Veridian E-Journal, Silpakorn University
ISSN 1906 - 3431

สถานการณ์และความต้องการแหล่งเรียนรู้ชุมชนด้านการบริโภคในกรุงเทพมหานครในปัจจุบัน*

Currently situation and requirement on Community Learning Center against Consumption in Bangkok

วิมลรัตน์ รุกขวรกุล (Wimonrat Rukkhaworakul)**
อัมพวัลย์ วิศวธีรานนท์ (Ampawan Visavateeranon)***
กัมปนาท บริบูรณ์ (Gumpanat Boriboon)****
ชนกนารถ บุญวัฒนะกุล (Chanoknart Boonyawattanakul)*****

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยในระยะต้น จากหัวข้อวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบแหล่งเรียนรู้ชุมชนด้านการบริโภคในกรุงเทพมหานครเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาสถานการณ์ความรู้ด้านการบริโภค และความต้องการแหล่งเรียนรู้ชุมชนด้านการบริโภคในกรุงเทพมหานคร เพื่อนำไปสู่การพัฒนารูปแบบแหล่งเรียนรู้ชุมชนด้านการบริโภคในกรุงเทพมหานคร การดำเนินการวิจัยประกอบด้วย 2 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาสถานการณ์ความรู้ด้านการบริโภคในปัจจุบัน และขั้นตอนที่ 2 ศึกษาความต้องการแหล่งเรียนรู้ชุมชนด้านการบริโภคในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา ประกอบด้วย คณะกรรมการและสมาชิกสมาพันธ์ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคกรุงเทพมหานคร จาก 50 เขตในกรุงเทพมหานคร โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง เฉพาะผู้ที่ได้เข้าร่วมดำเนินโครงการเผยแพร่ความรู้ด้านการบริโภคแล้ว เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สะท้อนสภาพและความต้องการแหล่งเรียนรู้ด้านการบริโภคอย่างแท้จริง จำนวน 50 เขต เขตละ 5 คน เป็นจำนวนทั้งสิ้น 250 คน สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการทางสถิติประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์จากเอกสาร ซึ่งผลการวิจัยพบว่า 1) สถานการณ์เกี่ยวกับแหล่งเรียนรู้ของชุมชนมี 2 ประเด็นหลัก ได้แก่ (1) ขาดการบริหารและการจัดการความรู้ที่เหมาะสม และ (2) ขาดแคลนแหล่งการ

---

* บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรการศึกษาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและการจัดการการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ แขนงวิชาการบริหารการศึกษาตลอดชีวิตเพื่อพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

This article is a part of research requirement for the Doctor Education Degree in Educational Administration and Management, Lifelong Learning for Human Resources Development Subject Area at Graduate School of Srinakharinwirot University.

** นิสิตหลักสูตรการศึกษาดุษฎีบัณฑิต คณะศึกษาศาสตร์ สาขาวิชาการบริหารและการจัดการการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

Doctoral student, Doctor of Education Degree in Educational Administration and Management, Lifelong Learning for Human Resources Development Subject Area at Graduate School of Srinakharinwirot University. email: wimonrat1166@gmail.com

*** อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ดร.อัมพวัลย์ วิศวธีรานนท์ อาจารย์ประจำโพธิวิชชาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

Major Advisor: Dr. Ampawan Visavateeranon, Bhodivijjalaya, Srinakharinwirot University.

**** อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ดร.กัมปนาท บริบูรณ์ อาจารย์ประจำภาควิชาการศึกษาผู้ใหญ่ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

Co-Advisor: Dr. Gumpanat Boriboon, Adult Education Department, Srinakharinwirot University.

***** อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชนกนารถ บุญวัฒนะกุล คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

Co-Advisor: Asst. Prof. Chanoknart Boonyawattanakul, School of Educational Studies, Sukhothaithammathirat Open University.

เรียนรู้ด้านการบริโภค 2) ความต้องการแหล่งเรียนรู้ชุมชนด้านการบริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการแหล่งเรียนรู้ชุมชนด้านการบริโภคในกรุงเทพมหานคร ในด้านความจำเป็นต่อการพัฒนางานคุ้มครองผู้บริโภคในระดับชุมชน ความเป็นประโยชน์ต่อการจัดกิจกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในระยะยาว การเสริมสร้างให้ชุมชนมีความเข้มแข็งสามารถปกป้องดูแลสิทธิผู้บริโภคของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพในระดับมากที่สุด

ผลการศึกษาของงานวิจัยนี้ จะนำไปสู่การเสนอต่อหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนาการจัดการความรู้ด้านการบริโภคที่เหมาะสมกับประชาชนไทย และตรงต่อความต้องการของประชาชนอย่างแท้จริง

คำสำคัญ: ความต้องการแหล่งเรียนรู้ชุมชน/แหล่งเรียนรู้ชุมชนด้านการบริโภค/การศึกษาตลอดชีวิต/แหล่งเรียนรู้ชุมชนด้านการบริโภค/รูปแบบแหล่งเรียนรู้ชุมชนด้านการบริโภคในกรุงเทพมหานคร

Abstract

This article is part of research in the early step of research on the topic ‘The development of Community Learning Center Model against Consumption in Bangkok for enhancing Lifelong Learning’. The objectives of this research are to study the currently situation on consumption knowledge and the requirements of the community learning center against consumption in Bangkok; which will be brought to develop the model of community learning center against consumption in Bangkok. The study consisted of two phases: 1) study the currently condition on consumption knowledge and 2) study the requirements of the community learning center against consumption in Bangkok. The representative samples are composed of the committees and members of Consumer Protection Club Confederation Bangkok from 50 districts in Bangkok, do the purposive sampling only the committees or members who attended in the Consumption Knowledge Dissemination Project in amount of 5 persons from each district, totally 250 persons, to focus and reflect on the real problem and the actually requirement on the community learning center against consumption in Bangkok. The instruments in the research consisted of the questionnaires and statistical methods are frequency, percentage, mean, standard deviation and content analysis. The results of the analysis can reflect as follow; 1) the currently situation in the area of community learning center in 2 main issues such as (1) the deficient of suitable knowledge management and (2) the deficient of learning center against consumption. 2) the requirement on community learning center against consumption in Bangkok found that the sampling need the community learning center in the level ‘highest’ of the rank as the results as follow; to develop consumer protection scheme in community, to be useful for holding consumer protection activities in

Veridian E-Journal, Silpakorn University
ISSN 1906 - 3431

long-term period and to support strengthening of community and efficiency protect their consumer rights.

The results of this research will be presented to the relevant government agencies to develop the management on consumption appropriate to Thai citizen and meet the needs of people.

Keywords: Requirement on community learning center / Community learning center against consumption / Lifelong Learning / The community learning center against consumption/ Community Learning Center Model against Consumption in Bangkok

บทนำ

ในปัจจุบันนี้ การบริโภคมิใช่เป็นเพียงการกินหรือการใช้เพื่อยังชีพเท่านั้น แต่การบริโภคได้กลายเป็นวิถีในการดำเนินชีวิต ซึ่งผู้คนส่วนใหญ่ให้ความสนใจและกระทำต่อๆ กันไป จนกระทั่งกลายเป็นสิ่งที่เรียกว่า “ความนิยมของผู้บริโภค” (Trend of Consumers) สามารถยกตัวอย่างกรณีความนิยมของผู้บริโภคที่เห็นได้ชัด ดังเช่น กรณีโทรศัพท์ไอโฟน ที่สามารถทำให้เกิดกระแสของผู้บริโภค ที่เรียกตัวเองว่า “สาวกไอโฟน” ขึ้นมากมายในหลายพื้นที่ทั่วโลก โดยกลุ่มสาวกนั้นจะจับกลุ่มกัน หาข้อมูล เขียนข้อมูล (Review Information) และส่งต่อข้อมูลเกี่ยวกับสินค้านั้น ทั้งในลักษณะที่มาจากความชื่นชอบ และทั้งในทางตรงกันข้าม จากนั้นจะมีการเผยแพร่ข้อมูลต่อๆกัน (Sharing information) ผ่านทางช่องทางต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ช่องทางอินเทอร์เน็ตจนกระทั่งเกิดเป็นกระแสการบริโภคขึ้น ซึ่งกระแสดังกล่าวนั้น เป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดการตัดสินใจของผู้บริโภค นอกจากนี้ การบริโภคในปัจจุบัน ยังกลายเป็น “การลงทุนขั้นที่หนึ่ง” ของชีวิต ยกตัวอย่างเช่น เมื่อผู้คนต้องการจะเจริญก้าวหน้าในการเรียนหรืออาชีพ ก็จะพยายามยกระดับหรือพัฒนาคุณสมบัติด้านต่างๆ ของตนให้สูงขึ้น ยกตัวอย่างเช่น การพัฒนาทักษะด้านภาษา เพื่อจะมีโอกาสได้เข้าเรียนหรือทำงานในตำแหน่งที่ได้ค่าตอบแทนสูงขึ้น ผู้บริโภคจำเป็นต้อง “ลงทุน” เพื่อไปสมัครเรียนภาษา ซึ่งค่าใช้จ่ายมีตั้งแต่หลักร้อยจนกระทั่งหลักแสน เป็นต้น

จากข้อเท็จจริงดังกล่าว สะท้อนให้เห็นว่า มนุษย์ทุกคนที่เกิดมาจำเป็นต้องบริโภค ทั้งเพื่อยังชีพและเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง โดยการบริโภคจะเริ่มต้นตั้งแต่เกิดจนตาย มนุษย์ทุกคนจึงมีสถานะเป็นผู้บริโภคโดยกำเนิด ยิ่งไปกว่านั้นคือ มนุษย์ทุกคนล้วนแล้วแต่มีประสบการณ์ในการบริโภคอย่างเข้มข้น เนื่องจากกว่าที่มนุษย์แต่ละคนจะเติบโตเป็นผู้ใหญ่ ต่างก็ต้องเคยผ่านวงจรการบริโภคมาแล้วนับไม่ถ้วน อย่างไรก็ตาม แม้ว่ามนุษย์ทุกคนจะมีประสบการณ์ในการบริโภคค่อนข้างมาก แต่ในความเป็นจริงพบว่า ผู้บริโภคยังขาดความรู้ในการบริโภคที่ถูกต้อง (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. 2552: ออนไลน์) กล่าวคือ การบริโภคในแต่ละวันอาจไม่ได้เกิดจากการตัดสินใจที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความรู้ความเข้าใจ แต่กระทำไปเพราะความเคยชินหรือกระทำตามกระแส ซึ่งเป็นต้นเหตุทำให้เกิดการร้องเรียนที่หน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค โดยเฉพาะ

อย่างยิ่งที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบงานด้านคุ้มครองผู้บริโภคโดยตรง

ด้วยเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น จึงนำไปสู่แนวคิดที่ว่า การจัดให้มีแหล่งเรียนรู้ชุมชนด้านการบริโภคเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตของผู้บริโภค จะเป็นวิธีหนึ่งที่ส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีความรู้ สามารถปกป้องดูแลตนเองและนำไปสู่คุณภาพชีวิตที่ดีได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดในบันทึกว่าด้วยการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Memorandum on Lifelong Learning) ที่คณะกรรมาธิการยุโรป (European Commission) ได้นำเสนอเมื่อเดือนพฤศจิกายน ค.ศ. 2000 ไว้ว่า “การเรียนรู้ตลอดชีวิต เป็นการลงทุนระยะยาว เพื่อสร้างความเฉลียวฉลาดให้แก่ประชาชน” (สนอง โลหิตวิเศษ. 2548 : 13 ; อ้างอิงจาก Viviane Reding. 2000)

ขณะนี้ในประเทศไทยมีประชากรที่เป็นผู้บริโภคสูงถึงกว่า 66.4 ล้านคน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2558: ออนไลน์) ซึ่งทักษะที่จำเป็นในยุคศตวรรษที่ 21 ได้แก่ ทักษะการคิดและการเรียนรู้ ความรู้ความสามารถด้านไอซีที และทักษะชีวิต (ชนันท์ธิดา, 2560: 301) ดังนั้น การจัดการเรียนรู้เพื่อเพิ่มทักษะชีวิตสำหรับผู้บริโภคจำนวนดังกล่าว ถือเป็นความท้าทายอย่างหนึ่ง จากการระดมความเห็นร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ภาคประชาชน และนักวิชาการสาขาต่างๆ เห็นว่าวิธีการที่จะทำให้การคุ้มครองผู้บริโภคเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพครอบคลุมดูแลผู้บริโภคทุกคนในชาติได้ รัฐควรจะสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้บริโภคอย่างยั่งยืน ด้วยการให้ความรู้แก่ผู้บริโภคในทุกช่วงชีวิต ทุกเพศ และทุกวัย รวมทั้งสนับสนุนให้หน่วยงานภาคประชาชนมีความเข้มแข็ง (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. 2554 : 1) ซึ่งการให้ความรู้แก่ผู้บริโภค ควรจะต้องจัดให้เป็นการเรียนรู้ตลอดชีวิต เนื่องมาจากความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคไม่เคยหยุดนิ่ง จำเป็นที่จะต้องเรียนรู้ไปตลอดทุกระยะช่วงวัยของชีวิต สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้ตลอดชีวิตที่ว่า “การจัดการเรียนรู้ตลอดชีวิต ตั้งแต่ก่อนเข้าเรียนไปจนวัยชรา เป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้มีงานทำ เกิดการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ ประชาธิปไตย และความสามัคคีกลมเกลียวในสังคม การเรียนรู้ตลอดชีวิตมีความหมายแตกต่างกับการปฏิบัติดั้งเดิมที่การศึกษาจะไปสิ้นสุดเมื่ออายุสิบหก สิบแปด หรือยี่สิบเอ็ดปี บุคคลไม่ต้องเรียนในโรงเรียนเท่านั้น แต่อาจเรียนในที่ทำงานและในที่ต่างๆ เช่น ครอบครัว ชุมชน และอื่นๆ” (สนอง โลหิตวิเศษ. 2548: 5)

การจัดให้มีแหล่งเรียนรู้ชุมชนด้านการบริโภค ถือเป็นเครื่องมือที่จะส่งเสริมให้ประชาชนผู้บริโภคเข้าถึงการเรียนรู้ตลอดชีวิตด้านการบริโภคได้โดยง่าย ที่ผ่านมายังไม่พบว่ามีการจัดตั้งแหล่งเรียนรู้ชุมชนด้านการบริโภคในประเทศไทยอย่างเป็นรูปธรรม คงมีเพียงการรวมกลุ่มของผู้บริโภคในลักษณะชมรมคุ้มครองผู้บริโภคในชุมชน และการจัดตั้งเป็นสมาคมที่มีวัตถุประสงค์ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคเท่านั้น โดยขณะนี้ มีสมาคมที่จดทะเบียนกับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจำนวนเพียง 5 สมาคม และ 4 ใน 5 ของสมาคมตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. 2559: ออนไลน์) ทำหน้าที่ถ่ายทอดความรู้ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ เช่น แผ่นพับ นิทรรศการ และจัดกิจกรรมเพื่อรณรงค์สิทธิผู้บริโภคให้แก่ประชาชนในพื้นที่ต่างๆ เท่านั้น ยังไม่มีการจัดตั้งแหล่งเรียนรู้ชุมชนด้านการบริโภค แต่ประการใด

ด้วยเหตุดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะศึกษาสถานการณ์ความรู้ด้านการบริโภคในปัจจุบัน และความต้องการแหล่งเรียนรู้ชุมชนด้านการบริโภคในกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลที่ได้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการนำไปสู่การพัฒนารูปแบบแหล่งเรียนรู้ชุมชนด้านการบริโภคต่อไป

Veridian E-Journal, Silpakorn University
ISSN 1906 - 3431

แนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิจัยความต้องการแหล่งเรียนรู้ชุมชนด้านการบริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยใช้แนวคิด 3 ประการหลัก ได้แก่ 1. หลักการในกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค 2. นโยบายตามแผนแม่บทการคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 และ 3. แนวคิดในการจัดการเรียนรู้ตลอดชีวิตของจอห์น ดิวอี้ (John Dewey) เป็นแนวทางในการศึกษา โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. หลักการในกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

นโยบายเกี่ยวกับการบริโภคของไทย ได้เริ่มต้นขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2512 (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. 2554: 2-3) โดยมีเจ้าหน้าที่ของสหพันธ์องค์การผู้บริโภคระหว่างประเทศ ซึ่งเป็นองค์การอิสระที่ไม่เกี่ยวข้องกับการเมือง จัดตั้งโดยสมาคมผู้บริโภค ของประเทศต่างๆ รวมตัวกันมีสำนักงานใหญ่ อยู่ที่กรุงเฮก ประเทศเนเธอร์แลนด์ ได้เข้ามาชักชวนองค์การเอกชนในประเทศไทยให้มีการจัดตั้งสมาคมผู้บริโภคขึ้นเช่นเดียวกับประเทศอื่นๆ แต่ไม่ประสบผลสำเร็จเนื่องจากองค์การเอกชนของประเทศไทยในขณะนั้นยังไม่พร้อมที่จะดำเนินงาน อย่างไรก็ตามสหพันธ์องค์การผู้บริโภคระหว่างประเทศก็ไม่ได้ย่อท้อ ได้ส่งเจ้าหน้าที่เข้ามาชักชวนอีกหลายครั้ง จนกระทั่งในครั้งที่ 3 องค์การเอกชนของประเทศไทยได้รับการชักชวน ได้จัดตั้งคณะกรรมการเพื่อการศึกษาปัญหาของผู้บริโภคมีชื่อว่า กรรมการศึกษาและส่งเสริมผู้บริโภคในปี พ.ศ.2514 และได้มีวิวัฒนาการเรื่อยมาในภาคเอกชน รวมทั้งได้ประสานงานกับภาครัฐบาล จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2519 ได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคขึ้น

รัฐบาลสมัยต่อมาได้เล็งเห็น ความสำคัญและความจำเป็นของการคุ้มครองผู้บริโภค จึงได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคขึ้นอีกครั้ง มีการพิจารณายกร่างกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครอง ผู้บริโภค และรัฐบาลได้นำเสนอต่อรัฐสภา ซึ่งมีมติเห็นชอบเป็นเอกฉันท์ให้เป็นกฎหมายได้ รัฐบาลจึงได้นำร่างขึ้นบังคมทูลซึ่งได้มีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าโปรดกระหม่อมให้ตราเป็นพระราชบัญญัติได้ตั้งแต่วันที่ทรงลงพระปรมาภิไธย เมื่อวันที่ 30 เมษายน 2522 และประกาศในราชกิจจานุเบกษา ฉบับพิเศษเล่มที่ 96 ตอนที่ 72 วันที่ 4 พฤษภาคม 2522 มีผลการใช้บังคับ ตั้งแต่วันที่ 5 พฤษภาคม 2522 เป็นต้นมา (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. 2554: 3)

การประกาศใช้พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 ได้กำหนดหลักการไว้เป็นสำคัญ จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ 1. เพื่อกำหนดสิทธิของผู้บริโภค 2. เพื่อกำหนดหน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจ 3. เพื่อกำหนดให้มีการจัดตั้งองค์กรของรัฐเพื่อดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภค โดยให้เหตุผลในการประกาศใช้พระราชบัญญัติฉบับนี้ คือ เนื่องจากปัจจุบันการเสนอขายสินค้าและบริการต่างๆ ต่อประชาชนนับวันมีแต่จะเพิ่มมากขึ้น ผู้ประกอบธุรกิจการค้าและผู้ประกอบธุรกิจโฆษณาได้นำวิชาการทางการตลาดและทางการโฆษณามาใช้ในการส่งเสริมการขายสินค้าและบริการ ซึ่งการกระทำดังกล่าวทำให้ผู้บริโภคตกอยู่ในฐานะที่เสียเปรียบ เพราะผู้บริโภคไม่อยู่ในฐานะที่ทราบภาวะตลาดและความจริงที่เกี่ยวกับคุณภาพและราคาของสินค้าต่างๆ ได้อย่างถูกต้องทันท่วงที จึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ขึ้น โดยได้บัญญัติให้มีองค์กรของรัฐในการให้ความคุ้มครองแก่ผู้บริโภค ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค โดยให้สังกัดอยู่ในสำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี โดยมีพันธกิจ ดังนี้ (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. 2554: 4)

1) บังคับใช้กฎหมายอย่างเป็นธรรมและโปร่งใสเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้บริโภค

2) พัฒนากฎหมายและนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้ทันต่อเหตุการณ์

3) สร้างเครือข่ายผู้บริโภคและประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน

4) เผยแพร่ความรู้เพื่อสร้างจิตสำนึกให้ผู้บริโภครู้จักปกป้องและรักษาสิทธิของตนเอง

กล่าวโดยสรุปได้ว่า หลักการในกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคได้บัญญัติขึ้นเพื่อช่วยเหลือให้ผู้บริโภคมีสิทธิในการต่อรองที่เท่าเทียมผู้ประกอบธุรกิจ รวมทั้งให้อำนาจหน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งก็คือสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ในการช่วยเหลือให้ผู้บริโภคมีความเข้มแข็ง ด้วยการเผยแพร่ความรู้ให้แก่ผู้บริโภค โดยมุ่งหมายที่จะให้ผู้บริโภคสามารถปกป้องและรักษาสิทธิของตนเองได้ นำไปสู่การสร้างความเข้มแข็งให้แก่ผู้บริโภคโดยส่วนรวม

2. นโยบายตามแผนแม่บทการคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2556-2560)

แผนแม่บทการคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2556-2560) ได้กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคจำนวน 3 กลุ่ม ได้แก่ ภาครัฐ ผู้ประกอบธุรกิจ และผู้บริโภค โดยภาครัฐจะทำหน้าที่เป็นตัวกลาง ดำเนินการด้านอำนวยการ รักษาระเบียบ กฎเกณฑ์ ในการจัดสรรผลประโยชน์ที่เป็นธรรมระหว่างผู้ประกอบธุรกิจและผู้บริโภค โดยมีแนวคิดหลักที่สำคัญ ได้แก่ (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.2559 : 5)

แนวคิดที่ 1 การเจรจาต่อรองระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค (Negotiation Model)

แนวคิดที่ 2 การให้ข้อมูลข่าวสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค (Information Model)

แนวคิดที่ 3 สิทธิผู้บริโภค คือ สิทธิพลเมือง (Protection Model)

การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทยที่บรรจุอยู่ในแผนแม่บทการคุ้มครองผู้บริโภคฉบับนี้เป็นแนวทางที่ผสมผสานแนวคิดการคุ้มครองผู้บริโภคในรูปแบบการให้ข้อมูลข่าวสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อสนับสนุนให้ผู้บริโภคมีความรู้เกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภค และมีความรู้ในการตัดสินใจเลือกบริโภคสินค้าและบริการในตลาดได้อย่างปลอดภัยและเป็นธรรม นอกจากนี้ ในแผนแม่บทดังกล่าว ยังได้ประยุกต์แนวคิดเรื่องการบริโภคอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญกับการบริโภคที่คำนึงถึงความเป็นธรรม ทั้งต่อทรัพยากรสิ่งแวดล้อม และเพื่อนมนุษย์ ทั้งในรุ่นเดียวกัน และในอนาคต การบริโภคอย่างยั่งยืนถือเป็นแนวคิดที่ส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีค่านิยมในการบริโภคอย่างพอเหมาะ และมีจิตสำนึกการบริโภคอย่างยั่งยืน ใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและรับผิดชอบต่อผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากการบริโภคของตน

นอกจากนี้ แผนแม่บทดังกล่าว ยังมีความสอดคล้องกับหลักการในแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภคของสหประชาชาติ หรือ UN Guidelines for Consumer Protection: as expanded in 1999 ด้วยความตระหนักถึงความสนใจ และความต้องการของผู้บริโภคในทุกประเทศ โดยเฉพาะประเทศกำลังพัฒนา ซึ่งเป็นที่ยอมรับว่าผู้บริโภคมักจะเผชิญกับความไม่สมดุลในด้านเศรษฐกิจ ระดับการศึกษา และอำนาจในการต่อรอง ตลอดจนตระหนักว่าผู้บริโภคควรมีสิทธิที่จะเข้าถึงผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีอันตราย เช่นเดียวกับการได้รับสิทธิในการพัฒนา

Veridian E-Journal, Silpakorn University
ISSN 1906 - 3431

เศรษฐกิจและสังคมที่เป็นธรรม เท่าเทียมและยั่งยืน และการอนุรักษ์ปกป้องทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2559 : 7)

กล่าวโดยสรุปได้ว่า นโยบายตามแผนแม่บทการคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2556-2560) ได้กำหนดให้หน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคไม่เพียงแต่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเท่านั้น แต่รวมถึงหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด จะต้องให้ความสำคัญกับการให้ข้อมูลข่าวสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคแก่ประชาชน พัฒนาองค์ความรู้ และการสื่อสารข้อมูลข่าวสารด้านการบริโภคที่ถูกต้อง ผ่านช่องทางที่หลากหลายสู่ประชาชน เร่งสร้างความสมดุลระหว่างผู้บริโภคกับผู้ประกอบธุรกิจให้มีความรู้เท่าทันกันในทุกด้าน โดยเป็นนโยบายการดำเนินงานในช่วงระยะเวลา 5 ปี ตั้งแต่พ.ศ. 2556 ถึง 2560

3. แนวคิดในการจัดการเรียนรู้ตลอดชีวิต

จอห์น ดิวอี้ (ทิศนา แขมมณี. 2540 : 2-3 อ้างอิงจาก John Dewey. 1963) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้ตลอดชีวิตไว้ว่า การเรียนรู้ตลอดชีวิตเป็นการเรียนรู้จากการกระทำ หรือ Learning by Doing โดยก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในผู้กระทำ ในด้านการจัดการเรียนรู้ ต้องพัฒนาผู้เรียนทุกด้าน สิ่งที่เรียนรู้ควรเป็นประโยชน์ สัมพันธ์สอดคล้องกับชีวิตประจำวันและสังคมของผู้เรียนมากที่สุด ซึ่งเป็นการเน้นการพัฒนาผู้เรียนตามปรัชญาพิพัฒนาการนิยม (Progressivism) ทั้งนี้ มนุษย์สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ด้วยความเท่าทันสิ่งต่างๆ รอบตัว จึงจำเป็นที่จะต้องมีการเรียนรู้ตลอดชีวิต โดยจอห์น ดิวอี้ (John Dewey) (สนอง โลหิตวิเศษ. 2548: 21 อ้างอิงจาก John Dewey. 1918) ให้ความเห็นเกี่ยวกับการจัดการเรียนรู้ตลอดชีวิตว่า เป็นสิ่งจำเป็นเพื่อการเติบโตอย่างต่อเนื่องของชีวิต โดยกล่าวไว้ว่า ชีวิตหมายถึงการเติบโต สิ่งที่มีชีวิตจะมีชีวิตอยู่ได้แต่ละขั้นตอนอย่างเต็มบริบูรณ์และเป็นไปได้จริง การศึกษาและเรียนรู้เป็นงานที่สร้างเงื่อนไขที่ทำให้การเติบโตเป็นไปได้ หรือทำให้ชีวิตมีความพอเพียงไม่ว่าอายุจะเท่าใด และเป็นกระบวนการแห่งการปรับตัวอย่างต่อเนื่อง และต้องมีจุดมุ่งหมายเพื่อเพิ่มสมรรถภาพสำหรับการเติบโตในทุกขั้นตอน ทั้งนี้ การจัดการเรียนรู้ตลอดชีวิตสามารถทำได้หลายรูปแบบ ได้แก่ ห้องสมุดประชาชน พิพิธภัณฑ์ หอศิลป์ สวนสัตว์ สวนสาธารณะ สวนพฤกษศาสตร์ อุทยานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ศูนย์การกีฬาและนันทนาการ แหล่งข้อมูล และแหล่งการเรียนรู้อื่น (พิสิษฐ์ ณัฏประเสริฐ. 2560: 863) โดยการจัดการเรียนรู้อาจนำไปสู่การเกิดชุมชนการเรียนรู้ ซึ่งจะต้องมาจากความต้องการในการสนับสนุนการช่วยเหลือ การแบ่งปัน และการแลกเปลี่ยนความรู้ บนพื้นฐานของความรู้ของแต่ละคนที่ต่างกัน (ทรงลักษณ์ สกุลวิจิตร์สินธุ, 2560: 440)

แนวคิดในการจัดการเรียนรู้ตลอดชีวิตได้นำไปประกอบการศึกษาถึงลักษณะของความรู้และการเรียนรู้ที่ผู้บริโภคต้องการในชีวิตประจำวัน และแหล่งเรียนรู้ที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริง

วิธีการศึกษา

ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาความต้องการแหล่งเรียนรู้ชุมชนด้านการบริโภค ซึ่งประกอบด้วย 2 ขั้นตอน ดังนี้

1. **การศึกษาสถานการณ์ความรู้ด้านการบริโภคในปัจจุบัน** ประกอบด้วย 2 ขั้นตอนย่อย ได้แก่

1.1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร ตำรา วารสาร รายงานทางสถิติ รายงานประจำปี แผนแม่บท และแผนยุทธศาสตร์ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค บทความ และข่าวสารทางอินเตอร์เน็ต เกี่ยวกับสถานการณ์ความรู้ด้านการบริโภค การจัดการความรู้ด้านการบริโภค และสถิติหรือบทสรุปเกี่ยวกับความรู้ด้านการบริโภค

1.2 นำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์และสรุปความในเชิงพรรณนา

2. **การศึกษาความต้องการแหล่งเรียนรู้ชุมชนด้านการบริโภคในกรุงเทพมหานคร** ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนย่อย ได้แก่

2.1 ศึกษาแนวคิดทฤษฎี เอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ บทความ และข่าวสารทางอินเตอร์เน็ต เกี่ยวกับการให้ความรู้ด้านการบริโภค การเรียนรู้ตลอดชีวิต และการจัดการแหล่งเรียนรู้ชุมชน

2.2 นำข้อมูลที่ได้ไปร่างแบบสอบถามที่มีข้อคำถามเกี่ยวกับความต้องการแหล่งเรียนรู้ชุมชนด้านการบริโภคในกรุงเทพมหานคร จำนวน 5 ข้อ

2.3 ตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม เชิงโครงสร้าง เนื้อหา การใช้ภาษา คุณภาพและความถูกต้องเหมาะสม ด้วยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC (Item Objective Congruence Index) ของโรวิเนลลี และแฮมเบิลตัน (Rovinelli and Hambleton,1977 : 49-60) เพื่อคัดเลือกคำถามข้อที่มีค่าดัชนีสอดคล้อง (IOC) 0.80 ขึ้นไป ไว้ใช้เป็นข้อคำถาม พบว่า ผู้ทรงคุณวุฒิเห็นว่าคำถามเกี่ยวกับความต้องการแหล่งเรียนรู้ชุมชนด้านการบริโภค มีข้อคำถามที่สามารถนำไปใช้ได้จำนวน 4 ข้อ ไม่สามารถนำไปใช้ได้จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อคำถามที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการจัดให้มีแหล่งเรียนรู้ชุมชนด้านการบริโภคจะช่วยให้คนในชุมชนปลอดภัยจากการถูกเอารัดเอาเปรียบ

2.4 นำแบบสอบถามไปสำรวจความคิดเห็นกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 250 คน เกี่ยวกับความต้องการแหล่งเรียนรู้ชุมชนด้านการบริโภคในกรุงเทพมหานคร

3. **ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง** แบ่งเป็น

3.1 ประชากร ได้แก่ คณะกรรมการและสมาชิกชมรมคุ้มครองผู้บริโภคกรุงเทพมหานคร จาก 50 เขตในกรุงเทพมหานคร เขตละ 16 คน รวมทั้งหมด 800 คน

3.2 กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 250 คน โดยคำนวณจากตารางสำเร็จรูปของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan. 1970: 607-610) ประกอบด้วย คณะกรรมการและสมาชิกชมรมคุ้มครองผู้บริโภคกรุงเทพมหานคร จาก 50 เขตในกรุงเทพมหานคร โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างเฉพาะเจาะจง เฉพาะผู้ที่ได้เข้าร่วมดำเนินโครงการเผยแพร่ความรู้ด้านการบริโภคแล้ว เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สะท้อนสภาพปัญหาและความต้องการแหล่งเรียนรู้ด้านการบริโภคอย่างแท้จริง

Veridian E-Journal, Silpakorn University
ISSN 1906 - 3431

4. เครื่องมือที่ใช้

แบบสอบถาม มีจำนวน 1 ชุด โดยเป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการแหล่งเรียนรู้ชุมชนด้านการบริโภคในกรุงเทพมหานคร จำนวน 4 ข้อ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ท (Likert, Rensis. 1932: 5-55) โดยข้อคำถามทั้ง 4 ข้อ มีสาระสำคัญเกี่ยวกับ แหล่งเรียนรู้ชุมชนด้านการบริโภคมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการพัฒนางานคุ้มครองผู้บริโภคในระดับชุมชน การจัดให้มีแหล่งเรียนรู้ชุมชนด้านการบริโภคจะเป็นประโยชน์ต่อการจัดกิจกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในระยะยาว การจัดให้มีแหล่งเรียนรู้ชุมชนด้านการบริโภคจะช่วยเสริมสร้างให้ชุมชนมีความเข้มแข็งสามารถปกป้องดูแลสิทธิผู้บริโภคของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และการจัดให้มีแหล่งเรียนรู้ชุมชนด้านการบริโภค จะช่วยให้ผู้บริโภคมีความตระหนักถึงสิทธิผู้บริโภคของตนมากขึ้น และจะช่วยกระจายความรู้ไปสู่บุคคลอื่นได้เป็นอย่างดี

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามเครื่องมือที่ใช้ ในการวิจัยด้วยตนเอง ซึ่งประกอบด้วย คณะกรรมการและสมาชิกชมรมคุ้มครองผู้บริโภคกรุงเทพมหานคร จาก 50 เขตในกรุงเทพมหานคร เป็นกลุ่มตัวอย่างรวมทั้งหมด 250 คน เก็บรวบรวมแบบสอบถามคืนด้วยตนเอง ได้รับแบบสอบถามกลับคืนและมีความสมบูรณ์ทั้ง 250 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100.00

6. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล โดยนำข้อมูลจากแบบสอบถาม ด้วยวิธีการหาค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อการประมวลผลข้อมูล นำข้อมูลที่ได้ไปสังเคราะห์แล้วสรุปในลักษณะของการพรรณนาความ เพื่อสะท้อนให้เห็นภาพความต้องการแหล่งเรียนรู้ชุมชนด้านการบริโภคในกรุงเทพมหานคร

สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

1. ผลการศึกษาสถานการณ์ความรู้ด้านการบริโภคในปัจจุบัน

ผู้วิจัยได้ศึกษาพบข้อมูลสถิติเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคในปีงบประมาณพ.ศ.2559 ที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (2559 : 1) มีจำนวนสูงถึง 29,906 ราย ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคสามารถแก้ไขปัญหาให้แล้วเสร็จในช่วงเวลาดังกล่าวเพียง 2,117 ราย คิดเป็นมูลค่าที่ผู้บริโภคได้รับการชดเชยความเสียหายจำนวน 11,935,124.90 บาท โดยขณะนี้อยู่ระหว่างแก้ไขปัญหาให้แก่ผู้บริโภคส่วนที่เหลืออยู่ เมื่อวิเคราะห์เรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคดังกล่าว พบว่าสาเหตุของความเสียหายร้อยละ 40 เกิดจาก “ความไม่รู้” รองลงมาเกิดจาก “ความประมาท” “ความเคยชิน” และ “กระทำตามกระแสสังคม” ตามลำดับ (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. 2559 : 4) และแม้ว่าสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้พยายามประชาสัมพันธ์แนวทางการคุ้มครองสิทธิของตนเองให้แก่ผู้บริโภคมาตลอดระยะเวลากว่า 37 ปี โดยหวังว่าผู้บริโภคจะสามารถนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ในการคุ้มครองดูแลตนเอง แต่สิ่งที่พบคือ สถิติการร้องเรียนไม่ลดลง แต่มีแนวโน้มที่จะเพิ่มมากขึ้นทุกปี ข้อเท็จจริงนี้จึงสะท้อนให้เห็นว่า ผู้บริโภคไทยยังประสบปัญหาเกี่ยวกับความรู้ด้านในการบริโภค

เมื่อตรวจสอบไปยังสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค พบว่ามีโครงการเผยแพร่ความรู้ให้แก่ผู้บริโภคค่อนข้างมาก โดยในระหว่างเดือนตุลาคม 2558 ถึงพฤษภาคม 2559 สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้ดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การคุ้มครองผู้บริโภคไปยังประชาชนผู้บริโภคทั่วประเทศทั้งสิ้น

219,270 ครั้ง จำแนกได้เป็นการเผยแพร่เอกสาร แผ่นพับ วิดีทัศน์ และวารสาร สคบ. สาร ให้แก่ผู้บริโภคและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั่วประเทศ รวมทั้งจัดให้มีการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ บทความ ภาพกิจกรรม ผ่านทางเว็บไซต์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค www.ocpb.go.th รวมทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ นิตยสาร หนังสือพิมพ์รายวัน และยังมีการจัดนิทรรศการในลักษณะ Roadshow ไปยังสถานที่ต่างๆ ทั่วประเทศด้วย (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. 2559 : 3) อย่างไรก็ตาม การถ่ายทอดความรู้ให้แก่ผู้บริโภคในลักษณะการจัดให้มีแหล่งเรียนรู้ด้านการบริโภคในชุมชนยังไม่ปรากฏชัดเจน น่าจะเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้การถ่ายทอดความรู้ไปยังผู้บริโภคในชุมชนยังไม่ครอบคลุมเท่าที่ควร ทั้งที่ผู้บริโภคในระดับล่างและกลางของประเทศไทยมีอัตราส่วนค่อนข้างมาก และเป็นกลุ่มที่ถูกเอารัดเอาเปรียบได้ง่าย เนื่องจากการเข้าไม่ถึงสื่อต่างๆ ที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้จัดไว้

จากการค้นคว้าเอกสารที่เกี่ยวข้อง พบว่าในประเทศที่พัฒนาแล้วหลายประเทศได้เล็งเห็นถึงปัญหาเกี่ยวกับการถ่ายทอดความรู้ไปสู่ผู้บริโภคในชุมชนเช่นกัน จึงได้นำไปสู่การรวมตัวกันเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลและเรียนรู้กันเองในกลุ่มผู้บริโภค เช่น สมาคมแม่บ้านโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น หรือ United Consumers Club ของประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นต้น ซึ่งสมาชิกในกลุ่มจะนำข้อมูลข่าวสารทั้งที่ได้รับจากแหล่งข้อมูล และจากประสบการณ์ส่วนตัวมาแลกเปลี่ยนกัน ร่วมกันวิเคราะห์และสังเคราะห์เป็นองค์ความรู้ และเผยแพร่องค์ความรู้ดังกล่าวสู่สมาชิกในกลุ่ม นอกจากนี้ยังมีการจัดกิจกรรมเพื่อคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคของตนเองอย่างเข้มแข็ง มีการเรียกร้องให้ภาครัฐต้องสั่งเรียกคืนสินค้าบางชนิดที่ทางกลุ่มได้รับข้อมูลอันน่าเชื่อถือได้ว่าสินค้าเหล่านั้นเป็นอันตราย (Product Recall System) เป็นต้น (อัครพงษ์ เวชยานนท์. 2550: ออนไลน์) กล่าวได้ว่าในกลุ่มประเทศเหล่านั้นมีกระบวนการเรียนรู้ของผู้บริโภคที่เข้มแข็ง และสามารถสร้างภูมิคุ้มกันให้แก่ผู้บริโภคด้วยตัวของผู้บริโภคเองได้ แต่สำหรับประเทศไทย การคุ้มครองผู้บริโภคยังเป็นภาพของการที่ภาครัฐพยายามหาทางใช้อำนาจทางกฎหมายเพื่อปกป้องคุ้มครองสิทธิของประชาชนผู้บริโภคทั้งประเทศอยู่

อย่างไรก็ตาม ในประเทศไทย ยังมีองค์กรจำนวนหนึ่งที่พยายามทำหน้าที่เป็นผู้แทนของผู้บริโภคในภาคประชาชน กล่าวคือ มีการจัดตั้งมูลนิธิและสมาคมต่างๆ ที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ยกตัวอย่าง เช่น มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค สมาคมพิทักษ์ประโยชน์ผู้บริโภค สมาพันธ์ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคกรุงเทพมหานคร เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการจัดตั้งชมรมคุ้มครองผู้บริโภคประจำชุมชนต่างๆ และในสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษาอีกจำนวนหนึ่ง เช่น ชมรมพิทักษ์สิทธิผู้ประกันตน ชมรมหนี้บัตรเครดิตและสินเชื่อส่วนบุคคล ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคเชียงใหม่ ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคโรงเรียนมัธยมสิริวัณวรี และสมาพันธ์ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคกรุงเทพมหานคร เป็นต้น ซึ่งองค์กรภาคประชาชนและชมรมเหล่านี้ ก่อตั้งขึ้นเพื่อส่งเสริมให้ผู้บริโภคได้รับการคุ้มครองตามสิทธิอันพึงมีพึงได้ของผู้บริโภค เพื่อส่งเสริมและประสานงานให้ผู้บริโภคและองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคต่างๆ มีส่วนในการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อส่งเสริมการศึกษาและวิจัยด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารอันเป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภคไปสู่ชุมชน และเพื่อร่วมมือกับองค์กรการกุศลอื่นๆ ดำเนินกิจกรรมที่เป็นสาธารณประโยชน์ ทั้งนี้ การรวมกลุ่มของผู้บริโภคภาคประชาชนสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ (1) การรวมกลุ่มและจัดตั้งเป็นองค์กรภาคประชาชน องค์กรเอกชน มูลนิธิ สมาคม ที่มีการจดทะเบียนจัดตั้งและมีกรรมการบริหารตามวาระ และ (2) การรวมกลุ่มและจัดตั้งเป็นชมรม ทั้งชมรมในชุมชนและ

Veridian E-Journal, Silpakorn University
ISSN 1906 - 3431

สถานศึกษา ซึ่งมีความเป็นทางการน้อยกว่าประเภทแรก แต่อย่างไรก็ตาม การรวมกลุ่มทั้งสองประเภทล้วนเป็นการรวมกลุ่มเพื่อทำ “กิจกรรมเพื่อผู้บริโภค” ทั้งสิ้น กล่าวคือ องค์กรภาคประชาชนที่จดทะเบียนเป็นสมาคมและได้รับการรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ตามมาตรา 40 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 (ราชกิจจานุเบกษา. 2541: 13) จะสามารถดำเนินการเพื่อช่วยเหลือผู้บริโภคในทางกฎหมายได้ โดยกรณีที่ผู้บริโภคไม่ต้องการใช้สิทธิร้องเรียนผ่านหน่วยงานภาครัฐ ก็อาจให้องค์กรเหล่านั้นเจรจาไกล่เกลี่ยและฟ้องคดีแทนได้ ส่วนองค์กรประเภทที่สอง จะเน้นไปที่การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ และถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้จัดส่งไปให้ เพื่อส่งต่อไปยังชุมชนของตนเอง รวมถึงจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความตระหนักให้แก่คนในชุมชนให้รู้จักรักษาสิทธิของตน

แม้ว่าประเทศไทยจะมีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ให้ความรู้แก่ผู้บริโภคทั้งภาครัฐและภาคประชาชนแต่ความรู้ดังกล่าวยังไม่เข้าถึงประชาชนในระดับชุมชนเท่าที่ควรจะเป็น ซึ่งสภาพปัญหาเกี่ยวกับการจัดการความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทยได้เป็น 2 ด้านหลัก (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. 2558 : 2) ดังนี้

(1) ขาดการบริหารและการจัดการความรู้ที่เหมาะสม พบว่าขณะนี้ มีเพียงการจัดหลักสูตรการเรียนรู้สำหรับเด็กที่เรียนในระดับมัธยมเท่านั้น โดยสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้ร่วมมือกับกระทรวงศึกษาธิการจัดทำสาระการเรียนรู้ด้านการบริโภคเข้าสู่หลักสูตรการศึกษาพื้นฐานระดับช่วงชั้นที่ 3-4 แต่ยังไม่มีหลักสูตรสำหรับเด็กที่กำลังเรียนในระดับชั้นที่ต่ำกว่านั้น และไม่มีหลักสูตรการบริโภคสำหรับผู้ใหญ่ ซึ่งปัญหาสำคัญคือ “กลุ่มผู้ใหญ่” ซึ่งถือเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่บริโภคบ่อยที่สุด และมีกำลังซื้อสูงที่สุด และคนในกลุ่มนี้เมื่อเทียบกับกลุ่มวัยอื่น ถือว่ากลุ่มผู้ใหญ่เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีฐานจำนวนกว้างที่สุด แต่สิ่งที่พบคือ กลุ่มผู้ใหญ่ยังไม่ได้รับการจัดการความรู้ให้เหมาะสมและเพียงพอที่จะรู้เท่าทันการบริโภคในยุคปัจจุบันนี้ได้

(2) ขาดแคลนแหล่งการเรียนรู้ด้านการบริโภค พบว่า ขณะนี้ประเทศไทยยังไม่มีแหล่งเรียนรู้ด้านการบริโภคที่จะช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ด้านการบริโภคของคนในชุมชน ทำให้คนในชุมชนขาดการปฏิสัมพันธ์ในการหาความรู้และแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน ขาดศูนย์กลางที่จะก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ด้านการบริโภคของคนในชุมชน และด้วยความสำคัญของการเรียนรู้ด้านการบริโภคดังที่กล่าวไว้ข้างต้นว่า การบริโภคเป็นเรื่องของมนุษย์ตั้งแต่เกิดจนตาย ดังนั้น การเรียนรู้ด้านการบริโภคจึงควรจะเป็นการเรียนรู้ตลอดชีวิต จึงจะมีประสิทธิภาพสูงสุดต่อมนุษย์ ซึ่งเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ ที่ผู้บริโภคมีความเข้มแข็ง เช่น ประเทศญี่ปุ่น ประเทศเกาหลีใต้ ประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศสมาชิกในสหภาพยุโรป พบว่ามีการจัดตั้งแหล่งเรียนรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคมานานแล้ว โดยมีลักษณะเป็นศูนย์การเรียนรู้ มีการจัดแสดงนิทรรศการ ผลการวิจัย คำเตือน และข้อแนะนำต่างๆ เกี่ยวกับการบริโภคให้ปลอดภัย มีการจัดประชุมระดมสมองเพื่อจัดการปัญหาด้านการบริโภคในกลุ่มแม่บ้านและผู้สนใจเป็นระยะ ซึ่งประเทศไทยอาจนำแนวทางดังกล่าวมาเป็นแบบอย่างในการจัดให้มีแหล่งเรียนรู้ด้านการบริโภค ทั้งนี้ อาจนำไปปรับใช้ให้เหมาะสมกับลักษณะและความต้องการของผู้บริโภคในประเทศไทยต่อไป

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ถึงแม้ว่ากฎหมายจะให้อำนาจสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในการจัดการเรียนรู้ให้แก่ผู้บริโภค และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้เร่งดำเนินการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เป็นระยะเวลาหลายปีแล้วก็ตาม แต่กิจกรรมดังกล่าวยังไม่สามารถดำเนินการครอบคลุมทั่วถึงยังผู้บริโภคทุกกลุ่มและทุกพื้นที่ นอกจากนี้ แผนแม่บทการคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 ได้มุ่งเน้นให้หน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการให้ข้อมูลข่าวสารด้านการบริโภคแก่ประชาชน แต่ในสถานการณ์ความเป็นจริง พบว่าผู้บริโภคยังเข้าไม่ถึงแหล่งความรู้ในระดับที่จะสามารถนำไปใช้เพื่อปกป้องคุ้มครองสิทธิของตนเองได้

2. ผลการศึกษาความต้องการแหล่งเรียนรู้ชุมชนด้านการบริโภคในกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความต้องการแหล่งเรียนรู้ชุมชนด้านการบริโภคในกรุงเทพมหานครโดยใช้แบบสอบถาม จากการศึกษา สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการแหล่งเรียนรู้ชุมชนด้านการบริโภคในกรุงเทพมหานคร ในระดับมาก โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อคำถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการในระดับมากที่สุด ในกรณีที่แหล่งเรียนรู้ชุมชนด้านการบริโภคมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการพัฒนางานคุ้มครองผู้บริโภคในระดับชุมชน การจัดให้มีแหล่งเรียนรู้ชุมชนด้านการบริโภคจะเป็นประโยชน์ต่อการจัดกิจกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในระยะยาว การจัดให้มีแหล่งเรียนรู้ชุมชนด้านการบริโภคจะช่วยเสริมสร้างให้ชุมชนมีความเข้มแข็ง สามารถปกป้องดูแลสิทธิผู้บริโภคของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนการจัดให้มีแหล่งเรียนรู้ชุมชนด้านการบริโภคจะช่วยให้ผู้บริโภคมีความตระหนักถึงสิทธิผู้บริโภคของตนมากขึ้นและจะช่วยกระจายความรู้ไปสู่บุคคลอื่นได้เป็นอย่างดีนั้น กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการในระดับมาก

เมื่อพิจารณาโดยละเอียดถึงผลการศึกษาที่แสดงถึงระดับความต้องการแหล่งเรียนรู้ชุมชนด้านการบริโภคในระดับมากที่สุด ในประเด็นที่แหล่งเรียนรู้ชุมชนด้านการบริโภคมีความจำเป็นต่อการพัฒนางานคุ้มครองผู้บริโภคในระดับชุมชน เป็นประโยชน์ต่อการจัดกิจกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในระยะยาว และสามารถเสริมสร้างให้ชุมชนมีความเข้มแข็งสามารถปกป้องดูแลสิทธิผู้บริโภคของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าการจัดให้มีแหล่งเรียนรู้ชุมชนด้านการบริโภคจะสามารถแก้ไขปัญหาความไม่รู้ของผู้บริโภคในชุมชนได้ นอกจากนี้ ยังเล็งเห็นถึงความสำคัญของความรู้ด้านการบริโภคที่มีต่อการดำรงชีวิตในปัจจุบัน ซึ่งการแสดงความต้องการแหล่งเรียนรู้ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ตลอดชีวิตด้านการบริโภคด้วยเช่นกัน และหวังว่าการจัดการเรียนรู้ตลอดชีวิตที่จะดำเนินการผ่านแหล่งเรียนรู้ชุมชนนั้น จะสามารถช่วยให้ผู้บริโภคได้รับความรู้เพิ่มขึ้น สามารถนำความรู้ที่ได้ไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันเพื่อปกป้องสิทธิของตนเอง นำไปสู่การยกระดับคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้นได้

ทั้งนี้ ผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับการศึกษาเอกสารของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2559 : 8) ที่พบว่า แนวทางการแก้ไขปัญหาด้านการบริโภคที่ถูกเอารัดเอาเปรียบจะต้องสร้างความเข้มแข็งให้แก่ผู้บริโภค ด้วยการให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในทุกภาคส่วน และการจัดเวทีเพื่อการแลกเปลี่ยนความรู้ขององค์กรผู้บริโภค องค์กรสิ่งแวดล้อม และภาคธุรกิจ เป็นการเปิดประเด็นถกเถียงแนวทางการบริโภคที่เหมาะสมกับสังคม หรือแนวทางการบริโภคอย่างยั่งยืน เพื่อเป็นการเผยแพร่ความรู้สู่กลุ่มคนในวงกว้าง ซึ่งผลงานวิจัยมีความสอดคล้องกับข้อเสนอในเอกสารดังกล่าว ในกรณีที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่า การสร้าง

Veridian E-Journal, Silpakorn University
ISSN 1906 - 3431

ความเข้มแข็งให้แก่ผู้บริโภค จะต้องดำเนินการถ่ายทอดความรู้สู่ผู้บริโภคแบบเป็นขั้นตอนโดยอาจดำเนินการผ่านการจัดให้มีแหล่งเรียนรู้ชุมชนด้านการบริโภค โดยจะต้องกำหนดนโยบายที่สอดคล้องกับสภาพวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปของแต่ละชุมชน รองรับนโยบายของแต่ละชุมชนได้โดยไม่ขัดแย้งกัน ทั้งนี้ การกำหนดนโยบายดังกล่าวควรเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งเรียนรู้อย่างแท้จริง และประเด็นที่สำคัญคือแหล่งเรียนรู้ต้องเปิดโอกาสให้ผู้เรียนในชุมชนได้เข้าถึงโดยสะดวก มีการเปิดเวทีแลกเปลี่ยนรู้ให้แก่คนในชุมชนได้แสดงความคิดเห็นต่อกันได้อย่างอิสระ เพื่อนำมาซึ่งการต่อยอดองค์ความรู้ให้เหมาะสมกับบริบทของชุมชนมากที่สุด และเพื่อให้แหล่งเรียนรู้เป็นสถานที่สำหรับการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างแท้จริง

จากการศึกษา สามารถสรุปเป็นตารางความเห็นเกี่ยวกับความต้องการแหล่งเรียนรู้ชุมชนด้านการบริโภคในกรุงเทพมหานคร ได้ตามตาราง 1

ตาราง 1 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อความต้องการแหล่งเรียนรู้ชุมชนด้านการบริโภคในกรุงเทพมหานคร

ความต้องการแหล่งเรียนรู้ชุมชนด้านการบริโภคในกรุงเทพมหานคร	n = 250 $\bar{X}$	**S.D.**	**ระดับความต้องการ**
แหล่งเรียนรู้ชุมชนด้านการบริโภคมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการพัฒนางานคุ้มครองผู้บริโภคในระดับชุมชน	4.61	.56	มากที่สุด
การจัดให้มีแหล่งเรียนรู้ชุมชนด้านการบริโภคจะเป็นประโยชน์ต่อการจัดกิจกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในระยะยาว	4.57	.54	มากที่สุด
การจัดให้มีแหล่งเรียนรู้ชุมชนด้านการบริโภคจะช่วยเสริมสร้างให้ชุมชนมีความเข้มแข็งสามารถปกป้องดูแลสิทธิผู้บริโภคของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.52	.59	มากที่สุด
การจัดให้มีแหล่งเรียนรู้ชุมชนด้านการบริโภคจะช่วยให้ผู้บริโภคมีความตระหนักถึงสิทธิผู้บริโภคของตนมากขึ้น และจะช่วยกระจายความรู้ไปสู่บุคคลอื่นในชุมชนได้เป็นอย่างดี	4.46	.55	มาก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผลการวิจัยนี้สามารถไปใช้เป็นส่วนประกอบเบื้องต้นเพื่อนำไปสู่การสร้างหรือพัฒนารูปแบบแหล่งเรียนรู้ชุมชนด้านการบริโภคในกรุงเทพมหานคร ซึ่งข้อมูลดังกล่าวได้มาจากความต้องการของประชาชนภายใต้บริบทของแต่ละชุมชนอย่างแท้จริง

2. ผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อหน่วยงานราชการที่มีภารกิจโดยตรง ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค หรือหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค เช่น สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กรมการค้าภายใน สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม เป็นต้น ที่จะนำไปวิเคราะห์เพื่อจัดทำเป็นโครงการหรือกิจกรรม อันจะช่วยเสริมสร้างความรู้ให้แก่ประชาชนผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครได้ในทุกระดับ ประหยัดเวลาในการสำรวจความคิดเห็นหรือความต้องการ และสามารถนำไปประยุกต์เข้ากับการจัดตั้งแหล่งเรียนรู้ประเภทต่างๆ ได้ต่อไป

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรสำรวจความต้องการเกี่ยวกับหลักสูตรและเนื้อหาของแหล่งเรียนรู้เพิ่มเติม เพื่อนำไปสู่การจัดทำหลักสูตรและเนื้อหาที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียนอย่างแท้จริง และเพื่อให้การถ่ายทอดความรู้ตรงต่อความต้องการของผู้เรียนมากที่สุด

2. ควรทำวิจัยเกี่ยวกับความต้องการแหล่งเรียนรู้ที่อยู่ในรูปแบบออนไลน์ เนื่องจาก ปัจจุบันผู้บริโภคมักจะบริโภคผ่านช่องทางออนไลน์และมีแนวโน้มที่จะบริโภคผ่านช่องทางนี้มากขึ้นเป็นลำดับ ดังนั้น การวิจัยความต้องการแหล่งเรียนรู้ที่อยู่ในรูปแบบออนไลน์จะสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในปัจจุบันมากขึ้น สามารถพัฒนาต่อยอดความรู้ได้อย่างรวดเร็ว และนำไปสู่การกระจายความรู้ได้อย่างกว้างขวางมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2559). *แผนแม่บทคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ภายใต้โครงการที่ปรึกษาของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค*. อัดสำเนา.

ชนันท์ธิดา ประพิณ. (2560). “การศึกษาองค์ประกอบของรูปแบบการจัดการเรียนรู้วิชาคอมพิวเตอร์ด้วยการเรียนแบบโครงงานเป็นฐานร่วมกับสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนปลาย”. Veridian E-Journal, Silpakorn University 10, 2 (พฤษภาคม-สิงหาคม 2560) : 300.

ทรงลักษณ์ สกุลวิจิตรสินธุ. (2560). “การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อการเรียนรู้ร่วมกันทางออนไลน์”. Veridian E-Journal, Silpakorn University 10, 2 (พฤษภาคม-สิงหาคม 2560) : 440.

ทิศนา แขมมณี. (2550). *ศาสตร์การสอนองค์ความรู้เพื่อการจัดการกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ*. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พิสิษฐ์ ณัฏประเสริฐ. (2560). “การบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต”. Veridian E-Journal, Silpakorn University 10, 2 (พฤษภาคม-สิงหาคม 2560) : 863.

ราชกิจจานุเบกษา. (2541). พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พุทธศักราช 2522 และที่แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2541. อัดสำเนา

สนอง โลหิตวิเศษ. (2548). *การศึกษาตลอดชีวิต Lifelong Education*. อัดสำเนา.

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. (2552). ศาลยุติธรรมกับการคุ้มครองผู้บริโภค. สืบค้นเมื่อวันที่ 13 กันยายน 2559, จาก http://www.ocpb.go.th/index_answer.php?wcad=9&wtid=2364&t=3&filename=

_____ . (2554). *พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และที่แก้ไขเพิ่มเติม*. อัดสำเนา.

_____ . (2558). *เอกสารประกอบคำบรรยายการสร้างความตระหนักให้แก่ผู้บริโภค การประชุมจัดตั้งเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคภาครัฐและเอกชนรุ่นที่ 1*. อัดสำเนา.

_____ . (2559). *สรุปผลการปฏิบัติงานรายไตรมาส สำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภค*. อัดสำเนา.

_____. (2559). *สมาคมที่ สคบ. รับรอง*. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 กันยายน 2559, จาก http://www.ocpb.go.th/ewt_news.php?nid=387

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2558). *ประชากรของประเทศไทย*. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 กันยายน 2559, จาก http://www.nso.go.th

อัครพงษ์ เวชยานนท์. (2550). การคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศญี่ปุ่น. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 กันยายน 2559, จาก https://www.gotoknow.org/posts/153959

ภาษาต่างประเทศ

Krejcie, R.V. & Morgan, D.W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*. 30(3): 607-610.

Likert, Rensis (1932). “A Technique for the Measurement of Attitudes”. *Archives of Psychology*. 22(140): 1-55.

Rovinelli, R.J., & Hambleton, R.K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. Dutch Journal of Educational Research.