เพิ่มขึ้น ในการรับมือกับปริมาณเรื่องร้องเรียนที่เพิ่มขึ้น โดยองค์กรต้องปรับตัวในการให้ความรู้แก่ผู้บริโภค ในรูปแบบที่เข้าถึงได้ง่าย และครอบคลุมทุกกลุ่มอายุและการประสานงานระหว่างหน่วยงานอย่างรวดเร็วและทันถ่วงที โดยสถานการณ์เหล่านี้ แสดงให้เห็นถึงความจำเป็นการรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะความพึงพอใจขององค์กรสมาชิกที่มีต่อสภาองค์กรของผู้บริโภค ซึ่งจะเป็นประโยชน์แก่งานคุ้มครองผู้บริโภค โดยผลจากการวิจัยจะนำมาซึ่งข้อมูลสำคัญอันจะนำไปสู่การปรับปรุงและพัฒนาบทบาทหน้าที่ของสภาองค์กรของผู้บริโภคให้มีความเข้มแข็งในการทำงานคุ้มครองผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพและสนองตอบต่อความต้องการของประชาชนผู้บริโภคในทุกภาคส่วนต่อไป

โดยมหาวิทยาลัยหาดใหญ่ ในฐานะที่เป็นสถาบันหนึ่งในเครือข่ายการทำงานด้านวิชาการร่วมกับสถาบันอุดมศึกษาภูมิภาค ได้ดำเนินการวิจัยเพื่อถอดบทเรียนเชิงประสบการณ์ และสำรวจความคิดเห็นและประเมินความพึงพอใจของผู้แทนองค์กรสมาชิก ที่มีต่อสภาองค์กรของผู้บริโภคในเขตภาคใต้ โดยเก็บข้อมูลจากสมาชิกองค์กรของผู้บริโภคเครือข่ายภาคใต้ จำนวน 30 คน เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลการนำไปเป็นนโยบายและแผนการดำเนินงานของสภาองค์กรของผู้บริโภคในปีถัดไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสำรวจความพึงพอใจและความคาดหวังขององค์กรสมาชิกเครือข่ายภาคใต้ ที่มีต่อการดำเนินงานสภาองค์กรของผู้บริโภคตามแผนงาน ประจำปีงบประมาณ 2566
2. เพื่อสำรวจความพึงพอใจต่อการดำเนินงานตามบทบาทภารกิจของสภาองค์กรของผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ 2566
3. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะต่อบทบาทการดำเนินงาน ของสภาองค์กรของผู้บริโภค

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ สมาชิกองค์กรของผู้บริโภคที่อยู่ในเครือข่ายภาคใต้ใน 14 จังหวัด จำนวน 36 คน

กลุ่มตัวอย่างและกลุ่มผู้ให้ข้อมูล คือ ตัวแทนสมาชิกองค์กรของผู้บริโภคเครือข่ายภาคใต้ จำนวน 30 คน โดยการเลือกแบบเจาะจงตามเครือข่ายองค์กรสมาชิกในภาคใต้ ใน 7 จังหวัด ได้แก่ สงขลา สตูล สุราษฎร์ธานี กระบี่ ปัตตานี ชุมพร และ ภูเก็ต

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 แบบสอบถาม

2.1.1 ศึกษาวัตถุประสงค์ของการศึกษา

2.1.2 ศึกษาและกำหนดกรอบแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็น ความพึงพอใจ และข้อเสนอแนะต่อการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคของสภาองค์กรของผู้บริโภค

2.1.3 ดำเนินการจัดทำแบบสอบถาม มี 3 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจและความคาดหวัง จากองค์กรสมาชิกเครือข่ายภาคใต้ ที่มีต่อแผนการดำเนินงานสภาองค์กรของผู้บริโภค ปีงบประมาณ 2566 จำนวน 4 แผนงาน และ ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจต่อการดำเนินงานตามบทบาทภารกิจของสภาองค์กรของผู้บริโภค

2.1.4 ส่งแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาการใช้ภาษา ความชัดเจนของข้อคำถาม และความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ด้วยวิธีการ IOC (Index of item Objective Congruence) โดยผู้วิจัยจะคงข้อคำถามที่มีคะแนนของค่าดัชนีความสอดคล้อง 0.6 ขึ้นไป (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2557)

2.1.5 ปรับปรุงแบบสอบถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

2.1.6 จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ ลักษณะแบบสอบถามเป็น มาตรวัดประเมินค่า (Rating Scale) โดยใช้มาตราแบบลิคเอร์ต (Likert) (Johnson, B. & Christensen, L., 2004) โดยใช้หลักเกณฑ์การแปลผลตามแนวความคิดของเบสท์ (Best, J. W., 1986) 5 ระดับ

2.1.7 นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.90

2.2 ประเด็นข้อคำถามในการสนทนากลุ่ม

2.2.1 ศึกษาวัตถุประสงค์ของการศึกษา

2.2.2 ศึกษาและกำหนดกรอบแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องตามแผนงานทั้ง 4 แผน ดังนี้ การคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค, สนับสนุนและสร้างความเข้มแข็งผู้บริโภคและองค์กรผู้บริโภค และ การสนับสนุนและดำเนินการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค

2.2.3 สร้างกรอบในการตั้งคำถามการสนทนากลุ่ม

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการเชิญกลุ่มผู้ให้ข้อมูลมาที่มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ ในวันที่ 20 พฤศจิกายน 2566 ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง ได้ครบ 30 ชุด คิดเป็น ร้อยละ 100 และการเก็บข้อมูลโดยใช้การสนทนากลุ่ม (Focus Group) จำนวน 30 คน โดยมีผู้ช่วยนักวิจัย ดำเนินการในส่วนการบันทึกเสียง และบันทึกรายละเอียดที่สำคัญ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ด้วยการหาค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ จากข้อมูลที่ได้การสนทนากลุ่ม ตามประเด็นข้อคำถามในการสนทนากลุ่ม มาวิเคราะห์ตามประเด็นแผนงานทั้ง 4 แผนงาน



5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย การตรวจสอบความตรงของเนื้อหา โดยการหาค่า IOC การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) ในการวิเคราะห์ความพึงพอใจ และความคาดหวังจากอันดับมากไปน้อย

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาเชิงปริมาณ พบว่า ความพึงพอใจและความคาดหวัง จากองค์กรสมาชิกเครือข่ายภาคใต้ ที่มีต่อแผนการดำเนินงานสภาองค์กรของผู้บริโภค ปีงบประมาณ 2566 แสดงข้อมูลดังต่อไปนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 เพศ ช่วงอายุ และระดับการศึกษา ของสมาชิกสภาองค์กรของผู้บริโภค

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศชาย	22	73.33
2. เพศหญิง	8	26.67
ช่วงอายุ	จำนวน	ร้อยละ
1. อายุ 30 - 39 ปี	4	13.33
2. อายุ 40 - 49 ปี	6	20.00
3. อายุ 50 - 59 ปี	12	40.00
4. อายุ 60 - 69 ปี	7	23.34
5. อายุ 70 ปีขึ้นไป	1	3.33
ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
1. ประถมศึกษา	1	33.33
2. มัธยมศึกษา	7	23.34
3. ปวช./ปวส./อนุปริญญา	1	33.33
4.ปริญญาตรี/เทียบเท่า	18	60.00
5. สูงกว่าปริญญาตรี	3	10.00
รวม	30	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ซึ่งเป็นผู้แทนองค์กรสมาชิก ในเครือข่ายภาคใต้ มีจำนวนทั้งสิ้น 30 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 26.67 และเพศชาย จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 73.33 มีช่วงอายุ 30 - 39 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33 อายุ 40 - 49 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 อายุ 50 - 59 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 อายุ 60 - 69 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 23.34 อายุ 70 ปีขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.33 และการศึกษาาระดับประถมศึกษา จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 ระดับมัธยมศึกษา จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 23.34 ระดับ ปวช./ปวส./อนุปริญญา จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 ระดับปริญญาตรี/เทียบเท่า จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00

ความพึงพอใจและความคาดหวัง จากองค์กรสมาชิกเครือข่ายภาคใต้ ที่มีต่อแผนการดำเนินงานสภาองค์กรของผู้บริโภค ปีงบประมาณ 2566

ตารางที่ 2 ความพึงพอใจและความคาดหวังในการดำเนินงานตามแผนการดำเนินงานของสภาผู้บริโภคน
 ในปีงบประมาณ 2566 แผนงานที่ 1: แผนสนับสนุนและการดำเนินคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค
 ของสมาชิกสภาองค์กรของผู้บริโภค

ประเด็น	ความพึงพอใจ			ความคาดหวัง			PNI	ลำดับ
	$\bar{X}$	S.D.	แปลความ	$\bar{X}$	S.D.	แปลความ		
1. การรับเรื่องร้องเรียนปัญหาจากผู้บริโภค	4.07	0.66	มาก	4.54	0.50	มากที่สุด	0.12	5
2. การตรวจสอบ ติดตาม และเฝ้าระวังสถานการณ์ผู้บริโภค	4.10	0.61	มาก	4.52	0.50	มากที่สุด	0.10	7
3. การดำเนินการและสนับสนุนการฟ้องคดีและให้ความช่วยเหลือในการดำเนินคดี	4.04	0.88	มาก	4.42	0.57	มาก	0.09	8
4. การไกล่เกลี่ย ระงับข้อพิพาทเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานในประเด็นการคุ้มครองผู้บริโภค 8 ด้าน	3.97	0.90	มาก	4.42	0.57	มาก	0.11	6
5. การพัฒนาศักยภาพนักกฎหมายและทนายความ	3.79	0.87	มาก	4.48	0.58	มาก	0.18	1
6. การสนับสนุนงานวิชาการเพื่อพัฒนากฎหมายและกระบวนการยุติธรรม	3.83	0.84	มาก	4.44	0.57	มาก	0.16	2
7. การสนับสนุนการรวมตัวกันของกลุ่มผู้บริโภคเพื่อแก้ไขปัญหาที่เป็นประเด็นร่วมกัน	3.93	0.84	มาก	4.48	0.50	มาก	0.14	4
8. การจัดประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะต่อการผลักดัน การแก้ไขปัญหาผู้บริโภค	3.83	0.80	มาก	4.41	0.51	มาก	0.15	3
รวม	3.94	0.68	มาก	4.45	0.49	มาก		

จากตารางที่ 2 พบว่า ความพึงพอใจและความคาดหวังในการดำเนินงานตามแผนการดำเนินงานของสภาผู้บริโภค ในปีงบประมาณ 2566 แผนงานที่ 1: แผนสนับสนุนและการดำเนินคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค ของสมาชิกสภาองค์กรผู้บริโภค พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ 3.94 โดยประเด็นการตรวจสอบ ติดตาม และเฝ้าระวังสถานการณ์ผู้บริโภค มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ 4.10 การรับเรื่องร้องเรียนปัญหาจากผู้บริโภค มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ 4.07 และการดำเนินการและสนับสนุนการฟ้องคดีและให้ความช่วยเหลือในการดำเนินคดี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ 4.04 ตามลำดับ และมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก คือ 4.45 โดยประเด็น การรับเรื่องร้องเรียนปัญหาจากผู้บริโภค มีความคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุด คือ 4.54 การตรวจสอบ ติดตาม และเฝ้าระวังสถานการณ์ผู้บริโภค มีความคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุด คือ 4.52 และการพัฒนาศักยภาพนักกฎหมายและทนายความ และการสนับสนุนการรวมตัวกันของกลุ่มผู้บริโภคเพื่อแก้ไขปัญหาที่เป็นประเด็นร่วมกัน มีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก คือ 4.48 เท่ากันตามลำดับ

ตารางที่ 3 ความพึงพอใจและความคาดหวังในการดำเนินงาน แผนงานที่ 2: แผนพัฒนานโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค ของสมาชิกสภาองค์กรของผู้บริโภค

ประเด็น	ความพึงพอใจ			ความคาดหวัง			PNI	ลำดับ
	$\bar{x}$	S.D.	แปลความ	$\bar{x}$	S.D.	แปลความ		
1. จัดทำข้อเสนอมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค	4.00	0.83	มาก	4.54	0.50	มากที่สุด	0.14	3
2. จัดกิจกรรมร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน เครือข่าย องค์กรเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค	4.04	0.83	มาก	4.52	0.51	มากที่สุด	0.12	4
3. สนับสนุนการพัฒนานวัตกรรมคุ้มครองผู้บริโภคโดยประชาชน	3.70	0.91	มาก	4.50	0.51	มาก	0.22	1
4. สนับสนุนการศึกษาวิจัยเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค	3.86	0.84	มาก	4.46	0.58	มาก	0.16	2
5. ศึกษาปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค และการบังคับใช้กฎหมาย	3.82	0.86	มาก	4.44	0.58	มาก	0.16	2
รวม	3.80	0.89	มาก	4.33	0.72	มาก		

จากตารางที่ 3 พบว่า การจัดประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็น ความพึงพอใจและความคาดหวังในการดำเนินงานตามแผนการดำเนินงานของสภาผู้บริโภค ในปีงบประมาณ 2566 แผนงานที่ 2: แผนพัฒนานโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค ของสมาชิกสภาองค์กรผู้บริโภค พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ 3.80 โดยประเด็นการจัดกิจกรรมร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐและเอกชน เครือข่าย องค์กรเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ 4.04 , จัดทำข้อเสนอมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ 4.00 และสนับสนุนการศึกษาวิจัยเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค มีความพึงพอใจเท่ากับ 3.86 ตามลำดับ และมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก คือ 4.33 โดยประเด็นจัดทำข้อเสนอมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค มีความคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุด คือ 4.54 , จัดกิจกรรมร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน เครือข่าย องค์กรเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค มีความคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุด คือ 4.52 และสนับสนุนการพัฒนานวัตกรรมคุ้มครองผู้บริโภคโดยประชาชน มีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก คือ 4.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ความพึงพอใจและความคาดหวังในการดำเนินงาน แผนงานที่ 3: แผนสนับสนุนหน่วยงานประจำจังหวัดและองค์กรผู้บริโภค ของสมาชิกสภาองค์กรของผู้บริโภค

ประเด็น	ความพึงพอใจ			ความคาดหวัง			PNI	ลำดับ
	$\bar{x}$	S.D.	แปลความ	$\bar{x}$	S.D.	แปลความ		
1. สนับสนุนการดำเนินงานคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคหน่วยงานประจำจังหวัด	4.17	0.84	มาก	4.35	0.62	มาก	0.04	5
2. การใกล้ชิดและการดำเนินงานด้านคดีของผู้บริโภค	3.90	0.86	มาก	4.23	0.51	มาก	0.08	4

ตารางที่ 4 ความพึงพอใจและความคาดหวังในการดำเนินงาน แผนงานที่ 3: แผนสนับสนุนหน่วยงานประจำจังหวัดและองค์กรผู้บริโภคร ของสมาชิกสภาองค์กรของผู้บริโภค (ต่อ)

ประเด็น	ความพึงพอใจ			ความคาดหวัง			PNI	ลำดับ
	$\bar{x}$	S.D.	แปลความ	$\bar{x}$	S.D.	แปลความ		
3. ติดตามและขับเคลื่อนข้อเสนอเชิงนโยบายที่มีผลกระทบต่อผู้บริโภค	4.00	0.88	มาก	4.30	0.60	มาก	0.08	4
4. พัฒนาศักยภาพสมาชิก หน่วยงานประจำจังหวัดและหน่วยงานเขตพื้นที่	3.86	0.87	มาก	4.48	0.58	มาก	0.16	1
5. ติดตามและสนับสนุนการดำเนินงานร่วมกับหน่วยงานประจำจังหวัด หน่วยงานเขตพื้นที่ และสมาชิกองค์กรของผู้บริโภค	3.93	0.90	มาก	4.42	0.57	มาก	0.12	3
6. ประชุมและรับฟังความเห็นประจำปีจากสมาชิก	3.86	0.91	มาก	4.38	0.57	มาก	0.13	2
รวม	3.95	0.76	มาก	4.33	0.53	มาก		

จากตารางที่ 4 พบว่า ความพึงพอใจและความคาดหวังในการดำเนินงานตามแผนการดำเนินงานของสภาผู้บริโภค ในปีงบประมาณ 2566 แผนงานที่ 3: แผนสนับสนุนหน่วยงานประจำจังหวัดและองค์กรผู้บริโภคร ของสมาชิกสภาองค์กรผู้บริโภคร พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ 3.95 โดยประเด็นสนับสนุนการดำเนินงานคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคหน่วยงานประจำจังหวัด มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ 4.17 ติดตามและขับเคลื่อนข้อเสนอเชิงนโยบายที่มีผลกระทบต่อผู้บริโภค มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ 4.00 และติดตามและสนับสนุนการดำเนินงานร่วมกับหน่วยงานประจำจังหวัด หน่วยงานเขตพื้นที่ และสมาชิกองค์กรของผู้บริโภค มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ 3.93 ตามลำดับ และมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก คือ 4.33 โดยประเด็น พัฒนาศักยภาพสมาชิก หน่วยงานประจำจังหวัดและหน่วยงานเขตพื้นที่ มีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก คือ 4.48 , ติดตามและสนับสนุนการดำเนินงานร่วมกับหน่วยงานประจำจังหวัด หน่วยงานเขตพื้นที่ และสมาชิกองค์กรของผู้บริโภค มีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก คือ 4.42 และประชุมและรับฟังความเห็นประจำปีจากสมาชิก มีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก คือ 4.38 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ความพึงพอใจและความคาดหวังในการดำเนินงาน แผนงานที่ 4: แผนสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ของสมาชิกสภาองค์กรของผู้บริโภค

ประเด็น	ความพึงพอใจ			ความคาดหวัง			PNI	ลำดับ
	$\bar{x}$	S.D.	แปลความ	$\bar{x}$	S.D.	แปลความ		
1. เผยแพร่ความรู้และรณรงค์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค	4.07	0.79	มาก	4.52	0.50	มากที่สุด	0.11	2
2. สื่อสารกับสาธารณะผ่านช่องทางที่หลากหลาย	4.00	0.92	มาก	4.52	0.50	มากที่สุด	0.13	1
รวม	4.03	0.84	มาก	4.51	0.50	มากที่สุด		

จากตารางที่ 5 พบว่า ความพึงพอใจและความคาดหวังในการดำเนินงานตามแผนการดำเนินงานของสภาผู้บริโภค ในปีงบประมาณ 2566 แผนงานที่ 4: แผนสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคของสมาชิกสภาองค์กร



ผู้บริโภครู้ว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ 4.03 โดยประเด็นเผยแพร่ความรู้และรณรงค์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค มีความพึงพอใจมาก คือ 4.07 และสื่อสารกับสาธารณะผ่านช่องทางที่หลากหลาย มีความพึงพอใจมาก คือ 4.00 ตามลำดับ และมีความคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุด คือ 4.51 โดยประเด็น เผยแพร่ความรู้และรณรงค์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค และการสื่อสารกับสาธารณะผ่านช่องทางที่หลากหลาย มีความคาดหวังอยู่ในระดับมากเท่ากัน คือ 4.52 ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อการดำเนินงานตามบทบาทภารกิจของสภาองค์กรของผู้บริโภค

ตารางที่ 6 ความพึงพอใจต่อการดำเนินงานตามบทบาทภารกิจของสภาองค์กรของผู้บริโภค

ประเด็น	$\bar{x}$	S.D.	แปลความ พึงพอใจ
1. มีช่องทางการติดต่อและประสานงานที่หลากหลาย	3.60	0.96	มาก
2. มีระเบียบและขั้นตอนการทำงานที่เอื้ออำนวยต่อการช่วยเหลือผู้บริโภคที่ประสบปัญหา	3.60	0.94	มาก
3. มีเครือข่ายที่สามารถประสานงานการให้ความช่วยเหลือผู้บริโภคที่ประสบปัญหาได้อย่างกว้างขวาง	3.56	0.95	มาก
4. เจ้าหน้าที่สุภาพ มีความพร้อมและเต็มใจในการทำงานช่วยเหลือผู้บริโภคที่มาติดต่อ	3.59	0.94	มาก
5. เจ้าหน้าที่ทำงานด้วยความรวดเร็ว ทันตามเวลาที่กำหนด	3.53	0.94	มาก
6. เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ และสามารถสร้างความไว้วางใจในการทำงานให้กับผู้บริโภคที่ประสบปัญหา	3.60	0.99	มาก
7. เจ้าหน้าที่สามารถให้คำแนะนำและตอบข้อสงสัยในการดำเนินงานได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง	3.53	0.93	มาก
8. เจ้าหน้าที่แต่ละฝ่ายมีความรู้ความเชี่ยวชาญที่เหมาะสมและสอดคล้องกับภารกิจของฝ่ายนั้น ๆ	3.54	0.95	มาก
9. ผู้บริโภคที่ประสบปัญหาสามารถติดต่อสื่อสารและเข้าถึงเจ้าหน้าที่ได้สะดวกและรวดเร็ว	3.53	0.97	มาก
10. เจ้าหน้าที่ที่มีความเข้าใจในความต้องการและปัญหาของผู้บริโภคที่มาติดต่อ	3.56	0.93	มาก
รวม	3.56	0.88	มาก

จากตารางที่ 6 พบว่า ความพึงพอใจต่อการดำเนินงานตามแผนการดำเนินงาน ตามบทบาทของสภาองค์กรผู้บริโภค ในปีงบประมาณ 2566 พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ 3.56 โดยประเด็นมีช่องทางการติดต่อและประสานงานที่หลากหลาย มีระเบียบและขั้นตอนการทำงาน ที่เอื้ออำนวยต่อการช่วยเหลือผู้บริโภคที่ประสบปัญหา และเจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ และสามารถสร้างความไว้วางใจในการทำงาน ให้กับผู้บริโภคที่ประสบปัญหา มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเท่ากัน คือ 3.60

2. ผลการศึกษาเชิงคุณภาพ พบว่า

2.1 ความคิดเห็นต่อบทบาทการดำเนินงาน “การคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค” ของสภาองค์กรของผู้บริโภค ดังนี้

2.1.1 สภาองค์กรของผู้บริโภคควรเปิดโอกาสให้ประชาชนและสมาชิกได้แสดงความคิดเห็น และมีส่วนร่วมรับรู้ในเรื่องใหม่เพื่อการทำงานในพื้นที่เชิงรุกมากขึ้น

2.1.2 สภาองค์กรของผู้บริโภค ต้องสื่อสารข้อมูลกับประชาชนให้ได้รับรู้สิทธิและผลประโยชน์ของตนเอง ที่ควรจะได้รับเพื่อป้องกันการถูกเอารัดเอาเปรียบ

2.1.3 เครือข่ายองค์กรของผู้บริโภคภาคใต้ ทำหน้าที่เป็นหน่วยงานรับแจ้งเรื่องในกรณีถูกละเมิดสิทธิ และควรส่งต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างทันท่วงที

2.1.4 สภาองค์กรของผู้บริโภค เป็นหน่วยพิทักษ์สิทธิให้ผู้บริโภคไม่ให้ถูกเอารัดเอาเปรียบและรักษาสิทธิของผู้บริโภค

2.1.5 สภาองค์กรของผู้บริโภค ต้องทำหน้าที่เป็นตัวแทนของประชาชนไม่ให้ถูกเอารัดเอาเปรียบ

2.2 ความคิดเห็นต่อบทบาทการดำเนินงาน “สนับสนุนและสร้างความเข้มแข็งผู้บริโภคและองค์กรผู้บริโภค” ของสภาองค์กรของผู้บริโภค ดังนี้

2.2.1 การเผยแพร่ข้อมูลให้กับองค์กรสมาชิกเพื่อนำไปเผยแพร่ต่อให้กับผู้บริโภค ควรมีทั้งแบบผ่านสื่อ โซเชียล และแบบโปสเตอร์ แผ่นพับ

2.2.2 สภาองค์กรของผู้บริโภค ควรสนับสนุนองค์กรสมาชิกและการรวมตัวกันขององค์กรผู้บริโภค เช่น การประชุมองค์กรสมาชิกประจำปี อย่างน้อยควรมีการพบกันปีละ 1 ครั้ง จะทำให้การทำงานขององค์กรสมาชิกมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในส่วนการจัดทำข้อเสนอนโยบาย เพื่อถ่ายทอดไปยังระดับจังหวัดได้ง่ายขึ้น

2.2.3 การดำเนินงานที่ต้องยกระดับและสร้างความเข้มแข็งทางความรู้และปัญญาให้กับศูนย์ระดับภูมิภาคและระดับจังหวัด

2.2.4 การสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินกิจกรรม สภาองค์กรของผู้บริโภคต้องมีการกระจายงบประมาณลงสู่ภูมิภาคและจังหวัด ไม่ใช่เพียงแค่กระจายงานและมอบหมายงานอย่างเดียว

2.2.5 ควรมีคณะทำงานที่มกกฎหมายตรงกลางคอยช่วยเหลือผู้บริโภคที่ประสบปัญหาโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย

2.3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่และการดำเนินงาน “การสนับสนุนและดำเนินการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค” สำหรับสภาองค์กรของผู้บริโภค ดังนี้

2.3.1 การสนับสนุนและสร้างความเข้มแข็งในระดับภูมิภาคและระดับจังหวัดเพิ่มมากขึ้น

2.3.2 สภาองค์กรของผู้บริโภค ควรมีสร้างช่องทางในการติดต่อสื่อสารระหว่างสมาชิกในทุกระดับ การทำนโยบายให้ชัดเจน เช่น คู่มือ ทิศทางการดำเนินงาน กระบวนการทำงาน กลไกการทำงาน การออกแบบหลักสูตรให้เหมาะกับผู้บริโภค ทำอย่างไรให้ผู้บริโภคที่เข้ามาเข้าใจการดำเนินการ เกิดการปฏิบัติการอย่างต่อเนื่อง การเรียนรู้สร้างสรรค์ เนื่องจากมีการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้ก้าวทันเหตุการณ์ ความทันสมัยในการใช้เทคโนโลยี

2.3.3 สภาองค์กรของผู้บริโภค ต้องเป็นตัวกลางประสานงานเครือข่ายสมาชิกทั่วประเทศให้มาพบปะกันอย่างสม่ำเสมอ

2.3.4 การพัฒนาศักยภาพสมาชิกให้มีความเชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ ตามความต้องการและตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป ต้องทำเป็นแผนการดำเนินงานของสภาองค์กรของผู้บริโภคอย่างชัดเจน

2.3.5 เครือข่ายองค์กรผู้บริโภค จ้องการอบรมหลักสูตร “การไกล่เกลี่ยข้อพิพาท” ตามหลักการพัฒนาการยุติธรรมแห่งชาติ และให้ความรู้แก่สมาชิกเรื่องกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคเบื้องต้น

2.3.6 การให้การสนับสนุนการจัดกิจกรรมเยี่ยมเยือนสมาชิก เพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันอย่างต่อเนื่อง

2.3.7 การจัดเวทีเพื่อการสื่อสาร สร้างความรู้จัก และทำความเข้าใจกับสำนักงานเขต ให้ทราบถึงบทบาทของสมาชิกเพื่อเชื่อมโยงการทำงานกับสำนักงานเขตอย่างต่อเนื่อง

2.3.8 การสร้างกลไกในการขับเคลื่อนกิจกรรมทั้งในระดับพื้นที่ และระดับจังหวัด ที่เข้มแข็งและมีนโยบายการดำเนินงานที่ชัดเจน และมีการวัดผลการดำเนินงานระดับพื้นที่ออกมาให้เป็นรูปธรรม

อภิปรายผล

การศึกษา “ความคิดเห็นและความพึงพอใจของผู้แทนองค์กรสมาชิกเครือข่ายภาคใต้ ที่มีต่อการดำเนินงานของสภาองค์กรของผู้บริโภค” สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาโดยแยกเป็นด้านต่าง ๆ ได้ ดังนี้

1. ด้านความพึงพอใจและความคาดหวัง จากองค์กรสมาชิกเครือข่ายภาคใต้ ที่มีต่อแผนการดำเนินงานสภาองค์กรของผู้บริโภค ความพึงพอใจและความคาดหวังในการดำเนินงานตามแผนการดำเนินงานของสภาผู้บริโภค ในปีงบประมาณ 2566 ในแผนงานที่ 1: แผนสนับสนุนและการดำเนินคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคของสมาชิกสภาองค์กรผู้บริโภค พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ ประเด็นการตรวจสอบ ติดตาม และเฝ้าระวังสถานการณ์ผู้บริโภค และมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก คือ การรับเรื่องร้องเรียนปัญหาจากผู้บริโภค แผนงานที่ 2: แผนพัฒนานโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค ของสมาชิกสภาองค์กรผู้บริโภค พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ การจัดกิจกรรมร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน เครือข่าย องค์กรเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค และมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก คือ การจัดทำข้อเสนอมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค แผนงานที่ 3: แผนสนับสนุนหน่วยงานประจำจังหวัดและองค์กรผู้บริโภค ของสมาชิกสภาองค์กรผู้บริโภค พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ การสนับสนุนการดำเนินงานคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคหน่วยงานประจำจังหวัด ผู้บริโภคมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก คือ การพัฒนาศักยภาพสมาชิก หน่วยงานประจำจังหวัดและหน่วยงานเขตพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับ ศิริภัสสรค์ วงศ์ทองดี ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในองค์กรของพนักงานภาคเอกชน กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ด้านการฝึกอบรมเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานอันดับแรก (ศิริภัสสรค์ วงศ์ทองดี, 2559) และ แผนงานที่ 4: แผนสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ของสมาชิกสภาองค์กรผู้บริโภค พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ การเผยแพร่ความรู้และรณรงค์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค และมีความคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การเผยแพร่ความรู้และรณรงค์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค และการสื่อสารกับสาธารณะผ่านช่องทางที่หลากหลาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิราวรรณ ยิ้มปลื้ม ที่ว่าการพัฒนารูปแบบวิธีการสื่อสารและช่องทางให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ ทั้งทางออนไลน์และออฟไลน์ โดยการพัฒนาศักยภาพบุคลากรให้มีความรู้กับสิ่งที่ต้องการจะสื่อสารด้วย (จิราวรรณ ยิ้มปลื้ม, 2561) และสอดคล้องกับการให้ข้อมูลของสมาชิกเครือข่ายภาคใต้ ว่าการดำเนินงานจะต้องมีการสื่อสารแผนไปยังผู้เกี่ยวข้อง และมีการดำเนินการจัดกิจกรรมตามแผนอย่างเข้มแข็ง และทำการสื่อสารไปยังผู้เกี่ยวข้องให้หลากหลายช่องทาง

2. ความพึงพอใจต่อการดำเนินงานตามบทบาทภารกิจของสภาองค์กรของผู้บริโภค พบว่า ความพึงพอใจต่อการดำเนินงานตามแผนการดำเนินงานตามบทบาทของสภาองค์กรผู้บริโภค ในปีงบประมาณ 2566 พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นมีช่องทางการติดต่อและประสานงานที่หลากหลาย มีระเบียบและขั้นตอนการทำงานที่เอื้ออำนวยต่อการช่วยเหลือผู้บริโภคที่ประสบปัญหา และเจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ กระตือรือร้นในการให้บริการ และสามารถสร้างความไว้วางใจในการทำงานให้กับผู้บริโภคที่ประสบปัญหา มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเท่ากัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สัญญา เคนาภูมิ และคณะ ที่ว่า ผู้ปฏิบัติงานที่ทำหน้าเป็นผู้ให้บริการ ต้องทราบกระบวนการและขั้นตอน ตั้งแต่เริ่มต้นจนสิ้นสุดการให้บริการ และพึงผู้รับบริการอย่างตั้งใจ ใช้ภาษาสุภาพเหมาะสมและเป็นมิตร ใช้กิริยาวาจาให้บริการด้วยความตั้งใจ ให้คำแนะนำ และมีการสื่อสารคำตอบข้อซักถามอย่างชัดเจน (สัญญา เคนาภูมิ และคณะ, 2562) และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ น้ำลิน เทียมแก้ว ที่ศึกษาความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ ของสำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม โดย



ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ มีความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งจะทำให้สมาชิกของสภาองค์กรของผู้บริโภคมีความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้นตามความคาดหวังที่มากเช่นเดียวกัน (น้ำลีน เทียมแก้ว, 2560) เช่นเดียวกับแนวคิดของ Kotler, P ที่ได้สังเคราะห์นิยามของความคาดหวัง ซึ่งหมายถึงความรู้สึกให้เกิดการนำไปถึงเป้าหมายใน 3 ประเด็น ได้แก่ สิ่งที่ “ควรมี” “ควรเป็น” และ “ควรเกิดขึ้น” ในการให้บริการ ความคาดหวังนับว่าเป็นมาตรฐานของการให้บริการ (Kotler, P., 2003)

3. ข้อเสนอแนะเพื่อการทำงานของสภาองค์กรของผู้บริโภค สภาองค์กรของผู้บริโภคควรมีเวทีและเปิดโอกาสให้ประชาชนและสมาชิกได้แสดงความคิดเห็น และมีส่วนร่วมรับรู้ในเรื่องใหม่ ๆ เพื่อการทำงานเชิงรุกในพื้นที่ และการนำข้อมูลไปขยายผลกับประชาชนให้ได้รับรู้สิทธิและผลประโยชน์ของตนเอง ที่ควรจะได้รับเพื่อป้องกันการถูกเอารัดเอาเปรียบ และส่งต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ที่ให้ความช่วยเหลือผู้บริโภคอย่างทันท่วงที โดยการจัดทำชุดข้อมูลให้แก่องค์กรสมาชิกเพื่อนำไปเผยแพร่ให้กับผู้บริโภค ทั้งแบบผ่านสื่อ โซเชียล และแบบโปสเตอร์ แผ่นพับเพื่อสร้างความเข้มแข็งทางความรู้และปัญญาให้กับศูนย์ระดับภูมิภาคและจังหวัด เป็นตัวกลางประสานงานเครือข่ายสมาชิกทั่วประเทศในการพัฒนาศักยภาพแก่เครือข่ายสมาชิกอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งการสร้างกลไกในการขับเคลื่อนกิจกรรมทั้งในระดับพื้นที่ และระดับจังหวัด ที่เข้มแข็ง รวมถึงมีนโยบายการดำเนินงานที่ชัดเจน มีการวัดผลการดำเนินงานระดับพื้นที่ออกมาให้เป็นรูปธรรม รวมทั้งพัฒนาศักยภาพสมาชิกในด้านต่าง ๆ เช่น การอบรมหลักสูตรใกล้เคียง จากผลการวิจัยดังกล่าว ยืนยันแนวคิดของ McKinsey, Q. เกี่ยวกับเครื่องมือในการวินิจฉัยองค์กรเพื่อค้นหาประเด็นการพัฒนาในอนาคตในเรื่องต่าง ๆ เช่น แนวปฏิบัติในการทำงานของผู้นำองค์กรมีความสัมพันธ์กับงาน บุคลากร และองค์กรซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักนายกรัฐมนตรี ที่ว่าประชาชนมีความเชื่อมั่นและต้องการการสนับสนุนด้านความรู้และการถ่ายทอดองค์ความรู้จากส่วนกลางไปยังส่วนภูมิภาคอย่างเป็นระบบด้วยช่องทางที่หลากหลาย (McKinsey, Q., 2008)

สรุปและข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่า ความพึงพอใจและคาดหวังจากองค์กรสมาชิกเครือข่ายภาคใต้ ต่อแผนงานที่ 1: แผนสนับสนุนและการดำเนินคุ้มครองพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค พบว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ 3.94 และความคาดหวังอยู่ในระดับมาก คือ 4.45 แผนงานที่ 2: แผนพัฒนานโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค พบว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ 3.80 และความคาดหวังอยู่ในระดับมาก คือ 4.33 แผนงานที่ 3: แผนสนับสนุนหน่วยงานประจำจังหวัด พบว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ 3.95 และความคาดหวังอยู่ในระดับมาก คือ 4.33 และ แผนงานที่ 4: แผนสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค พบว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ 4.03 และความคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุด คือ 4.51 สรุปรวความพึงพอใจต่อการดำเนินงานตามบทบาทภารกิจของสภาองค์กรของผู้บริโภค เท่ากับ 3.56 และ ผู้วิจัยมีข้อสังเกตและนำไปสู่ข้อเสนอแนะ ในการดำเนินงานของสภาองค์กรของผู้บริโภค เรื่องการกระจายอำนาจ และการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับองค์กร รวมถึงการคุ้มครองผู้บริโภค สภาองค์กรของผู้บริโภค ต้องมีกระจายงบประมาณ อำนาจและบทบาทให้การดำเนินงานให้กับสมาชิกเครือข่าย เพื่อการขับเคลื่อนกิจกรรมลงสู่ระดับพื้นที่ และการวัดผลการดำเนินงานเชิงพื้นที่อย่างเป็นรูปธรรม โดยการจัดทำเป็นแผนพัฒนาส่วนกลาง และแผนพัฒนาในส่วนภูมิภาค โดยนำเครือข่ายเข้าร่วมทำแผน เพื่อให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมในการทำงานและเข้าใจในบทบาทการทำงานร่วมกันกับสภาองค์กรของผู้บริโภคมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2557). การวิเคราะห์เชิงปริมาณ Quantitative Analysis. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- จิราวรรณ ยิ้มปลื้ม. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารในองค์การสำนักงานคณะกรรมการป้องกันประเทศและการปราบปรามแห่งชาติการทุจริต (ป.ป.ช.). ใน รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- น้ำลิน เทียมแก้ว. (2560). ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของสำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ประจำปีการศึกษา 2559. มหาสารคาม: สำนักวิทยบริการมหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- วรรณนา ศรีวิริยานุภาพ และคณะ. (2566). การพัฒนาเกณฑ์ขั้นพื้นฐานประเมินคุณภาพขององค์กรผู้บริโภคและการรับรององค์กร เพื่อสนับสนุนการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย. วารสารเกษตรกรรมไทย, 15(1), 227-237.
- ศิริภัสสรค์ วงศ์ทองดี. (2559). การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์.
- สภาองค์กรของผู้บริโภค. (2567). แผนกลยุทธ์ของสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2567 - 2571). เรียกใช้เมื่อ 15 พฤษภาคม 2567 จาก <https://www.tcc.or.th/3d-flip-book/แผนกลยุทธ์ของสำนักงานส/>
- สัญญา เคนาภูมิ และคณะ. (2562). การสำรวจความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลม่วง อำเภอมหาชนะชัย จังหวัดยโสธร. ใน รายงานการวิจัย . มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- Antonides, G. & Van R, W. F. (1998). Consumer Behavior: An European Perspective. Chichester: John Wiley and Sons.
- Best, J. W. (1986). Research in education. (4th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Johnson, B. & Christensen, L. (2004). Educational Research: Quantitative, Qualitative and Mixed Approach. (2nd ed.). Boston: Pearson Education.
- Kotler, P. (2003). Marketing management. (11th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- McKinsey, Q. (2008). Enduring Ideas: The 7-S Framework. Retrieved May 15, 2024, from <https://www.mckinsey.com/capabilities/strategy-and-corporate-finance/our-insights/enduring-ideas-the-7-s-framework>.