

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

ผลการศึกษาที่ได้จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่กลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 10 คนประกอบด้วยเภสัชกร 8 คน นักวิชาการสาธารณสุข 1 คน และเจ้าพนักงานสาธารณสุขชุมชน 1 คน การสัมภาษณ์เรื่องประสิทธิภาพการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของกลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่แบ่งออกเป็น 6 ด้าน ได้แก่ ความชัดเจนของนโยบาย ความเข้าใจในนโยบาย โครงสร้างการดำเนินงาน มาตรการควบคุมผู้ประกอบการ การติดต่อประสานงาน บุคลากรและงบประมาณ จากผลการสัมภาษณ์พบว่านโยบายและแผนการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคมีความชัดเจนมาก เพราะทั้งยุทธศาสตร์และตัวชี้วัดมีตัวบ่งชี้ที่ชัดเจนเป็นรูปธรรมอยู่แล้ว ดังนั้นนโยบายและแผนการดำเนินงานจึงมีเป้าหมายที่ชัดเจน ในส่วนการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่มีนโยบายการดำเนินงานที่ชัดเจนเช่นเดียวกันตามที่กำหนดไว้ในส่วนของวาระแห่งชาติ นโยบายรัฐบาลและเจ้าหน้าที่มีความเข้าใจในนโยบายเหล่านั้นอยู่ในระดับดี เพราะโดยภาพรวมสามารถทำให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลข่าวสารเพิ่มมากขึ้นจากสื่อและการณรงค์ต่างๆ ผู้บริโภคจึงตระหนักถึงสิทธิของตนเองพึงได้รับการคุ้มครองจากการบริโภคมากขึ้น ผู้บริโภคเกิดความรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องในการตัดสินใจเพื่อการบริโภคมากยิ่งขึ้น

การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในปัจจุบันซึ่งเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนดทำให้ไม่สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงและสถานการณ์ในปัจจุบันเท่าที่ควร การดำเนินงานอาจไม่ได้ผลดีและให้การคุ้มครองผู้บริโภคได้ดีเท่าที่ควร เนื่องจากปัจจุบันนี้มีปัจจัยทางด้านการตลาดที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาเช่นการแข่งขันทางด้านราคา สื่อโฆษณาต่างๆ รูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ผู้ประกอบการธุรกิจบางแห่งจึงยังไม่เห็นด้วยที่จะปฏิบัติตามที่กฎหมายกำหนดเพราะกฎหมายบางอย่างไม่เอื้อต่อสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงต่างๆ ในปัจจุบัน แต่ผู้ประกอบการก็ให้ความสนใจและให้ความร่วมมือมากขึ้นเพราะมาตรการทางกฎหมายและบทลงโทษที่เข้มงวดขึ้น ตลอดจนมีการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการมากขึ้นรวมถึงการณรงค์ต่างๆ

ด้านบุคลากรมีจำนวนบุคลากรไม่เพียงพอเนื่องจากมีงานที่ต้องดำเนินการหลายด้านและจำนวนสถานประกอบการที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นตามการแข่งขันของตลาดที่สูงขึ้น นอกจากนี้เจ้าหน้าที่ในระดับอำเภอยังขาดสมรรถนะในการดำเนินงานได้ดีเท่าที่ควรจึงส่งผลให้การดำเนินงานไม่มีประสิทธิผลเท่าที่ควร ส่วนในด้านงบประมาณได้รับการจัดสรรที่เพียงพอแต่ไม่ตรงกับความต้องการที่จะใช้ และมีข้อจำกัดในการเบิกจ่ายเนื่องจากกฎระเบียบที่มากมายหลายขั้นตอนทำให้การเบิกจ่ายงบประมาณมีความล่าช้า

การติดต่อประสานงานทั้งภายในและภายนอกหน่วยงานอยู่ในระดับดีพอสมควร แต่ยังขาดการวางแผนร่วมกัน แต่การติดต่อประสานงานในองค์กรที่มีขนาดใหญ่จะมีระบบและขั้นตอนที่ยุ่งยากทำให้เกิดความล่าช้าในการดำเนินงาน

ผลการศึกษาที่ได้จากการแจกแบบสอบถามของประชาชนซึ่งเป็นผู้บริโภคจำนวน 400 คนในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ มีผลการศึกษารูปได้ดังนี้

1) ลักษณะส่วนบุคคลพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 56.0 อายุส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุไม่ต่ำกว่า 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.8 ระดับการศึกษาของผู้บริโภคส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 45.8 อาชีพส่วนใหญ่ของผู้บริโภคเป็นลูกจ้างหรือพนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 25.8 รายได้โดยส่วนใหญ่ของผู้บริโภคต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 49.0

2) พฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคทั้ง 4 ด้านพบว่าผู้บริโภคมีความรู้ในการบริโภคสูงเป็นอันดับแรก รองลงมา ได้แก่ การให้ความสนใจข้อมูลข่าวสาร การตระหนักถึงสิทธิของผู้บริโภค และคำนึงในการบริโภคของผู้บริโภค ตามลำดับ

3) ประสิทธิภาพการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.26) เมื่อพิจารณาตามวัตถุประสงค์สำคัญของการคุ้มครองผู้บริโภคซึ่งผู้บริโภคพึงได้รับการคุ้มครองตามสิทธิของผู้บริโภคพบว่าสิทธิที่จะได้รับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ปลอดภัยต่อสุขภาพอยู่ในระดับสูง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.43) รองลงมาได้แก่สิทธิที่จะได้รับข้อมูลข่าวสารและคำพรณนาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้องเพียงพอและครบถ้วน (ค่าเฉลี่ยรวม 3.36) และสิทธิที่จะได้รับการชดเชยความเสียหายหรืออันตรายจากการใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพ (ค่าเฉลี่ยรวม 2.99) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และการเปรียบเทียบความแตกต่างของข้อมูล

1) ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคต่อประสิทธิผลการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ความสนใจข้อมูลข่าวสารของผู้บริโภค การตระหนักถึงสิทธิของผู้บริโภค ค่านิยมในการบริโภค ความรู้ในการบริโภค พบว่า พฤติกรรมทั้ง 4 ด้านมีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิผลการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพในระดับต่ำ

2) ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อประสิทธิผลการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภค พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อประสิทธิผลการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพแตกต่างกัน

3) ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภค พบว่าเพศและระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลทำให้ความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคแตกต่างกัน ในขณะที่อายุ อาชีพ รายได้ ที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคแตกต่างกัน

5.2 อภิปรายผล

1. ผลการศึกษาประสิทธิผลการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพิพัฒน์ สุดใจประภารัตน์ (2542) ที่ศึกษาประสิทธิผลในการทำงานของคณะกรรมการบริหารโครงการพัฒนาสถานีตำรวจเพื่อประชาชน ศึกษาเฉพาะกรณีสถานีตำรวจในสังกัดกองบังคับการตำรวจนครบาล 6 พบว่า ประสิทธิผลในการทำงานของคณะกรรมการสถานีตำรวจอยู่ในระดับปานกลาง แต่แตกต่างจากงานวิจัยของชูเกียรติ ศิริเทพประไพ (2539) ที่ศึกษาประสิทธิผลการดำเนินงานของหน่วยแพทย์เคลื่อนที่โรงไฟฟ้าแม่เมาะ พบว่าประชาชนมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของหน่วยแพทย์เคลื่อนที่โรงไฟฟ้าแม่เมาะในระดับสูงและส่วนใหญ่มีความต้องการใช้บริการเพราะสะดวก ใกล้บ้าน ไม่ต้องเดินทางไกล ในด้านการดำเนินงานที่ผ่านมาทั้งเจ้าหน้าที่และประชาชนเห็นว่าหน่วยแพทย์เคลื่อนที่โรงไฟฟ้าแม่เมาะบรรลุประสิทธิผลที่กำหนดไว้ค่อนข้างสูง

ประสิทธิผลการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพสามารถพิจารณารายละเอียดจากวัตถุประสงค์ของการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ดังนี้

1) ผู้บริโภคได้รับข้อมูลข่าวสารและคำพรรณนาที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง เพียงพอและครบถ้วน

ผู้บริโภคเห็นว่าผลิตภัณฑ์สุขภาพที่จำหน่ายอยู่ในปัจจุบันมีหลากหลายชัดเจนและอยู่ในสภาพสมบูรณ์ รายละเอียดของผลิตภัณฑ์สุขภาพบนฉลากมีการระบุทั้งวันหมดอายุ วิธีการใช้ และคำเตือนต่างๆหรือสรรพคุณที่ชัดเจนเช่นเดียวกัน แต่เนื่องจากในปัจจุบันนี้มีการแข่งขันทางด้านโฆษณาหรือส่งเสริมการตลาดของผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายเพิ่มมากขึ้นซึ่งทำให้ผลิตภัณฑ์สุขภาพมีรูปแบบออกมาแตกต่างกันและมีจุดขายที่พยายามจะดึงดูดผู้บริโภคในรูปแบบที่แตกต่างกันไป ตามแต่ละกลยุทธ์ของผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย การระบุสรรพคุณหรือคุณสมบัติต่างๆจึงอาจจะไม่ได้ระบุถึงข้อควรระวังหรือผลข้างเคียงไว้ครบถ้วนทั้งหมดทำให้เมื่อผู้บริโภคนำผลิตภัณฑ์สุขภาพไปบริโภคอาจจะเกิดการแพ้หรือไม่ได้รับผลิตภัณฑ์ที่มีสรรพคุณหรือคุณสมบัติต่างๆตรงตามที่ระบุไว้บนฉลาก หรืออาจจะเป็นเพราะว่าผู้บริโภคสนใจแต่เฉพาะรูปแบบภายนอกหรือพิจารณาจากคำโฆษณาต่างๆทำให้ผู้บริโภคอาจจะละเลยในการพิจารณาคุณสมบัติและรายละเอียดก่อนการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ การขยายตัวทางการตลาดและการแข่งขันที่รุนแรงในทุกๆผลิตภัณฑ์ ทำให้รัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่อาจจะสามารถควบคุมและตรวจสอบสถานที่ผลิตหรือจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุขภาพได้ครอบคลุมทั้งหมด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศรีสุภาภักดิ์ แจ่มสว่าง (2540) ที่ศึกษาบทบาทของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในการกำกับดูแลด้านการโฆษณาสินค้า พบว่า ผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจในสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เรื่องการสั่งห้ามใช้ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริงสูงสุด และมีความเข้าใจในเรื่องการให้ผู้บริโภคได้รับข่าวสารที่ถูกต้องอยู่ในระดับต่ำสุด ทั้งนี้จะเป็นเพราะว่าขาดบุคลากรที่เพียงพอต่อการปฏิบัติงานหรือขาดการจัดสรรงบประมาณ เครื่องมือหรืออุปกรณ์ต่างๆที่เหมาะสมและตรงต่อการดำเนินงานในส่วนนี้

2) ผู้บริโภคได้รับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ปลอดภัยต่อสุขภาพ

ปัจจุบันนี้ผู้บริโภคได้รับผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ปลอดภัยต่อสุขภาพในระดับดีเพราะการรณรงค์จากสื่อต่างๆและการให้ความรู้แก่ผู้บริโภคในเรื่องความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์มีมากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคให้ความใส่ใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์เพิ่มมากขึ้น โดยก่อนจะตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จะพิจารณาถึงวันหมดอายุ ลักษณะผลิตภัณฑ์ เครื่องหมายรับรองคุณภาพหรือความปลอดภัยที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่ดูแลผลิตภัณฑ์นั้นเป็นที่เรียบร้อยแล้ว แต่ผู้บริโภคอาจจะมีโอกาสที่จะได้รับผลิตภัณฑ์ที่ไม่ปลอดภัยต่อการบริโภคเพราะผลิตภัณฑ์สุขภาพที่อยู่ในการคุ้มครองจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพและได้รับการอนุญาตให้จำหน่ายได้จากทาง

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือเป็นสินค้าที่ควบคุมฉลากตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และนอกจากนี้ในปัจจุบันยังมีการแข่งขันทางการตลาดมากขึ้น กลยุทธ์ทางการตลาดจึงเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องเพิ่มมากขึ้นทำให้ยังอาจจะมีสถานที่ผลิตหรือจำหน่ายที่ยังไม่ขอรับการอนุญาตทำการผลิตหรือจำหน่ายผลิตภัณฑ์ซึ่งรัฐอาจจะไม่สามารถควบคุมและตรวจสอบได้ทั่วถึงและครอบคลุมทั้งหมด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนิโรธ เจริญประกอบ (2541) ที่ศึกษาการบังคับใช้กฎหมายกับการคุ้มครองผู้บริโภคด้านฉลากตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 พบว่าองค์กรของรัฐไม่สามารถให้ความคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง ซึ่งได้แก่ บทบัญญัติแห่งกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคด้านฉลากยังมีข้อบกพร่องเกี่ยวกับการกำหนดลักษณะของฉลาก หน้าทีพิสูจน์แสดงความจริงในสาระสำคัญของสินค้าที่ควบคุมฉลาก องค์กรผู้บังคับใช้กฎหมาย การดำเนินคดีเพื่อพิจารณาและชดเชยความเสียหายให้แก่ผู้บริโภค

3) ผู้บริโภคได้รับการชดเชยความเสียหายอันเกิดจากการใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพ

เมื่อผู้บริโภคได้รับความเสียหายอันเกิดจากการใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพ ยังคงมีผู้บริโภคที่ไม่ทราบว่าตนเองมีสิทธิที่จะร้องเรียนและไม่ทราบว่าต้องไปร้องเรียนกับหน่วยงานใด นอกจากนี้ยังเห็นว่าการดำเนินงานและรับทราบร้องเรียนนั้นมีขั้นตอนที่ยุ่งยากและเสียเวลา ทำให้ผู้บริโภคไม่เห็นความสำคัญที่จะไปร้องเรียนเพื่อให้ทางหน่วยงานพิจารณาและดำเนินคดีให้ผู้ประกอบธุรกิจชดเชยค่าเสียหายหรืออันตรายจากการใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอิทธิพร แก้วทิพย์ (2539) ที่ศึกษาปัญหาการบังคับใช้พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 พบว่าการบังคับใช้กฎหมายเพื่อการชดเชยเยียวยาให้แก่ผู้บริโภคที่ได้รับความเสียหายจำเป็นต้องหันกลับไปใช้หลักกฎหมายและกระบวนการเพื่อการชดเชยเยียวยาตามกระบวนการกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ซึ่งก่อให้เกิดอุปสรรคอย่างมาก และยังมีปัญหาอุปสรรคในเรื่องอื่นๆ เช่น การจัดองค์กร มาตรการทางกฎหมาย และมาตรการทางปกครองในการคุ้มครองผู้บริโภคทำให้การคุ้มครองผู้บริโภคไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร

แต่ทั้งนี้การดำเนินงานอาจจะมีปัญหาและผู้บริโภคอาจจะไม่ได้รับความช่วยเหลืออย่างได้ผลดีเท่าที่ควรเพราะบทบัญญัติของพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ไม่ได้มีบทบัญญัติให้ผู้ประกอบธุรกิจต้องชดเชยค่าเสียหายโดยตรงอันเกิดจากสินค้าที่ตนผลิตหรือจำหน่าย (Product Liability) โดยตรงทำให้ผู้ประกอบการบางรายไม่ยินดีจ่ายค่าชดเชยหากผู้บริโภคเกิดความเสียหายจากการใช้ผลิตภัณฑ์ และไม่ยินดียอมรับคืนผลิตภัณฑ์หรือเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ให้ใหม่หากผลิตภัณฑ์มีสภาพไม่สมบูรณ์หรือผู้บริโภคเกิดความไม่พึงพอใจเมื่อใช้ผลิตภัณฑ์นั้นแล้ว

2. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการบริโภครองผู้บริโภครองต่อประสิทธิผลการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ความสนใจข้อมูลข่าวสารของผู้บริโภค การตระหนักถึงสิทธิของผู้บริโภค ค่านิยมในการบริโภค ความรู้ในการบริโภค พบว่ามีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิผลการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพในระดับต่ำ ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะว่า

1) ประสิทธิผลการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพขึ้นอยู่กับ การดำเนินงานของเจ้าหน้าที่รัฐและการให้ความร่วมมือของผู้ประกอบธุรกิจ นอกเหนือจากผู้บริโภคที่ได้รับการคุ้มครองโดยตรง

2) ผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้ออาจจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่นอกเหนือผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคุ้มครองซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพและได้รับการอนุญาตให้จำหน่ายได้ ซึ่งอาจจะเป็นเพราะคำเชิญชวนของผู้จำหน่าย บุคคลรอบข้าง รวมทั้งคำโฆษณาตามสื่อต่างๆรวมทั้งในฉลากผลิตภัณฑ์ ประกอบกับการเชื่อมั่นในยี่ห้อผลิตภัณฑ์นั้นอยู่แล้วหรืออาจจะเห็นว่าเป็นสินค้าที่นำเข้าจากต่างประเทศน่าจะมีคุณภาพที่น่าเชื่อถือได้ รวมทั้งการตัดสินใจซื้อในขณะนั้นอาจจะใช้อารมณ์และความรู้สึกเป็นตัวตัดสินใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของมยุร กล้าณรงค์ (2544) ที่ศึกษาสถานการณ์งานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่าการรู้จักบริโภคของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสงครามยังอยู่ในระดับที่ต้องปรับปรุงแต่มีการพัฒนาตนเองในระดับที่น่าพอใจ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่มีจำหน่ายมีปัญหาน้อย เช่นเดียวกับการกระจายของผลิตภัณฑ์ที่ไม่ถูกต้อง ด้านผู้บริโภคได้รับข้อมูลผลิตภัณฑ์สุขภาพจากโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือเจ้าหน้าที่สาธารณสุข หนังสือพิมพ์ วิทยุ แพทย์ เภสัชกรและพยาบาลตามลำดับ อีกทั้งด้านความคิดเห็นของผู้บริโภคยังเห็นว่าราคาของผลิตภัณฑ์แพงเกินไป และความเสมอภาคในการคุ้มครองน้อยกว่าประชาชนในกรุงเทพฯ หรืออำเภอเมือง การได้รับการชดเชยเมื่อเกิดความเสียหายได้รับการตอบสนองจากทางราชการเมื่อร้องเรียน

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค

1. ควรจะมีการจัดทำเอกสารเพื่อให้ความรู้แก่ประชาชนในเรื่องหน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสาธารณสุข โดยให้ข้อมูลเกี่ยวกับขอบข่ายของงานอย่างคร่าวๆ หน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบ และที่ตั้งของหน่วยงาน เพื่อให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจมากขึ้น ในเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสาธารณสุข รวมทั้งสามารถเข้าใจว่าตนเองมีสิทธิในเรื่องใดบ้าง โดยเฉพาะด้านการร้องเรียนเมื่อมีปัญหาเกิดขึ้น

2. ใช้สื่อเพื่อให้ความรู้แก่ผู้บริโภคในเรื่องการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้องซึ่งอาจจะพิจารณาจากกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก อย่างการรณรงค์ในกลุ่มเด็กและเยาวชน ก็ควรจะทำสื่อที่คาดว่าจะเข้าถึงกลุ่มนี้ให้ได้มากที่สุด ซึ่งอาจจะแนะนำผ่านทางเว็บไซต์ของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่โดยใช้รูปแบบที่น่าสนใจและภาษาที่เข้าใจง่าย อาจจะศิลปินดารานักร้องมาเพิ่มสีสันในการดึงดูดให้เด็กและเยาวชนเข้ามาอ่านเพิ่มมากขึ้น การรณรงค์ในกลุ่มเด็กและเยาวชนนอกจากจะเป็นผลดีต่อเด็กและเยาวชนเอง ยังอาจจะส่งผลดีต่อกลุ่มผู้ใหญ่ บุคคลใกล้ชิดต่างๆ เพราะเมื่อเด็กและเยาวชนเข้าใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้องจากข้อมูลต่างๆ ในเว็บไซต์ก็จะสามารถอธิบายหรือพูดบอกต่อให้บุคคลเหล่านั้นเข้าใจได้ด้วย

3. การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ควรจะมีการประชุมปรึกษาหารือร่วมกันทั้งภายในและภายนอกหน่วยงานเพิ่มมากขึ้นเพื่อรับทราบปัญหาที่เกิดขึ้นทั้งในส่วนของงานและบุคลากร และวางแผนการดำเนินงานที่จะแก้ปัญหาเหล่านั้นร่วมกันเพื่อให้งานสำเร็จลุล่วงได้ดียิ่งขึ้น

4. การดำเนินงานภายใต้ปัญหามูลาการที่มีอยู่จำกัดควรจะมีการสร้างแรงจูงใจเพื่อช่วยให้นักวิชาการพัฒนาตนเองและใช้ศักยภาพอย่างเต็มที่ ซึ่งจะส่งผลให้การดำเนินงานสามารถมุ่งไปในแนวทางเดียวกันกับเป้าหมายและแผนปฏิบัติการที่ตั้งไว้ รวมทั้งควรจะมีการตรวจประเมินความใส่ใจและสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการปฏิบัติงานของบุคลากร ทั้งนี้เป็นไปตามแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐในหมวดที่ 5 การมุ่งเน้นทรัพยากรบุคคล (แหล่งที่มา www.opdc.go.th) ในส่วนของงบประมาณก็อาจจะจัดสรรงบประมาณที่ได้รับมาลดหลั่นตามลำดับความสำคัญของงาน

5. การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพในระดับอำเภอที่มีหน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบอยู่หลายหน่วยงานอาทิเช่นสำนักงานสาธารณสุขอำเภอ สถานีอนามัย โรงพยาบาลทั่วไป โรงพยาบาลชุมชน เป็นต้น ควรจะมีการอบรมเจ้าหน้าที่ในแต่ละหน่วยงานอยู่ตลอดเวลาเพื่อเพิ่มศักยภาพในการคุ้มครองผู้บริโภคในแต่ละพื้นที่ได้เพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ควรจะมีการศึกษาวิจัยปัญหาที่เกิดขึ้นในแต่ละเฉพาะพื้นที่เพื่อที่จะแก้ปัญหาและดำเนินการคุ้มครองบริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. “สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา” เป็นสิทธิของผู้บริโภคที่ได้บัญญัติขึ้นอีกประการตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคพ.ศ.2522 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติ

คุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2541 ซึ่งเป็นสิทธิที่อยู่นอกเหนือขอบเขตการศึกษาครั้งนี้ จึงควรจะมีการศึกษาถึงสิทธินี้เพิ่มเติมในการศึกษาครั้งต่อไป

2. ศึกษามุ่งเน้นไปที่ความรู้ความเข้าใจของประชาชนในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค ทั้งการคุ้มครองผู้บริโภคทั่วไปและการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสาธารณสุข เพราะในปัจจุบันนี้ ประชาชนยังไม่เข้าใจการดำเนินงานและหน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบของงานคุ้มครองผู้บริโภคทั้ง 2 ด้านมากเท่าที่ควร ทำให้เมื่อมีปัญหาจึงไม่ทราบว่าควรจะไปร้องเรียนที่ใดและมีขั้นตอนอย่างไร

3. ในการดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภคทั่วไปในส่วนของ การดูแลรับผิดชอบในแต่ละ จังหวัดจะอยู่ที่คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด ณ ศาลากลางจังหวัดซึ่งอาจจะ ศึกษาการดำเนินงานในส่วนนี้ได้ ส่วนในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสาธารณสุขจะแบ่ง ออกเป็น 2 ด้านคือด้านบริการสาธารณสุขและด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ในการศึกษาครั้งนี้ศึกษาใน ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพเพียงด้านเดียว ดังนั้นเพื่อให้เห็นประสิทธิผลและปัญหาของการดำเนินงาน คุ้มครองผู้บริโภคด้านสาธารณสุขที่ชัดเจนมากขึ้นจึงควรศึกษางานอีกด้านหนึ่งประกอบกัน

4. ถ้าจะศึกษาการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสาธารณสุขก็อาจจะศึกษาในแนวทาง การดำเนินงานซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ด้านใหญ่ๆ ได้แก่

- 1) การควบคุมก่อนที่ผลิตภัณฑ์สุขภาพจะออกสู่ท้องตลาด (Pre-marketing Control)
- 2) การติดตามตรวจสอบเมื่อผลิตภัณฑ์สุขภาพออกสู่ท้องตลาดแล้ว (Post-marketing control)
- 3) การเฝ้าระวังความปลอดภัย (Surveillance)
- 4) การเผยแพร่ความรู้และพัฒนาพฤติกรรมผู้บริโภคของประชาชน
- 5) การส่งเสริมและประสานงานทางวิชาการ

5. การศึกษาประสิทธิผลการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคสามารถศึกษาในหน่วยงานของ ภาครัฐอื่นๆที่ทำหน้าที่ในการคุ้มครองผู้บริโภคตามกฎหมายอื่นที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค นอกเหนือไปจากพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 และแก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ.2541 อาทิเช่น สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กรมการค้าภายใน กรมวิชาการเกษตร กรมที่ดิน สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เป็นต้น

6. ปัจจุบันนี้สื่อเข้ามามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการบริโภคของประชาชนมากยิ่งขึ้น ไม่ ว่าจะเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์อย่างการขายสินค้าออนไลน์ (e-commerce) และการรับข้อมูลข่าวสาร ผ่านทางเว็บไซต์ต่างๆ โทรทัศน์ นิตยสาร ป้ายโฆษณา เป็นต้น ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปจึง

ควรจะมีการศึกษาถึงกระบวนการติดต่อสื่อสารผ่านทางสื่อว่าสื่อประเภทใดและรูปแบบของสื่อควรเป็นเช่นใดที่จะสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้มากที่สุดและเกิดประสิทธิภาพมากที่สุด ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางที่จะส่งผลให้การณรงค์ประชาสัมพันธัของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่เกิดประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved