

ชื่อภาคนิพนธ์	:	การมีส่วนร่วมของประชาชนในกรุงเทพมหานครต่อมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคของกรมการค้าภายใน
ชื่อผู้เขียน	:	นางสาวยานี หล้าอยู่
ชื่อปริญญา	:	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม)
ปีการศึกษา	:	2549

การศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนในกรุงเทพมหานครต่อมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคของกรมการค้าภายในโดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในกรุงเทพมหานครต่อมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคของกรมการค้าภายใน 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในกรุงเทพมหานครต่อมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคของกรมการค้าภายใน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรในเขตบางกอกน้อย เขตตลิ่งชัน และเขตทวีวัฒนา ได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง และเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือแบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ t-test และ F-test

ผลการศึกษา

1. กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุตั้งแต่ 20 ปี ขึ้นไป สถานภาพโสดมากกว่าสมรส จำนวนสมาชิกในครอบครัวมีตั้งแต่ 3-6 คน การศึกษาเกือบครึ่งหนึ่ง จบปริญญาตรี รองลงมาจบมัธยมศึกษาและอนุปริญญา อาชีพ เกือบครึ่งหนึ่งมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน นอกจากนั้นเป็นข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ นักเรียน นักศึกษา รับจ้างทั่วไปและแม่บ้าน รายได้ มากกว่าครึ่งหนึ่งมีรายได้ตั้งแต่ 10,001 บาท ขึ้นไป

2. การมีส่วนร่วมของประชาชนในกรุงเทพมหานครต่อมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคของกรมการค้าภายใน ภาพรวมพบว่า การมีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภคอยู่ในระดับน้อย และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า การมีส่วนร่วมในด้านการคุ้มครองผู้บริโภคอยู่ในระดับปานกลาง แต่ในด้านการแจ้งเบาะแสแก่ทางราชการอยู่ในระดับน้อย

3. ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในกรุงเทพมหานครต่อมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคของกรมการค้าภายในจากการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่

- อายุ โดยกลุ่มอายุไม่เกิน 20 ปี มีส่วนร่วมต่อมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคของกรมการค้าภายในมากกว่ากลุ่มที่มีอายุมากกว่า 20 ปีขึ้นไป

- ระดับการศึกษา โดยกลุ่มที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา และ ปวช. มีส่วนร่วมต่อมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคของกรมการค้าภายในมากกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับ ปวช. ขึ้นไป
- อาชีพ โดยกลุ่มที่เป็นนักเรียน นักศึกษา มีส่วนร่วมต่อมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคของกรมการค้าภายในมากกว่ากลุ่มที่มีอาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน รับจ้างทั่วไป และแม่บ้าน
- รายได้ โดยกลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,001 มีส่วนร่วมต่อมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคของกรมการค้าภายในมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้สูงกว่า 5,000 ขึ้นไป
- การรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคจากสื่อประชาสัมพันธ์ โดยกลุ่มที่มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคจากสื่อประชาสัมพันธ์มาก จะมีส่วนร่วมต่อมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคของกรมการค้าภายในมากกว่ากลุ่มที่มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคน้อย
- การรักษาสิทธิประโยชน์ของตนเองในการซื้อสินค้า โดยกลุ่มที่มีระดับการปฏิบัติในการรักษาสิทธิประโยชน์ของตนเองในการซื้อสินค้ามาก จะมีส่วนร่วมต่อมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคของกรมการค้าภายในมาก

ข้อเสนอแนะ

1. กรมการค้าภายในและหน่วยงานของรัฐที่มีอำนาจหน้าที่ในการคุ้มครองผู้บริโภค ควรมีการกำหนดแผนการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และประชาสัมพันธ์ให้ชัดเจนทั้งในส่วน of อำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบของหน่วยงาน ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาให้ประชาชนได้รับทราบ รวมทั้งควรมีการบูรณาการระหว่างหน่วยงานเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความรู้ความเข้าใจในกรณีที่ประสบปัญหาไม่ได้รับความเป็นธรรมในการซื้อสินค้าและบริการว่าหน่วยงานใดรับผิดชอบเกี่ยวกับเรื่องใด เช่น กรมการค้าภายในดูแลให้เกิดความเป็นธรรมในเรื่องราคา และปริมาณสินค้า สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคดูแลด้านฉลาก การโฆษณา และด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคที่ไม่มีหน่วยงานอื่นดูแล
2. ควรมีการจัดฝึกอบรม หรือประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ อย่างทั่วถึง และต่อเนื่องให้กับผู้บริโภค เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภคตระหนักถึงความสำคัญในการปกป้องสิทธิประโยชน์ของตนเอง ผลดีผลเสียที่จะได้รับในการรู้จักรักษาสิทธิประโยชน์ของตนเองที่พึงได้รับการคุ้มครองตามกฎหมาย รวมทั้งให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ และร้านค้าให้รับรู้ถึงจริยธรรมของผู้ประกอบการหน้าที่และบทบาทของไทยในกรณีไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย หรือประกาศ
3. ควรมีการส่งเสริมและพัฒนาการจัดตั้งชมรมผู้บริโภคอย่างจริงจังเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถรวมกลุ่มเพื่อรวมพลังในการสร้างอำนาจการต่อรองเมื่อไม่ได้รับความเป็นธรรมทางการค้า เพื่อพิทักษ์รักษาสิทธิประโยชน์ของตนเอง

ABSTRACT

181248

Title of Research Paper : Bangkok People's Participation in Enforcing the Consumer Protection Measures of the Department of Internal Trade

Author : Miss Yanee Layoo

Degree : Master of Arts (Social Development)

Year : 2006

The two objectives of the study were (1) to find out the level of Bangkok people's participation in enforcing the consumer protection measures of the Department of Internal Trade, and (2) to reveal the factors influencing their participation in enforcing the consumer protection measures.

The data were collected from 200 people in Bangkoknoi District, Talingchan District, and Thaweewattana District. They were selected by purposive sampling. A questionnaire was employed to use as the research instrument. The descriptive statistics, i.e., frequency, percentage, mean, and standard deviation, were used to describe the data, while t-test and F-test were used to test the hypotheses.

The findings were summarized below.

1. The number of women outnumbered that of men. They were 20 years old or more. Most of them were single. They had 3-6 members in their families. Nearly half had a Bachelor's degree; next were those who completed secondary school or received an Associate of Arts degree. Nearly half were company employees and the rest were government officials, state enterprise employees, school and university students, general workers and housewives. More than half earned a monthly income of 10,000 baht or higher.

2. The Bangkok people in the study were found to participate in enforcing the consumer protection measures at a low level. In fact, they were found to participate in consumer protection at a moderate level and informed the agency concerned about the sellers' taking advantage over the consumers at a low level.

3. When the hypotheses were tested to find out the relationship between the Bangkok people's participation in enforcing the consumer protection measures of the Internal Trade Department and their personal factors, the following were found.

1. **Age.** The people who were younger than 20 years old participated in this activity more than those who were older.

2. **Education.** Those who completed secondary school participated in enforcing the consumer protection measures more than those whose education was vocational school or higher.

3. **Occupation.** The school and university students participated in this activity more than government officials, state enterprise employees, company employees, general employees and housewives.

4. **Income.** Those whose income was below 5,000 baht participated in this activity more than those whose income was higher than 5,001 baht.

5. **Access to consumer protection news and information through the mass media.** Those who got more information from the mass media participated in this activity more than those who got less information.

6. **Production of one's own rights and benefits when making a purchase.** Those who protected their own rights and benefits when they bought goods and services participated in this activity more than their counterparts.

Recommendations

1. The Department of Internal Trade and other public agencies concerned should set up an operational plan to protect consumers and publicize their responsibilities, authority and performance. It should integrate its task with other agencies so that the consumers will know where they should contact when they are taken advantage of in buying good and services. For example, the Internal Trade Department will control the prices and the quantity of goods. The Consumer Protection Commission Office will look after labels, advertisements and others that are not taken care of by other public agencies.

2. Consumers should continuously be informed through different type of mass media so that they would realize the importance of protecting their own rights and benefits and the advantages and the disadvantages of doing so. The entrepreneurs and the store owners should be informed of the penalty when violating the laws or notices.

3. A consumers club should be formed so that they can have a bargaining power to protect their own rights when they are taken advantage over by the sellers or the suppliers.