90304 9934299992

ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมและความพึงพอใจของอาสาสมัครในงานคุ้มครองผู้บริโภค ในจังหวัดสมุทรปราการ

FACTORS AFFECTING JOB PARTICIPATION AND SATISFACTION OF CONSUMER PROTECTING VOLUNTEERS IN SAMUTPRAKARN

โดย

นางอุสา เจริญชัย

การศึกษาอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการระบบสุขภาพ บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
พ.ศ. 2549

การศึกษาอิสระ	ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมและความพึงพอใจของอาสาสมัครในงานคุ้มครองผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ Factors Affecting Job Participation and Satisfaction of Consumer Protecting Volunteers in Samutprakarn
ชื่อนักศึกษา	นางอุสา เจริญชัย
รหัสประจำตัว	474046
สาขาวิชา	การจัดการระบบสุขภาพ
ปีการศึกษา	2549

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ได้ตรวจสอบและอนุมัติให้การศึกษาอิสระฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต เมื่อวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2549

_____ คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรรณราย แสงวิเชียร)

คณะกรรมการสอบการศึกษาอิสระ

_____ อาจารย์ที่ปรึกษา

(อาจารย์ ดร.วิรัตน์ ทองรอด)

_____ กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ปราโมทย์ ทองกระจาย)

_____ กรรมการ

(อาจารย์ณัฐยาภรณ์ วงศ์บุญเกื้อกูล)

การศึกษาอิสระ ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมและความพึงพอใจของอาสาสมัครในงานคุ้มครองผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ

Factors Affecting Job Participation and Satisfaction of Consumer Protecting Volunteers in Samutprakarn

ชื่อนักศึกษา นางอุสา เจริญชัย

รหัสประจำตัว 474046

สาขาวิชา การจัดการระบบสุขภาพ

ปีการศึกษา 2549

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมและความพึงพอใจของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ โดยศึกษาถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคล แรงจูงใจ การมีจิตสำนึกสาธารณะกับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค และส่งผลกระทบในด้านความพึงพอใจของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค ใช้กลุ่มตัวอย่างจากอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ โดยการสุ่มตัวอย่างอย่างง่ายจำนวน 314 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยที่ผ่านการตรวจความตรงตามเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ และทดสอบความเชื่อมั่นโดยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่าของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่น = 0.933 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS / PC โดยใช้สถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย วิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้สถิติไคสแควร์ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันและสถิติการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 78.30 อายุเฉลี่ย 48.44 ± 10.76 ปี อายุสูงสุด 82 ปี อายุต่ำสุด 22 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าหรือเท่ากับประถมศึกษา รายได้ต่อเดือนเฉลี่ยส่วนใหญ่ 5,001-10,000 บาท อาชีพแม่บ้านและมีตำแหน่งทางสังคมเป็นอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจรวมต่อการเข้ามามีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) โดยมีแรงจูงใจด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.68) รองลงมาคือด้านผลประโยชน์ตอบแทน ความรับผิดชอบและการได้รับการยกย่องนับถือ (ค่าเฉลี่ย 3.67, 3.51 และ 3.43 ตามลำดับ) การมีจิตสำนึกสาธารณะพบว่าอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) ระดับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของกลุ่มตัวอย่างรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.28) โดยการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานมีมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.37) และการมีส่วนร่วมในการวางแผนมีน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย

3.24) ความพึงพอใจของอาสาสมัครจากการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71)

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์พบว่ารายได้ ตำแหน่งทางสังคม บุคคลที่ชักชวนให้เป็นสมาชิก แรงจูงใจและการมีจิตสำนึกสาธารณะมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) และเมื่อวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบขั้นตอนพบว่าตัวแปรที่มีความสำคัญเรียงตามลำดับ ได้แก่ การมีจิตสำนึกสาธารณะและแรงจูงใจเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค โดยแสดงสมการแสดงความสัมพันธ์ ดังนี้

การมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหา = 1.400 + 0.308 (การมีจิตสำนึกสาธารณะ)

+ 0.206 (แรงจูงใจ) …….($R^2 = 0.281$, $p = 0.002$)

พบว่าตัวแปรที่มีความสำคัญเรียงตามลำดับ ได้แก่ แรงจูงใจ การมีจิตสำนึกสาธารณะ การมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาและรายได้ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ โดยแสดงสมการแสดงความสัมพันธ์ ดังนี้

ความพึงพอใจ = 0.889 + 0.366 (แรงจูงใจ) + 0.268 (การมีจิตสำนึกสาธารณะ)

+ 0.180 (การมีส่วนร่วม) – 0.038 (รายได้).…….($R^2 = 0.569$, $p = 0.028$)

ปัญหาและอุปสรรคของอาสาสมัครที่พบจากการดำเนินงานคือ ด้านตัวอาสาสมัครเองมีข้อจำกัดในเรื่องเวลา สุขภาพ ค่าตอบแทน ด้านผู้ประกอบการและชุมชนคือ การไม่ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติงานแก่อาสาสมัคร ด้านเจ้าหน้าที่ภาครัฐคือ การประสานงานและการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทราบในเรื่องปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคและบทบาทของอาสาสมัครค่อนข้างน้อย ข้อเสนอแนะคือ การสร้างแรงจูงใจ การจัดการเผยแพร่ความรู้ให้ประชาชนทราบเรื่องปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค การสนับสนุนกระบวนการมีส่วนร่วม และการสร้างจิตสำนึกในการทำงานให้กับอาสาสมัครรวมทั้งการจัดสรรงบประมาณให้เพียงพอ

Title Factors Affecting Job Participation and Satisfaction of Consumer Protecting Volunteers in Samutprakarn

By Mrs. U-sa Charoenchai

Identification No. 474046

Degree Master of Science (M.S.)

Major Health System Management

Academic Year 2006

ABSTRACT

The study is aimed to examine what factors have influenced job participation and satisfaction in Consumer Protecting Volunteerst in Samutprakarn. The relationships between personal factors, motivation, and public consciousness which have affected the consumer satisfaction have been investigated. A selected random sampling group is 314 Consumer Protecting Volunteers in Samutprakan. The content of questionnaires used have been proven by experts, and confidence test has been performed using Cronbach's Alpha Coefficient (r) equal to 0.933. Data analysis has been conducted by using SPSS/PC software program in term of percentage and mean. The relationship has been identified by Chi-square, Pearson Product Moment Correlation coefficient and Multiple Regression Analysis.

The results have shown that 78.30% of subjects are female, average age is 48.44 + 10.76 years; the oldest is 82 year and youngest is 22 years. Majority completed under or equivalent to primary educational level. The majority of salary ranges between Bht 5,001-10,000. The subjects are housewives and local health volunteers most for social position. They reported high motivation toward involvement in consumer protection problem survey (mean = 3.58); namely they reported highest motivation for performance (mean = 3.68) and for reward, responsibility and recognition (Means = 3.67, 3.51 and 3.43 respectively) They reported high public consciousness (Mean = 3.73) The extent of public participation in consumer protection problem survey was reported moderately (Mean= 3.28). The participation on operation was reported most (Mean = 3.37) while participation on planning was reported least (Mean = 3.24) They reported high satisfaction and high effect of consumer protection problem survey (Mean = 3.71)

It has been demonstrated that relationship between income, social position, referral, motivation, and public consciousness have associated with consumer protection problem survey significantly ($p < 0.05$). Based on Multiple Regression Analysis, it was indicated that primary factors induced to consumer protection problem survey as follows; public consciousness and motivation, which are predominant factors.

The function derived from analysis was as follow :

Participation = 1.400 + 0.308 (Public Consciousness) + 0.206 (Motivation)

……..……($R^2 = 0.281$, $p = 0.002$)

In addition, vigorous factors running in priority were motivation, public consciousness, participation and income; all these have influenced satisfaction.

The function derived from analysis was as follow :

Satisfaction = 0.889 + 0.366 (Motivation) + 0.268 (Public Consciousness)

+ 0.180 (Participation) – 0.038 (Income) ……...($R^2 = 0.569$, $p = 0.028$)

The member-associated problems and drawbacks found in operation include time limitation caused by members themselves, health and reward. On the other hand, the community and enterprise operator-associated problems and drawbacks found include non-compliance, while co-operation and public promotion is rare for state officials. Finally, it was suggested that motivation and public dissemination involving consumer protection, common will, nurturing consciousness in working should be encouraged among club members as well as adequate appropriation is required.

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาอิสระฉบับนี้สำเร็จได้ ด้วยความกรุณา ให้คำแนะนำ เอาใจใส่ และให้ความช่วยเหลือจาก อาจารย์ ดร.วิรัตน์ ทองรอด อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระและเป็นประธานกรรมการสอบการศึกษาอิสระ ที่ได้สละเวลาอันมีค่าให้คำปรึกษา แนะนำ และข้อคิดต่าง ๆ ของการวิจัยมาโดยตลอด จนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์ ดร.ปราโมทย์ ทองกระจาย กรรมการสอบการศึกษาอิสระที่ได้ให้คำปรึกษาชี้แนะแนวทาง ตรวจแก้ไข และให้ข้อเสนอแนะปรับปรุงตั้งแต่ต้นจนสำเร็จ รวมถึงกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิจากกลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสมุทรปราการ อาจารย์ณัฐยาภรณ์ วงศ์บุญเกื้อกูล เภสัชกร 6 ที่ได้กรุณาสละเวลาชี้แนะ ปรับปรุงการศึกษาอิสระให้เสร็จสมบูรณ์มากขึ้น นอกจากนี้ขอกราบขอบพระคุณท่านคณาจารย์บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติทุกท่าน ตลอดจนคณาจารย์พิเศษทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้อันมีค่ายิ่งต่อผู้วิจัย

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสมุทรปราการ สำนักงานสาธารณสุขอำเภอเมือง อำเภอบางพลี อำเภอบางบ่อ อำเภอพระประแดง อำเภอพระสมุทรเจดีย์ และกิ่งอำเภอบางเสาธง ตลอดจนอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้ช่วยกรุณาตอบแบบสอบถาม ซึ่งข้อมูลที่ได้รับจากท่านมีค่ายิ่งสำหรับการศึกษาอิสระฉบับนี้

ผู้วิจัยได้รับความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานจากโรงพยาบาลสำโรงที่สนับสนุน ช่วยเหลือ และให้กำลังใจในการจัดทำการศึกษาอิสระนี้ ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่จากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการติดต่อประสานงาน ขอบคุณเพื่อน ๆ นักศึกษาที่เป็นกำลังใจให้ความมุ่งมั่น อุตสาหะ ช่วยเหลือและเป็นที่ปรึกษาแก่ผู้วิจัยตลอดมา

ขอขอบพระคุณและสำนึกถึงพระคุณบุพการี คุณพ่อจักรทิพย์ คุณแม่จันทร์เพ็ญ บุตรเวทย์ ตลอดจนคุณมั่นกิจ เจริญชัย สามี ด.ช.นนทพัทธ์ เจริญชัย บุตรชาย และผู้มีอุปการคุณที่มิอาจกล่าวนามได้ทั้งหมด ที่เป็นกำลังใจให้มีความมุ่งมั่น อุตสาหะ และสนับสนุนจนผู้วิจัยประสบความสำเร็จในการจัดทำการศึกษาอิสระในครั้งนี้

คุณค่าอันพึงมีของการศึกษาอิสระฉบับนี้ ขอมอบแด่บุคคลที่ได้กล่าวถึงในข้างต้นและคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ แนะนำ สั่งสอนแก่ผู้วิจัยตลอดมา ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการศึกษาอิสระฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้สนใจศึกษาค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติมในโอกาสต่อไป

อุสา เจริญชัย

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย..... (1)

Abstract..... (3)

กิตติกรรมประกาศ..... (5)

สารบัญ..... (6)

สารบัญตาราง..... (9)

สารบัญแผนภูมิ..... (10)

บทที่

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา..... 1

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย..... 5

1.3 ขอบเขตการวิจัย..... 5

1.4 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา..... 6

1.5 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย..... 7

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ..... 7

2. แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ..... 8

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการมีจิตสำนึกสาธารณะ..... 17

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชน..... 31

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ..... 38

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... 40

2.6 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย..... 43

3. ระเบียบวิธีการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง..... 45

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา..... 46

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล..... 50

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
	3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	50
	3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	50
4.	**ผลการศึกษา**	
	4.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง และการชักชวนเป็นอาสาสมัครโดยบุคคลอื่น	52
	4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจของกลุ่มตัวอย่าง	55
	4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับการมีจิตสำนึกสาธารณะของกลุ่มตัวอย่าง	58
	4.4 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการมีส่วนร่วมของกลุ่มตัวอย่าง	59
	4.5 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง	62
	4.6 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล การชักชวนเป็นอาสาสมัครโดยบุคคลอื่น แรงจูงใจ และการมีจิตสำนึกสาธารณะกับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค	64
	4.7 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคกับความพึงพอใจของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค	66
	4.8 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค	67
	4.9 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค	68
	4.10 การวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการดำเนินงานสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค จังหวัดสมุทรปราการ	70
5.	**สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ**	
	5.1 สรุปผลการวิจัย	72
	5.2 อภิปรายผล	77

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	**หน้า**
5.3 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย	83
5.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	84
5.5 ข้อจำกัดของการวิจัยครั้งนี้	85
บรรณานุกรม	86
ภาคผนวก	
ผนวก ก. แบบสอบถาม	92
ผนวก ข. ความรู้เกี่ยวกับการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค	100
ประวัติผู้เขียน	128

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1.1	ร้อยละของครัวเรือนที่ไปซื้อยาโดยไม่ได้รับการตรวจจากแพทย์/เจ้าหน้าที่สาธารณสุขจำแนกตามสถานที่.....	2
3.1	จำนวนประชากรและจำนวนกลุ่มตัวอย่างของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ.....	46
4.1	ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างและการชักชวนเป็นอาสาสมัครโดยบุคคลอื่น.....	53
4.2	ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค.....	56
4.3	ข้อมูลเกี่ยวกับการมีจิตสำนึกสาธารณะของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค.....	58
4.4	ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค.....	61
4.5	ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคจาการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค.....	63
4.6	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณลักษณะบุคคล ปัจจัยจูงใจโดยการชักชวนเป็นอาสาสมัครกับการมีส่วนร่วมในการสำรวจการคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัคร.....	64
4.7	ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัคร.....	65
4.8	ความสัมพันธ์ระหว่างการมีจิตสำนึกสาธารณะกับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัคร.....	66
4.9	ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคกับความพึงพอใจของอาสาสมัคร.....	66
4.10	การวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบขั้นตอนระหว่างการมีจิตสำนึกสาธารณะแรงจูงใจกับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค.....	68
4.11	การวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบขั้นตอนระหว่างแรงจูงใจ การมีจิตสำนึกสาธารณะ การมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคและรายได้กับความพึงพอใจของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค.....	69

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่		หน้า
2.1	การเกี่ยวข้องกับการจัดการของทฤษฎีความคาดหวังของวิคเตอร์ วรูม.....	14
2.2	กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	44

มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ HUACHIEW CHALERMPRAKIET UNIVERSITY 華僑崇聖大學

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในสถานการณ์ปัจจุบัน การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ความเป็นเมืองและการพัฒนาไปสู่ประเทศอุตสาหกรรมใหม่ของประเทศทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของประชาชน การเคลื่อนย้ายของประชาชนจากพื้นที่ชนบทสู่ศูนย์กลางเมืองทำให้วัฒนธรรมการบริโภคอาหารของประชาชนได้เปลี่ยนแปลงจากการปรุงอาหาร การประกอบอาหารที่บ้าน ไปเป็นการบริโภคอาหารสำเร็จรูป อาหารกึ่งสำเร็จรูป หรืออาหารพร้อมรับประทาน ด้วยเหตุที่มีการปรุงประกอบอาหารที่รวดเร็ว ปริมาณมาก และไม่ถูกสุขลักษณะของผู้ประกอบการ ใช้สารเคมีผสมลงไปในอาหารเกินขนาด หรือในผลิตภัณฑ์สุขภาพอื่น ๆ รวมทั้งการใช้ที่ผิดวัตถุประสงค์และใช้ไม่ระมัดระวัง ก่อให้เกิดปัญหาระหว่างผู้ประกอบการกับผู้บริโภคอันจะนำไปสู่ปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสาธารณสุขอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ (กระทรวงสาธารณสุข. 2540) ทำให้ประชาชนผู้บริโภคอยู่ในภาวะจำยอมเนื่องจากขาดความรู้ในเรื่องสภาวะการตลาดและคุณภาพของสินค้า โดยเฉพาะผู้บริโภคที่อยู่ในหมู่บ้านห่างไกลและมีความรู้น้อย ยิ่งตกเป็นเหยื่อของการซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพ ยา อาหาร รวมทั้งสถานพยาบาลที่ไม่มีคุณภาพตามมาตรฐาน ดังนั้นจึงจำเป็นที่จะต้องมีการดำเนินการคุ้มครองประโยชน์ให้แก่ประชาชน ทั้งทางความปลอดภัยในการบริโภค คุณภาพมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เพื่อให้ประชาชนผู้บริโภคได้รับความปลอดภัย เป็นธรรม และประหยัดค่าใช้จ่าย

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยามีหน้าที่และความรับผิดชอบในการควบคุมคุณภาพและมาตรฐานการผลิต การนำหรือสั่งเข้ามาในราชอาณาจักร การจำหน่ายซึ่งอาหาร เครื่องสำอาง วัตถุมีพิษ วัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท ยาเสพติดให้โทษและเครื่องมือแพทย์ ซึ่งการดำเนินการควบคุมนั้นครอบคลุมถึงการพิจารณาอนุญาตผู้ประกอบการโรงงาน ผลิตภัณฑ์ต้องมีคุณภาพมาตรฐานตามที่กำหนด มีการดำเนินการเฝ้าระวังหรือติดตามอาการอันไม่พึงประสงค์ที่อาจเกิดจากการใช้ผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ทราบถึงแนวโน้มของปัญหาและนำมากำหนดมาตรฐานในการป้องกันเพื่อแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว มาตรการในการคุ้มครองผู้บริโภคที่เป็นที่ยอมรับกันคือ การให้ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้บริโภคเพื่อให้ผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจที่จะเลือกซื้อเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพ ปลอดภัย และคุ้มค่า ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และการสาธารณสุข อีกทั้งให้ผู้บริโภคสามารถพิทักษ์สิทธิประโยชน์ของตนได้ในการเรียกร้องหรือร้องเรียนเพื่อให้รัฐเข้ามาพิทักษ์สิทธิประโยชน์ของตน (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. 2541)

การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพมีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อให้ประชาชนได้บริโภคผลิตภัณฑ์หรือสินค้าเกี่ยวกับสุขภาพ อาทิ ผลิตภัณฑ์อาหาร ยา เครื่องสำอาง เครื่องมือแพทย์ วัตถุอันตรายและวัตถุออกฤทธิ์ที่มีคุณภาพมาตรฐาน มีความปลอดภัย มีประสิทธิภาพและประหยัด ซึ่งในการวางแผนการคุ้มครองผู้บริโภคในภาพรวมระดับประเทศได้จัดเป็นแผนงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสาธารณสุขภายใต้แผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

จากการประเมินผลพบว่าประชาชนได้รับการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสาธารณสุขจากภาครัฐในระดับหนึ่งแต่ยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควรทั้งนี้เนื่องจากโครงสร้างองค์กรที่ยังไม่สอดคล้องกับสถานการณ์การขยายตัวของภารกิจอย่างมากมายและรวดเร็วโดยเฉพาะอย่างยิ่งบุคลากรส่วนภูมิภาคยังไม่พร้อมเท่าที่ควรในการรับมอบอำนาจจากส่วนกลางในการคุ้มครองผู้บริโภคจึงทำให้ประชาชนไม่ได้รับการคุ้มครองสุขภาพอย่างมีประสิทธิภาพ (สราวุฒิ คงสัมฤทธิ์. 2542 : 3) โดยเห็นได้จากรายงานผลการปฏิบัติงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสาธารณสุขในแต่ละผลิตภัณฑ์ที่ถูกร้องเรียนมากที่สุดเป็นอันดับ 1 และอันดับ 2 คือ อาหารร้อยละ 68.30 และยาร้อยละ 10.00 ตามลำดับ (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. 2540 : 97)

จากการสำรวจสภาวะสุขภาพอนามัยของประชาชนในพ.ศ. 2538 และ 2539 พบว่าประชาชนรู้จักเครื่องหมาย อย. มีแนวโน้มมากขึ้น แต่ยังมีประชาชนที่ไม่รู้จักเครื่องหมาย อย. ถึงร้อยละ 35.00 และ 27.33 ตามลำดับ (อ้างถึงใน สราวุฒิ คงสัมฤทธิ์. 2542 : 4)

ตารางที่ 1.1

ร้อยละของครัวเรือนที่ไปซื้อยาโดยไม่ได้รับการตรวจจากแพทย์/เจ้าหน้าที่สาธารณสุข จำแนกตามสถานที่

สถานที่ซื้อยา	กทม.	ภูมิภาค	ทั้งประเทศ
ร้านขายของชำ	7.49	35.65	28.83
ผู้มาเร่ขายยาเป็นครั้งคราว	0.19	0.56	0.47
กองทุนยา/อสม.	0.28	18.35	13.97
ร้านขายยา	89.29	34.78	47.98
โรงพยาบาล/คลินิก	1.90	9.09	7.34
อื่น ๆ	0.47	1.51	1.26
ไม่ทราบ	0.38	0.08	0.15
รวม	**100.00**	**100.00**	**100.00**

ที่มา : รายงานผลการพัฒนาสาธารณสุขในแผนพัฒนาสาธารณสุขฉบับที่ 7 สำนักนโยบายและแผน กระทรวงสาธารณสุข พ.ศ. 2541

สถานที่ที่ประชาชนนิยมไปซื้อยาโดยไม่ได้รับการตรวจรักษาจากแพทย์/เจ้าหน้าที่สาธารณสุขมากที่สุดคือ ร้านขายยา รองลงมาเป็นร้านขายของชำ และกองทุนยา/อสม. โดยในกรุงเทพมหานครประชาชนนิยมไปซื้อยาจากร้านขายยามากที่สุด ขณะที่ประชาชนในส่วนภูมิภาคไปซื้อยาจากร้านขายของชำมากที่สุด ดังตารางที่ 1.1

จังหวัดสมุทรปราการเป็นแหล่งที่ตั้งของสถานประกอบการจำนวนมากทั้งอาหาร ยา สถานพยาบาลและผลิตภัณฑ์สุขภาพอื่น ๆ ข้อมูลสถานประกอบการในจังหวัดปี 2548 มีประมาณ 2,000 แห่ง ทั้งยังเป็นที่ตั้งของสนามบินสุวรรณภูมิทำให้เป็นพื้นที่รวมของผู้อยู่อาศัย ผู้ใช้แรงงาน และผู้ประกอบธุรกิจจำนวนมาก รวมทั้งผู้อาศัยอยู่ในจังหวัดรอบข้างที่มาทำงานหรือประกอบการจำนวนไม่น้อย จากการเป็นศูนย์รวมทั้งสถานประกอบการและประชากรดังกล่าวจึงทำให้มีปัญหาด้านการคุ้มครองผู้บริโภคต่าง ๆ จำนวนมาก เช่น ผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผลิตและจำหน่ายไม่มีมาตรฐาน สถานพยาบาลไม่ถูกต้อง ขาดจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อผู้ใช้บริการ ทำให้เกิดปัญหาในความไม่ปลอดภัยต่อสุขภาพอนามัยของประชาชน สุดท้ายจึงมีเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภค (เอกสารโครงการเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค จังหวัดสมุทรปราการ)

สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสมุทรปราการ ได้ดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภคมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530 เป็นต้นมา แต่ส่วนใหญ่เป็นการดำเนินการในกลุ่มเป้าหมายที่เป็นสถานที่และปฏิบัติโดยเจ้าหน้าที่ภาครัฐ เช่น เจ้าหน้าที่สาธารณสุขในโรงพยาบาล สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด พนักงานสาธารณสุขอำเภอ สถานีอนามัยและสถานศึกษา ครู นักเรียน ซึ่งก็ยังไม่เพียงพอในการคุ้มครองผู้บริโภค ดังนั้นสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสมุทรปราการโดยกลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภคจึงได้พัฒนางานคุ้มครองผู้บริโภคซึ่งเน้นที่ผู้บริโภค คือ ประชาชนและชุมชน จึงได้จัดทำโครงการจัดสร้างเครือข่ายดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชนขึ้นในระดับหน่วยบริการปฐมภูมิ ระดับอำเภอและระดับจังหวัด โดยมีอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคเข้าร่วมจำนวน 77 ชมรม รวมจำนวนอาสาสมัครทั้งสิ้น 1,468 คน ทั้งนี้เพื่อให้มีการประสานความร่วมมือและดำเนินงานอย่างเป็นระบบเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ทั้งแผนงาน กระบวนการทำงาน ควบคุมกำกับ และประเมินผล เพื่อแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคในพื้นที่และ/หรือชุมชน และสามารถสนองต่อแผนงานภาครัฐได้ ในส่วนการวางแผนงานของแต่ละชมรมเกิดจากการระดมความเห็นของอาสาสมัครและแกนนำของชมรมในทุกระดับที่มีความสนใจในปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค และดำเนินการค้นหาปัญหาด้านคุ้มครองผู้บริโภคในชุมชนโดยให้แต่ละชมรมค้นหาปัญหาจำนวน 2 ปัญหา จากปัญหาทั้งหมด 6 ด้าน ซึ่งประกอบด้วย 1) ด้านอาหารปลอดภัย อาหารสำเร็จรูป 2) ด้านอาหารปลอดภัย อาหารปรุงสำเร็จ 3) ด้านอาหารปลอดภัย อาหารสด 4) ด้านยา ยาเสพติดและบริการในร้านยาที่ดี 5) ด้านการเลือกใช้สถานพยาบาล และ 6) ด้านเครื่องสำอาง วัตถุอันตราย และการโฆษณา โดยมีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง และในปีงบประมาณ 2549 จะมีการจัดอบรมให้แก่อาสาสมัครเพื่อ

เพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์และทักษะในการสำรวจปัญหาด้านคุ้มครองผู้บริโภค ทั้งยังมอบหมายให้อาสาสมัครทำการสำรวจข้อมูลปัญหาด้านคุ้มครองผู้บริโภคโดยให้รายงานผลต่อพนักงานเจ้าหน้าที่

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 5 (2545-2549) ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยเน้นพัฒนาให้เสริมสร้างขีดความสามารถให้สังคมเข้มแข็ง มุ่งพัฒนาครอบครัว ชุมชน สังคมเป็นแกนหลัก ให้ความสำคัญเป็นลำดับสูงต่อการพัฒนาคุณภาพคน สร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายชุมชน ตลอดจนการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ของประชาชน เพื่อให้รู้สึกว่าตนเองมีคุณค่า มีความหมายของสังคมและเกิดความภาคภูมิใจในตนเอง (รัชดา พรพิไลสวัสดิ์. 2548 : 2)

ในการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อสำรวจปัญหาด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของประชาชนในชุมชน เป็นงานที่บุคคลอาสาที่จะรับผิดชอบสำรวจปัญหาด้านคุ้มครองผู้บริโภคของประชาชนด้วยความสมัครใจ โดยผ่านกระบวนการอบรมความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคจากเจ้าหน้าที่สาธารณสุข จนมีความรู้ ความสามารถที่จะสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคได้

อาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคต้องเป็นผู้ทำงานด้วยจิตวิญญาณและด้วยความสมัครใจเพื่อประโยชน์ของผู้อื่นและสังคม โดยไม่หวังสิ่งตอบแทนที่เป็นเงินหรือวัตถุ เช่น การทำหน้าที่โดยไม่เห็นแก่บำเหน็จรางวัลหรือผลประโยชน์ จึงเป็นบุคคลที่สมัครใจทำงานเพื่อประโยชน์แก่ผู้อื่น สามารถดำเนินบทบาทในการเป็นผู้โน้มนำ ผู้นำชุมชนและประชาชนในชุมชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคได้ อันแสดงให้เห็นว่าบุคคลนั้นต้องมีแรงกระตุ้นหรือแรงจูงใจให้มีกิจกรรมเพื่อประโยชน์ของส่วนรวมโดยให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ ตลอดจนการมีจิตสำนึกที่จะทำหน้าที่ประสานงานระหว่างชุมชนกับทางราชการ ร่วมวางแผนแก้ไข มีความซื่อสัตย์ ตั้งใจจริง มีคุณธรรมที่จะทำงานเพื่อประโยชน์ของส่วนรวม และมีความพยายามที่จะศึกษาหาความรู้ในการสำรวจปัญหาเพื่อนำมาดำเนินการวางแผนงานคุ้มครองผู้บริโภคได้

ในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคในชุมชนได้สำเร็จตามเป้าหมายนั้น ต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของประชาชน ความตระหนักในปัญหาของชุมชน เพื่อให้เกิดการพัฒนากิจกรรมและดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ นำไปสู่การมีคุณภาพชีวิตที่ดีของชุมชน ทำให้ประชาชนลดความเสี่ยงจากปัญหาด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ผู้ประกอบการมีความรู้และตั้งใจที่จะให้บริการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพแก่ประชาชน ทำให้เกิดความพึงพอใจและเกิดความร่วมมือในหลายฝ่ายทั้งภาคประชาชน ภาครัฐ ภาคเอกชน ทำให้เกิดการดำเนินงานที่ประสบผลสำเร็จและบรรลุเป้าหมายได้

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมและความพึงพอใจของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งเป็นการกระทำเพื่อประโยชน์แก่ชุมชน อีกทั้งน่าจะมีมูลเหตุจูงใจบางประการมาผลักดันให้บุคคลเหล่านี้สมัครเป็นอาสาสมัครคุ้มครอง

ผู้บริโภค รวมทั้งการที่อาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคมีจิตสำนึกที่ดีในการตระหนักถึงปัญหาของชุมชน ความพยายามที่จะแก้ปัญหาของชุมชนจะส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างไร และมีปัญหาอุปสรรคใดบ้างในการปฏิบัติงาน ส่งผลกระทบต่ออาสาสมัครอย่างไร เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมการปฏิบัติงานในการสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคอย่างจริงจัง อันจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนและการดำเนินงานการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสาธารณสุขอย่างมีประสิทธิภาพ และส่งผลให้การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสาธารณสุขประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ในการพัฒนาสุขภาพอนามัยและคุณภาพชีวิตที่ดีแก่ประชาชนทั่วประเทศโดยรวมในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณลักษณะบุคคล แรงจูงใจและการมีจิตสำนึกสาธารณะในการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค
2. เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคในการสำรวจปัญหาด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคจากการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณลักษณะบุคคลในด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ตำแหน่งหน้าที่ทางสังคม การชักชวนเป็นอาสาสมัคร โดยบุคคลอื่น แรงจูงใจและการมีจิตสำนึกสาธารณะ กับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาด้านคุ้มครองผู้บริโภคของกับความพึงพอใจของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค
6. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค
7. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค

1.3 ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ ศึกษาเฉพาะปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมและความพึงพอใจของอาสาสมัครในงานคุ้มครองผู้บริโภคในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งมีจำนวนอาสาสมัครทั้งสิ้น 1,468 คน

1.4 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1.1 ข้อมูลคุณลักษณะบุคคล

- เพศ
- อายุ
- สถานภาพ
- ระดับการศึกษา
- รายได้
- อาชีพ
- ตำแหน่งหน้าที่ทางสังคม

1.2 การชักชวนเป็นอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคโดยบุคคลอื่น

1.3 แรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค

- การได้รับการยกย่องนับถือ
- ลักษณะงานที่ปฏิบัติ
- ผลประโยชน์ตอบแทน
- ความรับผิดชอบ

1.4 การมีจิตสำนึกสาธารณะ

- ความตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน
- การรับรู้ความสามารถในการผลักดันเพื่อแก้ปัญหา
- การลงมือปฏิบัติในการแก้ปัญหา
- การมีเครือข่ายในการทำกิจกรรมเพื่อช่วยเหลือชุมชน

2. ตัวแปรตาม ได้แก่

2.1 การมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค

- การมีส่วนร่วมในการค้นหาและสำรวจปัญหา
- การมีส่วนร่วมในการวางแผน
- การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน
- การมีส่วนร่วมในการประเมินผล

2.2 ความพึงพอใจของอาสาสมัครในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค

1.5 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

อาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค หมายถึง บุคคลที่สมัครเข้าร่วมในการดำเนินงานสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ

ตำแหน่งหน้าที่ทางสังคม หมายถึง การดำรงตำแหน่งหน้าที่ทางสังคมที่ช่วยเหลือในชุมชนของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค เช่น กรรมการชุมชน กรรมการกองทุนหมู่บ้าน อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน เป็นต้น

แรงจูงใจ หมายถึง องค์ประกอบของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคในด้านที่เป็นแรงกระตุ้นให้เกิดความสนใจและพึงพอใจในการปฏิบัติการสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค ได้แก่ การได้รับยกย่องนับถือ ลักษณะงานที่ปฏิบัติ ผลประโยชน์ตอบแทน และความรับผิดชอบ

การมีจิตสำนึกสาธารณะ หมายถึง การที่อาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน ทำให้เกิดความต้องการที่จะช่วยเหลือชุมชน รับรู้ถึงหน้าที่ ความรับผิดชอบและความสามารถในการผลักดันเพื่อแก้ปัญหา การลงมือปฏิบัติในการแก้ปัญหา การมีเครือข่ายในการทำกิจกรรมเพื่อช่วยเหลือชุมชน

การมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหา หมายถึง การที่อาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคเข้าไปเกี่ยวข้องกับการสำรวจปัญหาและสาเหตุของปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค และได้นำเสนอผลการสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคในด้านอาหารปลอดภัย อาหารสด อาหารสำเร็จรูป อาหารพร้อมบริโภค ด้านบริการในคลินิกแพทย์ ด้านบริการในร้านยา ด้านความปลอดภัย เครื่องสำอางให้กับหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภคและได้ร่วมประชุมกันริเริ่มกิจกรรมเพื่อแก้ไขปัญหา ร่วมวางแผน ร่วมดำเนินงานและมีส่วนร่วมในการประเมินผล

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคที่มีต่องานในทางที่ดี เป็นความรู้สึกที่จะกระตุ้นและผลักดันให้บุคคลปฏิบัติงาน เพื่อบรรลุผลสำเร็จตามจุดหมายที่ตั้งไว้

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบระดับการมีส่วนร่วมและความพึงพอใจของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคในการสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค

2. ได้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคในการสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค

3. ได้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคในการสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค

4. ทำให้ทราบปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินงานสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคในชุมชน

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมและความพึงพอใจของอาสาสมัครในงานคุ้มครองผู้บริโภคในการสำรวจปัญหาด้านคุ้มครองผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการมีจิตสำนึกสาธารณะ

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชน

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.6 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

จากการศึกษามีผู้ให้ความหมายของแรงจูงใจอย่างหลากหลาย ผู้วิจัยขอนำมากล่าวโดยสังเขป ดังนี้

ศิริรัตน์ เสรีรัตน์ และสมชาย หิรัญกิตติ (2530 : 150) ได้ให้ความหมายของการจูงใจว่าหมายถึงวิธีการชักนำพฤติกรรมของบุคคลให้ปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ตามความต้องการของมนุษย์ สิ่งจูงใจจะเกิดขึ้นได้จากภายในและภายนอกตัวบุคคล

ทองศรี กำภู ณ อยุธยา (2533 : 82) กล่าวว่าการจูงใจเป็นสิ่งกระตุ้นให้คนเกิดความต้องการที่จะกระทำใด ๆ การจูงใจนี้เกิดจากแรงจูงใจ (Motive) ซึ่งหมายถึงแรงขับหรือพลังผลักดันภายในตัวบุคคลที่จะไปส่งเสริมหรือชักนำให้คนแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งออกมา

ดำรงศักดิ์ จงวิบูลย์ (2543 : 10) กล่าวว่าแรงจูงใจหมายถึงแรงกระตุ้นหรือเร้าให้อินทรีย์ได้เพิ่มพูนความสามารถ ความพยายาม หรือพลังที่ซ่อนเร้นอยู่ภายในให้เกิดการกระทำหรือทุ่มเทในงานที่ทำเพื่อให้บรรลุความปรารถนาในการแก้ปัญหาหรือเพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายอันจะนำมาซึ่งความพึงพอใจ

ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2544 : 111) ให้ความหมายไว้ว่าการจูงใจหมายถึงสภาวะของบุคคลที่ถูกกระตุ้นให้แสดงพฤติกรรมไปยังจุดหมายปลายทาง

วิชัย โถสุวรรณจินดา (2535 : 57) กล่าวว่าองค์ประกอบของการจูงใจคือ

1. องค์ประกอบทางด้านร่างกายและจิตใจ ได้แก่

1.1 เหตุจูงใจ (Motive) คือสิ่งเร้าที่มีพลังมากพอที่จะชักนำให้บุคคลเกิดความรู้สึกตั้งใจกระทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดให้สำเร็จ

1.2 การรับรู้ (Recognition) หมายถึงสิ่งที่ได้เรียนรู้มาหรือมีประสบการณ์จากสภาพแวดล้อมในอันที่จะปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมเหล่านั้น

1.3 ความต้องการ (Needs) ได้แก่ ความต้องการทางด้านกายภาพ ความมั่นคง การเข้าสังคม การยกย่องและความประสงค์ที่จะทำอะไรให้สำเร็จด้วยตัวเอง

2. องค์ประกอบด้านอาชีววิทยา

3. องค์ประกอบทางด้านเป้าหมาย

4. องค์ประกอบด้านสภาวะแวดล้อม

ทฤษฎีความต้องการพื้นฐานของการจูงใจ (Need – Based Theories of Motivation)

ทฤษฎีความต้องการพื้นฐานจะเน้นถึงความต้องการที่จะจูงใจบุคคล คนเรามีความต้องการพื้นฐาน เช่น อาหาร ความสำเร็จ หรือรางวัลเป็นเงิน ความต้องการนี้มีแหล่งที่มาจากแรงขับภายในที่สร้างแรงจูงใจในพฤติกรรมที่จะตอบสนองความต้องการ ความต้องการของแต่ละบุคคลเหมือนกันกับสิ่งที่ซ่อนเร้นอยู่ ซึ่งเขาต้องการจะทำงานเพื่อให้ได้สิ่งนั้นมา ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้นำจะต้องมีความเข้าใจในความต้องการของพนักงานและออกแบบระบบการให้รางวัล เพื่อสนับสนุนให้พนักงานได้ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันขององค์การ

ทฤษฎีลำดับขั้นตอนของความต้องการ (Hierarchy of Needs Theory)

เป็นทฤษฎีความต้องการที่มีชื่อเสียงมากที่สุดที่ได้ถูกพัฒนาขึ้นมาโดย Abraham Maslow (Maslow. 1943) ทฤษฎีลำดับขั้นตอนความต้องการของ Maslow เสนอความคิดเห็นว่ามนุษย์ถูกจูงใจโดยความต้องการหลายอย่าง และความต้องการเหล่านั้นเป็นไปตามลำดับขั้น ความต้องการขั้นสูงไม่สามารถชี้ให้เห็นถึงความพึงพอใจได้ จนกระทั่งได้รับการตอบสนองความต้องการขั้นต่ำก่อน Maslow ได้กำหนดว่ามีอยู่ 5 ขั้นตอนของลำดับความต้องการของการจูงใจ

1. ด้านสรีรวิทยา (Physiological) ส่วนมากพื้นฐานความต้องการด้านสรีรวิทยาของมนุษย์ประกอบด้วย อาหาร น้ำ และความต้องการทางเพศ สิ่งเหล่านี้เป็นการสะท้อนถึงความต้องการอุณหภูมิที่พอเหมาะ อากาศ และเงินเดือนการดำรงชีพ

2. ด้านความปลอดภัย (Safety) ขั้นต่อมาเป็นความต้องการความปลอดภัย ความมั่นคงและสภาพแวดล้อมที่รู้สึกอิสระและปราศจากการขู่เข็ญ นั่นคือเป็นความอิสระจากความรุนแรงและปราศจากการคุกคามทางสังคมในสถานที่ทำงานขององค์การ ความต้องการปลอดภัยในการทำงาน ผลประโยชน์เกื้อกูล และความมั่นคงในงาน

3. ด้านมิตรสัมพันธ์(Belongingness) คนทั่วไปปรารถนาที่จะได้รับการยอมรับจากเพื่อนฝูงของเขา มีความสัมพันธ์ฉันท์เพื่อนและเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม เป็นที่รักของคนในองค์การ ความต้องการเหล่านี้มีอิทธิพลต่อความปรารถนาที่จะมีความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงาน การมีส่วนร่วมในการทำงานเป็นทีม และมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับหัวหน้างาน

4. ด้านความยกย่องนับถือ (Esteem) ความต้องการได้รับการยกย่องมีความสัมพันธ์กับความปรารถนาของความรู้สึกในตนเองและการเอาใจใส่ตนเอง การยอมรับ และการรับคำชมเชยจากคนอื่น ๆ ภายในองค์การ ความต้องการได้รับการยกย่องเป็นสิ่งสะท้อนให้เห็นถึงการยอมรับ การเพิ่มความรับผิดชอบสูงขึ้น สถานภาพที่สูงขึ้น และความเชื่อถือที่มีต่อคนในองค์การ

5. ด้านการประสบความสำเร็จในชีวิต (Self – Actualization) เป็นลำดับความต้องการที่สูงที่สุด ประสบความสำเร็จในชีวิต เป็นสิ่งแสดงให้เห็นถึงความต้องการบรรลุผลสำเร็จในสิ่งที่ตนเองต้องการพัฒนาศักยภาพอย่างเต็มที่ในการเพิ่มความสามารถให้แก่คนและให้เป็นคนที่ดีขึ้น ความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิตสามารถพบได้ในองค์การที่เปิดโอกาสให้มีความเจริญก้าวหน้า ให้มีการให้อำนาจและมีความคิดสร้างสรรค์และมีการฝึกอบรมสำหรับงานในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายที่มีความท้าทาย และมีความเจริญก้าวหน้าในอาชีพการงาน

ตามที่ทฤษฎีที่มาสโลว์ได้กล่าวมานั้น ความต้องการด้านสรีระ ความปลอดภัยและความต้องการมิตรสัมพันธ์ เป็นความต้องการขั้นต่ำที่มีความต้องการก่อน หลังจากนั้นก็จะมีความต้องการที่สูงกว่าคือการได้รับการยกย่องและความเจริญก้าวหน้าประสบความสำเร็จในชีวิต

ทฤษฎีสองปัจจัย (Two – Factor Theory)

Frederick Herzberg เป็นผู้ริเริ่มค้นคว้าและพัฒนาทฤษฎีอื่น ๆ ของการจูงใจ เรียกว่าทฤษฎีสองปัจจัย Herzberg ได้สรุปว่ามีปัจจัยสำคัญ 2 ประการที่สัมพันธ์กับความชอบและไม่ชอบของแต่ละคน

ทฤษฎีสองปัจจัยประกอบไปด้วยสองส่วน ในส่วนที่หนึ่งเรียกว่าปัจจัยสุขอนามัย (Hygine Factor) เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความไม่พอใจ เช่น สภาพเงื่อนไขในที่ทำงาน การจ่ายผลตอบแทน นโยบายของบริษัท และความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน เมื่อปัจจัยสุขอนามัยไม่ดีพอ การทำงานก็จะเกิดความไม่พอใจ ซึ่งก็จะเหมือนกับแนวความคิดเรื่องความต้องการที่ขาดไปตามแนวคิดของมาสโลว์ ปัจจัยสุขอนามัยที่ดีพอจะทำให้ความไม่พอใจในการทำงานหายไป

ปัจจัยที่สองมีอิทธิพลทำให้เกิดความพอใจในงาน เรียกว่า ปัจจัยการจูงใจ (Motivation Factor) เป็นความต้องการระดับสูงที่เติมเต็มให้กับความต้องการจูงใจของคนทำให้เกิดความพอใจ ได้แก่ ความสำเร็จ การยอมรับ ความรับผิดชอบและโอกาสมีความเจริญก้าวหน้า Herzberg เชื่อว่าเมื่อสร้างแรงจูงใจให้พนักงานก็จะเกิดแรงจูงใจที่สูงและเกิดความพอใจ ด้วยเหตุนี้ปัจจัยสุขอนามัยและปัจจัยจูงใจจึงเป็นปัจจัยที่มีความแตกต่างกัน ปัจจัยสุขอนามัยเป็นปัจจัยที่ใช้กับระดับ

ความต้องการที่ต่ำกว่า และถ้าไม่มีปัจจัยนี้ก็เป็นต้นเหตุให้เกิดความไม่พอใจ เช่น เงื่อนไขของการทำงานที่ไม่มีความปลอดภัยหรือในสภาพแวดล้อมการทำงานที่มีเสียงดังจะเป็นสาเหตุที่ทำให้คนเกิดความไม่พอใจ ดังนั้นองค์การจึงต้องขจัดความไม่พอใจนี้ให้หมดไปเสียก่อน แล้วจึงใช้ความต้องการในการจูงใจในระดับที่สูงกว่า เช่น ความท้าทาย ความรับผิดชอบและการยอมรับในที่ทำงาน เพื่อให้พนักงานได้รับการจูงใจในระดับที่สูงในการทำงานของพวกเขาจะได้จูงใจให้พวกเขานำศักยภาพที่มีอยู่ในตัวจองเขานำออกมาใช้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อองค์การให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ปัจจัยจูงใจ (Motivation Factor) เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจในการทำงานที่ทำและเกี่ยวข้องกับความรู้สึกในทางบวกกับงานที่ปฏิบัติ โดยมีความสัมพันธ์โดยตรงกับงานที่ทำ (Job Content) ปัจจัยเหล่านั้นได้แก่

1.1 ความสำเร็จของงาน(Achievement) หมายถึงการที่บุคคลสามารถทำงานได้เสร็จสิ้นและประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของหน่วยงาน รวมทั้งความสามารถในการแก้ปัญหาต่าง ๆ

1.2 การได้รับความยกย่องนับถือ (Recognition) หมายถึงการได้รับความเชื่อถือและได้รับการยกย่องชมเชยจากผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน กลุ่มเพื่อนและบุคคลอื่นโดยทั่วไป

1.3 ลักษณะงานที่ปฏิบัติ (Work Itself) หมายถึงความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพของงานที่กระทำว่าเป็นงานที่จำเจน่าเบื่อหน่าย ท้าทายความสามารถ ก่อให้เกิดความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์หรือเป็นงานที่ยากหรือง่าย

1.4 โอกาสก้าวหน้าในหน้าที่การงาน (Possibility of Growth) หมายถึงโอกาสที่บุคคลได้รับการแต่งตั้งโยกย้ายตำแหน่งภายในหน่วยงานหรือองค์การ หรือการที่บุคคลมีโอกาสพัฒนาทักษะและได้รับสิ่งใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มพูนทักษะที่เอื้อต่อวิชาชีพ

1.5 ความรับผิดชอบ (Responsibility) หมายถึงการยอมรับตามผลที่ดีหรือไม่ดีที่เกิดขึ้นจากการได้รับมอบหมายและการมีอำนาจในหน้าที่ปฏิบัติ

2. ปัจจัยสุขอนามัย (Hygiene Factor) เป็นปัจจัยที่ลดความไม่พอใจในงานอันจะทำให้คนทำงานได้อย่างปกติในองค์การเป็นเวลานาน มีความสัมพันธ์โดยตรงกับสิ่งแวดล้อมภายนอกของงาน (Job Content) ปัจจัยเหล่านี้ไม่ถือว่าเป็นสิ่งจูงใจให้คนทำงานมากขึ้น แต่มีส่วนช่วยในการทำงานให้สุขสบายมากขึ้น ป้องกันมิให้คนผละจากงาน ปัจจัยเหล่านี้ได้แก่

2.1 นโยบายและการบริหาร (Policy and Administration) หมายถึงการจัดการและการบริหารงานขององค์การ การให้อำนาจแก่บุคคลในการดำเนินงาน

2.2 การนิเทศงานทางวิชาการ หมายถึงความเต็มใจหรือไม่เต็มใจในการให้คำแนะนำหรือมอบหมายความรับผิดชอบจากผู้บังคับบัญชา รวมทั้งการให้คำแนะนำ คำปรึกษาจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการปฏิบัติงาน

2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้นิเทศ หมายถึงการพบปะ สนทนา ความเป็นมิตร การเรียนรู้งานจากผู้ใต้บังคับบัญชา ความซื่อสัตย์ ความเต็มใจ รับฟังข้อเสนอแนะจากลูกน้อง ความเชื่อถือไว้วางใจของผู้บังคับบัญชา

2.4 ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน หมายถึงการพบปะ การสนทนา ความเป็นมิตร การเรียนรู้ในกลุ่ม และการรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม

2.5 ความสัมพันธ์กับผู้ใต้บังคับบัญชา

2.6 เงินเดือนและค่าตอบแทน

2.7 ความมั่นคงในงาน (Job Security) หมายถึงความรู้สึกของคนที่มีต่อความมั่นคงในงาน

2.8 การดำเนินชีวิตส่วนตัว (Personal Life) หมายถึงสถานการณ์หรือลักษณะบางประการของงานที่ส่งผลต่อชีวิตความเป็นอยู่ส่วนตัวทำให้บุคคลมีความรู้สึกอย่างใดอย่างหนึ่งต่องาน

2.9 สภาพการทำงาน (Working Conditions) หมายถึง สภาพแวดล้อมทางกายภาพที่จะอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงาน เช่น แสง เสียง เครื่องมือ อุปกรณ์ ฯลฯ

2.10 สถานภาพในสังคม (Status) หมายถึงองค์ประกอบของสถานะอาชีพที่ทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกต่องาน

มีการเปรียบเทียบทฤษฎีของมาสโลว์และเฮอร์ซเบอร์ก โดยเทียบเคียงว่าปัจจัยสุขอนามัยตรงกับความต้องการระดับต่ำ 3 ขั้นตอนแรกของมาสโลว์ ปัจจัยสุขอนามัยไม่ได้เป็นความพอใจในงาน เพียงแต่ช่วยลดหรือเพิ่มความไม่พอใจเท่านั้น ส่วนปัจจัยจูงใจนั้นตรงกับความต้องการระดับสูงของมาสโลว์

ทฤษฎีการจูงใจของเฮอร์ซเบอร์กคำนึงถึงเป้าหมายของบุคคลและองค์กรเพื่อขจัดความขัดแย้งระหว่างความต้องการของบุคคลและความต้องการขององค์กร ส่วนทฤษฎีของมาสโลว์นั้น สนใจเฉพาะตัวบุคคลเท่านั้น

ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory)

ตัวแบบของทฤษฎีความคาดหวังนี้ได้รับแรงกระตุ้นมาจากการทำงานของ Edward Tolman และ Kurt Lewin อย่างไรก็ตาม Victor Vroom เป็นคนแรกที่นำทฤษฎีมาประยุกต์เข้ากับการจูงใจในสถานที่ทำงาน ทฤษฎีนี้เสนอแนะว่าบุคคลไม่เพียงแต่จะถูกผลักดันด้วยความต้องการเท่านั้นแต่จะแนะนำวิธีที่แต่ละคนเลือกตัดสินใจจากหนทางเลือกของพฤติกรรมต่าง ๆ และจะตัดสินใจเลือกเกี่ยวกับสิ่งที่พวกเขาจะต้องกระทำหรือไม่ต้องกระทำด้วย

ทฤษฎีความคาดหวังนี้พัฒนามาจากสมมติฐานที่ว่าก่อนที่บุคคลจะได้รับแรงจูงใจให้กระทำสิ่งใด ๆ เขาจะต้องพิจารณาก่อนว่าความสามารถและความพยายามของเขาจะทำให้ได้ผล

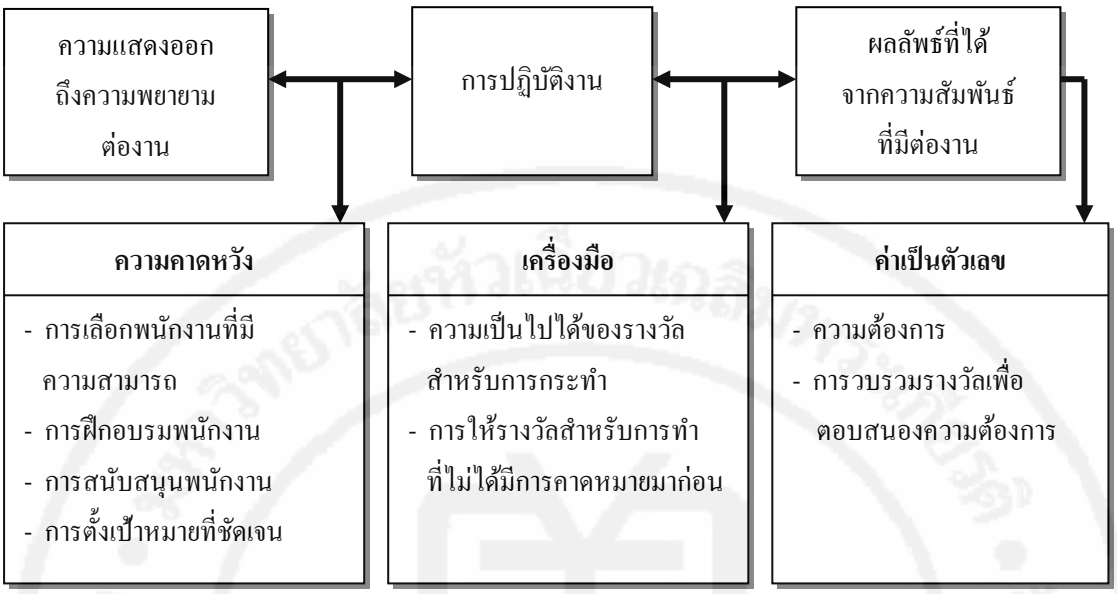
ตอบตามที่พึงปรารถนาหรือไม่ หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่าการจูงใจให้ทำงานเป็นการคาดหวังที่ยึดถือของแต่ละบุคคล ดังนั้น Victor Vroom จึงได้กำหนดสมมติฐานของทฤษฎีขึ้นใหม่ว่าการจูงใจขึ้นอยู่กับวิธีการซึ่งบุคคลต้องการ และวิธีการซึ่งบุคคลคิดว่าจะได้สิ่งนี้จะนำไปสู่การบรรลุจุดมุ่งหมายและเลือกพฤติกรรมที่คาดหมายว่าจะประสบความสำเร็จได้สูงสุด ทฤษฎีนี้จะมีจุดแข็งในทางปฏิบัตินั้นขึ้นอยู่กับอำนาจของความคาดหวังในการปฏิบัติที่จะได้ผลและการจูงใจในผลลัพธ์ของแต่ละบุคคลเป็นสำคัญ

ทฤษฎีความคาดหวังมุ่งเป้าไปว่าทำอย่างไร (How) ให้ผู้ร่วมงานแสดงพฤติกรรมออกมาและมีความพยายามมากน้อยแค่ไหน (How Much) เป็นทฤษฎีที่ว่าด้วยการคาดการณ์โอกาสที่จะเกิดขึ้นจากเหตุการณ์ในหลายกรณีแล้วแต่ละบุคคลจะเลือกทางเลือกอย่างไรในพฤติกรรมการตัดสินใจที่จะกระทำตามเหตุการณ์อันไหนดี และกรณีใดถ้าได้ตัดสินใจลงไปนั้นแล้วจะมีความเป็นไปได้หรือประสบความสำเร็จได้มากน้อยแค่ไหน ความคาดหวังจะเป็นตัวแรงจูงใจหรือตัวผลักดันเพื่อให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมาบางอย่างให้ไปสู่จุดมุ่งหมายปลายทางได้ แรงจูงใจจะมีมากน้อยแค่ไหนก็จะขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังหรือระดับความพยายาม (Expectancy) เครื่องมือที่มีความเป็นไปได้ในการจูงใจ (Instrumentality) ความรุนแรงของความต้องการของบุคคล (Valence)

- ความคาดหวัง (Expectancy) ความเป็นไปได้ขึ้นอยู่กับความพยายามของแต่ละคนอันจะทำให้ได้รับผลงานในระดับต่าง ๆ ซึ่งอาจจะเป็นความเชื่อของแต่ละบุคคล ความคาดหวังถูกพิจารณาในแง่ของความน่าจะเป็นของผู้กระทำว่าพฤติกรรมอย่างหนึ่งทำให้เกิดผลลัพธ์อย่างหนึ่ง ความคาดหวังเป็นโอกาสที่ถูกรับรู้ของการเกิดขึ้นบางอย่าง โดยพฤติกรรมความคาดหวังที่จะมีความเป็นไปได้จะมีค่าอยู่ในช่วงจาก 0 ถึง +1 (0 แสดงว่าความแน่นอนที่ผลลัพธ์จะเกิดขึ้นภายหลังการแสดงพฤติกรรมนี้ และมีความมั่นใจ 100 % ว่าจะทำให้ได้ผลงาน)
- เครื่องมือ (Instrumentality) คือโอกาสที่เป็นไปได้ที่ถูกกำหนดโดยแต่ละบุคคลที่กำหนดระดับการปฏิบัติงานให้สำเร็จว่าจะนำไปสู่ผลของงานที่หลากหลาย มีความเป็นไปได้ที่แต่ละคนจะได้รับระดับผลงานที่แตกต่างกัน ซึ่งมีค่าตั้งแต่ -1 ถึง +1 (-1 แสดงถึงการรับรู้ว่าบรรลุความสำเร็จของผลลัพธ์ในระดับที่ 2 เป็นที่แน่นอนว่าปราศจากผลลัพธ์ในระดับที่ 1 และเป็นไปไม่ได้กับผลลัพธ์ระดับที่ 1) (+1 แสดงว่าผลลัพธ์ระดับที่ 1 เป็นสิ่งจำเป็นและเพียงพอสำหรับการเกิดผลลัพธ์ระดับที่ 2) (0 แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างผลลัพธ์ระดับที่ 1 และ 2)

แผนภูมิที่ 2.1

การเกี่ยวข้องกับการจัดการของทฤษฎีความคาดหวังของวิคเตอร์ วรูม (Victor Vroom)



ที่มา : John R. Schermerhorn & James G. Hunt & Richard N. Osborn, Organization Behavior, John Wiley & Sons, Inc., 2000, p. 117

- ค่าเป็นตัวเลข (Valence) เป็นค่าซึ่งเชื่อมโยงกับแต่ละบุคคลที่มีผลต่าง ๆ ของงาน เป็นค่าที่แสดงถึงผลการปฏิบัติงานของแต่ละคน ค่าตัวเลขจะอยู่ในช่วงระหว่าง -1 (ผลงานที่ไม่พึงปรารถนาอย่างมาก) ไปจนถึง +1 (ผลงานที่พึงปรารถนาอย่างมาก)

วิคเตอร์ วรูม (Victor Vroom) จึงได้เสนอว่าการจูงใจ (Motivation : M) ความคาดหวัง (Expectancy : M) เครื่องมือ (Instrumentality : I) และค่าตัวเลข (Valence : V) มีความเกี่ยวข้องกันและมีความสัมพันธ์ระหว่างกัน และเขาได้ตั้งสมมติฐานของความสัมพันธ์ M = (E) x (I) x (V) โดย

M = Motivation (การจูงใจ)

E = Expectancy (ความคาดหวัง)

I = Instrumentality (เครื่องมือ)

V = Valence (ค่าตัวเลข)

อนึ่ง เมื่อปัจจัยตัวใดตัวหนึ่งมากกว่าตัวที่เข้าใกล้ 0 (ศูนย์) การจูงใจของวิธีการทำงานที่กำหนดให้นั้นจะลดลงเป็นอันอย่างมาก ในทางตรงข้ามถ้าปัจจัยเหล่านั้นมีค่าในทางบวก (+) การจูงใจของวิธีการทำงานที่กำหนดให้นั้นก็จะอยู่ในระดับสูงและเป็นไปในทางบวกเสมอ

ในทางปฏิบัติทฤษฎีความคาดหวังนี้จะกล่าวถึงว่าพนักงานจะใช้ความพยายามเป็นอย่างมาก โดยตัวเขาเชื่อว่าการกระทำนั้นจะนำไปสู่สิ่งที่ดีและทำให้ได้รับรางวัล เช่น โบนัส ขึ้นเงินเดือน หรือเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่ง และรางวัลจะทำให้จุดมุ่งหมายส่วนตัวของพนักงานแต่ละคนสามารถลุล่วงได้บ้าง

ทฤษฎีนี้ศึกษารายละเอียดของความสัมพันธ์ 3 องค์ประกอบด้วยกัน ซึ่งมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจของคนที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างมีประสิทธิภาพมีดังต่อไปนี้ ความสัมพันธ์ของความพยายามกับการกระทำ (Effort-Performance Relationship) อาจรับรู้ได้จากการที่คนได้ใช้ความพยายามเพื่อให้เกิดการกระทำบางอย่าง

1. ความสัมพันธ์ของการกระทำกับรางวัล (Performance-Reward Relationship) ระดับที่คนจะเชื่อว่าการกระทำจะเกิดผลตอบแทนตามที่ปรารถนา

2. ความสัมพันธ์ของรางวัลกับเป้าหมายส่วนตัว (Reward-Personal Goals Relationship) ระดับของรางวัลที่ได้รับที่สามารถตอบสนองต่อเป้าหมายส่วนตัวหรือความต้องการและรางวัลที่ดึงดูดใจสำหรับบุคคล

องค์ประกอบสิ่งแรกของแรงจูงใจสอดคล้องกับทฤษฎีความคาดหวัง โดยคนมีความเชื่อว่าแต่ละคนมีความคาดหวังเกี่ยวกับการเชื่อมโยงระหว่างการใส่ความพยายามในงานที่ทำ (E) กับการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพในงาน (P) ถ้าคนเชื่อว่าไม่ต้องเพียรพยายามในการทำงาน มันคงเป็นไปไม่ได้ที่จะทำงานให้ออกมาดี แต่ถ้าคนมีความเพียรพยายามต่องานในระดับที่สูงก็จะนำไปสู่การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (E $\rightarrow$P) ตามทฤษฎีความคาดหวัง (E $\rightarrow$P) ก็คือเงื่อนไขที่ต้องมีเพื่อก่อให้เกิดแรงจูงใจอย่างสูงในการทำงานและเป็นเหตุผลสำหรับความพยายามที่จะกระทำซึ่งจะทำให้ผลการปฏิบัติงานออกมามีประสิทธิผลและมีประสิทธิภาพนั่นเอง

โดยทั่วไปคนมักจะยึดถือความเชื่อเกี่ยวกับความเหมาะสมที่จะเป็นไปได้ว่าพวกเขาจะได้รับจากประสบการณ์ต่าง ๆ ตามผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น (O) เหมือนกับผลของการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพในงาน (P) ตัวอย่างเช่น ผู้คนอาจจะคิดว่าถ้าเขาพบมาตรฐานที่ดีในการปฏิบัติงานมันก็เหมือนกับว่าเขาได้รับโบนัสพิเศษ และถ้าเขาไม่ขยันทำงานก็ไม่ต้องหวังในการเลื่อนตำแหน่ง ในกรณีนี้เราสามารถบอกได้ว่าคนที่มีความขยันในการปฏิบัติงาน ผลลัพธ์ของการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิผลก็จะเกิดขึ้น(P $\rightarrow$O)

จากที่กล่าวมาข้างต้นนี้เกี่ยวกับทฤษฎีความคาดหวังของVictor Vroom เราอาจสามารถสรุปแนวคิดในเรื่องความคาดหวังได้ออกเป็น 3 ประการดังต่อไปนี้

1. การจูงใจในการทำงานขึ้นอยู่กับความคาดหวังของแต่ละคน ถ้ามีความคาดหวังมากก็จะมีการใช้ความอุตสาหะเพิ่มมากขึ้น จะเป็นผลให้มีการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานได้มากขึ้น ซึ่งบุคคลทุกคนจะมีความเชื่ออยู่ว่า ถ้าพวกเขาขยันทำงานมากขึ้นก็จะได้รับผลตอบแทนจากผลผลิตที่

เพิ่มมากขึ้น แต่ถ้าพวกเขาขยันทำงานมากขึ้นก็จะได้รับผลตอบแทนจากผลผลิตที่เพิ่มมากขึ้น แต่ถ้าพวกเขาไม่ได้รับผลตอบแทนจนเป็นที่พอใจก็จะทำให้ไม่มีผลผลิต นอกจากนี้แล้วทฤษฎีความคาดหวังยังได้เสนอแนะถึงแนวความคิดที่น่าสนใจว่าบุคคลจะถูกจูงใจให้ทำงานตามกรอบของระดับความคาดหวังของแต่ละคน บุคคลที่มีระดับความคาดหวังอยู่ในระดับสูงจะมีการใช้ความอุตสาหะและหวังผลการทำงานสูงเพื่อเพิ่มและพัฒนาประสิทธิภาพของการทำงานได้เพิ่มมากขึ้น ในทางตรงกันข้ามหากบุคคลที่มีระดับความคาดหวังอยู่ในระดับต่ำ เขาก็จะมีความเบื่อหน่ายและจะทำงานแบบตามสบายโดยไม่สนใจที่จะเพิ่มผลผลิตให้กับองค์การเลย

2. ทฤษฎีความคาดหวังช่วยชี้ให้เห็นว่าการจูงใจในการทำงานมีความสัมพันธ์และเชื่อมโยงกับประสิทธิภาพในการทำงาน โดยมีผลตอบแทนคือรางวัลเป็นเครื่องมือกระตุ้นให้เขาเกิดแรงจูงใจในการทำงาน ยิ่งถ้าบุคคลแต่ละคนมีความเชื่อว่าประสิทธิภาพการทำงานที่ดีก็จะเป็นเครื่องช่วยให้เขาเกิดแรงจูงใจในการทำงานได้เพิ่มมากขึ้นเท่านั้น

3. ทฤษฎีความคาดหวังจะมีคุณลักษณะเป็นศูนย์กลางความเชื่อในเรื่องคุณค่าของรางวัลที่ได้จากการคาดหวังนั้นมีค่าสูงก็จะก่อให้เกิดพลังแรงจูงใจในการทำงานสูงขึ้น ในทางตรงกันข้ามหากไม่มีความเชื่อในเรื่องคุณค่าของรางวัลดังกล่าวแล้ว การจูงใจในการทำงานก็จะลดต่ำลง

จากการทบทวนข้างต้นสรุปได้ว่า แรงจูงใจเป็นตัวแปรที่สำคัญประการหนึ่งที่จะเป็นแรงผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมาอย่างมีทิศทางเพื่อบรรลุจุดมุ่งหมายที่ต้องการ ถ้ามีแรงจูงใจที่เหมาะสมจะทำให้ประสิทธิภาพของงานเพิ่มมากขึ้น และการเลือกที่จะศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านการสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคนั้น เนื่องจากเป็นบุคลากรที่มีความรับผิดชอบและเป็นงานที่บริการแก่สังคมจึงต้องมีแรงจูงใจที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับแรงจูงใจเห็นได้ว่าตามทฤษฎีสองปัจจัยของเฮอร์ซเบิร์กที่อธิบายถึงปัจจัยซึ่งจูงใจให้บุคคลพอใจในงานที่ทำ ซึ่งจะเกี่ยวกับเนื้อหาของงานและปัจจัยอนามัยที่ทำให้บุคคลไม่พอใจในงานที่ทำเกี่ยวกับผลประโยชน์ และทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์ใช้ศึกษาความต้องการของบุคคลที่มีผลต่อแรงจูงใจ ทฤษฎีความคาดหวังของวรูมใช้ศึกษาความคาดหวังของบุคคลที่เป็นแรงจูงใจ เป็นเสมือนผลิตผลของความคาดหวังที่มีอยู่ล่วงหน้าของบุคคล มนุษย์มีความต้องการสมหวังในชีวิต มีความต้องการที่จะได้รับการยกย่องจากสังคม ต้องการในเรื่องของความรับผิดชอบ ซึ่งครอบคลุมเนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจึงใช้เป็นแนวทางในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมและความพึงพอใจในการสำรวจปัญหาด้านคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาเฉพาะแรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับการได้รับยกย่องนับถือ ลักษณะงานที่ปฏิบัติ ผลประโยชน์ตอบแทน และความรับผิดชอบ โดยมีตัวแปรย่อยที่จะศึกษา ดังนี้

1. การได้รับยกย่องนับถือ (Recognition) หมายถึงการได้รับความเชื่อถือและได้รับการยกย่องชมเชยจากผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน เพื่อน และบุคคลอื่นในชุมชน

2. ลักษณะงานที่ปฏิบัติ (Work Itself) หมายถึงความรู้สึกที่ดีและไม่ดีต่องานสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งงานด้านนี้เป็นงานที่เน้นการสำรวจปัญหาและการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้บริโภค

3. ผลประโยชน์ตอบแทน หมายถึงสิ่งตอบแทนต่าง ๆ ในการปฏิบัติงาน รางวัลในการปฏิบัติงาน เบี้ยเลี้ยง สวัสดิการและประโยชน์เกื้อกูลอื่น ๆ

4. ความรับผิดชอบ (Responsibility) หมายถึงการยอมรับตามผลที่ดีหรือไม่ดีที่เกิดขึ้นจากการได้รับมอบหมายและการมีอำนาจในการปฏิบัติหน้าที่ในการสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการมีจิตสำนึกสาธารณะ

2.2.1 จิตสำนึกสาธารณะ

คำว่า จิตสำนึกสาธารณะ ได้รับอิทธิพลจากทฤษฎีประชาสังคม (Civil Society Theory) คำว่า ประชาสังคม มาจากภาษาอังกฤษ Civil Society และมีผู้ใช้ภาษาไทยเทียบเคียงกันหลายคำ ทฤษฎีประชาสังคมมีสาระสำคัญดังนี้

2.2.2 ทฤษฎีประชาสังคม

ทฤษฎีประชาสังคมเกิดขึ้นในโลกตะวันตก ให้ความสำคัญเกี่ยวกับกระบวนการช่วยเหลือสังคมโดยองค์กรที่ไม่ต้องการกำไร (Non Governance Organizations or NGOs) อาทิ แนวคิดของ Keane (1988 : 14; อ้างถึงใน หฤทัย อาจปรุ. 2544 : 27) กล่าวว่าประชาสังคมเป็นแนวคิดของการมีส่วนร่วมของสมาชิกในองค์กรนอกภาครัฐ เพื่อทำกิจกรรมด้านเศรษฐกิจและวัฒนธรรมกระทำจนเป็นกิจวัตรและด้วยความเต็มใจ โดยผู้ที่อยู่ในองค์กรจะร่วมกันปกป้องและเปลี่ยนแปลงบทบาทของตนเองโดยการกดดันสถาบันในภาครัฐ แต่ในประเทศไทยให้ความสำคัญกับความร่วมมือของบุคคลในสังคม เพื่อพัฒนาสังคมด้วยความเสมอภาคและเท่าเทียม ให้ความสำคัญต่อความสามัคคี เนื่องจากประวัติศาสตร์ชาติไทย ระบอบการปกครอง ลักษณะทางสังคม ประเพณี และวัฒนธรรมแตกต่างกับโลกตะวันตก ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำเสนอแนวคิดประชาสังคมในบริบทของประเทศไทยเท่านั้น ซึ่งนักคิดและนักพัฒนาได้ให้แนวคิดไว้หลากหลายดังนี้

ประเวศ วะสี (2536) ประชาสังคม เป็นแนวคิดที่ต้องการทำให้ชุมชนหรือภาคสังคมเข้มแข็งเพราะสภาพของสังคมไทยในปัจจุบัน ภาคส่วนหลักประกอบด้วยภาครัฐและภาคธุรกิจเอกชน มีความเข้มแข็งและมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันอย่างมาก ปรากฏการณ์เช่นนี้ส่งผลทำให้

สังคมขาดดุลยภาพและเกิดความล้าหลังในการพัฒนาของฝ่ายประชาชนหรือภาคสังคมซึ่งเรียกว่า สังคมสมานุภาพ การสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนจำเป็นต้องมีการร่วมมือกันของทุกส่วนในสังคม

ธีรยุทธ บุญมี (2536) แนวคิดเรื่องประชาสังคมเป็นแนวความคิดที่ให้ความสำคัญกับพลังที่สามหรือพลังสังคม ที่มีลักษณะกระจัดกระจาย เป็นพลังทางสังคมที่มาจากทุกส่วนของสังคม เช่น พลังของนักธุรกิจ นักวิชาชีพ นักศึกษา ปัญญาชน ชาวบ้าน สามารถร่วมแรงร่วมใจกันผลักดันสังคม ปัญหาต่าง ๆ ก็จะสามารถเปลี่ยนแปลง

อเนก เหล่าธรรมทัศน์ (2539) ประชาสังคมเป็นแนวความคิดที่เน้นเรื่องความสมานฉันท์ ความกลมเกลียว การมีส่วนร่วม ความผูกพัน ความสำนึกของความเป็นพลเมืองของคนในสังคม ประชาสังคมโดยนัยยะนี้ไม่ได้หมายถึงความเป็นชุมชนของสังคมชนบทเท่านั้น แต่รวมไปถึงคนชั้นกลางที่ไม่จำเป็นต้องมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดเป็นเครือญาติหรือเป็นแบบคุ้นหน้า แต่เป็นความผูกพันของผู้คนที่หลากหลายต่อกันบนพื้นฐานแห่งความร่วมมือและการแสวงหาการมีส่วนร่วม และด้วยสำนึกที่มีต่อความเป็นพลเมือง

ชัยอนันต์ สมุทวณิช (2539) ประชาสังคมเป็นการทำงานร่วมกันของทุก ๆ ส่วนในสังคม ภาครัฐ ภาคประชาชน เข้ามาเป็นหุ้นส่วนกันและให้ความสำคัญกับวิถีประชาที่เป็นกิจกรรมของกลุ่มองค์กรต่าง ๆ โดยยึดกิจกรรมเป็นศูนย์กลาง ปราศจากการจัดตั้ง เน้นกระบวนการและการมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมการพัฒนาทุกฝ่ายร่วมกันในระดับพื้นที่ ซึ่งอาจเป็นพื้นที่จังหวัด อำเภอ ตำบล หมู่บ้าน

ชูชัย ศุภวงศ์ (2540) ให้ความหมายของคำว่า ประชาสังคม ว่าเป็นการที่ผู้คนในสังคมเห็นวิกฤตการณ์หรือสภาพปัญหาในสังคมที่สลับซับซ้อนยากแก่การแก้ไข มีวัตถุประสงค์ร่วมกันซึ่งนำไปสู่การก่อจิตสำนึกร่วมกันมารวมตัวกันเป็นกลุ่มหรือองค์กรไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคธุรกิจ หรือภาคสังคม ในลักษณะที่เป็นหุ้นส่วนกันเพื่อร่วมกันแก้ปัญหาหรือกระทำการบางอย่างให้บรรลุวัตถุประสงค์ ทั้งนี้ด้วยความรัก ความสมานฉันท์ ความเอื้ออาทรต่อกันภายใต้ระบบการจัดการโดยมีการเชื่อมโยงเป็นเครือข่าย

ไพบูลย์ วัฒนศิริธรรม (2543) ประชาสังคม หมายถึงสังคมที่ประชาชนโดยทั่วไปต่างมีบทบาทสำคัญในการจัดการเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับวิถีชีวิตของประชาชน โดยอาศัยองค์กรกลไกกระบวนการและกิจกรรมอันหลากหลายที่ประชาชนจัดขึ้น โดยนัยยะของความหลากหลายขององค์กรนี้ไม่ว่าจะเป็นกลุ่ม องค์กร ชมรม สมาคม ซึ่งล้วนแต่มีบทบาทสำคัญต่อการผลักดันการเปลี่ยนแปลงทางสังคมทั้งสิ้น จึงเป็นเสมือนสังคมของประชา และประชาสังคมในแง่นี้ไม่มีภาครัฐเข้ามาเกี่ยวข้องโดยอาศัยอำนาจตามกฎหมายและไม่ใช่ภาคธุรกิจ ซึ่งดำเนินงานโดยมุ่งหวังผลกำไรเป็นสำคัญ

ตัวอย่างประชาสังคมในประเทศไทย อาทิ การที่ครูชบ ยอดแก้ว และพระสุบิน ปณีโต จังหวัดตราด ก่อตั้งมหาวิทยาลัยชาวบ้าน อาศัยกิจกรรมทางการเงินให้เกิดการปฏิบัติธรรมและยกระดับความรู้ในการบริหารจัดการของชุมชน ทำให้คนรู้จักการทำงานรวมกลุ่มพบศักยภาพของการพึ่งตนเองอันเป็นจิตวิญญาณชุมชนที่แท้จริง (สื่อพลัง. 2543 : 10) หรือตัวอย่างประชาสังคมในกรุงเทพคือ จส.100 ชุมชนทางอากาศ จากปัญหาจราจรวิกฤติของกรุงเทพทำให้รายการวิทยุที่รายงานสภาพจราจรตลอด 24 ชั่วโมง กลายเป็นชุมชนขึ้นมาได้ และเป็นชุมชนที่เปลี่ยนแปลงจากการที่บุคคลไม่เห็นหน้าได้ยินแต่เสียงมาเป็นสนทนาแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารให้กำลังใจเอื้ออาทรกัน นำไปสู่กิจกรรมในรูปแบบอื่น อาทิ การบริการการแพทย์ฉุกเฉินทางอากาศ การชี้เบาะแสอาชญากรรม

จากนิยามข้างต้นมีผู้ให้ความหมายและมีแนวคิดเกี่ยวกับประชาสังคมที่แตกต่างกัน แต่แนวคิดโดยสรุปที่นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ กระบวนการที่เกิดขึ้นจากการมีปฏิสัมพันธ์ของคนในชุมชนทำให้คนในสังคมตื่นตัวมีความรู้สึกนึกคิดและปรารถนาเข้าไปแก้วิกฤตการณ์หรือปัญหาของสังคม มีความรู้สึกเป็นเจ้าของส่วนรวมร่วมกันซึ่งก่อให้เกิดพฤติกรรมการรวมตัว ก่อให้เกิดจิตสำนึกร่วมกันโดยมีวัตถุประสงค์หลักคือ การเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนและมีความเสียสละเพื่อประโยชน์ของส่วนรวม

2.2.3 องค์ประกอบประชาสังคม

กิจกรรมหรือกระบวนการที่เรียกว่าเป็นประชาสังคมต้องประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ (ชูชัย ศุภวงศ์ และคณะ. 2540 : 13-14) ดังนี้

1. จิตสำนึกประชาสังคม (Civic Consciousness) หรือจิตสำนึกสาธารณะ (Public Consciousness) หมายถึงความคิดและยอมรับในเรื่องการรวมตัวกันอย่างอิสระด้วยความรักความเอื้ออาทร ความยอมรับในความคิดเห็นของกันและกันในการเรียนรู้ร่วมกันหรือการแก้ไขปัญหาที่เผชิญอยู่ การรวมตัวกันเป็นลักษณะของการมีส่วนร่วม มีอิสระและมีการเรียนรู้ร่วมกัน

2. โครงสร้างองค์กรประชาสังคม (Civic Organization) หมายถึงกลุ่มการรวมตัวซึ่งอาจเป็นองค์กรที่เป็นทางการหรือไม่เป็นทางการก็ได้ เป็นกลุ่มที่รวมตัวกันเฉพาะการณ์ เฉพาะเรื่องหรือต่อเนื่อง สมาชิกของกลุ่มอาจจะเป็นบุคคลในภาครัฐ ภาคธุรกิจ หรือประชาชน หรือร่วมกันอยู่ได้ จำนวนสมาชิกไม่จำกัด มีสมาชิกเพียง 2-3 คนก็ได้ ประเด็นสำคัญคือการรวมกลุ่มต้องมีจิตสำนึกประชาสังคมครบถ้วน

3. เครือข่ายประชาสังคม (Civic Network) หมายถึงโครงสร้างและกระบวนการ ซึ่งเชื่อมโยงสมาชิกในกลุ่มหรือเชื่อมโยงองค์กรประชาสังคมต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ปัจจัยสำคัญของเครือข่ายประชาสังคมคือ ระบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและการสัมพันธ์ด้วยความสมานฉันท์

องค์ประกอบทั้ง 3 องค์ประกอบก่อให้เกิดประชาสังคม แต่กระบวนการประชาสังคมจะไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้ ถ้าบุคคลในสังคมขาดจิตสำนึกสาธารณะ ซึ่งเป็นแหล่งกำเนิดที่มีผลต่อพฤติกรรมการรวมตัวของบุคคลในสังคม ทุกองค์ประกอบทั้งในด้านความคิดเห็น ความรู้สึก และการปฏิบัติการต้องมีจิตสำนึกสาธารณะเป็นส่วนประกอบ

2.2.4 กระบวนการเกิดประชาสังคม

ขั้นตอนการก่อตัวของสังคมเข้มแข็ง (ธีรยุทธ บุญมี. 2536 : 45) แบ่งเป็น 4 ขั้นตอน คือ

ขั้นที่ 1 การเกิดจิตสำนึกสังคม

ขั้นที่ 2 การเกิดกลุ่มองค์กรทางเศรษฐกิจสังคมต่าง ๆ ที่มีจิตสำนึกในการดูแลประโยชน์ซึ่งกันและกัน

ขั้นที่ 3 การก่อรูปของอุดมการณ์ร่วมของสังคมที่ยึดเหนี่ยวให้สังคมเป็นสังคมที่เข้มแข็งและมีคุณธรรม

ขั้นที่ 4 การที่อุดมการณ์แห่งสังคมเข้มแข็งตกผลึกเป็นเสมือนสถาบันที่ทุกคนยอมรับเป็นกฎเกณฑ์แห่งวิถีชีวิต

อาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคเป็นสมาชิกของสังคม ดังนั้นแนวคิดประชาสังคมจึงสามารถนำมาใช้กับอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคได้ ชมรมในฐานะสมาชิกของสังคมควรมีความรู้สึกต้องการเข้าไปช่วยเหลือปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมและเกิดการกระทำเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสังคม โดยความรัก ความเอื้ออาทร และความสามัคคี โดยเริ่มจากปัญหาใกล้ตัว อาทิ ปัญหาสุขภาพของประชาชน ครอบครัว ชุมชน ซึ่งกระทำได้ตามบทบาทของการเป็นอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคในรูปแบบของชมรม กลุ่ม แม้ว่าปัญหานั้นจะไม่เกี่ยวข้องกับระบบสุขภาพโดยตรง แต่ในปัจจุบันระบบต่าง ๆ ในสังคมเป็นสิ่งที่ใกล้ชิดและส่งผลซึ่งกันและกันอย่างเป็นพลวัตร ดังนั้นไม่ว่าอาสาสมัครจะให้ความสำคัญต่อปัญหาใดที่เกิดขึ้นในสังคมก็แสดงถึงการมีจิตสำนึกสาธารณะซึ่งเป็นขั้นตอนแรกและเป็นพื้นฐานสำคัญในทุกขั้นตอนของกระบวนการประชาสังคม ดังนั้นก่อนที่จะดำเนินการเพื่อให้เกิดประชาสังคม จึงต้องศึกษาทำความเข้าใจในขั้นตอนแรกเกี่ยวกับการมีจิตสำนึกสาธารณะเพื่อเป็นพื้นฐานในการพัฒนาให้บรรลุวัตถุประสงค์ของกระบวนการประชาสังคมและนำไปใช้เป็นแนวทางการดูแลชุมชนโดยการสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค

2.2.5 ความเป็นมาเกี่ยวกับจิตสำนึกสาธารณะ

การศึกษาเกี่ยวกับจิตสำนึกมีการศึกษากันมาเป็นระยะเวลายาวนาน โดยมีการศึกษาทั้งในเชิงปรัชญา จิตวิทยา และสังคมศาสตร์ ทางด้านจิตวิทยามีการกล่าวถึงจิตสำนึกในช่วงปี ค.ศ.1950

(Ristau. 1991 : 182; อ้างถึงใน หฤทัย อาจปรุ. 2544 : 31) ซึ่ง Freud (1983; อ้างถึงใน กันยา สุวรรณแสง. 2540 : 35) นักทฤษฎีจิตวิเคราะห์ได้กล่าวถึงจิตสำนึกในด้านเกี่ยวกับการแบ่งภาคของจิต (Region of Mind) กล่าวถึงหน้าที่ของจิตในการก่อให้เกิดพฤติกรรมทั้งที่รู้ตัวและไม่รู้ตัวในด้านสังคมศาสตร์เริ่มมีการกล่าวถึงในช่วงศตวรรษที่ 17 (ชัยวัฒน์ ถิระพันธุ์. 2542 : 24) ใช้ในกลุ่มทฤษฎีแนวของ Maxist และ Fugo กล่าวถึงจิตสำนึกสาธารณะด้านการเมือง ซึ่งกล่าวว่าสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคมทั้งหมดคือ การเมือง โดยเริ่มมีการกล่าวถึงในซีกโลกตะวันตก

ในประเทศไทยเริ่มมีการกล่าวถึงจิตสำนึกสาธารณะช่วงหลังพุทธศักราช 2500 (ธีรยุทธ บุญมี. 2536 : 192) คือช่วงเริ่มมีการใช้พัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แต่เริ่มเห็นเป็นรูปธรรมมากขึ้นหลังจากเหตุการณ์ 14 ตุลาคม 2516 ก่อนหน้านั้นกิจกรรมการช่วยเหลือสังคมซึ่งเสริมงานบำบัดทุกข์บำรุงสุขของรัฐกระทำโดยสถาบันทางศาสนา มูลนิธิ ซึ่งจัดโดยเอกชนจัดตั้งช่วยเหลือคนในเชื้อชาติหรือหรือจากภูมิภาคเดียวกัน เป็นลักษณะผู้ให้กับผู้รับ แต่หลังเหตุการณ์ 14 ตุลาคม 2516 ประชาชนที่มีฐานะยากจนเริ่มตระหนักถึงพลังของตนเองและสำนึกต่อสังคมของชนชั้นกลางถูกยกระดับสูงขึ้น (วิภาพันธุ์ ก่อเกียรติเจริญ; อ้างถึงใน อมรา พงศาพิชญ์ และนิตยา ภัทลีรดะพันธ์. 2541 : 103) และต่อมาการพัฒนามุ่งเน้นคนเป็นศูนย์กลางในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (พ.ศ.2540-2544) และเริ่มส่งเสริมประชาคมจังหวัดให้เกิดขึ้นในทุกจังหวัดควบคู่กับการเตรียมขยายประชาคมตำบล (สื่อพลัง. 2543 : 3, ศรีประภา เพ็ชรมีศรี. 2540 : 208) เพราะผลจากการใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ผ่านมาพบว่าการพัฒนาเศรษฐกิจเพียงด้านเดียวไม่สามารถนำพาประเทศไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนได้ การพัฒนาต้องควบคู่ไปด้วยกันทุกด้าน ซึ่งไม่สามารถเกิดขึ้นได้ถ้าปราศจากความร่วมมือของคนในชาติ

จิตสำนึกสาธารณะเป็นเรื่องใหม่สำหรับสังคมไทย(สื่อพลัง. 2542 : 3, ศรีประภา เพ็ชรมีศรี. 2543 : 208) เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ก่อให้เกิดประชาสังคม จึงเป็นส่วนหนึ่งของทฤษฎีประชาสังคม (Civil Society) ซึ่งแตกต่างจากซีกโลกตะวันตกที่มีการกล่าวถึงเรื่องนี้มาเป็นเวลายาวนาน ทั้งนี้เนื่องจากความแตกต่างของระบบสังคม เศรษฐกิจ การเมือง ประเพณีและวัฒนธรรม โลกตะวันตกมีพื้นฐานการปกครองประเทศจากประชาชนเพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนในการแก้ไขปัญหาสังคม เน้นบทบาทของกลุ่มคน องค์กรนอกภาครัฐ แต่ในประเทศไทยเริ่มจากการปกครองในระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์ เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงการปกครองอย่างกะหันทันโดยไม่มีการเตรียมความพร้อมให้แก่ประชาชน ทำให้ประชาชนยึดติดต่อระบอบเดิมคือต้องการผู้ปกครอง ประกอบกับในหลักสูตรการศึกษามักกล่าวถึงแต่หน้าที่ของพลเมือง แต่ไม่ได้สอนสิทธิของพลเมือง ทำให้นิสิตนักศึกษาไม่รู้สิทธิของตนซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญในการพัฒนาประเทศ

ดังนั้นประเทศไทยจึงปกครองด้วยชนชั้นผู้นำเมื่อเกิดวิกฤตต่าง ๆ ประชาชนจึงคิดว่าเป็นหน้าที่ของผู้นำในการแก้ไขปัญหา เมื่อเป็นเช่นนี้จึงมีผู้แก้ปัญหาของประเทศเพียงกลุ่มเล็ก ๆ เท่านั้น

ปัญหาทั้งมวลจึงไม่สามารถแก้ไขได้ จิตสำนึกสาธารณะจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญที่จะทำให้พลเมืองสำนึกในสิทธิและหน้าที่ โดยร่วมคิดและเข้าไปมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (พ.ศ.2540-2544) จึงให้ความสำคัญในการพัฒนาคน ซึ่งกลไกที่จะทำให้พัฒนาคนได้นั้นคือ ระบบการศึกษา จึงมีการกล่าวถึงจิตสำนึกสาธารณะในด้านการศึกษาในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 และต่อเนื่องมาถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ.2545-2549) ได้กล่าวถึงการมีจิตสำนึกสาธารณะไว้อย่างชัดเจนว่าเป็นคุณลักษณะของคนไทยที่พึงประสงค์ ซึ่งจะช่วยในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง โดยกล่าวไว้ในเรื่องของประชาสังคมและการมีส่วนร่วมกับชุมชน

นอกจากนั้นมีผู้กล่าวถึงจิตสำนึกสาธารณะโดยมีคำใช้เรียกแตกต่างกัน อาทิ เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2543:17) เรียก จิตสาธารณะ ไพฑูรย์ สินลารัตน์ (2543:243) เรียก สำนึกทางสังคม

2.2.6 ความหมายของจิตสำนึกสาธารณะ

คำว่า จิตสำนึกสาธารณะ เป็นคำใหม่ที่มีใช้เมื่อไม่นานมานี้ เมื่อวิเคราะห์จากความหมายอย่างง่ายว่าจิตสำนึกสาธารณะ จึงทำการศึกษาแนวคิดของคำว่า จิตสำนึก และสาธารณะ เรื่องของจิตสำนึกมีการศึกษาและค้นคว้ากันอย่างกว้างขวางทั้งในเชิงปรัชญา จิตวิทยา สังคมศาสตร์ และรัฐศาสตร์ ซึ่งให้คำจำกัดความไว้หลากหลายดังนี้

ราชบัณฑิตยสถาน (2525 : 23) ให้ความหมายของจิตสำนึกว่าหมายถึงภาวะที่จิตตื่นและรู้สึกตัว สามารถตอบสนองต่อสิ่งเร้าจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ รูป รส กลิ่น เสียง และสิ่งที่สัมผัสได้ด้วยกาย

พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว (2531 : 60) ได้ให้ความหมายว่าเป็นผลที่ได้มาจากประเมินค่าการเห็นความสำคัญซึ่งมีฐานอยู่ที่ทัศนคติ ความเชื่อ ค่านิยม ความเห็นและความสนใจ ซึ่งสอดคล้องกับ Feldman (1969 : 144) และ Earley (2001) ว่าเป็นชีวิตภายในของบุคคล ความตระหนัก ความคิด ทัศนคติ อารมณ์ แรงจูงใจ และความรู้สึกที่ได้รับจากประสบการณ์ในขณะนั้น

ศักดิ์ สุนทรเสณี (2531 : 7) กล่าวว่าจิตสำนึกเป็นมิติหนึ่งของเจตคติซึ่งมิตินี้จะมองว่าเจตคติอยู่ในภาวะจิตสำนึกหรือจิตไร้สำนึกหรืออยู่ในสำนึกบางส่วน จึงอาจกล่าวได้ว่าจิตสำนึกเป็นส่วนหนึ่งของการรับรู้ทางจิตใจ ซึ่งเกิดขึ้นก่อนการเกิดพฤติกรรมโดยมีองค์ประกอบ 3 ด้าน คือ การรู้ (Cognition) ความรู้สึกทางจิตใจ (Affection) และพฤติกรรม (Behavior)

เกียรติวรรณ อมาตยกุล (2539 : 6) ได้ให้ความหมายว่าจิตสำนึกหมายถึงส่วนของจิตใจที่ควบคุมการทำงานของร่างกาย

Freire (1973 :17) ให้ความหมายของคำว่าจิตสำนึกว่าไม่ได้มีความหมายแต่ในเชิงจิตวิทยาเท่านั้น แต่ยังมีความหมายลึกซึ้งในเชิงปรัชญาว่าเป็นความรู้สึกในสิ่งที่เป็นสัจจการ สิ่งที่เป็นภาวะที่แท้จริงของชีวิตมนุษย์และสิ่งที่เป็นโลกของมนุษย์

The Grolier International Dictionary (1981 : 283) ได้ให้ความหมายว่า จิตสำนึก หมายถึง สภาวะหรือสภาพของการมีจิตสำนึก เป็นความรู้สึกหรือหมายความรวมถึงการมีทัศนคติ ความเห็น และความรู้สึก หรือการมีความคิดของบุคคลหรือกลุ่ม ซึ่งเรียกว่าจิตสำนึกสากล

Freud (1938; อ้างถึงใน กันยา สุวรรณแสง, 2540 : 35) ได้กล่าวถึงจิตสำนึกว่าเป็นสภาพที่มีสติ รู้สึกตัวว่ากำลังกระทำหรือจะกระทำสิ่งใด รู้สึกตัวเองว่าเป็นใคร ต้องการอะไร ทำอะไร อยู่ที่ไหน กำลังรู้สึกอย่างไรต่อสิ่งใด การแสดงออกเป็นการแสดงออกไปตามหลักสูตรเหตุผล

Natsoulas (1993; อ้างถึงใน Wortman and Loftus 1992 : 137) เป็นความตระหนักที่เกิดขึ้นเอง ซึ่งเป็นสิ่งที่รวมถึง ความคิด จิตนาการ การรับรู้ และอารมณ์ ซึ่งเกิดภายในจิตใจของบุคคลทุกขณะ

Raj (1996 : 605) กล่าวว่าจิตสำนึกเป็นคำที่ไม่สามารถให้คำจำกัดความได้ชัดเจน แต่สามารถอธิบายที่ใกล้เคียงได้ 2 แนวทาง ซึ่งแนวทางแรกเป็นความคิดที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาไม่หยุดนิ่ง และแนวทางที่สองหมายถึงจิตสำนึกบุคคลเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีอยู่ตลอดเวลา แม้ช่วงช่องว่างของเวลา เช่น การนอนหลับ

Webb (2001 : 1) กล่าวว่าจิตสำนึกเป็นปรากฏการณ์ทางธรรมชาติที่พบในรูปแบบของสิ่งมีชีวิตบางชนิดและระดับ

Harre (2001) กล่าวว่าจิตสำนึกหมายถึงความคิดของมนุษย์ เป็นความตระหนักเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของร่างกายและสามารถใช้ความคิดได้ตนเองเกี่ยวกับสิ่งเหล่านี้

คำว่า Public เป็นคำในภาษาอังกฤษ แปลเป็นไทยหมายถึง สาธารณะ ในประเทศไทยมักใช้กับสถานที่ สิ่งของ เครื่องใช้ที่เป็นของส่วนกลาง ทุกคนมีสิทธิที่จะใช้ประโยชน์จากสิ่งนั้นได้ แต่แท้จริงความหมายของคำว่าสาธารณะเป็นคำที่มีความหมายกว้าง และสามารถใช้ได้กับสิ่งของบุคคล สถานที่ และการกระทำ ซึ่งมีการให้ความหมายไว้หลากหลายดังนี้

ราชบัณฑิตยสถาน (2493 : 902) ได้ให้ความหมายของสาธารณะว่าหมายถึง ทั่วไปสามัญ ต่อมา มานิต มานิตเจริญ (2514 : 1366) ได้รวบรวมความหมายจากพจนานุกรมและปทานุกรมได้ให้ความหมายไว้ว่า ทั่วไป เป็นของกลางสำหรับส่วนรวม สามัญ ต่อมาในปีพุทธศักราช 2525 ราชบัณฑิตยสถานได้บัญญัติศัพท์และแปลความหมายเพิ่มเติมว่าเป็นสิ่งที่เกี่ยวกับประชาชน ด้านสังคมวิทยา ราชบัณฑิตยสถานบัญญัติศัพท์ว่าจิตใจเอื้อสาธารณะซึ่งแปลมาจากคำว่า Public Spirit ในภาษาอังกฤษ หมายถึง ความสนใจในสวัสดิการชุมชน รวมทั้งการมีความเต็มใจที่จะให้บริการและเต็มใจที่จะทำงานเพื่อสาธารณะประโยชน์ (ราชบัณฑิตยสถาน. 2532)

สอ เสถบุตร (2530 : 592) ได้แปลความหมายของคำว่า Public เป็นภาษาไทยว่า สาธารณะ ซึ่งหมายถึงที่สาธารณะ ชุมชน การเปิดเผย การเผยแพร่ สิ่งที่เป็นของทั่วไป เช่น ถนนหลวง สิ่งที่เป็นของรัฐบาล และสิ่งที่เป็นของประชาชน

Nailson Knott and Carhart (1957) ได้ให้ความหมายของสาธารณะไว้หลายประการ

ประการแรก คือ เรื่องที่ประชาชนมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์โดยรู้สึกเป็นเจ้าของ หวงแหนชาติ หรือสังคมส่วนรวม

ประการที่สอง คือ สิ่งที่เปิดให้ใช้หรือให้บุคคลทั่วไปมีส่วนร่วมโดยไม่ควบคุมการใช้หรือควบคุมบางส่วน เช่น สวนสาธารณะ

ประการที่สาม คือ การเปิดโอกาสให้บุคคลทั่วไปได้รับรู้หรือเห็นการกระทำโดยทั่วกัน

ประการที่สี่ คือ การเข้าร่วม หรือความเสียสละในการทำกิจกรรม

ประการที่ห้า คือ ผู้ที่มีความเป็นพลเมืองเป็นข้าราชการที่ทำงานเพื่อส่วนรวมหรือเป็นบุคคลที่เป็นตัวแทนของประชาชน

ประการที่หก คือ ความเป็นสากล

มีผู้ให้ความหมายของจิตสำนึกสาธารณะไว้หลากหลาย และมีการเรียกจิตสำนึกสาธารณะไว้แตกต่างกัน แต่มีความหมายที่ใกล้เคียงกัน ดังนี้

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2543 : 17) ได้ให้ความหมายของคำว่าจิตสำนึกสาธารณะว่า หมายถึงความคิดที่ไม่เห็นแก่ตัว มีความปรารถนาที่จะช่วยเหลือ ช่วยแก้ปัญหาให้แก่ผู้อื่นหรือสังคม พยายามฉวยโอกาสที่จะช่วยเหลืออย่างจริงจังและมองโลกในแง่ดีบนพื้นฐานของความเป็นจริง

สื่อพลัง (2543 : 9) กล่าวว่าคำว่าจิตสำนึกสาธารณะเป็นคำเดียวกับคำว่าจิตสาธารณะซึ่งหมายถึงความเป็นพลเมืองผู้ตื่นรู้ ตระหนักในสิทธิและความรับผิดชอบที่จะสร้างสรรค์สังคมส่วนรวมของคนสามัญ พลเมืองที่รุกเรียกร้องการมีส่วนร่วมและต้องการที่จะจัดการดูแลกำหนดชะตากรรมของตนและชุมชน

กนิษฐา นิทัศน์พัฒนา และคณะ (2541 : 8) ได้ให้ความหมายของคำว่าจิตสำนึกสาธารณะว่าเป็นคำเดียวกับคำว่าจิตสำนึกทางสังคม หมายถึง การตระหนักรู้และคำนึงถึงส่วนรวมร่วมกันหรือคำนึงถึงผู้อื่นที่ร่วมความสัมพันธ์เป็นกลุ่มเดียวกับตน ซึ่งสอดคล้องกับที่ Susan (1997 : 223-230) จิตสำนึกทางสังคม หมายถึง ความตระหนัก ความคิด ความรู้สึก และการกระทำ

ศักดิ์ชัย หิรัญทวี (2541 : 57) กล่าวว่าการมีจิตสำนึกสาธารณะคือมีจิตใจที่คำนึงถึงประโยชน์ของส่วนรวม คำนึงความสำคัญของสิ่งอันเป็นของที่ต้องใช้ หรือมีผลกระทบร่วมกันในชุมชน เช่น ป่าไม้ ความสงบสุขของชุมชน

สยามรัฐ เรืองนาม (2542 : 25) ใช้คำว่าความสำนึกเชิงสังคม หมายถึง การตื่นตัวความรู้สึกนึกคิดและความปรารถนาต่าง ๆ ของบุคคลในสังคมที่ต้องการเข้าไปแก้วิกฤตการณ์หรือปัญหาของสังคม และก่อให้เกิดพฤติกรรมการรวมตัวเป็นกลุ่มหรือองค์กรทั้งภาครัฐ ภาคธุรกิจ หรือภาคสังคมในลักษณะที่เป็นหุ้นส่วนกันก่อให้เกิดจิตสำนึกร่วมกัน

ไพฑูรย์ สินลารัตน์ (2543 : 243) ใช้คำว่าสำนึกทางสังคม หมายถึง ความรู้ ความเข้าใจ ความรับผิดชอบที่มีต่อสังคมและความรู้สึกร่วมได้ร่วมเสียกับสังคม

ศรีประภา เพ็ชรมีศรี (2543 : 208) เสนอให้ใช้คำว่า จิตวิญญาณสาธารณะ ซึ่งหมายถึง ความรับผิดชอบต่อสาธารณะหรือต่อสังคมที่บุคคลดำรงอยู่

วิรัตน์ คำศรีจันทร์ (2544 : 6) ให้ความหมายว่าจิตสำนึกสาธารณะ หมายถึงกระบวนการคิดและลักษณะของบุคคลที่มีการปฏิบัติโดยมีกระบวนการในระดับบุคคลไปสู่สาธารณะ มีความรักและรู้สึกเป็นเจ้าของสาธารณะ ต้องการที่จะทำประโยชน์มากกว่าที่จะรับจากสาธารณะ

สุชาดา จักรพิสุทธิ์ (2544 : 22) กล่าวว่าจิตสำนึกสาธารณะเป็นคุณธรรมหรือข้อเรียกร้องสำหรับส่วนรวมในสภาพการณ์ที่เกิดความไม่ปกติสุข ความร่วมมือของพลเมืองในการกระทำเพื่อบ้านเมือง

สุดจิต นิมิตกุล (2544 : 55) ให้ความหมายของจิตสำนึกสาธารณะคือจิตสำนึกของความเป็นพลเมือง

Kraft (1992) กล่าวว่าจิตสำนึกทางสังคมคือ ความสามารถของบุคคลในการรับรู้ถึงความไม่ยุติธรรมให้ความสำคัญกับความต้องการที่หลากหลายของบุคคลอื่นและมีการกระทำเพื่อเปลี่ยนแปลงสังคม

Oslan, Blekher, and Chesnokaea (2000) กล่าวว่าจิตสำนึกสาธารณะ คือ สิ่งที่เกิดจากจิตสำนึกของแต่ละบุคคล ก่อให้เกิดการร่วมแรงร่วมใจในการกระทำ โดยใช้ประสบการณ์และพยายามผลักดันให้เกิดผลที่ก่อให้เกิดประโยชน์ของส่วนรวม

Bratton (1994; อ้างถึงใน ชูชัย ศุภวงศ์ และคณะ. 2540 : 69) เสนอคำว่าจิตสำนึกประชาสังคม หมายถึง ความตื่นตัวของสังคมและการยอมรับในสาธารณชนถึงความสำคัญขององค์คุณแห่งประชาสังคม โดยการเห็นความสำคัญและเคารพในคุณค่าของความคิดริเริ่มอิสระของปัจเจกบุคคลที่จะทำงานเพื่อสังคมส่วนรวม โดยไม่อยู่ใต้อาณัติของอำนาจการเมืองที่เป็นทางการ (Official Political Authority) และเน้นการมีส่วนร่วมโดยสมัครใจในการสร้างสรรค์สังคม

ความหมายของจิตสำนึกในเชิงจิตวิทยา เป็นหลักการที่เกี่ยวข้องกับการอธิบายสภาวะทางจิตใจของมนุษย์ที่มีองค์ประกอบด้านการรู้ ความรู้สึกทางจิตใจ และพฤติกรรม ในขณะที่จิตสำนึกในความหมายเชิงสังคมศาสตร์เป็นการอธิบายถึงสภาวะของจิตใจที่เกี่ยวกับความรู้สึก ความคิดเห็น ความรู้ เจตคติ และพฤติกรรมที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ

ด้านพระพุทธศาสนา พระไพศาล วิสาโล (2544 : 15) กล่าวว่าจิตสำนึกสาธารณะหมายถึง ความสำนึกใส่ใจและพร้อมจะมีส่วนร่วมในกิจการสาธารณะ รวมถึงความเคารพและหวงแหนในสมบัติส่วนรวม ซึ่งมิใช่เฉพาะครอบครัว ญาติมิตร คนรอบข้าง หรือชุมชนละแวกบ้านเท่านั้น หากคลุมไปถึงบุคคลอื่นที่ไม่รู้จัก ไม่เคยพบ แต่ก็รู้อยู่ว่าเป็นส่วนหนึ่งของสังคมที่ตนสังกัด

เมื่อประมวลความหมายของจิตสำนึกทั้งในเชิงปรัชญา จิตวิทยา สังคมศาสตร์ และพุทธศาสตร์ รวมทั้งแนวคิดเกี่ยวกับสาธารณะ แม้จะมีการใช้คำที่หลากหลายแต่ก็เป็นคำที่มีความหมายใกล้เคียงกัน สำหรับคำที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ จิตสำนึกสาธารณะ หมายถึง ความตระหนักของบุคคลถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคมทำให้เกิดความรู้สึกปรารถนาที่จะช่วยเหลือสังคม ต้องการเข้าไปแก่วิกฤตการณ์ โดยรับรู้ถึงสิทธิควบคู่ไปกับหน้าที่และความรับผิดชอบ สำนึกถึงพลังของตนว่าสามารถร่วมแก้ไขปัญหาได้ และลงมือกระทำเพื่อให้เกิดการแก้ปัญหาด้วยวิธีการต่าง ๆ โดยการเรียนรู้และแก้ไขปัญหาร่วมกันกับคนในสังคม

2.2.7 ประเภทของจิตสำนึก

Lukasc (1979 : 149; อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ. 2527 : 35) จำแนกประเภทของจิตสำนึกเป็น 2 ประเภท คือ

1. จิตสำนึกแบบจิตวิทยา(Psychological Consciousness)เป็นจิตสำนึกที่เกิดขึ้นในตัวบุคคลที่เกิดจากกการรับรู้โดยประสาทสัมผัสทั้ง 5 ทำให้เกิดการรับรู้และการตอบสนอง เป็นจิตสำนึกที่เกิดขึ้นได้เองอย่างอัตโนมัติและเป็นไปตามธรรมชาติ

2. จิตสำนึกทางชนชั้นหรือทางการเมือง(Imputed, Political, Class Consciousness)จิตสำนึกประเภทนี้เกิดขึ้นได้ด้วยการปฏิบัติการที่มีความตั้งใจของมนุษย์เท่านั้น ซึ่งจิตสำนึกประเภทนี้สามารถแบ่งย่อยได้อีก 3 ประเภท คือ

2.1 จิตสำนึกเฉพาะหน้า (Immediate Consciousness) เป็นจิตสำนึกเกี่ยวกับความต้องการที่เกิดขึ้นในสภาพการณ์ปัจจุบัน เช่น ความต้องการทางเศรษฐกิจ

2.2 จิตสำนึกในชนชั้น (Class Consciousness) เป็นจิตสำนึกทางการเมือง การมองเห็นภารกิจทางประวัติศาสตร์ของชนชั้นตน

2.4 จิตสำนึกทางทฤษฎี (Theorectical Consciousness) เป็นจิตสำนึกที่ทำให้เกิดความเข้าใจว่าการเปลี่ยนแปลงทั่วทั้งสังคมทำเพื่อผลประโยชน์ของมนุษย์ทุกกลุ่มและจิตสำนึกประเภทนี้จะนำไปสู่การพัฒนาเป็นอุดมการณ์ ซึ่งเป็นความรู้สึกและความพร้อมที่จะลงมือปฏิบัติการมีส่วนร่วมกับสังคม

2.2.8 ระดับของจิตสำนึก

Friere (1973 : 18-19) นักปรัชญาการศึกษาและทำงานด้วยวิธีการให้การศึกษาแบบปลุกระดมสำนึกของคนยากจนให้ลุกขึ้นต่อสู้เพื่อความยุติธรรมในสังคม ได้แบ่งจิตสำนึกของมนุษย์ออกเป็น 4 ระดับ คือ

1. จิตสำนึกที่ยังไม่เปลี่ยนแปลง (Intransitive Consciousness) หมายถึง การที่ประชาชนมีความเชื่อในเรื่อง โชคลาง สิ่งศักดิ์สิทธิ์ และโชคชะตา

2. จิตสำนึกกึ่งเปลี่ยนแปลง (Semi-Intransitivity Consciousness) หมายถึงการที่ประชาชนยอมลดค่าตนเอง มีความคิดที่เชื่อมั่นตนเอง รับค่านิยมที่มีการถ่ายทอดมาอย่างเต็มที่ จะมีการใช้ความรุนแรง และอารมณ์ในการตัดสินปัญหามาก

3. จิตสำนึกเปลี่ยนแปลงที่ไร้เดียงสา(Naive-Transitiveness Consciousness) หมายถึงการที่ประชาชนเริ่มที่เปลี่ยนแปลง เริ่มตระหนักปัญหาสังคมของตน เริ่มมีการประท้วงวิพากษ์วิจารณ์ แต่มักจะถูกปลุกระดมให้เป็นเครื่องมือของกลุ่มผลประโยชน์ที่เป็นเช่นนี้เพราะบุคคลยังไม่เข้าใจในปรากฏการณ์ต่าง ๆ ของสังคมและยังไม่ชัดเจนในการวิเคราะห์สังเคราะห์ปรากฏการณ์นั้น

4. จิตสำนึกขั้นวิพากษ์วิจารณ์ (Critical Consciousness) หมายถึงการที่ประชาชนมีการคิดใคร่ครวญ วิพากษ์วิจารณ์ปัญหาต่าง ๆ ในสังคมอย่างลึกซึ้ง มีความเชื่อมั่นในตนเอง ยอมรับฟังผู้อื่นและไม่หลีกเลี่ยงภาวะหน้าที่ของตนเอง

2.2.9 ความสำคัญของการมีจิตสำนึกสาธารณะ

การที่คนมาอยู่รวมกันเป็นสังคมย่อมต้องมีความสัมพันธ์ในรูปแบบพึ่งพากัน คนในสังคมซึ่งมีบทบาทและหน้าที่แตกต่างกันไป (ไพบูลย์ วัฒนศิริธรรม และสังคม สัญจร. 2543 : 22-29) ซึ่งนอกจากจะมีผลกระทบต่อบุคคล ครอบครัว องค์กร และยังมีผลกระทบต่อชุมชนทำให้เกิดปัญหาดังนี้

1. ชุมชนอ่อนแอขาดการพัฒนาเพราะต่างคนต่างอยู่ สภาพชุมชนมีสภาพเช่นไรก็ยังคงเป็นเช่นนั้น ไม่เกิดการพัฒนาและยิ่งนานไปก็มีแต่เสื่อมทรุดลง

2. อาชญากรรมในชุมชนอยู่ในระดับสูง

3. ขาดศูนย์รวมจิตใจ ขาดผู้นำที่นำไปสู่การแก้ปัญหา เพราะคนในชุมชนมองปัญหาของตัวเองเป็นเรื่องใหญ่ ขาดคนอาสานำพาการพัฒนา เพราะกลัวเสียทรัพย์กลัวเสียเวลาหรือกลัวเป็นที่ครหาจากบุคคลอื่น

ในระดับชาติถ้าบุคคลในชาติขาดจิตสำนึกสาธารณะแล้วจะทำให้เกิด

1. วิกฤตการณ์ภายในประเทศบ่อยครั้งและแก้ปัญหาไม่ได้ อาทิ วิกฤตเศรษฐกิจ สังคมขาดเสถียรภาพทางการเมือง การชุมนุมขับไล่รัฐบาลหรือผู้นำประเทศ

2. ประเทศชาติอยู่ในสภาพล้าหลังเนื่องจากขาดพลังของคนในสังคม เมื่อผู้นำประเทศนำมาตรการใดออกมาใช้ ก็จะไม่ได้ผลเพราะไม่ได้รับความร่วมมือจากประชาชน

3. ประเทศชาติไร้เกียรติไร้ศักดิ์ศรีทำให้ประชาชนประเทศอื่นมองด้วยสายตาเหยียดหยามดูหมิ่นดูแคลนว่าเป็นประเทศด้อยพัฒนา

ในระดับโลกถ้าบุคคลขาดจิตสำนึกจะทำให้เกิดการเอารัดเอาเปรียบระหว่างประเทศ ทำให้เกิดปัญหาในระดับต่าง ๆ ดังนี้

1. เกิดการสะสมอาวุธกันระหว่างประเทศ เพราะขาดความไว้วางใจซึ่งกันและกัน กลัวประเทศอื่นจะโจมตีจึงต้องมีอาวุธที่รุนแรงมีอานุภาพในการทำลายสูงไว้ในครอบครองเพื่อข่มขู่ประเทศอื่น และเมื่อมีปัญหาเกิดขึ้นก็มักมีแนวโน้มในการใช้ความรุนแรงของแสนยานุภาพทางการสงครามในการตัดสินปัญหา

2. เกิดการกลั่นแกล้งแก่งแย่งหรือครอบงำทางการค้าระหว่างประเทศ พยายามทุกวิถีทางเพื่อให้การได้เปรียบทางการค้าทำให้ประเทศด้อยกว่าขาดโอกาสในการพัฒนาประเทศของตน

3. เกิดการรังเกียจเหยียดหยามคนต่างเชื้อชาติ ต่างเผ่าพันธุ์หรือต่างท้องถิ่น มองชนชาติอื่นเผ่าพันธุ์อื่นว่ามีความเจริญหรือมีศักดิ์ศรีด้อยกว่าเชื้อชาติและเผ่าพันธุ์ของตนเอง ดูถูกหรือเป็นปฏิปักษ์ต่อชาติอื่น

จิตสำนึกสาธารณะเป็นคุณธรรมหนึ่งของพลเมืองและเป็นวาทกรรมย่อยในวาทกรรมใหญ่เรื่องประชาสังคม คุณค่าและจิตสำนึกเป็นจิตวิญญาณของสังคม บุคคล องค์กร หรือสังคม สังคมที่ไม่มีคุณค่าและจิตสำนึกทำให้ขาดพลังในการสร้างสรรค์ เมื่อเกิดจิตสำนึกสาธารณะจะทำให้เกิดประชาสังคมก่อให้เกิดความเข้มแข็งของสังคม ซึ่งจะทำให้การเมือง เศรษฐกิจ ศีลธรรมดี (ประเวศ วะสี. 2541 : 20)

2.2.10 องค์ประกอบของการมีจิตสำนึกสาธารณะ

ยุทธนา วรุณปิติ (2542 : 181-183) กล่าวถึงบุคคลที่มีจิตสำนึกสาธารณะต้องมีคุณลักษณะดังนี้

1. การทุ่มเทและอุทิศตน สิทธิของพลเมืองจะต้องสอดคล้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม บุคคลไม่เพียงแต่ปฏิบัติตามสิทธิเท่านั้น แต่ต้องปฏิบัติเพื่อช่วยเหลือให้บริการแก่ผู้อื่น เพื่อพัฒนาสังคมด้วย อาทิ ถ้าต้องการให้ผู้แทนราษฎรมีความรับผิดชอบต่อความต้องการและประโยชน์ของประชาชน ประชาชนก็ต้องให้ความใส่ใจและติดตาม ไม่เพียงแต่การหย่อนบัตรเลือกตั้งเท่านั้น ต้องเสียสละเวลาให้ในการเข้าไปมีส่วนร่วมกับการเมืองระดับท้องถิ่นและในสถาบันต่าง ๆ

2. เคารพความแตกต่างระหว่างบุคคล จากกระแสปัจเจกชนนิยมส่งผลให้คนในสังคมมีลักษณะปิดกั้นตนเองไม่ไว้วางใจผู้อื่น เลือกคบเฉพาะกลุ่มที่มีความเหมือนกัน ไม่สนใจการเมือง ทำให้ไม่สามารถปฏิบัติภารกิจของสังคมเพื่อผลประโยชน์ของส่วนรวม เกิดข้อขัดแย้ง การยุติข้อขัดแย้งโดยการฟังเสียงข้างมากไม่นำไปสู่ประโยชน์ของส่วนรวม ดังนั้นผู้มีจิตสำนึกสาธารณะต้องเป็นพลเมืองในฐานะที่เป็นเอกลักษณ์ทางการเมืองสมัยใหม่ มีความอดทน ตระหนักว่าการมีส่วนร่วมไม่ทำให้ได้อย่างที่ต้องการเสมอไป ต้องเคารพและยอมรับความแตกต่างที่หลากหลาย และ

หาวิธีอยู่ร่วมกับความขัดแย้งโดยการแสวงหาทางออกร่วมกัน การจำแนกประเด็นปัญหา การใช้เหตุผลในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การตัดสินใจ ต้องมีการพูดแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกันให้มากที่สุด เพื่อหาข้อยุติ สร้างการเข้าร่วมรับรู้ ตัดสินใจและผนึกกำลัง เพื่อให้เกิดการยอมรับจากทุกฝ่าย

3. คำนึงถึงผลประโยชน์ส่วนตนและส่วนรวม คนในสังคมต้องคิดถึงการเมืองในฐานะกิจการเพื่อส่วนรวมและเพื่อคุณธรรมมากขึ้น

4. การลงมือกระทำ การวิพากษ์วิจารณ์ปัญหาที่เกิดขึ้นเพียงอย่างเดียว ไม่สามารถทำให้สถานการณ์ดีขึ้นต้องลงมือกระทำโดยเริ่มจากครอบครัวในการวางพื้นฐานให้การอบรมด้านจริยธรรมของพลเมือง สถาบันการศึกษาไม่เพียงเป็นสถานฝึกทักษะและให้ความรู้ต้องรับช่วงต่อในการสร้างค่านิยมที่เหมาะสมต่อจากครอบครัว รวมทั้งเครือข่ายสังคมที่เกิดขึ้นระหว่างเพื่อนบ้าน ที่ทำงาน สโมสร สมาคมต่าง ๆ เชื่อมโยงบุคคลที่สนใจเรื่องของตนเข้าเป็นกลุ่มที่ใส่ใจผู้อื่น ช่วยดำรงรักษาประชาคม สังคม และกฎจริยธรรม รวมทั้งสถาบันที่มีอิทธิพลสูงต่อสังคม คือสถาบันศาสนาและสื่อมวลชน นับว่ามีบทบาทสำคัญในการร่วมสร้างให้สังคมเข้มแข็ง

อนุชาติ พวงสำลี และวีรบูรณ์ วิสารทสกุล (2540) ได้กล่าวถึงการมีจิตสำนึกสาธารณะซึ่งเรียกอีกคำหนึ่งว่า จิตสำนึกเพื่อส่วนรวม เป็นคุณลักษณะที่สำคัญและมีความหมายอย่างยิ่งในสังคม ทำให้เกิดประชาสังคมคือเป็นชุมชนที่มีความเข้มแข็ง ซึ่งหมายถึง ชุมชนแห่งสำนึก (Consciousness Community) ที่สมาชิกของชุมชนต่างเป็นส่วนหนึ่งของระบบโดยรวมที่มีความสัมพันธ์กันอย่างแนบแน่น ซึ่งมีองค์ประกอบดังนี้

1. มีวิสัยทัศน์ร่วมกัน คนในชุมชนต้องมองอนาคตร่วมกัน เรียนรู้และทำความเข้าใจร่วมกันโดยอาศัยการคิด วิเคราะห์ สังเคราะห์ให้เห็นถึงสถานการณ์ แนวโน้มความเปลี่ยนแปลง พร้อมควบคู่ไปกับการปฏิบัติ

2. ประชาชนสำนึกถึงพลังของตนเองว่าจะสามารถร่วมแก้ไขเปลี่ยนแปลงสังคมได้ คือการทำให้เกิดกลุ่มที่ให้ความสนใจต่อสาธารณะจำนวนมาก ทำให้เกิดความเข้มแข็งเป็นพลังทางสังคมไม่รอคอยให้ผู้อื่นแก้ปัญหาให้กับตนเอง ซึ่งการที่บุคคลจะสำนึกถึงพลังของตน ต้องให้ความสำคัญกับกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของสังคม (Civic Education)

3. ความรัก เอื้ออาทร สามัคคี การรวมกลุ่มของบุคคลในสังคมมีความหลากหลายจึงจำเป็นต้องสร้างขึ้นบนฐานแห่งความรัก ความเมตตา ความเอื้ออาทรและสามัคคี ความแตกต่างนี้เป็นสิ่งดีและไม่จำเป็นต้องนำไปสู่ความแตกแยกเสมอไป ดังนั้นเงื่อนไขแห่งความรักสมานฉันท์จะเป็นส่วนเชื่อมโยงให้เกิดความร่วมมืออย่างมีพลัง

4. การเรียนรู้ที่มีการปฏิบัติร่วมกัน(Interactive Learning Through Action) สำนึกสาธารณะนั้นเป็นนามธรรมที่ไม่สามารถบังคับให้เกิดได้ ดังนั้นต้องสร้างเงื่อนไขหรือกิจกรรมร่วมกันที่จะก่อให้เกิดการเรียนรู่ร่วมกัน ตลอดจนการพัฒนาให้เกิดความต่อเนื่อง

5. การมีเครือข่ายและการติดต่อสื่อสาร การแลกเปลี่ยน เรียนรู้ สื่อสาร และเครือข่าย เป็นส่วนที่ทำให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ ซึ่งเป็นทางซึ่งนำให้เกิดความต่อเนื่อง

วิรัตน์ คำศรีจันทร์ (2544) ทำการศึกษาจิตสำนึกสาธารณะในบริบทประชาสังคมไทยเป็นการวิจัยเชิงพัฒนาการและสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมในชุมชนเมืองและชุมชนชนบทพบว่าคุณลักษณะของการมีจิตสำนึกสาธารณะประกอบด้วย

1. ความรักความเอื้ออาทร
2. ความเชื่อใจ
3. การเรียนรู้ร่วมกันอย่างต่อเนื่อง
4. การยอมรับความแตกต่างระหว่างบุคคล
5. การมีปฏิสัมพันธ์กันโดยใช้ความสามารถ เครือข่ายและมีการส่วนร่วม

2.2.11 สรุปองค์ประกอบของการมีจิตสำนึกสาธารณะที่ใช้ในการวิจัย

ใช้แนวคิดของ อนุชาติ พวงสำลี และวีรบูรณ์ วิสารทสกุล (2540) และยุทธนา วรุณปิติ (2543) เป็นหลักร่วมกับการใช้ข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมเอกสารที่เกี่ยวข้อง องค์ประกอบของการมีจิตสำนึกสาธารณะในการวิจัยมีดังนี้

1. ด้านความตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคม บุคคลเกิดการรับรู้ว่าสภาพสังคม เศรษฐกิจ การเมือง ว่าอยู่ในภาวะไม่ปกติ ซึ่งมีผลกระทบต่อตนเอง ครอบครัว ประเทศชาติ เป็นภาวะที่จำเป็นต้องแก้ปัญหาให้อยู่ในภาวะปกติสุข

2. ด้านการวิเคราะห์ วิพากษ์ วิจารณ์ สภาพสังคม เศรษฐกิจ การเมือง รวมถึงการคิดจำแนกสาเหตุและกระบวนการที่ทำให้เกิดปัญหาสังคม เศรษฐกิจ การเมืองทำให้อยู่ในภาวะไม่ปกติรวมถึงผลกระทบของปัญหาในด้านต่าง ๆ ว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างไรและร่วมกันพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับบุคคลอื่นถึงสภาพปัญหา แนวทางป้องกันและการแก้ไข

3. ด้านความรักความเอื้ออาทร และความสามัคคี การรวมกลุ่มของบุคคลในสังคมมีความหลากหลายจึงจำเป็นต้องสร้างขึ้นบนฐานแห่งความรัก ความเมตตา ความเอื้ออาทรและสามัคคี

4. ด้านการรับรู้ความสามารถของตนในการผลักดันเพื่อแก้ไขปัญหาสังคม เศรษฐกิจ การเมือง มั่นใจในความสามารถของตนในการที่จะช่วยเหลือแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ สังคม การเมือง กระตือรือร้น ต้องการหาวิธี แนวทางและทรัพยากรในการแก้ปัญหา

5. ด้านการลงมือปฏิบัติหรือร่วมมือในการแก้ไขปัญหาสังคม เศรษฐกิจ การเมือง เข้าร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ โดยการริเริ่มของตนเองหรือร่วมในกลุ่มต่าง ๆ เพื่อช่วยเหลือสังคมโดยการให้ทุนทรัพย์ การช่วยในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ช่วยเสนอความคิด แนวทางแก้ไขปัญหาหรือการกระทำอื่น ๆ ที่กระทำแล้วมีผลทำให้เกิดการผลักดันและการเคลื่อนไหวในการพัฒนาสังคมตามความรู้ความสามารถของตน

6. ด้านการมีเครือข่ายในการทำกิจกรรมเพื่อช่วยเหลือสังคม ต้องมีการประสานเพื่อดำเนินการตามแนวทางในการช่วยเหลือสังคม โดยการจัดตั้งกลุ่ม ชมรม ช่วยเหลือสังคม และร่วมมือกับองค์กรของรัฐบาลและเอกชนในการกระทำเพื่อช่วยเหลือสังคม

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชน

2.3.1 ความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชน

ไพโรจน์ สุขสัมฤทธิ์ (2531 : 24) กล่าวถึง การมีส่วนร่วมของประชาชนว่าเป็นกระบวนการดำเนินการยอมรับพลังประชาชนกับองค์กรของรัฐหรือองค์กรเอกชน เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาหรือแก้ไขปัญหาของประชาชน โดยยึดหลักกาว่า สมาชิกในชุมชนนั้น ๆ จะต้องร่วมมือกันวางแผนและปฏิบัติงานเพื่อสนองความต้องการหรือแก้ปัญหาของประชาชนในชุมชน

องค์การสหประชาชาติ (United Nation) (1981 : 11) ให้ความหมายว่าการมีส่วนร่วมของประชาชนคือการที่ประชาชนก่อให้เกิดกระบวนการ และโครงสร้างที่ประชาชนในชนบทสามารถที่จะแสดงออกซึ่งความต้องการของตน การจัดอันดับความสำคัญการเข้าร่วมในการพัฒนาได้รับประโยชน์จากการพัฒนานั้นเป็นไปโดยการเน้นการที่ให้อำนาจการตัดสินใจแก่ประชาชนในชนบท

สุรีย์ (2531 : 8) ได้กล่าวถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นการร่วมมือปฏิบัติและร่วมรับผิดชอบด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นปัจเจกของบุคคลหรือของกลุ่ม ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการดำเนินการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ต้องการและเพื่อบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้

โสภณ (2533 : 12) สรุปว่าการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนนั้นมีปัจจัยทางสถานภาพทางสังคม เศรษฐกิจ อาชีพ และที่อยู่อาศัยเข้ามาเกี่ยวข้อง และกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชนเป็นส่วนมากหรือการดำเนินงานกิจกรรมในนามกลุ่มองค์กรของชุมชน

กุนจันทร์ สิงห์สุ (2535 : 16) ได้สรุปถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนหมายถึงการที่ปัจเจกบุคคลก็ดี กลุ่มคนหรือองค์กรประชาชนได้อาสาเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การดำเนินโครงการ การแบ่งผลประโยชน์ และการประเมินผลโครงการพัฒนาด้วยความสมัครใจ โดยปราศจากข้อกำหนดที่มาจากบุคคลภายนอก และเป็นไปเพื่อสนองตอบต่อความต้องการของสมาชิกในชุมชน รวมทั้งมีอำนาจอิสระในการแบ่งปันผลประโยชน์ที่เกิดจากการพัฒนาให้กับสมาชิกด้วยความพึงพอใจ และผู้เข้ามามีส่วนร่วมความรู้สึกเป็นเจ้าของโครงการด้วย

จำนง แรกพินิจ (2540 : 11-13) ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชนว่าหมายถึงการสร้างกระบวนการเรียนรู้ และการเรียนรู้สิ่งที่เกิดขึ้นแล้วนี้จะช่วยให้ประชาชนมีศักยภาพเพียงพอในการดำเนินงานพัฒนาต่อไปด้วยตนเอง การเรียนรู้ที่เป็นกระบวนการนี้จะมีการต่อเนื่องไม่สิ้นสุดเมื่อนำองค์ประกอบของกระบวนการเรียนรู้มาเปรียบเทียบกับขั้นตอนการมีส่วนร่วมทำให้สรุปได้ว่าการมีส่วนร่วม และกระบวนการเรียนรู้ที่แท้จริงคือ กระบวนการเดียวกัน

เจริญ ภัสระ (2540) ได้กล่าวถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนหรือการมีส่วนร่วมของชุมชน ว่าหมายถึง ความพร้อมและโอกาสที่ทั้งฝ่ายรัฐบาลและฝ่ายประชาชนหรือชุมชน ยอมรับผิดชอบ และกระทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน และยังได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชนในทรรศนะที่แตกต่างกันอีก 4 ความหมาย คือ

1. การมีส่วนร่วมของประชาชน คือ การที่กลุ่มประชาชนหรือขบวนการของประชาชนซึ่งตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาเป็นผู้ที่อยู่ในวงนอกระบบราชการได้เพิ่มความสามารถในการควบคุมทรัพยากรและสถาบันต่าง ๆ ตามสภาวะสังคมที่เป็นอยู่

2. การมีส่วนร่วมของประชาชน คือ การที่ประชาชนหรือชุมชนพัฒนาขีดความสามารถของตนเองในการจัดการควบคุมการใช้และกระจายทรัพยากรและปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ในสังคมเพื่อประโยชน์ต่อการดำรงชีพทางเศรษฐกิจและสังคมตามความจำเป็นอย่างสมศักดิ์ศรีในฐานะสมาชิกสังคม และในการมีส่วนร่วมประชาชนได้พัฒนาการรับรู้และภูมิปัญญาซึ่งแสดงออกในรูปการตัดสินใจในการกำหนดชีวิตของตนเองอย่างเป็นตัวของตัวเอง

3. การมีส่วนร่วมของประชาชน คือ กระบวนการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานพัฒนา ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ แก้ปัญหาของตนเอง ร่วมใช้ความคิดสร้างสรรค์ความรู้และความชำนาญร่วมกับการใช้วิทยากรที่เหมาะสมและสนับสนุน ติดตามผลการปฏิบัติงานขององค์กรและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

4. การมีส่วนร่วมของประชาชน คือ กระบวนการที่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้รับโอกาสและได้ใช้โอกาสที่ได้รับแสดงออกซึ่งความรู้สึกนึกคิด แสดงออกซึ่งสิ่งที่เขามี แสดงออกซึ่งสิ่งที่เขาต้องการ แสดงออกซึ่งปัญหาที่กำลังเผชิญและแสดงถึงซึ่งวิธีแก้ปัญหาและลงมือปฏิบัติโดยการช่วยเหลือของหน่วยงานภายนอกน้อยที่สุด

จากความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชนดังที่ได้กล่าวมาแล้วนั้นจะเห็นว่ามีความแตกต่างกันอยู่บ้าง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับทัศนคติ ภูมิหลังทางวิชาการ ผู้วิจัยพอสรุปได้ว่าความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชน หมายถึง กระบวนการที่ประชาชนได้เข้าไปเกี่ยวข้องกับกิจกรรมในองค์กรโดยร่วมแสดงความคิดเห็นและกระทำในสิ่งที่เห็นพ้องต้องกัน ตลอดจนร่วมพิจารณากำหนดปัญหาความต้องการประชาชนในท้องถิ่นของตน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ร่วมกัน

2.3.2 ความสำคัญของการมีส่วนร่วมของประชาชน

ไพโรจน์ สุขสัมฤทธิ์ (2532 : 24-30) กล่าวว่าความสำคัญของการมีส่วนร่วมของประชาชนเมื่อมองในแง่ของการบริหารงานพัฒนาพบว่า

1. จะช่วยให้ประชาชนยอมรับโครงการมากขึ้น เนื่องจากเป็นโครงการที่ตรงกับปัญหาและความต้องการของประชาชน

2. ประชาชนจะมีความรู้สึกผูกพัน รู้สึกเป็นเจ้าของโครงการมากขึ้นเนื่องจากเป็นโครงการที่ตรงกับปัญหาและความต้องการของประชาชน

3. การดำเนินโครงการจะราบรื่นเมื่อได้รับความร่วมมือจากประชาชนมากขึ้น

4. โครงการจะให้ประโยชน์แก่ประชาชนมากขึ้นและมีการระดมทรัพยากรเพื่อการพัฒนามากขึ้น

2.3.3 รูปแบบการมีส่วนร่วมของประชาชน

Cohens and Uphoff (1980 : 213) ได้แบ่งรูปแบบของการมีส่วนร่วมไว้ 4 ลักษณะคือ

1. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making) ประกอบไปด้วย 3 ขั้นตอนคือ ริเริ่มตัดสินใจ และตัดสินใจปฏิบัติการ

2. การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ (Implementation) ประกอบด้วยการสนับสนุนด้านทรัพยากร การบริหาร และการประสานขอความช่วยเหลือ

3. การมีส่วนร่วมรับผลประโยชน์ (Benefit) ไม่ว่าจะเป็นผลประโยชน์ด้านวัตถุ ผลประโยชน์ทางด้านสังคม หรือผลประโยชน์ส่วนบุคคล

4. การมีส่วนร่วมประเมินผล (Evaluation)

องค์การอนามัยโลก (WHO. 1981 : 41-49) ได้เสนอรูปแบบของการมีส่วนร่วมที่ถือว่าเป็นรูปแบบที่จริงหรือสมบูรณ์จะต้องประกอบด้วยกระบวนการ 4 ขั้นตอน คือ

1. การวางแผน ประชาชนต้องมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ปัญหาจัดอันดับความสำคัญตั้งเป้าหมาย กำหนดการใช้ทรัพยากร กำหนดวิธีการติดตามประเมินผลและประการสำคัญคือการตัดสินใจด้วยตนเอง

2. การดำเนินกิจกรรม ประชาชนต้องมีส่วนร่วมในการดำเนินการจัดการและการบริหารใช้ทรัพยากร มีความรับผิดชอบในการจัดสรร ควบคุมการเงิน และบริหาร

3. การใช้ประโยชน์ ประชาชนจะต้องมีความสามารถในการนำเอากิจกรรมมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ซึ่งเป็นการเพิ่มระดับของการพึ่งตนเองและควบคุมสังคม

4. การได้รับผลประโยชน์ ประชาชนจะต้องได้รับการแจกจ่ายผลประโยชน์จากชุมชนในพื้นฐานที่เท่ากัน ซึ่งอาจจะเป็นผลประโยชน์ส่วนตัว สังคม หรือวัตถุ ก็ได้

องค์การสหประชาชาติ (UN. 1975 : 19) ได้รวบรวมรูปแบบของการมีส่วนร่วมไว้ 3 รูปแบบ คือ

1. การมีส่วนร่วมแบบเป็นไปเอง(Spontaneous) เป็นโดยการอาสาสมัครหรือรวมตัวกันเองขึ้นมาเพื่อแก้ปัญหาของตนเอง

2. การมีส่วนร่วมแบบชักนำ (Induced) เป็นการเข้าร่วมโดยความต้องการความเห็นชอบหรือสนับสนุนโดยองค์กรซึ่งเป็นรูปแบบทั่วไปของประเทศกำลังพัฒนา

3. การมีส่วนร่วมแบบบังคับ (Coerced) เป็นการเข้าร่วมภายใต้การดำเนินการตามนโยบายของรัฐบาลภายใต้การจัดการโดยเจ้าหน้าที่ของรัฐหรือโดยการบังคับโดยตรง รูปแบบนี้เป็นแบบที่ผู้กระทำได้รับผลทันทีแต่จะไม่ได้ผลในระยะยาว

ปธาน สุวรรณมงคล (2526 : 10) กล่าวถึงลักษณะการมีส่วนร่วมไว้ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมของชุมชนในการตัดสินใจ
2. การมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินการ
3. การมีส่วนร่วมของชุมชนในผลประโยชน์

ประสบสุข ดีอินทร์ (2524 : 21) ได้แบ่งการมีส่วนร่วมออกเป็น 4 แบบ คือ

1. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making) ประกอบด้วย 3 ขั้นตอนคือ ริเริ่มตัดสินใจ ดำเนินการตัดสินใจ และการตัดสินใจ
2. การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ (Implementation) ประกอบด้วย การสนับสนุนด้านทรัพยากร การบริหาร และการประสานขอความร่วมมือ
3. การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ (Benefit)
4. การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (Evaluation)

2.3.4 ขั้นตอนการมีส่วนร่วมของประชาชน

อคิน รพีพัฒน์ (2527 : 100-101) ได้แบ่งการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนออกเป็น 4 ขั้นตอน คือ

1. การค้นหาปัญหา สาเหตุของปัญหา ตลอดจนแนวทางแก้ไขปัญหา
2. การตัดสินใจเลือกแนวทางและการวางแผนพัฒนาแก้ไขปัญหา
3. การปฏิบัติงานในกิจกรรมการพัฒนาตามแผน
4. การประเมินผลงานกิจกรรมการพัฒนา

ไพรัตน์ เตชะรินทร์ (2527 : 6-7) กล่าวถึงขั้นตอนการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์และนโยบายการพัฒนาที่กำหนดไว้คือ

1. ร่วมทำการศึกษาค้นคว้าปัญหาและสาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนตลอดจนความต้องการของชุมชน
2. ร่วมคิดหา สร้างรูปแบบ และวิธีการพัฒนาเพื่อแก้ไขและลดปัญหาของชุมชน หรือเพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน หรือสนองความต้องการของชุมชน
3. ร่วมวางนโยบาย หรือแผนงาน หรือโครงการ หรือกิจกรรมเพื่อขจัดและแก้ไขปัญหาและสนองความต้องการของชุมชน
4. ร่วมตัดสินใจการใช้ทรัพยากรที่มีจำกัดให้เป็นประโยชน์ต่อส่วนร่วม

5. ร่วมจัดหรือปรังปรุงระบบบริหารงานพัฒนาให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล

6. ร่วมลงทุนในกิจกรรมโครงการของชุมชนตามขีดความสามารถของตนเองและของหน่วยงาน

7. ร่วมปฏิบัติตามนโยบาย แผนงาน โครงการ และกิจกรรมให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้

8. ร่วมควบคุม ติดตาม ประเมินผล และร่วมบำรุงรักษาโครงการและกิจกรรมที่ได้ทำไว้ทั้งโดยเอกชนและรัฐบาลให้ใช้ประโยชน์ได้ตลอดไป

เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง (2527 : 272-273) ได้สรุปขั้นตอนของการมีส่วนร่วมไว้ 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาและสาเหตุ

2. การมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินกิจกรรม

3. การมีส่วนร่วมในการลงทุนและปฏิบัติ

4. การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล

จากแนวความคิดเกี่ยวกับลักษณะ รูปแบบ และขั้นตอนการมีส่วนร่วมดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้สรุปลักษณะการมีส่วนร่วมดังนี้

1. การมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหา หมายถึงการที่อาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคได้เข้าร่วมประชุมกันเพื่อค้นหาปัญหาที่เกิดขึ้นและร่วมกันเสนอความคิดเห็นในการแก้ปัญหาร่วมกันเพื่อให้เกิดการแก้ไขปัญหาในชุมชน

2. การมีส่วนร่วมในการวางแผน หมายถึงการที่ประชาชนได้ร่วมกันแสดงความคิดเห็นหรือเสนอแนะวิธีการในการแก้ไขปัญหาโดยได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจกำหนดแผนและรูปแบบในแต่ละกิจกรรม

3. การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน หมายถึงการที่ประชาชนเข้าร่วมกันปฏิบัติตามแผนหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่กำหนดไว้ รวมถึงการร่วมกันในการเสียสละแรงงาน ทุนทรัพย์ หรือวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ เพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น

4. การมีส่วนร่วมในการประเมินผล หมายถึงการที่ประชาชนได้ร่วมกันควบคุม ติดตามความก้าวหน้า ความสำเร็จของแผนและกิจกรรม รวมทั้งติดตามปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นและร่วมกันประชุมเสนอความคิดเห็นในการปรับปรุงแนวทางในการดำเนินงานต่อไป

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาลักษณะการมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหา การมีส่วนร่วมในการวางแผน การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน และการมีส่วนร่วมในการประเมินผล เนื่องจากอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคเป็นเพียงบุคคลที่จะเกี่ยวข้องในการสำรวจปัญหาในพื้นที่และนำเสนอให้กับหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อดำเนินงานแก้ไขปัญหาต่อไป

2.3.5 ปัจจัยที่มีผลต่อการเข้ามามีส่วนร่วม

นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์ (2527 : 183) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมว่าการที่ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาครอบครัว กลุ่มละแวกบ้านชุมชน หมู่บ้าน ตลอดจนสังคมนั้น ทำให้การพัฒนาคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของมนุษย์ในครอบครัวและสังคมให้เจริญก้าวหน้าและผาสุกเรื่อยมา การมีส่วนร่วมของประชาชนดังกล่าวเกิดจากแนวความคิดสำคัญ 6 ประการคือ

1. ความสนใจและความห่วงกังวลร่วมกัน เกิดจากความสนใจและความห่วงกังวลส่วนบุคคล ซึ่งบังเอิญเห็นพ้องต้องกัน กลายเป็นความสนใจและความห่วงกังวลร่วมกันของส่วนรวม

2. ความเดือดร้อนและความไม่พึงพอใจร่วมกันที่มีต่อสถานการณ์ที่เป็นอยู่นั้นผลักดันให้มุ่งไปสู่การรวมกลุ่ม วางแผนและลงมือกระทำร่วมกัน

3. การตกลงร่วมกันที่จะเปลี่ยนแปลงกลุ่มหรือชุมชนในทิศทางที่พึงปรารถนา การตัดสินใจร่วมกันนั้นจะต้องรุนแรงมากพอที่จะทำให้เกิดความริเริ่มกระทำการที่สนองตอบความเห็นชอบของคนส่วนใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมนั้น

4. ความศรัทธาต่อความเชื่อถือบุคคลสำคัญและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ทำให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การลงแขก การบำเพ็ญประโยชน์ การสร้างโบสถ์วิหาร

5. ความเกรงใจที่มีต่อบุคคลที่เคารพนับถือหรือมีเกียรติยศ ตำแหน่ง ทำให้ประชาชนเกิดความเกรงใจที่จะมีส่วนร่วมด้วยทั้ง ๆ ที่ยังไม่เกิดศรัทธาหรือความเต็มใจอย่างเต็มเปี่ยมที่จะกระทำ เช่น ผู้ใหญ่ขอแรงผู้น้อยทำงาน เป็นต้น

6. อำนาจบังคับที่เกิดจากบุคคลที่มีอำนาจเหนือกว่า ทำให้ประชาชนถูกบีบบังคับให้มีส่วนร่วมในการกระทำต่าง ๆ เช่น ให้ทำงานเยี่ยงทาส ฯลฯ

ทัดดาว บุญปาล (2530 : 27) ได้กล่าวไว้ว่าการมีส่วนร่วมทางสังคมของบุคคลนั้นมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องคือสถานภาพทางสังคม สถานภาพทางเศรษฐกิจ สถานภาพทางอาชีพ และที่อยู่อาศัย โดยบุคคลที่มีสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจต่ำจะเข้าร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชนน้อยกว่าบุคคลที่มีสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจสูง

นอกจากฐานะทางเศรษฐกิจและระดับการศึกษาแล้ว คุณลักษณะทางสังคมไม่ว่าจะเป็นความเชื่อ ค่านิยม ตลอดจนนิสัย ประเพณี ในบุคคลหรือกลุ่มคน ก็อาจจะมีผลต่อการมีส่วนร่วมเช่นกัน

Reeder (1974 : 39-53; อ้างถึงใน สุปราณี แก้วเพชร. 2542 : 30) ได้กล่าวถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนไว้ 11 ประการ ดังนี้

1. การปฏิบัติตนให้คล้อยตามความเชื่อพื้นฐาน กล่าวคือบุคคลและกลุ่มบุคคลดูเหมือนจะเลือกแบบวิธีการปฏิบัติซึ่งสอดคล้องและคล้ายคลึงกับความเชื่อพื้นฐานของตนเอง

2. มาตรฐานคุณค่าบุคคลและกลุ่มบุคคลดูเหมือนจะเลือกปฏิบัติในลักษณะที่สอดคล้องกับมาตรฐานคุณค่าของตนเอง

3. เป้าหมายบุคคลและกลุ่มบุคคลดูเหมือนจะส่งเสริม ปกป้อง และรักษาเป้าหมายของตนเอง

4. ประสบการณ์ที่ผิดปกติธรรมดา พฤติกรรมของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลบางครั้งมีรากฐานมาจากประสบการณ์ที่ผิดปกติธรรมดา

5. ความคาดหมาย บุคคลและกลุ่มบุคคลจะประพฤติตามแบบที่คาดหมายว่าต้องประพฤติในสถานการณ์เช่นนั้น ทั้งยังชอบปฏิบัติต่อผู้อื่นในลักษณะตามที่ตนคาดหวังจากผู้อื่นด้วย

6. การมองแต่ตัวเอง บุคคลและกลุ่มบุคคลมักจะทำสิ่งต่าง ๆ ซึ่งคิดว่าตัวเองควรต้องกระทำเช่นนั้น

7. การบีบบังคับ บุคคลและกลุ่มบุคคลมักจะทำสิ่งต่าง ๆ ด้วยความรู้สึกว่าตนถูกบีบบังคับให้ทำ

8. นิสัยและประเพณี บุคคลและกลุ่มบุคคลมักจะทำสิ่งต่าง ๆ ซึ่งเรามีนิสัยชอบกระทำเมื่ออยู่ในสถานการณ์นั้น ๆ

9. โอกาส บุคคลและกลุ่มบุคคลมักจะเข้ามามีส่วนร่วมในรูปแบบการปฏิบัติของสังคมโดยเฉพาะในทางที่เกี่ยวข้องกับจำนวนและชนิดของโอกาส ซึ่งโครงสร้างของสังคมเอื้ออำนวยให้เข้ามามีส่วนร่วมในการกระทำเช่นนั้นเท่าที่พวกเขาจะได้รับรู้มา

10. ความสามารถ บุคคลและกลุ่มบุคคลมักจะเริ่มปฏิบัติเมื่อเขารู้สึกว่าเขาได้รับการสนับสนุนที่ดีเพื่อให้กระทำเช่นนั้น

11. การสนับสนุน บุคคลและกลุ่มบุคคลมักจะเริ่มปฏิบัติ เมื่อเขารู้สึกว่าเขาได้รับการสนับสนุนเพื่อให้กระทำเช่นนั้น

กาญจนา แก้วเทพ และกนกศักดิ์ แก้วเทพ (2530 : 217-218) ได้กล่าวว่าปัจจัยของการมีส่วนร่วมของประชาชนขึ้นอยู่กับ

1. ความเชื่อมั่นในศักยภาพของตนเอง ว่าสามารถจะช่วยตนเอง ว่าสามารถจะช่วยเหลือผู้อื่นได้และจะต้องแสดงศักยภาพจะเข้าร่วมต่อการพัฒนา

2. โครงสร้างเศรษฐกิจต่าง ๆ ที่มีเงื่อนไขแบบเศรษฐกิจ เป็นข้อเรียกร้องเบื้องต้นที่ทำให้คนจนไม่สามารถเข้ามามีส่วนร่วมได้

3. หน่วยครอบครัวมีความเข้าใจในเรื่องการมีส่วนร่วม จะมีผลต่อการมีส่วนร่วมและการควบคุมจากเบื้องล่าง (Control from Below) มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างต่อเนื่อง ซึ่งก็คือ พลังงานสังคม ได้แก่ มาตรการทางสังคม วัฒนธรรม ศาสนา

4. การให้อิสระแก่กลุ่มชาวบ้านตัดสินใจด้วยกันในกิจกรรมต่าง ๆ จะสร้างความเชื่อมั่นในศักยภาพที่มีอยู่ในตัวเองให้เกิดขึ้นในหมู่ชาวบ้าน

5. การตัดสินใจร่วมกลุ่ม ไม่ได้เป็นหลักการตามเหตุผลของการเก็งกำไร ผลประโยชน์สูงสุดทางวัตถุ หากแต่ตัดสินใจเข้าร่วมบนพื้นฐานคุณค่าอย่างอื่น ผลประโยชน์ทางวัตถุเป็นสิ่งที่ตามมา

จากแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วม สรุปได้ว่าสถานภาพทางเศรษฐกิจ สถานภาพทางสังคม ไม่ว่าจะเป็นระดับการศึกษา ความเชื่อ ค่านิยม นิสัย ประเพณี ตลอดจนความรู้สึกนึกคิด รวมทั้งการได้รับการยอมรับหรือการสนับสนุนจากผู้อื่น ซึ่งเป็นลักษณะภายในของบุคคลหรือกลุ่มคนที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมทั้งสิ้น จากการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจึงเลือกปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมคือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ตำแหน่งหน้าที่ทางสังคม การชักชวนเป็นอาสาสมัครโดยบุคคลอื่น แรงจูงใจและการมีจิตสำนึกสาธารณะ

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นทัศนคติที่เป็นนามธรรมไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การที่เราจะทราบว่าบุคคลมีความพึงพอใจหรือไม่ สามารถสังเกตโดยการแสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อนจึงเป็นการยากที่จะวัดความพึงพอใจโดยตรง แต่สามารถวัดได้โดยทางอ้อมโดยการวัดความคิดเห็นของบุคคลเหล่านั้น และการแสดงความคิดเห็นนั้นจะต้องตรงกับความรู้สึกที่แท้จริงจึงสามารถวัดความพึงพอใจนั้นได้ พจนานุกรมฉบับบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 กล่าวไว้ว่า “พึง” เป็นคำช่วยกริยาอื่นหมายความว่า “ควร” เช่น พึงใจ หมายความว่า พอใจ ชอบใจ และคำว่า “พอ” หมายความว่า เท่าที่ต้องการ เต็มความต้องการ ถูกชอบ เมื่อนำคำสองคำมาผสมกัน “พึงพอใจ” จะหมายถึง ชอบใจ ถูกใจตามที่ต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับ Wolman (1973) อ้างโดย ภนิดา ชัยปัญญา (2541) กล่าวถึงความพึงพอใจว่าเป็นความรู้สึกที่ได้รับความสำเร็จตามมุ่งหวังและความต้องการ

2.4.1 ความหมายของความพึงพอใจ

นักวิชาการได้ให้ความหมายของความพึงพอใจต่าง ๆ พอสรุปได้ดังนี้

ทวีพงษ์ หินคำ (2541 : 8) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่าเป็นความชอบของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดซึ่งสามารถลดความตึงเครียดและตอบสนองตามความต้องการของบุคคลได้ทำให้เกิดความพึงพอใจต่อสิ่งนั้น

ธนียา ปัญญาแก้ว (2541 : 12) ได้ให้ความหมายว่าสิ่งที่ทำให้เกิดความพึงพอใจจะเกี่ยวพันกับลักษณะของงาน ปัจจัยเหล่านี้นำไปสู่ความพอใจในงานที่ทำได้แก่ ความสำเร็จ การยกย่องลักษณะงาน ความรับผิดชอบ และความก้าวหน้า เมื่อปัจจัยเหล่านี้อยู่ต่ำกว่าจะทำให้เกิดความไม่พอใจงานที่ทำ ถ้าหากว่างานให้ความก้าวหน้า ความท้าท้าย ความรับผิดชอบ ความสำเร็จและการยกย่องแก่ผู้ปฏิบัติงานแล้ว พวกเขาจะพอใจและมีแรงจูงใจในการทำงานเป็นอย่างมาก

วิทย์ เที่ยงบูรณธรรม (2541 : 754) ให้ความหมายของความพึงพอใจว่าหมายถึงความพอใจ การทำให้พอใจ ความสาแก่ใจ ความหนำใจ ความจุใจ ความแน่ใจ การชดเชย การไถ่บาป การแก้แค้น สิ่งที่ชดเชย

วิรุฬ พรรณเทวี (2542 : 11) ให้ความหมายไว้ว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะคาดหมายกับสิ่งหนึ่งสิ่งใดอย่างไร ถ้าคาดหวังหรือมีความตั้งใจและได้รับการตอบสนองด้วยดีจะมีความพึงพอใจมาก แต่ในทางตรงกันข้ามอาจผิดหวังหรือไม่พึงพอใจเป็นอย่างยิ่งเมื่อไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ตนตั้งใจไว้ว่าจะมีมากหรือน้อย

กาญจนา อรุณสุขรุจี (2546 : 5) กล่าวว่าความพึงพอใจของมนุษย์เป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมที่เป็นนามธรรมไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การที่เราจะทราบว่าบุคคลมีความพึงพอใจหรือไม่ สามารถสังเกตโดยการแสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อนและต้องมีสิ่งเร้าที่ตรงต่อความต้องการของบุคคลจึงจะทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจ ดังนั้นการสร้างสิ่งเร้าจึงเป็นแรงจูงใจของบุคคลนั้นให้เกิดความพึงพอใจในงานนั้น

Phillip B. Applewhite (1965 : 6) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่าเป็นความสุขความสบายที่ได้รับจากสภาพแวดล้อมทางกายภาพ เป็นความสุขความสบายที่เกิดจากการเข้าร่วมได้รู้ได้เห็นในกิจกรรมนั้น ๆ

Benjamin B. Wolman (1973 : 384) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่าหมายถึงท่าทีทั่ว ๆ ไปที่เป็นผลมาจากท่าทีที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ 3 ประการ คือ

1. ปัจจัยที่เกี่ยวกับกิจกรรม
2. ปัจจัยที่เกี่ยวกับบุคคล
3. ลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่ม

Risser (1975 : 45-51) กล่าวว่าความพึงพอใจของแต่ละคนเกิดจากการได้รับประสบการณ์หรือบรรลุในสิ่งที่คาดหวัง

Campbell (1976 : 117-124) กล่าวว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกภายในที่แต่ละคนเปรียบเทียบระหว่างความคิดเห็นต่อสภาพการณ์ที่อยากให้เป็นหรือคาดหวัง หรือรู้สึกว่าสมควรจะได้รับผลที่ได้จะเป็นความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจเป็นการตัดสินของแต่ละบุคคล

จากความหมายที่กล่าวมาทั้งหมด สรุปความหมายของความพึงพอใจได้ว่าเป็นความรู้สึกของบุคคลในทางบวก ความชอบ ความสบายใจ ความสุขใจต่อสภาพแวดล้อมในด้านต่าง ๆ หรือเป็นความรู้สึกที่พอใจต่อสิ่งที่ทำให้เกิดความชอบ ความสบายใจ และเป็นความรู้สึกที่บรรลุถึงความต้องการ อันเกิดจากพื้นฐานของการรับรู้ ค่านิยม และประสบการณ์ที่แต่ละบุคคลได้รับและจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต□องการให□แก□บุคคลนั้นได□ ซึ่งระดับ ความพึงพอใจของแต□ละบุคคลย□อมมีความแตกต□างกันไป

2.4.2 การวัดความพึงพอใจ

ในการวัดความพึงพอใจนั้นบุญเรือง ขจรศิลป์ (2529) ได้ให้ทรรศนะเกี่ยวกับเรื่องนี้ว่า ทัศนคติหรือเจตคติเป็นนามธรรมเป็นการแสดงออกค่อนข้างซับซ้อนจึงเป็นการยากที่จะวัดทัศนคติได้โดยตรง แต่เราสามารถที่จะวัดทัศนคติได้โดยอ้อม โดยวัดความคิดเห็นของบุคคลเหล่านั้นแทน ฉะนั้นการวัดความพึงพอใจก็มีขอบเขตที่จำกัดด้วย อาจมีความคลาดเคลื่อนขึ้น ถ้าบุคคลเหล่านั้นแสดงความคิดเห็นไม่ตรงกับความรู้สึกที่จริง ซึ่งความคลาดเคลื่อนเหล่านี้ย่อมเกิดขึ้นได้เป็นธรรมดาของการวัดโดยทั่ว ๆ ไป

ภณิดา ชัยปัญญา (2541) ได้กล่าวไว้ว่าการวัดความพึงพอใจนั้น สามารถทำได้หลายวิธี ดังต่อไปนี้

1. การใช้แบบสอบถาม โดยผู้ออกแบบสอบถามเพื่อต้องการทราบความคิดเห็นซึ่งสามารถกระทำได้ในลักษณะกำหนดคำตอบให้เลือกหรือตอบคำถามอิสระ คำถามดังกล่าวอาจถามความพอใจในด้านต่าง ๆ

2. การสัมภาษณ์ เป็นวิธีการวัดความพึงพอใจทางตรงซึ่งต้องอาศัยเทคนิคและวิธีการที่ดีจะได้ข้อมูลที่เป็นจริง

3. การสังเกต เป็นวิธีวัดความพึงพอใจโดยการสังเกตพฤติกรรมของบุคคลเป้าหมาย ไม่ว่าจะแสดงออกจากการพูดจา กริยา ท่าทาง วิธีนี้ต้องอาศัยการกระทำอย่างจริงจัง และสังเกตอย่างมีระเบียบแบบแผน

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณิภาภรณ์ (2541 : 64) ได้ศึกษาความรู้และการปฏิบัติเกี่ยวกับวัตถุเจือปนและสิ่งปนเปื้อนในอาหารของวัยรุ่นตอนปลายในกรุงเทพมหานคร พบว่าเพศของวัยรุ่นมีความสัมพันธ์กับความรู้และการปฏิบัติ รายได้ของผู้ปกครองมีความสัมพันธ์กับความรู้ และความรู้มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติเกี่ยวกับวัตถุเจือปนและสิ่งปนเปื้อน

สราวุฒิ คงสัมฤทธิ์ (2542 : 104) ได้ศึกษาการปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ในงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสาธารณสุขตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.2522 และพระราชบัญญัติยา พ.ศ.2510 ของสาธารณสุขอำเภอเขตสาธารณสุข8, 9 พบว่าสาธารณสุขอำเภอที่มีปัจจัยจูงใจโดยรวมในการปฏิบัติงานเพิ่มขึ้นจะมีการปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ดีด้วย

ยุทธนา ภูมิพิภัชน์ (2533 : 89) ศึกษาแบบของผู้นำและการจูงใจในการปฏิบัติงานคุ้มครองผู้บริโภคของเภสัชกรในฝ่ายเภสัชกรสาธารณสุข สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด พบว่าปัจจัยด้านคุณลักษณะที่มีผลต่อการจูงใจในการปฏิบัติงาน คบส. ของเภสัชกร ได้แก่ อายุ อายุราชการ

สถานภาพสมรส ตำแหน่งงาน ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในฝ่าย และการฝึกอบรม และพบว่าปัจจัยพื้นฐานด้านแรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติงาน

กนกวรรณ มุกดาสนิท (2541 : 41) ศึกษาคุณลักษณะส่วนบุคคล แรงจูงใจ การรับรู้บทบาทการปฏิบัติงานสาธารณสุขมูลฐานในเขตเมืองของบุคลากรสาธารณสุข เทศบาล พบว่าวุฒิการศึกษา ประสบการณ์การทำงาน ประสบการณ์เข้ารับการอบรม มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติงานสาธารณสุขมูลฐานในเขตเมืองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นเดียวกับปัจจัยด้านแรงจูงใจและการรับรู้บทบาทมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการปฏิบัติงานสาธารณสุขมูลฐานในเขตเมืองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$)

รัชดา พรพิไลสวัสดิ์ (2548 : 75) ศึกษาการมีส่วนร่วมของสมาชิกชมรมผู้สูงอายุในการส่งเสริมสุขภาพและปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของสมาชิกชมรมผู้สูงอายุในการส่งเสริมสุขภาพ พบว่าการมีส่วนร่วมของสมาชิกชมรมผู้สูงอายุในการส่งเสริมสุขภาพอยู่ในระดับปานกลาง การได้รับข่าวสารมีความแตกต่างกันกับการมีส่วนร่วมในการส่งเสริมสุขภาพ ส่วนเพศ อายุ ระดับการศึกษาและความรู้เกี่ยวกับการส่งเสริมสุขภาพ ไม่มีความแตกต่างกันกับการมีส่วนร่วมในการส่งเสริมสุขภาพ

หฤทัย อาจปรุ (2544 : บทคัดย่อ) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ภาวะผู้นำ รูปแบบการดำเนินชีวิตและความสามารถในการเรียนรู้ด้วยตนเอง กับการมีจิตสำนึกสาธารณะของนักศึกษาพยาบาล เขตกรุงเทพมหานคร พบว่าภาวะผู้นำ รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มวิชาการ กลุ่มวิชาชีพ กลุ่มก้าวหน้า กลุ่มกิจกรรม กลุ่มสังคม ความสามารถในการเรียนรู้ด้วยตนเองและสังกัดสำนักงานตำรวจแห่งชาติ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการมีจิตสำนึกสาธารณะของนักศึกษาพยาบาล สังกัดทบวงมหาวิทยาลัย ภูมิลำเนาในกรุงเทพและรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มเก็บตัวมีความสัมพันธ์ทางลบกับการมีจิตสำนึกสาธารณะของนักศึกษาพยาบาล

วิรัตน์ คำศรีจันทร์ (2544) ทำการศึกษาจิตสำนึกสาธารณะในบริบทประชาสังคมไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเงื่อนไขการก่อเกิดและปัจจัยเกื้อหนุนหรือเป็นอุปสรรคต่อการมีจิตสำนึกพลเมือง สาธารณะในบริบทประชาสังคมไทยพบว่าคุณลักษณะของการมีจิตสำนึกพลเมือง/จิตสำนึกมีหลายมิติ ได้แก่ การมีวินัยในตน ทั้งในเรื่องส่วนตัวและส่วนรวม เคารพกติกาที่ร่วมกันสร้าง ปฏิบัติตามสิทธิและหน้าที่อย่างเต็มความสามารถด้วยจิตใจอาสาให้ความสำคัญต่อผลประโยชน์ของส่วนรวมมากกว่าส่วนตน ใส่ใจกิจสาธารณะ การมีส่วนร่วมและให้ความร่วมมือเพื่อประโยชน์สุขของชุมชนทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง การมีความกล้าหาญทางจริยธรรม ปกป้องความถูกต้องเพื่อความดี ความยุติธรรมและสันติภาพของสังคม การมีผูกพันยึดมั่นในอุดมการณ์ประชาธิปไตย ปฏิบัติต่อผู้อื่นอย่างเท่าเทียม เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เงื่อนไขการมีจิตสำนึกคือการมีชีวิตของชุมชนที่ทำให้สมาชิกมีความสัมพันธ์กันในฐานะที่เท่าเทียม การปฏิบัติ

สำนึกพลเมืองอยู่ในวิถีชีวิต ความเป็นชุมชนที่สมาชิกเชื่อมโยงกันในฐานะพลเมือง มีความเท่าเทียมและเสมอภาคในเชิงการเมือง มีความเป็นเอกภาพและสมานสามัคคี เชื่อถือและไว้วางใจกัน ผูกมัดตนเองกับหมู่คณะ การมีทุนทางสังคม การมีส่วนร่วมทางการเมือง และกระบวนการหล่อหลอมทางการเมือง

เอกมน โลหะญาณจารี (2547) ศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุข เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุข ความสัมพันธ์ของปัจจัยในการทำงานกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุข และสภาพปัญหาและอุปสรรคในการทำงานของอาสาสมัครสาธารณสุข พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรสและสถานภาพทางเศรษฐกิจที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขไม่แตกต่างกัน ปัจจัยด้านการดำรงตำแหน่งทางสังคมที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยในการทำงานประกอบด้วยปัจจัยการได้รับยกย่องนับถือ ปัจจัยความสัมพันธ์ระหว่าง อสม.กับเจ้าหน้าที่สาธารณสุข และระหว่าง อสม.กับ อสม. ปัจจัยผลประโยชน์ตอบแทน ปัจจัยสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานและปัจจัยการดำเนินงานด้านสาธารณสุขมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ประไพ วงศ์สุฤทธิ์ (2542 : บทคัดย่อ)ศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขและศึกษาความแตกต่างระหว่างปัจจัยลักษณะประชากร ปัจจัยการปฏิบัติงานและปัจจัยสภาพแวดล้อมในการทำงาน พบว่าความพึงพอใจของ อสม.อยู่ในระดับมาก เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยลักษณะประชากร ปัจจัยการปฏิบัติงานและปัจจัยสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานกับความพึงพอใจพบว่าระดับการศึกษามีผลต่อความพึงพอใจในทุกองค์ประกอบ ส่วนเพศ อายุและรายได้มีผลต่อความพึงพอใจในบางองค์ประกอบ ปัจจัยในการปฏิบัติงานเรื่องการฝึกอบรมพบว่ามีผลต่อความพึงพอใจในบางองค์ประกอบและในส่วนปัจจัยสภาพแวดล้อม ได้แก่ จำนวนประชากรในหมู่บ้าน มีผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

พิทักษ์ ยินดีจันทร์ (2540) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของ อสม.ในศูนย์สาธารณสุขมูลฐานชุมชนในอำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี จำนวน 261 คน พบว่าปัจจัยด้านประชากรได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมในการทำงานได้แก่ การได้รับความสะดวก วัสดุอุปกรณ์ การนิเทศงานสม่ำเสมอจากเจ้าหน้าที่สาธารณสุข การได้รับการสนับสนุนการทำงานจากผู้นำชุมชน การให้ความร่วมมือของประชาชน ปัจจัยด้านจิตวิทยาสังคม ได้แก่ ความคาดหวังใน

ความสามารถที่ปฏิบัติงานตามบทบาท และความสนใจในงาน มีความสัมพันธ์กับผลการทำงานของ อสม.

จากการทบทวน แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จะเห็นว่ามีปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการปฏิบัติงานคุ้มครองผู้บริโภคของผู้ปฏิบัติงานกลุ่มต่าง ๆ ได้แก่ บุคลากรสาธารณสุข วัยรุ่น อาสาสมัครสาธารณสุข และปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน พบว่าปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ แรงจูงใจ ตำแหน่งงาน มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานด้านสาธารณสุข แต่จากการทบทวนยังไม่มีการศึกษาเกี่ยวกับงานสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมและความพึงพอใจในการสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค ส่วนการศึกษาด้านจิตสำนึกสาธารณะมีการศึกษาในเรื่องปัจจัยส่วนบุคคล ภาวะผู้นำ รูปแบบดำเนินชีวิต และความสามารถในการเรียนรู้ด้วยตนเอง มีความสัมพันธ์กับการมีจิตสำนึกสาธารณะ และศึกษาจิตสำนึกสาธารณะในบริบทประชาสังคมไทย ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมและความพึงพอใจของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีตัวแปรปัจจัยคุณลักษณะบุคคล การชักชวนเป็นอาสาสมัครโดยบุคคลอื่น แรงจูงใจและการมีจิตสำนึกสาธารณะว่ามีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมและความพึงพอใจในการสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคอย่างไร

2.6 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องผู้วิจัยได้นำมากำหนดกรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

2.6.1 ตัวแปรอิสระ

1. ข้อมูลคุณลักษณะบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ และตำแหน่งหน้าที่ทางสังคม
2. การชักชวนเป็นอาสาสมัครโดยบุคคลอื่น
3. แรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วย การได้รับการยกย่องนับถือ ลักษณะงานที่ปฏิบัติ ผลประโยชน์ตอบแทนและความรับผิดชอบ
4. การมีจิตสำนึกสาธารณะ ประกอบด้วย ความตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน การรับรู้ความสามารถในการผลักดันเพื่อแก้ปัญหา การลงมือปฏิบัติในการแก้ปัญหาและการมีเครือข่ายในการทำกิจกรรมเพื่อช่วยเหลือชุมชน

2.6.2 ตัวแปรตาม

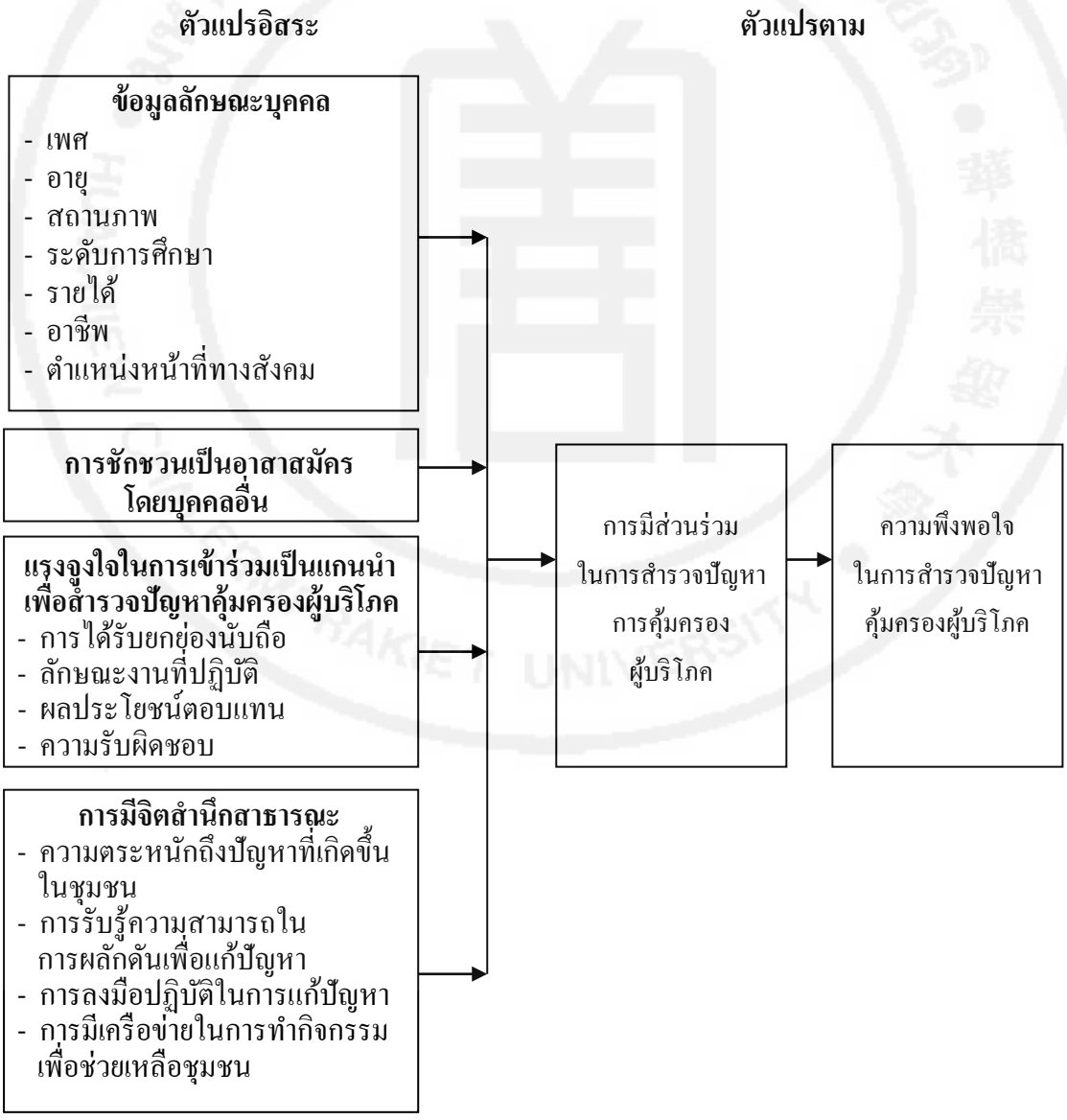
1. การมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วย การมีส่วนร่วมในการค้นหาและสำรวจปัญหา การมีส่วนร่วมในการวางแผน การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและการมีส่วนร่วมในการประเมินผล

2. ความพึงพอใจในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค

ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ปรากฏตามแผนภูมิกรอบความคิด ดังนี้

แผนภูมิที่ 2.2

กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)



บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมและความพึงพอใจของอาสาสมัครในงานคุ้มครองผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ผู้วิจัยจึงได้กำหนดรายละเอียดต่าง ๆ เกี่ยวกับระเบียบวิธีวิจัยประกอบด้วย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 77 ชมรม มีสมาชิกทั้งสิ้น 1,468 คน

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

ขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยประมาณการโดยใช้แนวคิดการกำหนดขนาดตัวอย่างของ Taro Yamane (อ้างถึงใน บุญธรรม. 2535) ซึ่งมีสูตรดังนี้

$$n = \frac{N}{1+ Ne^2}$$

N = ขนาดของประชากร

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

e = ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง

เมื่อแทนค่าตามสูตรโดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างเท่ากับ 0.05 จำนวนกลุ่มตัวอย่างของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ ดังนี้

$$n = \frac{1,468}{1+ 1,468(0.05)^2}$$

$$= 314 \text{ คน}$$

เมื่อได้จำนวนตัวอย่างอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดสมุทรปราการซึ่งมี 77 ชมรม ในอำเภอต่าง ๆ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอบางบ่อ อำเภอบางพลี อำเภอพระประแดง อำเภอพระสมุทรเจดีย์ และกิ่งอำเภอบางเสาธง จึงคำนวณหาสัดส่วนจากฐานของอาสาสมัครแต่ละอำเภอ ได้ขนาดตัวอย่างรวมทั้งหมด 314 คน ซึ่งได้สุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้วิธีการจับฉลากเพื่อหาจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 3.1

จำนวนประชากรและจำนวนกลุ่มตัวอย่างของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค ในจังหวัดสมุทรปราการ

อำเภอ / กิ่งอำเภอ	จำนวนประชากร (คน)	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)
อำเภอเมือง	341	70
อำเภอบางบ่อ	256	52
อำเภอบางพลี	197	42
อำเภอพระประแดง	365	79
อำเภอพระสมุทรเจดีย์	182	45
กิ่งอำเภอบางเสาธง	127	26
รวม	**1,468**	**314**

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ใช้เครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามโดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาผลงานวิจัย วิทยานิพนธ์ บทความ ตำราและเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยครั้งนี้

2. กำหนดแนวทางในการสร้างเครื่องมือในการศึกษาเนื่องจากเป็นการศึกษาในเชิงปริมาณจึงเลือกใช้แบบสอบถาม

3. สร้างเครื่องมือวิจัยภายใต้การแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระเป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเพื่อสำรวจข้อมูลที่ครอบคลุมเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ โดยแบ่งเป็น 6 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน การดำรงตำแหน่งในสังคม และการชักชวนเป็นอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคโดยบุคคลอื่น

ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจ ประกอบด้วย ข้อมูลเกี่ยวกับการได้รับการยกย่องนับถือ ลักษณะงานที่ปฏิบัติ ผลประโยชน์ตอบแทน และความรับผิดชอบ จำนวน 20 ข้อ

แบบสอบถามในส่วนที่ 2 ใช้มาตรวัดแบบมาตราส่วน (Rating Scale) ซึ่งผู้วิจัยกำหนดค่าคะแนนของช่วงน้ำหนัก 5 ระดับ ซึ่งมีความหมายดังนี้

มากที่สุด	ให้คะแนน	5	คะแนน
มาก	ให้คะแนน	4	คะแนน
ปานกลาง	ให้คะแนน	3	คะแนน
น้อย	ให้คะแนน	2	คะแนน
ไม่เห็นด้วย	ให้คะแนน	1	คะแนน

เกณฑ์การพิจารณาขอบเขตคะแนนเฉลี่ยเพื่อใช้ในการแปลผลข้อมูลกำหนดไว้เป็น 5 ระดับ มีเกณฑ์การแปลผลจากค่าเฉลี่ยดังนี้

ค่าคะแนน 1.00 – 1.50 หมายถึง แรงจูงใจของอาสาสมัครระดับน้อยที่สุด
ค่าคะแนน 1.51 – 2.50 หมายถึง แรงจูงใจของอาสาสมัครระดับน้อย
ค่าคะแนน 2.51 – 3.50 หมายถึง แรงจูงใจของอาสาสมัครระดับปานกลาง
ค่าคะแนน 3.51 – 4.50 หมายถึง แรงจูงใจของอาสาสมัครระดับมาก
ค่าคะแนน 4.51 – 5.00 หมายถึง แรงจูงใจของอาสาสมัครระดับมากที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับการมีจิตสำนึกสาธารณะประกอบด้วย ความตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน การรับรู้ความสามารถในการผลักดันเพื่อแก้ปัญหา การลงมือปฏิบัติในการแก้ปัญหา การมีเครือข่ายในการทำกิจกรรมเพื่อช่วยเหลือชุมชนจำนวน 10 ข้อ

แบบสอบถามในส่วนที่ 3 ใช้มาตรวัดแบบมาตราส่วน (Rating Scale) ซึ่งผู้วิจัยกำหนดค่าคะแนนของช่วงน้ำหนัก 5 ระดับ ซึ่งมีความหมายดังนี้

มากที่สุด	ให้คะแนน	5	คะแนน
มาก	ให้คะแนน	4	คะแนน
ปานกลาง	ให้คะแนน	3	คะแนน
น้อย	ให้คะแนน	2	คะแนน
ไม่เห็นด้วย	ให้คะแนน	1	คะแนน

เกณฑ์การพิจารณาขอบเขตคะแนนเฉลี่ยเพื่อใช้ในการแปลผลข้อมูลกำหนดไว้เป็น 5 ระดับ มีเกณฑ์การแปลผลจากค่าเฉลี่ยดังนี้

ค่าคะแนน 1.00 – 1.50 หมายถึง การมีจิตสำนึกสาธารณะ ระดับน้อยที่สุด

ค่าคะแนน 1.51 – 2.50 หมายถึง การมีจิตสำนึกสาธารณะ ระดับน้อย

ค่าคะแนน 2.51 – 3.50 หมายถึง การมีจิตสำนึกสาธารณะ ระดับปานกลาง

ค่าคะแนน 3.51 – 4.50 หมายถึง การมีจิตสำนึกสาธารณะ ระดับมาก

ค่าคะแนน 4.51 – 5.00 หมายถึง การมีจิตสำนึกสาธารณะ ระดับมากที่สุด

ส่วนที่ 4 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วย การมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค การมีส่วนร่วมในการวางแผน การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน และการมีส่วนร่วมในการประเมินผล จำนวน12 ข้อ

แบบสอบถามในส่วนที่ 4 ใช้มาตรวัดแบบมาตราส่วน (Rating Scale) ซึ่งผู้วิจัยกำหนดค่าคะแนนของช่วงน้ำหนัก 4 ระดับ ซึ่งมีความหมายดังนี้

มาก	ให้คะแนน	4	คะแนน
ปานกลาง	ให้คะแนน	3	คะแนน
น้อย	ให้คะแนน	2	คะแนน
ไม่เคยเลย	ให้คะแนน	1	คะแนน

เกณฑ์การพิจารณาขอบเขตคะแนนเฉลี่ยเพื่อใช้ในการแปลผลข้อมูลกำหนดไว้เป็น 4 ระดับ มีเกณฑ์การแปลผลจากค่าเฉลี่ยดังนี้

ค่าคะแนน 1.00 – 1.50 หมายถึง การมีส่วนร่วมระดับน้อยที่สุด

ค่าคะแนน 1.51 – 2.50 หมายถึง การมีส่วนร่วมระดับน้อย

ค่าคะแนน 2.51 – 3.50 หมายถึง การมีส่วนร่วมระดับปานกลาง

ค่าคะแนน 3.51 – 4.00 หมายถึง การมีส่วนร่วมระดับมาก

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคในการสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคจำนวน 11 ข้อ

แบบสอบถามในส่วนที่ 5 ใช้มาตรวัดแบบมาตราส่วน (Rating Scale) ซึ่งผู้วิจัยกำหนดค่าคะแนนของช่วงน้ำหนัก 5 ระดับ ซึ่งมีความหมายดังนี้

ข้อความที่มีความหมายทางบวก ได้แก่ คำถามข้อ 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51และข้อ 53

มากที่สุด	ให้คะแนน	5	คะแนน
มาก	ให้คะแนน	4	คะแนน
ปานกลาง	ให้คะแนน	3	คะแนน
น้อย	ให้คะแนน	2	คะแนน
ไม่เห็นด้วย	ให้คะแนน	1	คะแนน

เกณฑ์การพิจารณาขอบเขตคะแนนเฉลี่ยเพื่อใช้ในการแปลผลข้อมูลกำหนดไว้เป็น 5 ระดับ มีเกณฑ์การแปลผลจากค่าเฉลี่ยดังนี้

ค่าคะแนน 1.00 – 1.50 หมายถึง ความพึงพอใจระดับน้อยที่สุด

ค่าคะแนน 1.51 – 2.50 หมายถึง ความพึงพอใจระดับน้อย

ค่าคะแนน 2.51 – 3.50 หมายถึง ความพึงพอใจระดับปานกลาง

ค่าคะแนน 3.51 – 4.50 หมายถึง ความพึงพอใจระดับมาก

ค่าคะแนน 4.51 – 5.00 หมายถึง ความพึงพอใจระดับมากที่สุด

ข้อความที่มีความหมายทางลบ ได้แก่ ข้อ 52

มากที่สุด	ให้คะแนน	1	คะแนน
มาก	ให้คะแนน	2	คะแนน
ปานกลาง	ให้คะแนน	3	คะแนน
น้อย	ให้คะแนน	4	คะแนน
น้อยที่สุด	ให้คะแนน	5	คะแนน

เกณฑ์การพิจารณาขอบเขตคะแนนเฉลี่ยเพื่อใช้ในการแปลผลข้อมูลกำหนดไว้เป็น 5 ระดับ มีเกณฑ์การแปลผลจากค่าเฉลี่ยดังนี้

ค่าคะแนน 1.00 – 1.50 หมายถึง ความพึงพอใจระดับมากที่สุด

ค่าคะแนน 1.51 – 2.50 หมายถึง ความพึงพอใจระดับมาก

ค่าคะแนน 2.51 – 3.50 หมายถึง ความพึงพอใจระดับปานกลาง

ค่าคะแนน 3.51 –4.50 หมายถึง ความพึงพอใจระดับน้อย

ค่าคะแนน 4.51– 5.00 หมายถึง ความพึงพอใจระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการในการสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค

แบบสอบถามในส่วนที่ 6 เป็นคำถามปลายเปิดโดยให้อาสาสมัครตอบคำถามตามความเป็นจริง

4. นำแบบสอบถามเสนอผู้เชี่ยวชาญเพื่อทดสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญด้านงานคุ้มครองผู้บริโภค และนักวิชาการสาธารณสุข

5. นำแบบสอบถามที่ได้ไปปรับปรุงแก้ไข และทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มประชากรที่เหลือจากการสุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน และนำผลการทดสอบมาคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) จากสูตรสัมประสิทธิ์แอลฟ่าของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ปรากฏว่าแบบสอบถามได้ค่าความเชื่อมั่น0.723 ได้มีการปรับปรุงและตัดแบบสอบถาม 2 ข้อ จากนั้นทดสอบโดยคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นได้เท่ากับ 0.933

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการดังนี้

1. ขออนุญาตทางสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสมุทรปราการ สำนักงานสาธารณสุขอำเภอเมือง อำเภอบางบ่อ อำเภอบางพลี อำเภอพระประแดง อำเภอพระสมุทรเจดีย์ และกิ่งอำเภอบางเสาธง เพื่อขออนุญาตส่งแบบสอบถามให้กับอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคในชมรมต่าง ๆ

2. ส่งแบบสอบถามไปยังอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตัวอย่างและให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่งคืนที่สถานีอนามัยเพื่อรวบรวมส่งมาที่สำนักงานสาธารณสุขอำเภอและสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ผู้วิจัยได้ดำเนินการติดตามรับคืนด้วยตนเอง

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยนำข้อมูลจากแบบสอบถามลงรหัส แล้วตรวจสอบความถูกต้องด้วยตนเองและประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS / PC^{+}

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายคุณลักษณะส่วนบุคคล แรงจูงใจการมีจิตสำนึกสาธารณะ และระดับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดสมุทรปราการ สถิติที่ใช้ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. สถิติวิเคราะห์ (Analytic Statistics)

2.1 การหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ตำแหน่งทางสังคมและบุคคลที่ชักชวนเป็นอาสาสมัครกับการมี

ส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคโดยใช้สถิติการทดสอบไคสแควร์ (Chi- Square Test)

2.2 การหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย แรงจูงใจ และการมีจิตสำนึกสาธารณะกับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคโดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

2.3 การวิเคราะห์หาปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค ของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค โดยใช้สถิติวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมและความพึงพอใจของอาสาสมัครในงานคุ้มครองผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการศึกษาออกเป็นขั้นตอนดังนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างและการชักชวนเป็นอาสาสมัครโดยบุคคลอื่น

4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจของกลุ่มตัวอย่าง

4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับการมีจิตสำนึกสาธารณะของกลุ่มตัวอย่าง

4.4 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการมีส่วนร่วมของกลุ่มตัวอย่าง

4.5 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง

4.6 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล การชักชวนเป็นอาสาสมัครโดยบุคคลอื่น แรงจูงใจ และการมีจิตสำนึกสาธารณะกับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของกลุ่มตัวอย่าง

4.7 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหากับความพึงพอใจและผลกระทบต่อกลุ่มตัวอย่าง

4.8 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของกลุ่มตัวอย่าง

4.9 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของอาสาสมัครจากการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหา

4.10 การวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของกลุ่มตัวอย่าง

4.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง และการชักชวนเป็นอาสาสมัครโดยบุคคลอื่น

ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจากอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการดำเนินการเก็บตัวอย่างโดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายจำนวน 314 คน ในการศึกษาครั้งนี้พบว่า

กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายร้อยละ 21.70 และเพศหญิงร้อยละ 78.30 โดยมีอายุเฉลี่ยเท่ากับ 48.44 $\pm$ 10.76 ปี (อายุสูงสุด 82 ปี และอายุต่ำสุด 22 ปี) โดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี จำนวน 196 คน (ร้อยละ 52.42) และผู้ที่อายุน้อยกว่า 31 ปี เพียงร้อยละ 5.10

ในด้านการศึกษากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าหรือเท่ากับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 54.10 รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษาหรือปวช.ร้อยละ 37.60 และมีจำนวนน้อยมากที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีคือ ร้อยละ 0.30

สำหรับสถานภาพสมรสพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 78.30 มีสถานภาพคู่ รองลงมาร้อยละ 13.10 มีสถานภาพหม้าย หย่า แยก และร้อยละ 8.60 ที่มีสถานภาพโสดตามลำดับ

อาชีพของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นแม่บ้านร้อยละ 30.90 รองลงมาคือรับจ้างร้อยละ25.20 และที่มีจำนวนน้อยที่สุดคืออาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจคือ ร้อยละ 3.50

รายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ 5,001–10,000 บาท สำหรับตำแหน่งหน้าที่ทางสังคมของกลุ่มตัวอย่างพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 67.80 มีตำแหน่งเป็นอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน และรองลงมาร้อยละ 17.50 มีตำแหน่งทางสังคมเป็นกรรมการของชุมชน

กลุ่มตัวอย่างถูกชักชวนเข้ามาเป็นอาสาสมัครโดยเจ้าหน้าที่สาธารณสุขเป็นส่วนใหญ่คือร้อยละ 55.40 รองลงมาคือมีเพื่อนที่เป็นอสม.ร้อยละ 24.80 (ตารางที่ 4.1)

ตารางที่ 4.1
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง และการชักชวนเป็นอาสาสมัครโดยบุคคลอื่น

ลักษณะข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	68	21.70
หญิง	246	78.30
รวม	**314**	**100.00**
อายุ (อายุเฉลี่ย = 48.44 $\pm$ 10.76 ปี)		
20-30 ปี	16	5.10
31-40 ปี	59	18.79
41-50 ปี	112	25.67
51-60 ปี	84	26.75
61 ปีขึ้นไป	43	13.69
รวม	**314**	**100.00**
สถานภาพสมรส		
โสด	27	8.60
คู่	246	78.30
หม้าย หย่า แยก	41	13.10
รวม	**314**	**100.00**

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

และการชักชวนเป็นอาสาสมัครโดยบุคคลอื่น

ลักษณะข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับประถมศึกษา	170	54.10
มัธยมศึกษาหรือปวช.	118	37.60
อนุปริญญาหรือปวส.	14	4.50
ปริญญาตรี	11	3.50
สูงกว่าปริญญาตรี	1	0.30
รวม	**314**	**100.00**
อาชีพ		
แม่บ้าน	97	30.90
รับจ้าง	79	25.20
ค้าขาย	62	19.70
เกษตรกรรม	52	16.60
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ	11	3.50
อื่น ๆ	13	4.10
รวม	**314**	**100.00**
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
น้อยกว่า 5,000 บาท	97	30.90
5,001 - 10,000 บาท	120	38.20
10,001 - 20,000 บาท	65	20.70
20,001 - 30,000 บาท	23	7.30
มากกว่า 30,000 บาท	9	2.90
รวม	**314**	**100.00**
การดำรงตำแหน่งในสังคม		
อสม.	213	67.80
กรรมการชุมชน	55	17.50
กรรมการกองทุนชุมชน	21	6.70
ตำรวจบ้าน	7	2.20
อาสาสมัครป้องกันภัยฝ่ายพลเรือน	6	1.90
อื่น ๆ	6	1.90
ไม่ได้มีตำแหน่งใด ๆ	6	1.90
รวม	**314**	**100.00**
การชักชวนเป็นอาสาสมัครโดยบุคคลอื่น		
เจ้าหน้าที่สาธารณสุข	174	55.40
เพื่อนที่เป็น อสม.	78	24.80
สมัครด้วยตนเอง	60	19.10
อื่น ๆ	2	0.60
รวม	**314**	**100.00**

4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจของกลุ่มตัวอย่าง

การวัดข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคใช้คำถามรวม 20 ข้อ จำแนกออกเป็นด้านต่าง ๆ 4 ด้าน ได้แก่

1. การได้รับการยกย่องนับถือ	4	ข้อ
2. ลักษณะงานที่ปฏิบัติ	5	ข้อ
3. ผลประโยชน์ตอบแทน	5	ข้อ
4. ความรับผิดชอบ	6	ข้อ

การตอบข้อคำถามจะวัดเป็นค่าเฉลี่ยซึ่งได้มาจากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดโดยกำหนดค่าคะแนนระดับความคิดเห็นมากที่สุดเท่ากับ 5.00 มากเท่ากับ 4.00 ปานกลางเท่ากับ 3.00 น้อยเท่ากับ 2.00 และไม่เห็นด้วยเท่ากับ 1.00 ซึ่งผู้วิจัยกำหนดความหมายของระดับคะแนนในการแปลผลข้อมูล ดังนี้

ค่าคะแนน 1.00 – 1.50 หมายถึง แรงจูงใจของอาสาสมัคร ระดับน้อยที่สุด
ค่าคะแนน 1.51 – 2.50 หมายถึง แรงจูงใจของอาสาสมัคร ระดับน้อย
ค่าคะแนน 2.51 – 3.50 หมายถึง แรงจูงใจของอาสาสมัคร ระดับปานกลาง
ค่าคะแนน 3.51 – 4.50 หมายถึง แรงจูงใจของอาสาสมัคร ระดับมาก
ค่าคะแนน 4.51 – 5.00 หมายถึง แรงจูงใจของอาสาสมัคร ระดับมากที่สุด

ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าแรงจูงใจรวมอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยของคะแนนแรงจูงใจเท่ากับ 3.58 และถ้าวัดแรงจูงใจในแต่ละด้านพบว่า แรงจูงใจด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติมีระดับสูงสุดคือมีค่าเฉลี่ย 3.68 รองลงมาคือแรงจูงใจด้านผลประโยชน์ตอบแทนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 ถัดมาคือแรงจูงใจด้านความรับผิดชอบค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 และแรงจูงใจด้านการได้รับการยกย่องนับถือมีระดับน้อยที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43

เมื่อพิจารณาแรงจูงใจของกลุ่มตัวอย่างเป็นรายข้อ พบว่าแรงจูงใจด้านการได้รับการยกย่องนับถือในเรื่องประชาชนให้การยอมรับการปฏิบัติงานและมีความศรัทธาต่ออาสาสมัครมีค่ามากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.66) รองลงมาคือแรงจูงใจที่หน่วยงานราชการชมเชยอาสาสมัครในการปฏิบัติงานสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค (ค่าเฉลี่ย3.57) ส่วนแรงจูงใจที่เป็นความต้องการเกียรติยศชื่อเสียงจากการเป็นอาสาสมัครมีค่าน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.10)

แรงจูงใจด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ พบว่าการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นงานที่ท้าทายความสามารถของอาสาสมัครมีค่ามากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.73) ส่วนลักษณะงานที่ปฏิบัติที่อาสาสมัครมองว่าการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นงานที่ซับซ้อนในรายละเอียดมีค่าน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.62)

แรงจูงใจด้านผลประโยชน์ตอบแทน พบว่าการที่อาสาสมัครภูมิใจที่ได้ดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นผลตอบแทนทางจิตใจของอาสาสมัครมีค่ามากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.94) และผลประโยชน์ตอบแทนในเรื่องช่วยให้ได้รับความสะดวกในการไปติดต่อราชการมีค่าน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.49) ซึ่งการที่อาสาสมัครทำงานในส่วนการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคนี้ไม่ได้ประโยชน์ในการติดต่อราชการมากนัก แต่ในด้านสาธารณสุขอาจได้รับประโยชน์มากขึ้นได้

แรงจูงใจด้านความรับผิดชอบ พบว่าการที่อาสาสมัครมีความรับผิดชอบที่ต้องการพัฒนางานคุ้มครองผู้บริโภคให้เข้มแข็งและยั่งยืนมีค่ามากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.95) ส่วนงานที่อาสาสมัครต้องเป็นผู้กำหนดแผนงานในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคมีค่าน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.36) เพราะการกำหนดแผนงานจะเป็นจากหน่วยงานภาครัฐมีการกำหนดลงไปยังอาสาสมัครดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2

ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค

ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจ	ความถี่ (ร้อยละ) ระดับความคิดเห็น						
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่เห็นด้วย	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
การได้รับยกย่องนับถือ						**3.43**	**ปานกลาง**
1. ประชาชนในชุมชนให้การยอมรับผลการปฏิบัติงานและความศรัทธาน่าเชื่อถือจากประชาชน	37 (11.78)	138 (43.95)	135 (42.99)	3 (0.96)	1 (0.32)	3.66	มาก
2. หน่วยงานราชการชมเชยท่านในการปฏิบัติงานสำรวจปัญหาคุ้มครอง	33 (10.51)	126 (40.13)	141 (44.90)	14 (4.46)	0 (0.00)	3.57	มาก
3. ท่านต้องการเกียรติยศชื่อเสียงจากการเป็นอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค	35 (11.15)	70 (22.29)	134 (42.68)	41 (13.06)	34 (10.83)	3.10	ปานกลาง
4. ท่านได้รับสิทธิพิเศษในการติดต่องานกับราชการหรือเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ	35 (11.15)	108 (34.39)	137 (43.63)	26 (8.28)	8 (2.55)	3.43	ปานกลาง
ลักษณะงานที่ปฏิบัติ						**3.68**	**มาก**
5. ผู้นำชุมชนให้ความร่วมมือกับท่านในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี	54 (17.20)	121 (38.54)	128 (40.76)	10 (3.18)	0 (0.00)	3.70	มาก
6. การสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคด้านสาธารณสุขเป็นงานที่ท้าทายความสามารถของท่าน	58 (18.47)	119 (37.90)	127 (40.45)	8 (2.55)	0 (0.00)	3.73	มาก
7. ท่านสามารถนำความรู้มาประยุกต์ในงานสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคได้	37 (11.78)	145 (46.18)	121 (38.54)	10 (3.18)	0 (0.00)	3.67	มาก

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค

ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจ	ความถี่ (ร้อยละ) ระดับความคิดเห็น						
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่เห็นด้วย	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
8. การสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคด้านสาธารณสุขเป็นงานที่ซับซ้อนในรายละเอียด	39 (12.42)	127 (40.45)	137 (43.63)	10 (3.18)	0 (0.00)	3.62	มาก
9. การสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคด้านสาธารณสุขได้รับความร่วมมือจากประชาชนเป็นอย่างดี	56 (17.83)	126 (40.13)	115 (36.62)	16 (5.10)	0 (0.00)	3.71	มาก
ผลประโยชน์ตอบแทน						**3.67**	**มาก**
10.ท่านได้รับสิทธิในการรักษาพยาบาลให้ท่านมั่นใจว่ารู้สึกปลอดภัยว่าเมื่อเกิดการได้รับการรักษาพยาบาลเป็นอย่างดี	59 (18.79)	138 (43.95)	104 (33.12)	13 (4.14)	0 (0.00)	3.77	มาก
11.การเป็นอาสาสมัครจะช่วยให้ท่านได้รับความสะดวกในการไปติดต่อราชการ	39 (12.42)	119 (37.90)	120 (38.22)	28 (8.92)	8 (2.55)	3.49	ปานกลาง
12.การเป็นอาสาสมัครควรได้รับค่าตอบแทนในการปฏิบัติงาน	45 (14.33)	99 (31.53)	116 (36.94)	33 (10.51)	20 (6.37)	3.37	ปานกลาง
13.ท่านภูมิใจที่ได้เป็นอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคในการสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค	61 (19.43)	174 (55.41)	76 (24.20)	1 (0.32)	0 (0.00)	3.94	มาก
14.การเป็นอาสาสมัครควรทำงานต่อไปแม้จะไม่ได้ค่าตอบแทนจากหน่วยงานภาครัฐ	56 (17.83)	152 (48.41)	101 (32.17)	4 (1.27)	1 (0.32)	3.82	มาก
ความรับผิดชอบ						**3.51**	**มาก**
15.ท่านเป็นผู้กำหนดแผนงานในการสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชน	32 (10.19)	86 (27.39)	162 (51.59)	31 (9.87)	3 (0.96)	3.36	ปานกลาง
16.ท่านมีอิสระในการตัดสินใจเต็มที่ในงานคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชน	26 (8.28)	92 (29.30)	155 (49.36)	38 (12.10)	2 (0.64)	3.33	ปานกลาง
17.ท่านมีวิธีในการสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค	24 (7.64)	120 (38.22)	152 (48.41)	16 (5.10)	0 (0.00)	3.49	ปานกลาง
18.ท่านติดตามการดำเนินงานตามแผนที่วางไว้	25 (7.96)	149 (47.45)	125 (39.81)	14 (4.46)	0 (0.00)	3.59	มาก
19.ท่านประเมินผลการปฏิบัติงานและปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้น	23 (7.32)	107 (34.08)	152 (48.41)	29 (9.24)	1 (0.32)	3.39	ปานกลาง
20.ท่านต้องการพัฒนางานคุ้มครองผู้บริโภคให้เข้มแข็งและยั่งยืน	66 (21.02)	168 (53.50)	77 (24.52)	3 (0.96)	0 (0.00)	3.95	มาก
รวม						**3.58**	**มาก**

4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับการมีจิตสำนึกสาธารณะของกลุ่มตัวอย่าง

การวัดข้อมูลเกี่ยวกับการมีจิตสำนึกสาธารณะของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้คำถาม 10 ข้อ ซึ่งจะครอบคลุมในเรื่องความตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน การรับรู้ความสามารถในการผลักดันเพื่อแก้ปัญหา การลงมือปฏิบัติในการแก้ปัญหาและการมีเครือข่ายในการทำกิจกรรมเพื่อช่วยเหลือชุมชน การตอบข้อคำถามจะวัดเป็นค่าเฉลี่ยซึ่งได้มาจากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดโดยกำหนดค่าคะแนนระดับความคิดเห็นมากที่สุดเท่ากับ 5.00 มาก เท่ากับ 4.00 ปานกลางเท่ากับ 3.00 น้อยเท่ากับ2.00 และไม่เห็นด้วยเท่ากับ 1.00 ซึ่งผู้วิจัยกำหนดความหมายของระดับคะแนนในการแปลผลข้อมูล ดังนี้

ค่าคะแนน 1.00 – 1.50 หมายถึง การมีจิตสำนึกสาธารณะ ระดับน้อยที่สุด

ค่าคะแนน 1.51 – 2.50 หมายถึง การมีจิตสำนึกสาธารณะ ระดับน้อย

ค่าคะแนน 2.51 – 3.50 หมายถึง การมีจิตสำนึกสาธารณะ ระดับปานกลาง

ค่าคะแนน 3.51 – 4.50 หมายถึง การมีจิตสำนึกสาธารณะ ระดับมาก

ค่าคะแนน 4.51 – 5.00 หมายถึง การมีจิตสำนึกสาธารณะ ระดับมากที่สุด

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการมีจิตสำนึกสาธารณะของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค พบว่าอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.73

เมื่อพิจารณาการมีจิตสำนึกสาธารณะรายข้อพบว่าอาสาสมัครมีความคิดเห็นว่าสภาพสังคม เศรษฐกิจ การเมืองในปัจจุบันอยู่ในภาวะที่ไม่ปกติ และส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตในชุมชน ซึ่งมีค่ามากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.96) ซึ่งเป็นผลทำให้อาสาสมัครมีความต้องการที่จะมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคและการมีจิตสำนึกในเรื่องการแสดงความสามารถในการหาวิธีแก้ปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคมีค่าน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.39) ดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3

ข้อมูลเกี่ยวกับการมีจิตสำนึกสาธารณะของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค

ข้อมูลเกี่ยวกับการมีจิตสำนึกสาธารณะ	ความถี่ (ร้อยละ) ระดับความคิดเห็น						
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่เห็นด้วย	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
21. สภาพสังคม เศรษฐกิจ การเมืองในปัจจุบันอยู่ในภาวะที่ไม่ปกติ	91 (28.98)	138 (43.95)	67 (21.34)	16 (5.10)	2 (0.64)	3.96	มาก
22. ปัญหาสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตในชุมชน	77 (24.52)	159 (50.64)	66 (21.02)	11 (3.50)	1 (0.32)	3.96	มาก

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ข้อมูลเกี่ยวกับการมีจิตสำนึกสาธารณะของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค

ข้อมูลเกี่ยวกับการมีจิตสำนึกสาธารณะ	ความถี่ (ร้อยละ) ระดับความคิดเห็น						
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่เห็นด้วย	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
23. การเกิดปัญหาในการคุ้มครองผู้บริโภคได้รับผลกระทบจากการเกิดปัญหาทางสังคม	55 (17.52)	161 (51.27)	87 (27.71)	11 (3.50)	0 (0.00)	3.83	มาก
24. ท่านมีวิธีการในการหาปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค	27 (8.60)	106 (33.76)	160 (50.96)	17 (5.41)	1 (0.32)	3.45	ปานกลาง
25. ท่านมีความสามารถในการหาวิธีในการแก้ปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค	24 (7.64)	97 (30.89)	171 (54.46)	22 (7.01)	0 (0.00)	3.39	ปานกลาง
26. ท่านให้ความร่วมมือในการแก้ไขปัญหาในชุมชน	43 (13.69)	174 (55.41)	89 (28.34)	5 (1.59)	0 (0.00)	3.82	มาก
27. ท่านร่วมกับกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชนในการแก้ไขปัญหา	50 (15.92)	158 (50.32)	96 (30.57)	10 (3.18)	0 (0.00)	3.79	มาก
28. ท่านช่วยเสนอความคิดแนวทางการแก้ไขปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค	29 (9.24)	129 (41.08)	144 (45.86)	10 (3.18)	1 (0.32)	3.56	มาก
29. การมีเครือข่ายในการทำกิจกรรมเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาในชุมชน	36 (11.46)	146 (46.50)	118 (37.58)	14 (4.46)	0 (0.00)	3.65	มาก
30. ท่านมีความตั้งใจในการร่วมกลุ่มเพื่อช่วยเหลือแก้ปัญหาในชุมชน	61 (19.43)	171 (54.46)	79 (25.16)	2 (0.64)	0 (0.00)	3.93	มาก
รวม						**3.73**	**มาก**

4.4 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการมีส่วนร่วมของกลุ่มตัวอย่าง

การวัดข้อมูลเกี่ยวกับระดับการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคใช้คำถามในการวัด 12 ข้อ จำแนกออกเป็นด้านต่าง ๆ 4 ด้านได้แก่

1. การมีส่วนร่วมในการค้นหาและสำรวจปัญหา 4 ข้อ
2. การมีส่วนร่วมในการวางแผน 3 ข้อ
3. การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน 2 ข้อ
4. การมีส่วนร่วมในการประเมินผล 3 ข้อ

การตอบข้อคำถามจะวัดเป็นค่าเฉลี่ยซึ่งได้มาจากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดโดยกำหนดค่าคะแนนระดับความคิดเห็นมากเท่ากับ 4.00 ปานกลางเท่ากับ 3.00 น้อย เท่ากับ 2.00 และไม่เห็นด้วยเท่ากับ 1.00 ซึ่งผู้วิจัยกำหนดความหมายของระดับคะแนนในการแปลผลข้อมูล ดังนี้

ค่าคะแนน 1.00 – 1.50 หมายถึง การมีส่วนร่วมระดับน้อยที่สุด

ค่าคะแนน 1.51 – 2.50 หมายถึง การมีส่วนร่วมระดับน้อย

ค่าคะแนน 2.51 – 3.50 หมายถึง การมีส่วนร่วมระดับปานกลาง

ค่าคะแนน 3.51 – 4.00 หมายถึง การมีส่วนร่วมระดับมาก

จากข้อมูลการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคพบว่ามีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.28 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาการมีส่วนร่วมรายด้านพบว่าการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานมีค่ามากที่สุดค่าเฉลี่ย 3.37 รองลงมาคือการมีส่วนร่วมในการค้นหาและสำรวจปัญหา การมีส่วนร่วมในการประเมินผล และการมีส่วนร่วมในการวางแผนมีค่าน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.29, 3.25 และ 3.24 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่าการมีส่วนร่วมในการค้นหาและสำรวจปัญหาเรื่องที่อาสาสมัครมีส่วนร่วมมากที่สุดคือการมีส่วนร่วมในการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคมีค่าเฉลี่ย 3.34 รองลงมาคือการมีส่วนร่วมในการประชุมกับกลุ่มอาสาสมัครในการวิเคราะห์ปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคมีค่าเฉลี่ย 3.33 และที่น้อยที่สุดคือการมีส่วนร่วมในการเสนอปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคค่าเฉลี่ย 3.25

การมีส่วนร่วมในการวางแผนเรื่องที่อาสาสมัครมีส่วนร่วมมากที่สุดคือการเสนอปัญหาและวิธีการแก้ไขปัญหาให้ผู้นำชุมชนและเจ้าหน้าที่สาธารณสุขทราบค่าเฉลี่ย 3.27 รองลงมาคือการมีส่วนร่วมในการวางแผนการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคค่าเฉลี่ย 3.25 และที่น้อยที่สุดคือการมีส่วนร่วมในการวางแผนกิจกรรมที่เหมาะสมกับการแก้ไขปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคค่าเฉลี่ย 3.24

การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานพบว่าการมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ให้คนในชุมชนได้ตระหนักในปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค อาสาสมัครมีส่วนร่วมมากที่สุดค่าเฉลี่ย 3.42 รองลงมาคือการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมเพื่อสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคค่าเฉลี่ย 3.32

การมีส่วนร่วมในการประเมินผลพบว่าอาสาสมัครมีส่วนร่วมในการติดตามความก้าวหน้าในการทำกิจกรรมคุ้มครองผู้บริโภคมากที่สุดค่าเฉลี่ย 3.27 รองลงมาคือการมีส่วนร่วมในการประเมินผลกิจกรรมว่าเป็นไปตามวัตถุประสงค์ค่าเฉลี่ย 3.26 และเรื่องที่อาสาสมัครมีส่วนร่วมน้อยที่สุดคือการร่วมวิเคราะห์เกี่ยวกับการปรับปรุงแก้ไขปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคค่าเฉลี่ย 3.23 ดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4

ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค

ลักษณะการมีส่วนร่วม	ความถี่ (ร้อยละ) ระดับความคิดเห็น					
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่เห็นด้วย	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
การมีส่วนร่วมในการค้นหาและสำรวจปัญหา					**3.29**	**ปานกลาง**
31. ท่านมีส่วนร่วมในการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค	123 (39.17)	178 (56.69)	10 (3.18)	3 (0.96)	3.34	ปานกลาง
32. ท่านมีส่วนร่วมในการเสนอปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค	110 (35.03)	175 (55.73)	27 (8.60)	2 (0.64)	3.25	ปานกลาง
33. ท่านมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค	115 (36.62)	170 (54.14)	25 (7.96)	4 (1.27)	3.26	ปานกลาง
34. ท่านมีส่วนร่วมในการร่วมประชุมกับกลุ่มอาสาสมัครในการวิเคราะห์ปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค	123 (39.17)	174 (55.41)	16 (5.10)	1 (0.32)	3.33	ปานกลาง
การมีส่วนร่วมในการวางแผน					**3.24**	**ปานกลาง**
35. ท่านมีส่วนร่วมในการวางแผนการสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค	107 (34.08)	176 (56.05)	30 (9.55)	0 (0.00)	3.25	ปานกลาง
36. ท่านเสนอปัญหาและวิธีแก้ไขปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคให้ผู้นำชุมชนและเจ้าหน้าที่สาธารณสุขทราบ	116 (36.94)	170 (54.14)	25 (7.96)	3 (0.96)	3.27	ปานกลาง
37. ท่านมีส่วนร่วมในการวางแผนกิจกรรมที่เหมาะสมกับการแก้ไขปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค	118 (37.58)	156 (49.68)	36 (11.46)	4 (1.27)	3.24	ปานกลาง
การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน					**3.37**	**ปานกลาง**
38. ท่านมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมเพื่อสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค	131 (41.72)	154 (49.04)	29 (9.24)	0 (0.00)	3.32	ปานกลาง
39. ท่านมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ให้คนในชุมชนได้ตระหนักในปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค	147 (46.82)	151 (48.09)	16 (5.10)	0 (0.00)	3.42	ปานกลาง
การมีส่วนร่วมในการประเมินผล					**3.25**	**ปานกลาง**
40. ท่านมีส่วนร่วมในการประเมินผลกิจกรรมว่าเป็นไปตามวัตถุประสงค์	114 (36.31)	168 (53.50)	31 (9.87)	1 (0.32)	3.26	ปานกลาง
41. ท่านมีส่วนร่วมในการติดตามความก้าวหน้าในการทำกิจกรรมคุ้มครองผู้บริโภค	109 (34.71)	182 (57.96)	22 (7.01)	1 (0.32)	3.27	ปานกลาง
42. ท่านมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์เกี่ยวกับการปรับปรุงแก้ไขปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค	105 (33.44)	179 (57.01)	25 (7.96)	4 (1.27)	3.23	ปานกลาง
รวม					**3.28**	**ปานกลาง**

4.5 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง

การวัดข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคจากการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคใช้คำถามในการวัด 11 ข้อ โดยแต่ละคำถามจะมีค่าคะแนนซึ่งผู้วิจัยกำหนดไว้ดังนี้

คำถามที่มีความหมายเป็นบวกได้แก่ คำถามข้อ 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51 และ 53 มีค่าคะแนนสูงสุดเท่ากับ 5.00 และค่าคะแนนต่ำสุดเท่ากับ 1.00 การตอบข้อคำถามจะวัดเป็นค่าเฉลี่ยซึ่งได้มาจากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดโดยกำหนดค่าคะแนนระดับความคิดเห็นมากที่สุดเท่ากับ 5.00 มากเท่ากับ 4.00 ปานกลางเท่ากับ 3.00 น้อยเท่ากับ 2.00 และไม่เห็นด้วยเท่ากับ 1.00 โดยผู้วิจัยกำหนดความหมายของระดับคะแนนในการแปลผลข้อมูล ดังนี้

ค่าคะแนน 1.00 – 1.50 หมายถึง ความพึงพอใจ ระดับน้อยที่สุด
ค่าคะแนน 1.51 – 2.50 หมายถึง ความพึงพอใจ ระดับน้อย
ค่าคะแนน 2.51 – 3.50 หมายถึง ความพึงพอใจ ระดับปานกลาง
ค่าคะแนน 3.51 – 4.50 หมายถึง ความพึงพอใจ ระดับมาก
ค่าคะแนน 4.51 – 5.00 หมายถึง ความพึงพอใจ ระดับมากที่สุด

คำถามที่มีความหมายเป็นลบ ได้แก่ คำถามข้อ 52 ค่าคะแนนความคิดเห็นมากที่สุดมีค่าเท่ากับ 1.00 และค่าคะแนนความคิดเห็นต่ำสุดมีค่าเท่ากับ 5.00 โดยผู้วิจัยกำหนดความหมายของระดับคะแนนในการแปลผลข้อมูล ดังนี้

ค่าคะแนน 4.51– 5.00 หมายถึง ความพึงพอใจ ระดับน้อยที่สุด
ค่าคะแนน 3.51 – 4.50 หมายถึง ความพึงพอใจ ระดับน้อย
ค่าคะแนน 2.51 – 3.50 หมายถึง ความพึงพอใจ ระดับปานกลาง
ค่าคะแนน 1.51 – 2.50 หมายถึง ความพึงพอใจ ระดับมาก
ค่าคะแนน 1.00 – 1.50 หมายถึง ความพึงพอใจ ระดับมากที่สุด

จากผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคจากการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคพบว่าความพึงพอใจของอาสาสมัครอยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ย 3.71 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอาสาสมัครมีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องที่เจ้าหน้าที่สาธารณสุขให้ความเป็นกันเองเป็นอย่างดีโดยมีค่าเฉลี่ย 4.25 รองลงมาคือการที่อาสาสมัครมีความพอใจและเห็นด้วยกับการค้นหาปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคค่าเฉลี่ย 4.11 และความรู้สึกพึงพอใจของอาสาสมัครที่มีค่าน้อยที่สุดคือการที่อาสาสมัครรู้สึกลำบากใจที่ต้องเผชิญกับปัญหาเฉพาะหน้าในการปฏิบัติงานค่าเฉลี่ย 2.61 ดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5

ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค

จากการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค

ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจ	ความถี่ (ร้อยละ) ระดับความคิดเห็น						
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่เห็นด้วย	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
43. ท่านพึงพอใจที่เจ้าหน้าที่สาธารณสุขได้ชี้แจงเรื่องการสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคให้ท่านทราบ	89 (28.34)	148 (47.13)	73 (23.25)	4 (1.27)	0 (0.00)	4.03	มาก
44. ท่านพึงพอใจที่เจ้าหน้าที่สาธารณสุขได้กำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบให้ท่านอย่างชัดเจน	71 (22.61)	164 (52.23)	72 (22.93)	7 (2.23)	0 (0.00)	3.95	มาก
45. ท่านพึงพอใจที่เจ้าหน้าที่สาธารณสุขให้ความเป็นกันเองอย่างดีกับท่าน	125 (39.81)	145 (46.18)	42 (13.38)	2 (0.64)	0 (0.00)	4.25	มาก
46. ท่านพึงพอใจที่เจ้าหน้าที่สาธารณสุขติดตามและเยี่ยมเยียนท่านเป็นประจำ	78 (24.84)	146 (46.50)	79 (25.16)	9 (2.87)	1 (0.32)	3.93	มาก
47. ท่านพึงพอใจและเห็นด้วยกับการค้นหาปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค	96 (30.57)	159 (50.64)	58 (18.47)	1 (0.32)	0 (0.00)	4.11	มาก
48. ท่านพึงพอใจที่ประชาชนมีความสามัคคีและช่วยเหลือในการให้ข้อมูลปัญหาด้านคุ้มครองผู้บริโภค	35 (11.15)	123 (39.17)	138 (43.95)	18 (5.73)	0 (0.00)	3.56	มาก
49. ท่านพึงพอใจที่ประชาชนมีความตระหนักในปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคมากขึ้นหลังจากที่ท่านได้ดำเนินการสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค	27 (8.60)	161 (51.27)	105 (33.44)	21 (6.69)	0 (0.00)	3.62	มาก
50. ท่านพึงพอใจที่ข้อเสนอแนะของท่านได้รับการยอมรับจากผู้ประกอบการและนำไปแก้ไขหรือปฏิบัติตาม	35 (11.15)	110 (35.03)	140 (44.59)	29 (9.24)	0 (0.00)	3.48	ปานกลาง
51. ท่านพึงพอใจที่การปฏิบัติงานของท่านได้รับคำชมเชยจากประชาชนและคณะกรรมการหมู่บ้าน	32 (10.19)	110 (35.03)	141 (44.90)	28 (8.92)	2 (0.64)	3.45	ปานกลาง
52. ท่านรู้สึกลำบากใจเมื่อเกิดปัญหาเฉพาะหน้าขึ้นในขณะปฏิบัติงาน	35 (11.15)	102 (32.48)	134 (42.68)	38 (12.10)	0 (0.00)	2.61	ปานกลาง
53.ท่านพึงพอใจที่ท่านได้เป็นอาสาสมัครและได้สำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคทำให้ท่านรู้สึกเป็นเกียรติและมีคุณค่ามากขึ้น	80 (25.48)	124 (39.49)	95 (30.25)	13 (4.14)	2 (0.64)	3.85	มาก
รวม						**3.71**	**มาก**

4.6 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล การชักชวนเป็นอาสาสมัครโดยบุคคลอื่น แรงจูงใจ และการมีจิตสำนึกสาธารณะกับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมและความพึงพอใจของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคในการสำรวจปัญหาด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณลักษณะบุคคลในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ตำแหน่งหน้าที่สังคม การชักชวนเป็นอาสาสมัครโดยบุคคลอื่น แรงจูงใจ และการมีจิตสำนึกสาธารณะกับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาด้านคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค ดังนี้

4.6.1 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณลักษณะบุคคลและการชักชวนเป็นอาสาสมัครโดยบุคคลอื่นกับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัคร

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณลักษณะบุคคลกับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัครจากการวิเคราะห์ทางสถิติไคสแควร์ (Chi Square) พบว่า

เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค ($p > 0.05$)

ส่วนรายได้ ตำแหน่งหน้าที่ทางสังคม และการชักชวนเป็นอาสาสมัคร มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.01$)

ตารางที่ 4.6
ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณลักษณะบุคคล ปัจจัยจูงใจโดยการชักชวนเป็นอาสาสมัครกับการมีส่วนร่วมในการสำรวจการคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัคร
(จำนวนตัวอย่าง = 314 คน)

ลักษณะข้อมูล	การมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหา	
	χ^2	p-value
เพศ	19.850	0.651
อายุ	1186.322	0.387
สถานภาพสมรส	50.577	0.298
ระดับการศึกษา	100.615	0.253
อาชีพ	110.613	0.598
รายได้	149.271	< 0.01
ตำแหน่งหน้าที่ทางสังคม	183.169	< 0.01
การชักชวนเป็นอาสาสมัคร	134.129	< 0.01

4.6.2 ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัคร

แรงจูงใจกับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัคร พบว่าแรงจูงใจรวมมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัคร(r = 0.481) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.01$)

สรุปได้ว่า แรงจูงใจมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัครโดยที่อาสาสมัครที่มีแรงจูงใจมากจะทำให้มีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหามากด้วย และเมื่อพิจารณาองค์ประกอบรายด้านทั้ง 4 ด้าน พบว่าแรงจูงใจด้านการได้รับยกย่องนับถือ ลักษณะงานที่ปฏิบัติ ผลประโยชน์ตอบแทนและความรับผิดชอบมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.01$) ดังตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7
ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัคร
(จำนวนตัวอย่าง = 314 คน)

แรงจูงใจ	การมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหา	
	r	p-value
แรงจูงใจรวม	0.481	< 0.01
แรงจูงใจด้านการรับยกย่องนับถือ	0.353	< 0.01
แรงจูงใจด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ	0.449	< 0.01
แรงจูงใจด้านผลประโยชน์ตอบแทน	0.344	< 0.01
แรงจูงใจด้านความรับผิดชอบ	0.541	< 0.01

4.6.3 ความสัมพันธ์ระหว่างการมีจิตสำนึกสาธารณะกับการส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัคร

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีจิตสำนึกสาธารณะกับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัครโดยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน พบว่าการมีจิตสำนึกสาธารณะมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัคร ($r = 0.509$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.01$) ดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8
ความสัมพันธ์ระหว่างการมีจิตสำนึกสาธารณะกับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัคร

การมีจิตสำนึกสาธารณะ	การมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหา	
	r	p-value
การมีจิตสำนึกสาธารณะ	0.509	< 0.01

4.7 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคกับความพึงพอใจของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคกับความพึงพอใจของอาสาสมัคร โดยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน พบว่าการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัครมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของอาสาสมัคร (r = 0.516) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (p < 0.01)

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบรายด้านของการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค พบว่า การมีส่วนร่วมด้านการค้นหาและสำรวจปัญหา การมีส่วนร่วมในการวางแผน การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและการมีส่วนร่วมในการประเมินผลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค (r = 0.445, 0.399, 0.465 และ 0.454 ตามลำดับ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (p < 0.01) ดังตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9
ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคกับความพึงพอใจของอาสาสมัคร
(จำนวนตัวอย่าง = 314 คน)

การมีส่วนร่วม	ความพึงพอใจ	
	r	p-value
การมีส่วนร่วมภาพรวม	0.516	< 0.01
การมีส่วนร่วมในการค้นหาและสำรวจปัญหา	0.445	< 0.01
การมีส่วนร่วมในการวางแผน	0.399	< 0.01
การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน	0.465	< 0.01
การมีส่วนร่วมในการประเมินผล	0.454	< 0.01

4.8 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค

เมื่อนำตัวแปรคุณลักษณะบุคคล แรงจูงใจ และการมีจิตสำนึกสาธารณะมาหาความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค โดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน (Multiple Regression Analysis, Stepwise Method) เพื่อคัดเลือกตัวแปรที่ใช้ในการอธิบายความผันแปรของการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัคร พร้อมทั้งพิจารณาค่า R^2 ที่เปลี่ยนแปลงไปพบว่า

ตัวแปรที่มีอิทธิพลสูงสุดที่มีผลทำให้การมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัครเปลี่ยนแปลงคือ การมีจิตสำนึกสาธารณะโดยสามารถอธิบายการผันแปรของการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาร้อยละ 25.90 ($R^2 = 0.259$) รองลงมาได้แก่ แรงจูงใจสามารถอธิบายการผันแปรของการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาได้เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 28.1 ($R^2 = 0.281$) ($p = 0.002$) ส่วนตัวแปรที่เหลือพบว่าไม่มีอิทธิพลแต่อย่างใด ดังนั้นจะได้สมการแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง การมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดสมุทรปราการกับการมีจิตสำนึกสาธารณะและแรงจูงใจ ดังนี้

การมีส่วนร่วม = 1.400 + 0.308 (การมีจิตสำนึกสาธารณะ) + 0.206 (แรงจูงใจ)

……($R^2 = 0.281$, $p = 0.002$)

จากสมการดังกล่าวอธิบายได้ว่า

การมีจิตสำนึกสาธารณะเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคมากที่สุด โดยมีความสัมพันธ์ทางบวกและมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย = 0.308 หมายความว่าเมื่อคะแนนการมีจิตสำนึกสาธารณะเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้การมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคเพิ่มขึ้น = 0.308 หน่วย

ปัจจัยรองลงมาพบว่าแรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค และมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย = 0.206 หมายความว่า เมื่อคะแนนแรงจูงใจเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้การมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคจะเพิ่มขึ้น 0.206 หน่วย (ตารางที่ 4.10)

ตารางที่ 4.10
การวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบขั้นตอนระหว่างการมีจิตสำนึกสาธารณะ แรงจูงใจกับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค

ขั้นตอนการเลือก	ตัวแปร	R^2	R^2 Change	B	p - value
1	การมีจิตสำนึกสาธารณะ			0.463	0.000
	(ค่าคงที่)	0.259	0.259	1.559	0.000
2	การมีจิตสำนึกสาธารณะ			0.308	0.002
	แรงจูงใจ			0.206	0.002
	(ค่าคงที่)	0.281	0.022	1.400	0.002

4.9 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค

เมื่อนำตัวแปรคุณลักษณะบุคคล แรงจูงใจ การมีจิตสำนึกสาธารณะและการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัครมาหาความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของอาสาสมัคร โดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน (Multiple Regression Analysis, Stepwise Method) เพื่อคัดเลือกตัวแปรที่ใช้ในการอธิบายความผันแปรของ ความพึงพอใจของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค พร้อมทั้งพิจารณาค่า R^2 ที่เปลี่ยนแปลงไปพบว่า

ตัวแปรที่มีอิทธิพลสูงสุดที่มีผลทำให้เปลี่ยนแปลงความพึงพอใจของอาสาสมัครคือ แรงจูงใจ โดยสามารถอธิบายการผันแปรของความพึงพอใจของอาสาสมัครร้อยละ 48.50 (R^2 = 0.485, p=0.000) รองลงมาได้แก่ การมีจิตสำนึกสาธารณะ สามารถอธิบายการผันแปรของความพึงพอใจของอาสาสมัครได้เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 53.80 (R^2 = 0.538, p = 0.000) ถัดมาคือ การมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหา สามารถอธิบายการผันแปรของความพึงพอใจของอาสาสมัครได้เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 56.20 (R^2 = 0.562, p = 0.000) และตัวแปรรายได้เป็นตัวแปรสุดท้ายที่สามารถอธิบายการผันแปรของความพึงพอใจของอาสาสมัครได้เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 56.90 (R^2 = 0.569, p = 0.028) ส่วนตัวแปรที่เหลือพบว่าไม่มีอิทธิพลแต่อย่างใด

ดังนั้นจะได้สมการแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคจากการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค กับ แรงจูงใจ การมีจิตสำนึกสาธารณะ การมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหา และรายได้ ดังนี้

ความพึงพอใจ = 0.889 + 0.366 (แรงจูงใจ) + 0.268 (การมีจิตสำนึกสาธารณะ)
+ 0.180 (การมีส่วนร่วม) - 0.038 (รายได้)

…….(R^2 = 0.569, p = 0.028)

จากสมการดังกล่าว อธิบายได้ว่า

แรงจูงใจเป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของอาสาสมัครมากที่สุด โดยมีความสัมพันธ์ทางบวก และมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย = 0.366 หมายความว่าเมื่อคะแนนของแรงจูงใจเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ค่าความพึงพอใจเพิ่มขึ้น = 0.366 หน่วย

ปัจจัยรองลงมาพบว่าการมีจิตสำนึกสาธารณะ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจ และมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย = 0.268 ซึ่งหมายความว่าเมื่อคะแนนการมีจิตสำนึกสาธารณะเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อความพึงพอใจเพิ่มขึ้น 0.268 หน่วย

ปัจจัยต่อมาพบว่าการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจ และมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย = 0.180 หมายความว่าเมื่อคะแนนการมีส่วนร่วมเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ความพึงพอใจจะเพิ่มขึ้น 0.180 หน่วย

ปัจจัยต่อมาพบว่ารายได้ มีความสัมพันธ์ทางลบกับความพึงพอใจและมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย = 0.038 หมายความว่าเมื่อคะแนนรายได้ลดลง 1 หน่วย ความพึงพอใจและผลกระทบที่ได้รับจะเพิ่มขึ้น 0.038 หน่วย (ตารางที่ 4.11)

ตารางที่ 4.11

การวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบขั้นตอนระหว่างแรงจูงใจ การมีจิตสำนึกสาธารณะ การมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคและรายได้ กับความพึงพอใจของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค

ขั้นตอนการเลือก	ตัวแปร	R^2	R^2 Change	B	p - value
1	แรงจูงใจ			0.653	0.000
	(ค่าคงที่)	0.485	0.485	1.372	0.000
2	แรงจูงใจ			0.404	0.000
	การมีจิตสำนึกสาธารณะ			0.330	0.000
	(ค่าคงที่)	0.538	0.054	1.031	0.000
3	แรงจูงใจ			0.366	0.000
	การมีจิตสำนึกสาธารณะ			0.273	0.000
	การมีส่วนร่วม			0.186	0.000
	(ค่าคงที่)	0.562	0.023	0.770	0.000
4	แรงจูงใจ			0.366	0.000
	การมีจิตสำนึกสาธารณะ			0.268	0.000
	การมีส่วนร่วม			0.180	0.000
	รายได้			-0.038	0.028
	(ค่าคงที่)	0.569	0.007	0.889	0.000

4.10 การวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการดำเนินงานสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดสมุทรปราการ

จากข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามสามารถสรุปปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะในการดำเนินงานสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดสมุทรปราการ ได้ดังต่อไปนี้

4.10.1 ปัญหาและอุปสรรค

4.10.1.1 ปัญหาด้านสมาชิก

1. เวลา อาสาสมัครบางท่านไม่มีเวลาพอที่จะปฏิบัติงาน ซึ่งมีงานประจำหรืออาชีพอื่นร่วมด้วย หรือบางครั้งเวลาที่ต้องปฏิบัติงานซึ่งเป็นเวลาที่เจ้าหน้าที่สาธารณสุขปฏิบัติเป็นเวลาราชการทำให้ไม่สามารถมาร่วมงานได้ อาสาสมัครบางคนต้องทำงานร่วมกันมีเวลาไม่ตรงกันทำให้การประสานงานร่วมมือกันเป็นไปได้ยาก

2. สุขภาพของอาสาสมัคร อาสาสมัครบางท่านมีสุขภาพไม่อำนวยในการสำรวจปัญหา ทำให้การดำเนินงานสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคไม่ครบถ้วนหรือปฏิบัติงานได้ไม่สมบูรณ์

3. ค่าตอบแทน อาสาสมัครบางท่านให้ความสำคัญกับค่าตอบแทนที่อาจจะน้อยเกินไปที่จะปฏิบัติภารกิจทำให้ไม่สนใจที่จะดำเนินงานสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค

4.10.1.2 ปัญหาด้านผู้ประกอบการ

1. การให้ความร่วมมือ ผู้ประกอบการบางคนไม่ให้ความร่วมมือในการสำรวจปัญหา ไม่ให้ข้อมูลที่จำเป็นแก่อาสาสมัคร และไม่ยอมรับในการปฏิบัติงานของอาสาสมัคร

2. การเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตัว ผู้ประกอบการบางคนไม่มีความตระหนักในการที่จะทำประโยชน์เพื่อส่วนรวม เห็นแก่กำไรโดยไม่คำนึงถึงสุขภาพของผู้บริโภค

4.10.1.3 ปัญหาด้านชุมชน

1. ความรู้ ประชาชนขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค

2. ความสัมพันธ์ของประชาชน ประชาชนบางคนมีความสัมพันธ์กันน้อยการช่วยเหลือและสื่อสารข้อมูลในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคไม่ทั่วถึง

3. การให้ความร่วมมือ ประชาชนบางคนยังไม่ยอมรับและให้ความร่วมมือแก่อาสาสมัครในการเลือกซื้ออาหาร ยา ในร้านค้าที่ถูกต้อง ยังไม่เห็นความสำคัญว่าอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพจากการที่ซื้ออาหารที่ไม่ถูกสุขลักษณะ

4.10.1.4 ปัญหาด้านเจ้าหน้าที่ภาครัฐ

1. การประสานงาน เนื่องจากเจ้าหน้าที่สาธารณสุขมีงานค่อนข้างมาก การประสานงานและการติดตามประเมินผลการสำรวจปัญหากับอาสาสมัครค่อนข้างน้อย

2. การประชาสัมพันธ์ ยังมีการประชาสัมพันธ์ในเรื่องการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคค่อนข้างน้อย ประชาชนบางคนยังไม่ทราบข้อมูล รวมทั้งไม่รู้จักอาสาสมัคร ทำให้ไม่ได้รับการยอมรับและให้ความร่วมมือแก่อาสาสมัคร

3. งบประมาณ ยังจัดสรรให้กับอาสาสมัครไม่เพียงพอในการปฏิบัติงาน

4.10.2 ข้อเสนอแนะในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค

จากแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างสรุปข้อเสนอแนะเพื่อให้ผลการดำเนินงานมีความต่อเนื่องและยั่งยืนได้ดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์ ควรมีการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ความรู้ให้ประชาชนทราบอย่างทั่วถึง รวมทั้งให้ผู้ประกอบการได้รับทราบถึงปัญหาที่จะเกิดขึ้นหากผู้ประกอบการไม่ปฏิบัติตามการคุ้มครองผู้บริโภคที่ถูกต้อง

2. การจัดการกับปัญหา การจัดการกับปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างจริงจังและมีมาตรการในการดำเนินการกับผู้กระทำผิด

3. เจ้าหน้าที่สาธารณสุข ควรมีการประสานร่วมมือกับอาสาสมัครร่วมกันดำเนินงานและมีการติดตามประเมินผลร่วมประชุมอย่างต่อเนื่อง

4. การสร้างขวัญกำลังใจ หน่วยงานภาครัฐควรมีผลประโยชน์ตอบแทนให้เพียงพอ มีแบบฟอร์มของอาสาสมัครและเครื่องหมายประจำหน่วยงานและให้รางวัลสำหรับอาสาสมัครที่ปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ

5. งบประมาณ ภาครัฐควรจัดสรรงบประมาณให้เพียงพอ หน่วยงานภาครัฐ เช่น สถานีอนามัย ควรมีอุปกรณ์ วัสดุ ไว้รองรับการทำงานอย่างเพียงพอ

6. การทำประโยชน์ส่วนรวม อยากให้ทุกฝ่ายไม่ว่าจะเป็นอาสาสมัครทุกคน ชุมชน ผู้ประกอบการและหน่วยงานภาครัฐ ร่วมมือกันมีความรัก สามัคคี เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าส่วนตน มีคุณธรรม จริยธรรมและยึดถือความถูกต้องในการปฏิบัติงาน

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

การศึกษาอิสระเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมและความพึงพอใจของอาสาสมัครในงานคุ้มครองผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มุ่งศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการที่อาสาสมัครได้มีส่วนร่วมในการดำเนินงานสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งเป็นงานอาสาสมัครและไม่ได้รับผลตอบแทนมากนัก และการกระทำดังกล่าวเป็นการทำเพื่อประโยชน์ของชุมชน และศึกษาถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล แรงจูงใจ การมีจิตสำนึกสาธารณะกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค และส่งผลกระทบในด้านความพึงพอใจของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค รวมทั้งศึกษาปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะของอาสาสมัคร เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมการปฏิบัติงานในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างจริงจัง อันจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนและการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสาธารณสุขอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสาธารณสุขประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ในการพัฒนาสุขภาพอนามัยและคุณภาพชีวิตที่ดีแก่ประชาชนทั่วประเทศ กลุ่มตัวอย่างเป็นอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการจำนวน 314 คน เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ซึ่งผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

5.1.1 ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล และการชักชวนเป็นอาสาสมัครโดยบุคคลอื่น

ข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างจากอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการจำนวน 314 คน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ตำแหน่งหน้าที่ทางสังคม และบุคคลที่ชักชวนเข้ามาเป็นอาสาสมัคร สามารถสรุปได้ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายร้อยละ 21.70 และเพศหญิงร้อยละ 78.30 มีอายุเฉลี่ยเท่ากับ48.44 ± 10.76ปี มีอายุสูงสุด 82 ปี และอายุต่ำสุด 22 ปี ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับต่ำกว่าหรือเท่ากับประถมศึกษา ร้อยละ 54.10 รายได้ต่อเดือนส่วนใหญ่ มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท มีอาชีพแม่บ้านมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีตำแหน่งหน้าที่ทางสังคมคือ อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านและถูกชักชวนเข้ามาเป็นอาสาสมัครมากที่สุดโดย เจ้าหน้าที่สาธารณสุข

5.1.2 ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการปฏิบัติงานสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค

การวัดปัจจัยด้านแรงจูงใจในการสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคในการศึกษาครั้งนี้แบ่งออกเป็น 4 ด้านคือ 1) การได้รับการยกย่องนับถือ 2) ลักษณะงานที่ปฏิบัติ 3) ผลประโยชน์ตอบแทน และ4) ความรับผิดชอบ พบว่าปัจจัยทั้ง 4 ด้านอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับปัจจัยด้านแรงจูงใจในด้านต่าง ๆ จากมากไปหาน้อยดังนี้ ลักษณะงานที่ปฏิบัติ ผลประโยชน์ตอบแทน ความรับผิดชอบและการได้รับการยกย่องนับถือ

5.1.3 ปัจจัยด้านการมีจิตสำนึกสาธารณะของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค

การวัดปัจจัยด้านการมีจิตสำนึกสาธารณะในการศึกษาครั้งนี้พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีจิตสำนึกสาธารณะต่อการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคอยู่ในระดับมาก

5.1.4 ระดับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค

การวัดระดับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชนในการศึกษาครั้งนี้จำแนกออกเป็นด้านต่าง ๆ 4 ด้าน ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมในการค้นหาและสำรวจปัญหา
2. การมีส่วนร่วมในการวางแผน
3. การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน
4. การมีส่วนร่วมในการประเมินผล

จากข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมพบว่าการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัครอยู่ในระดับปานกลาง โดยสามารถเรียงลำดับการมีส่วนร่วมด้านต่าง ๆ จากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน การมีส่วนร่วมในการค้นหาและสำรวจปัญหา การมีส่วนร่วมในการประเมินผล และการมีส่วนร่วมในการวางแผน

5.1.5 ระดับความพึงพอใจของอาสาสมัครจากการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค

การวัดระดับความพึงพอใจของอาสาสมัครจากการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคในการศึกษาครั้งนี้ พบว่าอาสาสมัครมีความพึงพอใจในระดับมาก

5.1.6 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคลและการชักชวนเป็นอาสาสมัครโดยบุคคลอื่นกับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัคร

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ และตำแหน่งหน้าที่ทางสังคม และการชักชวนให้เป็น

อาสาสมัครโดยบุคคลอื่นกับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการพบว่า รายได้ ตำแหน่งหน้าที่ทางสังคม และการชักชวนให้เป็นอาสาสมัคร มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของสมาชิกชมรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.01$) ส่วนปัจจัยคุณลักษณะบุคคลอื่น ๆ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และอาชีพ พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหา ($p > 0.05$)

5.1.7 ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัคร พบว่าแรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.48$, $p < 0.01$) และถ้าพิจารณารายด้านพบว่าแรงจูงใจด้านการได้รับการยกย่องนับถือ ลักษณะงานที่ปฏิบัติ ผลประโยชน์ตอบแทน และความรับผิดชอบ มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค ($r = 0.353, 0.449, 0.344,$ และ 0.541 ตามลำดับ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.01$)

5.1.8 ความสัมพันธ์ระหว่างการมีจิตสำนึกสาธารณะกับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีจิตสำนึกสาธารณะกับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัครพบว่าการมีจิตสำนึกสาธารณะมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัคร ($r = 0.509$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.01$) ซึ่งสรุปได้ว่าถ้าอาสาสมัครมีจิตสำนึกสาธารณะในระดับมากขึ้นจะมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหามากขึ้นด้วย

5.1.9 ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคกับความพึงพอใจของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค

จากการศึกษาการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัครกับความพึงพอใจของอาสาสมัครพบว่าการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของอาสาสมัคร ($r = 0.516$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ($p < 0.01$) และถ้าพิจารณารายด้านพบว่าการมีส่วนร่วมในการค้นหาและสำรวจปัญหา การมีส่วนร่วมในการวางแผน การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและการมีส่วนร่วมใน

การประเมินผลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค ($r = 0.445$, 0.399, 0.465 และ 0.454 ตามลำดับ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.01$)

5.1.10 ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค

จากการวิเคราะห์ทางสถิติพบตัวแปร 2 ตัวแปรที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัครคือ การมีจิตสำนึกสาธารณะ และ แรงจูงใจ โดยตัวแปรที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อระดับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคคือ การมีจิตสำนึกสาธารณะร้อยละ 25.90 รองลงมาได้แก่ แรงจูงใจ โดยสามารถอธิบายการผันแปรของการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัครเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 28.10 โดยมีสมการแสดงความสัมพันธ์ดังนี้

การมีส่วนร่วม = 1.400 + 0.308 (การมีจิตสำนึกสาธารณะ) + 0.206 (แรงจูงใจ)

$\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots (R^2 = 0.281, p = 0.002)$

5.1.11 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค

ในการวิเคราะห์การถดถอยพหุคุณ เพื่อหาตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจพบว่าตัวแปรที่มีอิทธิพลสูงสุดที่มีผลทำให้ความพึงพอใจของอาสาสมัครเปลี่ยนแปลงคือแรงจูงใจร้อยละ 48.50 รองลงมาได้แก่การมีจิตสำนึกสาธารณะสามารถอธิบายการผันแปรของความพึงพอใจเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 53.80 รองลงมาได้แก่การมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคสามารถอธิบายการผันแปรของความพึงพอใจเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 56.20 และสุดท้ายคือรายได้สามารถอธิบายความผันแปรของความพึงพอใจ เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 56.90 โดยมีสมการแสดงความสัมพันธ์ดังนี้

ความพึงพอใจ = 0.889 + 0.366 (แรงจูงใจ) + 0.268 (การมีจิตสำนึกสาธารณะ)

+ 0.180 (การมีส่วนร่วม) - 0.038 (รายได้) …… $(R^2 = 0.569, p = 0.028)$

5.1.12 การวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ ของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค

จากการวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรค สามารถสรุปได้ ดังนี้

5.1.12.1 ปัญหาและอุปสรรค

1. ปัญหาด้านอาสาสมัคร ได้แก่

1.1 เวลา อาสาสมัครบางท่านไม่มีเวลาพอที่จะปฏิบัติงาน ซึ่งมีงานประจำหรือมีอาชีพอื่นร่วมด้วยหรือบางครั้งเวลาที่ต้องปฏิบัติงานซึ่งเป็นเวลาที่เจ้าหน้าที่สาธารณสุขปฏิบัติ

เป็นเวลาราชการทำให้ไม่สามารถมาร่วมงานได้ อาสาสมัครบางคนต้องทำงานร่วมกันมีเวลาไม่ตรงกันทำให้การประสานงานร่วมมือกันเป็นไปได้ยาก

1.2 สุขภาพของอาสาสมัคร เนื่องจากอาสาสมัครบางท่านมีอายุมากทำให้สุขภาพไม่อำนวยในการสำรวจปัญหา ทำให้การดำเนินงานสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคไม่เต็มที่หรือปฏิบัติงานได้ไม่สมบูรณ์

1.3 ค่าตอบแทน อาสาสมัครบางท่านให้ความสำคัญกับค่าตอบแทนที่อาจจะน้อยเกินไปที่จะปฏิบัติภารกิจทำให้ไม่สนใจที่จะดำเนินงานสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค

2. ปัญหาด้านผู้ประกอบการ ได้แก่

2.1 การให้ความร่วมมือ ผู้ประกอบการบางคนไม่ให้ความร่วมมือในการสำรวจปัญหาไม่ให้ข้อมูลที่จำเป็นแก่อาสาสมัครและไม่ยอมรับในการปฏิบัติงานของอาสาสมัคร

2.2 การเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตัว ผู้ประกอบการบางคนไม่มีความตระหนักในการที่จะทำประโยชน์เพื่อส่วนรวม เห็นแก่กำไรโดยไม่คำนึงถึงสุขภาพของผู้บริโภค

3. ปัญหาด้านชุมชน ได้แก่

3.1 ความรู้ ประชาชนยังขาดความรู้ ความเข้าใจในเรื่องปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค

3.2 ความสัมพันธ์ของประชาชน ประชาชนบางคนมีความสัมพันธ์กันน้อย การช่วยเหลือและสื่อสารข้อมูลในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคไม่ทั่วถึง

3.3 การให้ความร่วมมือ ประชาชนบางคนยังไม่ยอมรับและให้ความร่วมมือแก่อาสาสมัครในการเลือกซื้ออาหาร ยา ในร้านค้าที่ถูกต้อง ยังไม่เห็นความสำคัญว่าอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพจากการที่ซื้ออาหารที่ไม่ถูกสุขลักษณะ

4. ปัญหาด้านเจ้าหน้าที่ภาครัฐ ได้แก่

4.1 การประสานงาน เนื่องจากเจ้าหน้าที่สาธารณสุขมีงานค่อนข้างมาก การประสานงานและการติดตามประเมินผลการสำรวจปัญหากับอาสาสมัครค่อนข้างน้อย

4.2 การประชาสัมพันธ์ ยังมีการประชาสัมพันธ์ในเรื่องการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคค่อนข้างน้อย ประชาชนบางคนยังไม่ทราบข้อมูลรวมทั้งไม่รู้จักอาสาสมัครทำให้ไม่ได้รับการยอมรับและให้ความร่วมมือแก่อาสาสมัคร

4.3 งบประมาณ ยังจัดสรรให้กับอาสาสมัครไม่เพียงพอในการปฏิบัติงาน

5.1.12.2 ข้อเสนอแนะในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค

จากแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างสรุปข้อเสนอแนะเพื่อให้ผลการดำเนินงานมีความต่อเนื่องและยั่งยืนได้ดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์ ควรมีการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ความรู้ให้ประชาชนทราบอย่างทั่วถึง รวมทั้งให้ผู้ประกอบการได้รับทราบถึงปัญหาที่จะเกิดขึ้นหากผู้ประกอบการไม่ปฏิบัติตามการคุ้มครองผู้บริโภคที่ถูกต้อง

2. การจัดการกับปัญหา การจัดการกับปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างจริงจังและมีมาตรการในการดำเนินการกับผู้กระทำผิด

3. เจ้าหน้าที่สาธารณสุข ควรมีการประสานร่วมมือกับอาสาสมัครร่วมกันดำเนินงานและมีการติดตามประเมินผลร่วมประชุมอย่างต่อเนื่อง

4. การสร้างขวัญกำลังใจ หน่วยงานภาครัฐควรมีผลประโยชน์ตอบแทนให้เพียงพอ มีแบบฟอร์มของอาสาสมัครและเครื่องหมายประจำหน่วยงานและให้รางวัลสำหรับอาสาสมัครที่ปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ

5. งบประมาณ ภาครัฐควรจัดสรรงบประมาณให้เพียงพอ หน่วยงานภาครัฐ เช่น สถานีอนามัย ควรมีอุปกรณ์ วัสดุ ไว้รองรับการทำงานอย่างเพียงพอ

6. การทำประโยชน์ส่วนรวม อยากให้ทุกฝ่ายไม่ว่าจะเป็นอาสาสมัครทุกคน ชุมชน ผู้ประกอบการและหน่วยงานภาครัฐร่วมมือกัน มีความรัก สามัคคี เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าส่วนตน มีคุณธรรม จริยธรรมและยึดถือความถูกต้องในการปฏิบัติงาน

5.2 อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมและความพึงพอใจในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ สามารถอภิปรายผลตามลำดับ ดังนี้

1. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคลและการชักชวนเป็นอาสาสมัครโดยบุคคลอื่นกับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัคร

2. ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัคร

3. ความสัมพันธ์ระหว่าง การมีจิตสำนึกสาธารณะกับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัคร

4. ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคกับความพึงพอใจของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค

5. การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ของการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค

6. การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ของความพึงพอใจอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค

5.2.1 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณลักษณะบุคคล และการชักชวนเป็นอาสาสมัครโดยบุคคลอื่น กับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัคร

เพศ พบว่าเพศของอาสาสมัครไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค ($p = 0.651$) โดยที่เพศชายกับเพศหญิงสามารถปฏิบัติงานได้ดีพอ ๆ กัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสุนทร อุทรทวิการ ณ อยุธยา (2540 : 74) ที่พบว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติงานของอสม.และกังสดาล สุวรรณรงค์ (2539 : 80) พบว่าเพศไม่มีผลต่อการเข้าร่วมกิจกรรมของอาสาสมัครสาธารณสุขแต่แตกต่างจากศึกษาของพรพรรณ ทรัพย์ไพบูลย์กิจ (2531:83) ที่พบว่าเพศมีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติงานของอสม.ในด้านการเป็นผู้ประสานงานทั้งนี้เนื่องมาจากลักษณะการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชน ไม่ได้แบ่งลักษณะงานตามเพศ เพศชายและเพศหญิง ต่างมีบทบาทในการเข้าร่วมองค์กรต่างๆมากขึ้น ไม่ว่าเพศชายหรือเพศหญิงมีความสามารถและความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน

อายุ พบว่าอายุของอาสาสมัครไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค ($p = 0.387$) ซึ่งสอดคล้องกับอุไรวรรณ บุญสาลีพิทักษ์ (2542 : 87) ที่พบว่าอายุไม่มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติงานของ อสม.จังหวัดลพบุรี และสอดคล้องกับการศึกษาของสุนทร อุทรทวิการ ณ อยุธยา (2540 : 77) ที่พบว่าอายุไม่มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติงานของอสม. ในจังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งนี้เนื่องจากการที่สมาชิกอายุมากอาจมีประสบการณ์สูงแต่การศึกษาน้อย กับสมาชิกอายุน้อยมีประสบการณ์ไม่มาก แต่ระดับการศึกษาสูงอาจทำให้การมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคไม่แตกต่างกัน ซึ่งแตกต่างจากผลการศึกษาของสกาวรัตน์ ลับเลิศลบ (2537 : ก-ข) ซึ่งพบว่าอายุมีผลก่อการปฏิบัติงานของ อสม.ในจังหวัดนนทบุรี

สถานภาพสมรส พบว่าสถานภาพสมรส ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค ($p = 0.298$) ซึ่งสอดคล้องกับอุไรวรรณ บุญสาลีพิทักษ์ (2542 : 87) พบว่าสถานภาพสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติงานของ อสม. และสอดคล้องกับการศึกษาของสุนทร อุทรทวิการ ณ อยุธยา (2540 : 77) พบว่าสถานภาพสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติงานของ อสม.อาจเนื่องจากอาสาสมัครซึ่งส่วนใหญ่เป็น อสม. ไม่ว่าจะแต่งงานหรือเป็นโสดจะปฏิบัติงานและมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคได้เท่า ๆ กัน

ระดับการศึกษา พบว่าระดับการศึกษาของอาสาสมัครไม่มีความสัมพันธ์การมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค ($p = 0.253$) ซึ่งสอดคล้องกับอุไรวรรณ บุญสาลีพิทักษ์ (2542 : 88) พบว่าการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติงานของอสม.จังหวัดลพบุรี และ

สอดคล้องกับเกษมธิดา ลพสมัย (2537 : 75) ที่พบว่าวุฒิการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่สาธารณสุข ซึ่งอาจเนื่องมาจากการปฏิบัติงานในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคไม่มีการเรียนการสอนในระบบการศึกษามาก่อน จึงมีการเรียนรู้ไปพร้อม ๆ กัน ซึ่งทุกคนมีความสามารถที่จะเรียนรู้ได้อย่างเท่าเทียมกันและส่วนใหญ่พื้นฐานการศึกษาของอาสาสมัครใกล้เคียงกันคือ ระดับต่ำกว่าหรือเท่ากับประถมศึกษาจึงทำให้ไม่มีความแตกต่างกัน

อาชีพ พบว่าอาชีพของอาสาสมัครไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค (P=0.598) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสุนทร อุทรทวิการ ณ อยุธยา (2540 : 77) พบว่าอาชีพไม่มีความความสัมพันธ์กับการปฏิบัติงานของ อสม.จังหวัดสุพรรณบุรี แต่แตกต่างจากผลการศึกษาของสกาวรัตน์ ลับเลิศลบ (2537:ก-ข) ซึ่งพบว่าอาชีพมีผลต่อการปฏิบัติงานของอสม. ซึ่งจากการศึกษาครั้งนี้ อาสาสมัครส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นแม่บ้าน ซึ่งมีผลต่อการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคไม่แตกต่างกัน

รายได้ พบว่ารายได้ของอาสาสมัครมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.01$) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของอัญธนา วงศ์ภัทรดี (2536:ก-ข) พบว่าฐานะทางเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการดำเนินงานของ อสม. และอุไรวรรณ บุญสาลีพิทักษ์ (2542 : 93) พบว่ารายได้ของ อสม.มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุข ทั้งนี้เนื่องจากอาสาสมัครที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีรายได้เฉลี่ยค่อนข้างน้อย มีความตั้งใจที่จะปฏิบัติงานเพื่อส่วนรวมมากกว่าสนใจในรายได้ จึงมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคได้ดี

ตำแหน่งหน้าที่ทางสังคม พบว่าตำแหน่งหน้าที่ทางสังคมมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.01$) สอดคล้องกับ เบญจา ยอดดำเนิน (2522 : 70) พบว่าผู้ที่เคยช่วยเหลืองานส่วนรวมเป็นประจำ เช่น กรรมการหมู่บ้าน มีความสัมพันธ์ต่อการปฏิบัติงานของงานอสม.จังหวัดลำปาง และสอดคล้องกับกังสดาล สุวรรณรงค์ (2539 : 80) ที่พบว่าสถานภาพในสังคมมีผลต่อการเข้าร่วมปฏิบัติงานสาธารณสุขในกิจกรรมศูนย์สาธารณสุขชุมชน ทั้งนี้เนื่องจากอาสาสมัครส่วนใหญ่เป็นอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน ซึ่งมีตำแหน่งทางสังคม เป็นผู้ที่มีสถานภาพทางสังคมสูง มีลักษณะเป็นผู้นำกลุ่มโดยธรรมชาติ และเคยมีประสบการณ์ทำงานเพื่อส่วนรวม จะมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับมาก

การชักชวนเป็นอาสาสมัครโดยบุคคลอื่น ซึ่งเป็นปัจจัยจูงใจหนึ่งที่มีผลให้บุคคลเข้าร่วมเป็นอาสาสมัคร พบว่ามีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.01$) ทั้งนี้เนื่องจากการที่มีผู้แนะนำให้เข้าร่วมเป็นอาสาสมัครจะทำให้ทราบถึงภาระหน้าที่งาน มีความตั้งใจที่จะปฏิบัติงานและพอใจที่จะมีส่วนร่วมในการทำงานจากการมีความสัมพันธ์ฉันท์มิตรทำให้รู้สึกพอใจที่ได้ทำงานอย่างเต็มที่

5.2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค

พบว่าแรงจูงใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.481$, $p < 0.01$) ซึ่งสอดคล้องกับ อุไรวรรณ บุญสาลีพิทักษ์ (2542 : 93) ที่พบว่าแรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุข จังหวัดลพบุรี ซึ่งแรงจูงใจนั้น เฮอร์ซเบิร์ก กล่าวไว้ว่าแรงจูงใจจะทำให้บุคคลมีความเต็มใจในการเพิ่มผลผลิตในการทำงาน และสอดคล้องกับการศึกษาของ ไพเราะ ไตรติลานันท์ (2534 : 85)พบว่าแรงจูงใจด้านการได้รับการยกย่องนับถือ ความสำเร็จของงานและความรับผิดชอบงาน มีความสัมพันธ์กับปริมาณและคุณภาพงานสุขาภิบาลของเจ้าหน้าที่สาธารณสุขในสถานีอนามัย จังหวัดฉะเชิงเทรา กล่าวคือการที่อาสาสมัครมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคมาก แรงจูงใจจะมีส่วนสำคัญมากในการกระตุ้นให้มีการปฏิบัติงานของอาสาสมัคร แรงจูงใจที่อาสาสมัครมีมากที่สุดในการศึกษาครั้งนี้คือ แรงจูงใจด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติซึ่งเป็นงานที่ท้าทายเป็นงานที่เปิดโอกาสให้สมาชิกได้มีส่วนร่วมในการทำงาน แสดงความคิดเห็นและรู้สึกร่วมในงาน อาสาสมัครจะมีความรู้สึกว่าเป็นบุคคลที่สำคัญในการทำงาน และมีกำลังใจในการปฏิบัติงานมากขึ้น ทำให้มีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคมากขึ้น นอกจากนี้แรงจูงใจที่มีมากรองลงมาคือด้านผลประโยชน์ตอบแทน ซึ่งอาจเป็นวัตถุ สิ่งของ รางวัล แรงจูงใจด้านความรับผิดชอบซึ่งอาสาสมัครมองว่าเป็นงานที่ทำเพื่อส่วนรวมจึงต้องมีความรับผิดชอบในการดำเนินงานมาก และแรงจูงใจด้านการได้รับยกย่องนับถือเป็นการได้รับอำนาจพิเศษส่วนตัว ก่อให้เกิดความสุขทางใจและภูมิใจที่ได้มีส่วนร่วมในการดำเนินงาน

สรุปได้ว่า การที่อาสาสมัครมีแรงจูงใจมากขึ้นจะมีผลทำให้มีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคมากขึ้น

5.2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างการมีจิตสำนึกสาธารณะกับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค

พบว่าการมีจิตสำนึกสาธารณะมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.509$, $p < 0.01$) เนื่องจาก การมีจิตสำนึกสาธารณะเป็นคุณลักษณะของคนไทยที่พึงประสงค์ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของประชาสังคมและการมีส่วนร่วมกับชุมชนเป็นการตระหนักรู้และคำนึงถึงส่วนรวมร่วมกัน ดังนั้นเมื่อมีปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคเกิดขึ้น อาสาสมัครจะมีความตระหนักถึงปัญหา มีการวิเคราะห์ปัญหา เพื่อหาสาเหตุและร่วมสามัคคีกัน มีความรัก ความเอื้ออาทรที่จะผลักดันในการแก้ไขปัญหา และเป็นเครือข่ายในการทำกิจกรรมเพื่อช่วยเหลือสังคม การมีจิตสำนึกสาธารณะเป็นความรู้สึก ความคิดเห็นของ

อาสาสมัครต่อปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน จากกระบวนการรับรู้ทำให้เกิดการวิเคราะห์ วิพากษ์วิจารณ์ว่าสิ่งใดเป็นปัญหา แม้ว่าปัญหานั้นจะไม่มีผลกระทบต่อตนเองโดยตรง แต่ก็มีความรัก ความเอื้ออาทร ต่อผู้อื่น คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมควบคู่กับประโยชน์ส่วนตน และเกิดความปรารถนาที่จะแก้ไขปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคนั้น ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานมากขึ้น

สรุปได้ว่าเมื่ออาสาสมัครมีจิตสำนึกสาธารณะสูงจะมีผลทำให้มีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคมากขึ้น

5.2.4 ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคกับความพึงพอใจของอาสาสมัครจากการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค

ผลการศึกษาพบว่าการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.516$, $p < 0.01$) ทั้งนี้เนื่องจากกิจกรรมของการสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคในด้านการค้นหาและสำรวจปัญหา การมีส่วนร่วมในการวางแผน การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและการมีส่วนร่วมในการประเมินผลจะสำเร็จลงได้นั้นต้องใช้ความสามารถและความตั้งใจในการปฏิบัติงานของอาสาสมัคร และถ้าการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติกิจกรรมสำเร็จประชาชนในชุมชนมีความเข้าใจว่าอาสาสมัครได้ปฏิบัติงานเพื่อส่วนรวมและช่วยให้ประชาชนได้รับความสะดวกในเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคและมีส่วนช่วยอย่างมากในการให้ประชาชนเห็นความสำคัญของการดูแลสุขภาพและปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นผลให้การปฏิบัติงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคประสบความสำเร็จได้รับคำชมเชยจากชุมชนและเจ้าหน้าที่สาธารณสุขจะมีผลทำให้อาสาสมัครมีความพึงพอใจก็ได้

สรุปการที่อาสาสมัครมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคมากขึ้นจะทำให้มีความพึงพอใจมากขึ้นด้วย

5.2.5 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ของการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค

ในการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อหาตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดสมุทรปราการ พบว่าตัวแปรที่มีอิทธิพลสูงสุดที่มีผลทำให้การมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาเปลี่ยนแปลงคือการมีจิตสำนึกสาธารณะร้อยละ 25.30 รองลงมาได้แก่ แรงจูงใจ โดยสามารถอธิบายการผันแปรของการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 28.10 ทั้งนี้เนื่องจากการที่สมาชิกชมรมเข้ามามีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคมากขึ้น ต้อง

เป็นผู้ที่มีจิตสำนึกสาธารณะสูงที่จะอุทิศตัวในการทำประโยชน์เพื่อส่วนรวม รู้จักวิเคราะห์ วิจารณ์สภาพปัญหาด้วยหลักเหตุผล และพร้อมที่จะพัฒนาชุมชนโดยการสำรวจปัญหาที่มีและร่วมหาวิธีการแก้ไข การมีจิตสำนึกสาธารณะสูงอาจได้มาจากการเรียนรู้ประสบการณ์ชีวิต ลักษณะสังคม ทำให้เกิดค่านิยมหรือความรู้สึกที่จะช่วยส่วนรวม จึงเป็นผลทำให้มีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคมากเป็นอันดับแรก

การมีแรงจูงใจจะเป็นสิ่งกระตุ้นให้อาสาสมัครมีความตั้งใจที่จะปฏิบัติงานมากขึ้นเป็นตัวแปรรองลงมา แรงจูงใจจะเป็นตัวผลักดันให้อาสาสมัครเข้ามามีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคมากขึ้น แรงจูงใจทำให้อาสาสมัครรู้สึกว่าลักษณะงานที่ปฏิบัตินั้นตนมีความสำคัญและมีส่วนร่วมที่ได้ดำเนินการ ได้มีความรับผิดชอบต่องานที่สำคัญต่อส่วนรวม ได้รับสิ่งตอบแทนทั้งทางวัตถุและทางจิตใจ ได้รับการยกย่องและการยอมรับจากผู้อื่น เป็นความต้องการของมนุษย์สอดคล้องกับแนวคิดของมาสโลว์ เมื่อมีสิ่งที่ตอบสนองความต้องการของบุคคลแล้วจะทำให้บุคคลมีความตั้งใจในการปฏิบัติงานมากขึ้นทำให้มีการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคมากขึ้น ซึ่งเป็นตามแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของบุคคล (Job Performance) ที่ว่าการทำงานของมนุษย์ขึ้นกับสิ่งสำคัญคือ แรงจูงใจ (เสริมศักดิ์ วิศาลาภรณ์. 2522 : 131)

5.2.6 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ของความพึงพอใจของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค

ในการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอนเพื่อหาตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค พบว่าตัวแปรที่มีอิทธิพลสูงสุดที่มีผลทำให้ความพึงพอใจของอาสาสมัครมีการเปลี่ยนแปลงคือ แรงจูงใจ โดยสามารถอธิบายการผันแปรของความพึงพอใจได้ร้อยละ 48.50 รองลงมาได้แก่ การมีจิตสำนึกสาธารณะ สามารถอธิบายการผันแปรของความพึงพอใจเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 53.80 รองลงมาได้แก่ การมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาซึ่งสามารถอธิบายการผันแปรของความพึงพอใจเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 56.20 และตัวแปรที่มีอิทธิพลตัวสุดท้ายคือ รายได้ โดยสามารถอธิบายการผันแปรของความพึงพอใจเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 56.90 โดยตัวแปรแรงจูงใจ การมีจิตสำนึกสาธารณะ และการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหามีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความพึงพอใจ ส่วนตัวแปรรายได้มีอิทธิพลในเชิงลบต่อความพึงพอใจ ทั้งนี้เนื่องจากอาสาสมัครที่มีรายได้น้อยจะมีความพึงพอใจในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคมากเพราะได้ปฏิบัติงานและได้รับการยอมรับจากเจ้าหน้าที่สาธารณสุขและชุมชน และประชาชนให้การนับถือยกย่อง ทำให้เกิดความภาคภูมิใจและพึงพอใจการปฏิบัติงาน

แรงจูงใจเป็นตัวแปรตัวแรกที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจสูงสุดสอดคล้องกับทฤษฎีปัจจัยจูงใจ–ปัจจัยสุขอนามัยของเฮอร์ซเบอร์ก ซึ่งปัจจัยจูงใจจะเกี่ยวข้องกับงานและความสำเร็จของงานเป็นแรงจูงใจที่จะก่อให้เกิดความพอใจในงานที่ทำ และปัจจัยสุขอนามัยหรือปัจจัยค้ำจุนเป็นปัจจัยที่เป็นข้อกำหนดที่จะทำให้คนไม่พอใจในงานหากว่าสิ่งเหล่านี้ไม่มีอยู่ในงานและองค์ประกอบสำคัญของแรงจูงใจในการศึกษาครั้งนี้คือลักษณะงานที่ปฏิบัติ ผลประโยชน์ตอบแทน การได้รับยกย่องนับถือและความรับผิดชอบ เป็นองค์ประกอบที่มีผลต่อความพึงพอใจ ถ้ามีแรงจูงใจสูงจะเป็นปัจจัยที่ทำให้บุคคลมีความตั้งใจ ความมุ่งมั่นที่จะปฏิบัติงานทำให้เกิดความพึงพอใจที่จะอุทิศเวลา แรงกายเพื่อให้การดำเนินงานสำเร็จได้

การมีจิตสำนึกสาธารณะเป็นตัวแปรถัดมาที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ การมีจิตสำนึกของอาสาสมัครเป็นความรู้สึกนึกคิดที่ติดตัวมาของแต่ละคน เป็นความตระหนักในปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนในเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภค และพร้อมที่จะอุทิศตัวในการปฏิบัติงานเพื่อส่วนรวม การที่อาสาสมัครมีจิตสำนึกสาธารณะสูงจะมีผลให้มีความพึงพอใจมากขึ้น

การมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นตัวแปรถัดมาที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ พบว่าการมีส่วนร่วมที่มากขึ้นจะส่งผลให้มีความพึงพอใจมากขึ้นเนื่องจากการที่อาสาสมัครได้มีส่วนร่วมในการดำเนินงานสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคมากขึ้น ชุมชน ผู้ประกอบการและเจ้าหน้าที่สาธารณสุขต่างเห็นความสำคัญและยอมรับในการที่อาสาสมัครทำงานเพื่อส่วนรวมและมีส่วนช่วยอย่างมากในการดำเนินงานด้านสาธารณสุขทำให้อาสาสมัครรู้สึกว่ามีส่วนผลักดันให้ปฏิบัติงานได้บรรลุเป้าหมาย จึงมีความรู้สึกในทางที่ดี ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจมากขึ้น

รายได้เป็นตัวแปรถัดมาที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในเชิงลบ กล่าวคือ รายได้ที่น้อยลงจะมีผลให้เกิดความพึงพอใจมากขึ้น เพราะการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นงานที่อาสาสมัครมีความตั้งใจทำโดยไม่หวังสิ่งตอบแทนมากนัก อีกทั้งจากการศึกษาครั้งนี้ อาสาสมัครมีอาชีพเป็นแม่บ้านมากที่สุด และส่วนใหญ่เป็นอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน มีรายได้ค่อนข้างต่ำอยู่แล้วจึงมีความพอใจที่จะปฏิบัติงานเพื่อส่วนรวมมากกว่าที่คำนึงถึงค่าตอบแทน

5.3 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมและความพึงพอใจของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่ ปัจจัยการมีจิตสำนึกสาธารณะ และแรงจูงใจจะมีผลต่อการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค และปัจจัยแรงจูงใจ การมีจิตสำนึกสาธารณะ การมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาและรายได้ จะมีผลต่อความพึงพอใจของอาสาสมัคร ดังนั้นเพื่อให้การดำเนินงานด้านการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคประสบความสำเร็จจึงขอเสนอแนะดังนี้

1. สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดหรือสำนักงานสาธารณสุขอำเภอ ควรมีการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างจิตสำนึกในการปฏิบัติงานแก่อาสาสมัคร การให้ความรู้ในเรื่องบทบาทของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคให้ชัดเจนและเข้าใจง่ายและมีการติดตามดูแล และคอยเป็นพี่เลี้ยงช่วยเหลืออาสาสมัครให้สามารถปฏิบัติตามบทบาทได้

2. เจ้าหน้าที่สาธารณสุขควรสร้างแรงจูงใจกับอาสาสมัครให้มากกว่าเดิม โดยการส่งเสริมสนับสนุนความรู้ด้านสาธารณสุขอย่างต่อเนื่อง ติดตามเยี่ยม เพื่อรับทราบปัญหาพร้อมให้คำปรึกษาให้รางวัลตามโอกาสอันสมควรเพื่อเป็นขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของอาสาสมัครให้มีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคมากขึ้น

3. เจ้าหน้าที่สาธารณสุข ควรสนับสนุน วัสดุ อุปกรณ์ในการดำเนินงานสำรวจปัญหาการคุ้มครองให้แก่อาสาสมัคร ควรมีการพิจารณาถึงความเหมาะสมและความเพียงพอ เพื่อให้เกิดความสะดวกต่อการทำงานของอาสาสมัครด้วย

4. ควรมีการสนับสนุนและส่งเสริมให้เกิดกระบวนการทำงานแบบมีส่วนร่วมมากที่สุดตั้งแต่การร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมดำเนินการและร่วมประเมินผล เพื่อให้คนในชุมชนเห็นความสำคัญและประโยชน์ในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคและกิจกรรมด้านสาธารณสุขอื่น ๆ ซึ่งจะทำให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้น และเกิดความยั่งยืนในการพัฒนาชุมชนต่อไป

5. ควรมีการประสานกันในทุกภาคส่วนทั้งตัวอาสาสมัครเอง เจ้าหน้าที่สาธารณสุข ประชาชน และผู้ประกอบการเพื่อให้เกิดการร่วมมือกันในการปฏิบัติงาน

6. ควรมีการประชาสัมพันธ์ชี้แจงให้ประชาชนและผู้ประกอบการได้ทราบถึงบทบาทหน้าที่ ความสามารถของอาสาสมัคร เพื่อให้ประชาชนเข้าใจในบทบาทที่อาสาสมัครเป็นผู้ให้คำแนะนำด้านการคุ้มครองผู้บริโภค รวมทั้งมีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมในชุมชนให้ชัดเจนโดยการพูดคุยร่วมกันไม่ใช่เพียงแค่กลุ่มผู้นำชุมชนหรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเท่านั้น แต่ควรมีการประชุมร่วมกันกับคนทั้งชุมชน หรือการทำเวทีชุมชน ซึ่งจะทำให้เกิดการรับรู้และตระหนักในการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคมากขึ้น

5.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาถึงการปฏิบัติงานในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคในเชิงคุณภาพ เพื่อเจาะลึกในรายละเอียดเพื่อเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2. ควรมีการศึกษาความพึงพอใจและผลกระทบต่อชุมชนและผู้ประกอบการจากการที่มีการดำเนินงานสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค

3. ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงพัฒนา เพื่อให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคมากขึ้น

5.5 ข้อจำกัดของการวิจัยครั้งนี้

1. การเก็บข้อมูลของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคเนื่องจากมีที่อยู่กระจายกันไปต้องใช้การเก็บข้อมูลเมื่อมีการประชุมทำให้ข้อมูลที่ได้ล่าช้า

2. การสุ่มตัวอย่างไม่ได้ตามสัดส่วนในแต่ละชมรมดังที่กำหนดไว้เนื่องจากการส่งแบบสอบ ถามของบางชมรมกลับมาล่าช้า จึงใช้การสุ่มตัวอย่างในแต่ละอำเภอแทน

3. แบบสอบถามในส่วนที่ 6 ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด ในเรื่องปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ อาสาสมัครบางคนไม่ได้ตอบพบว่ามีเพียง 201 คน (ร้อยละ 64) เท่านั้นที่ตอบแบบสอบถามนี้

บรรณานุกรม

หนังสือและบทความในหนังสือ

กังสดาล สุวรรณรงศ์. (2539). การมีส่วนร่วมของอาสาสมัครสาธารณสุขในกิจกรรมศูนย์สาธารณสุขมูลฐานชุมชน อ.พระยืน จ.ขอนแก่น. วิทยานิพนธ์ พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพยาบาลชุมชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

กันยา สุวรรณแสง. (2540). จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพมหานคร : รวมสาสัน.

กาญจนา แก้วเทพ. (2527). จิตสำนึกของชาวนา : ทฤษฎีและแนวการวิเคราะห์แบบเศรษฐศาสตร์การเมือง . กรุงเทพมหานคร : เจ้าพระยา.

กุนจันทร์ สิงห์สุ. (2535). ปัจจัยที่ผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบำรุงรักษาสระเก็บน้ำอันเนื่องมาจากโครงการ กสช.วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2543). โรงเรียนสร้างคนมีจิตสาธารณะ. การศึกษา 2000 (65) 3 : 17.

เกียรติวรรณ อมาตยกุล. (2539). อัตตสิกขา : ศาสตร์แห่งการรู้จักตนเอง. กรุงเทพมหานคร : ทีพีพริ้นท์.

เจริญ ภัสระ. (2540). การมีส่วนร่วมของประชาชน ในการดำเนินงานของรัฐ. วารสารสมาคมรัฐประศาสนศาสตร์แห่งประเทศไทย.

จำนง แรกพินิจ. (2540). การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการศึกษา โครงการพัฒนานโยบายการบริหารและการจัดการศึกษา : กรณีศึกษาภาคใต้. กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์.

เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง. (2527). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา. กรุงเทพมหานคร : ศักดิ์โสภาการพิมพ์เจริญ.

ชัยวัฒน์ ถิรพันธ์. (2542). บทสัมภาษณ์ Chaos Theory กับจุดเปลี่ยนสังคมไทย. สื่อพลัง.

ดำรงศักดิ์ จงวิบูลย์. (2543) . แรงจูงใจที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจ. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาชุมชน บัณฑิตมหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ทองศรี กำภู ณ อยุธยา. (2533). องค์การ เหตุผลและกลยุทธ์ในการอยู่รอด. กรุงเทพมหานคร : สมายบล็อค การพิมพ์.

ทัดดาว บุญบาล. (2530). ปัจจัยบางประการที่มีผลต่อการเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมทางการศึกษาของหัวหน้าครัวเรือนในเขตพื้นที่ตำบลสวก อ.เมือง จ.น่าน. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ธีรยุทธ บุญมี. (2536). สังคมเข้มแข็ง : ความคิด ปรัชญาของธีรยุทธ บุญมี. กรุงเทพมหานคร : มิ่งมิตร.

บรรณานุกรม (ต่อ)

เบญจา ยอดดำเนิน. (2522). รายงานการประเมินผลและปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาขาสาธารณสุข โครงการ : การศึกษาทางมนุษย์วิทยา. กรุงเทพมหานคร : สถาบันวิจัยประชากรและสังคม.

บุญธรรม กิจประดาบริสุทธิ์. (2531). เทคนิคการสร้างเครื่องมือรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัย. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ศรีอนันต์.

ปรียาพร วงศ์อนุตาโรจน์. (2544). จิตวิทยาการบริหารงานบุคคล. กรุงเทพมหานคร : สหมิตร ออฟเซท.

ประเวศ วะสี. (2541). ประชาคมตำบลยุทธศาสตร์เพื่อเศรษฐกิจพอเพียง ศีลธรรมและสุขภาพ. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพ ฯ : มติชน.

ประไพ วงศ์สุฤทธิ์. (2542). ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านของ จ.อุทัยธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต(สาธารณสุขศาสตร์) สาขาวิชาเอกบริหารสาธารณสุข บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.

พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2543). วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : พิมพ์ครั้งที่ 8 ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ไพบูลย์ วัฒนศิริธรรม และสังคม สัญจร. (2543). สำนึกไทยที่พึงปรารถนา. กรุงเทพมหานคร : เดือนตุลาคม.

พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว. (2531). ข่าวสารทางการเมืองของคนไทย. กรุงเทพมหานคร : เจ้าพระยา.

ไพฑูรย์ สินลารัตน์. (2543). การอุดมศึกษากับสังคมไทย. กรุงเทพมหานคร : ภาควิชาอุดมศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ไพโรจน์ สุขสัมฤทธิ์. (2531). การมีส่วนร่วมของประชาชน. วารสารการพัฒนาชุมชน ปีที่ 27 ฉบับที่ 2.

ไพรัตน์ เตชะรินทร์. (2527). นโยบายและกลวิธีการมีส่วนร่วมของชุมชนในยุทธศาสตร์การพัฒนาในปัจจุบันในการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา. กรุงเทพมหานคร : ศักดิ์โสภาการพิมพ์.

พิทักษ์ ยินดีจันทร์. (2540). ปัจจัยที่ผลต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ที่ปฏิบัติงานในศูนย์สาธารณสุขมูลฐานชุมชนใน อ.มะขาม จ.จันทบุรี. ภาคนิพนธ์ปริญญาสาธารณสุขศาสตร์บัณฑิต คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.

พรพรรณ ทรัพย์ไพบูลย์กิจ. (2531). ปัจจัยด้านบุคคลและความพึงพอใจในสิ่งแวดล้อมของงานที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุข โครงการสาธารณสุขมูลฐาน เขตเมือง อ. เมือง จ.ราชบุรี. วิทยานิพนธ์ ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพยาบาลสาธารณสุข บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.

บรรณานุกรม (ต่อ)

ไพจิตร วังศานุวัตร. (2534). ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่ของช่างสุขภัณฑ์หมู่บ้าน จ. สงขลา. วิทยานิพนธ์ ปริญญาวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาชีวสถิติ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.

มณฑล รอยตระกูล. (2546). แรงจูงใจที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของสรรพากรพื้นที่สาขา. วิทยานิพนธ์ ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันราชภัฏนครปฐม.

ยุทธนา วรุณปิติกุล. (2542). สำนึกพลเมือง : ความเรียงว่าด้วยประชาชนบทเส้นทางประชาคม. กรุงเทพมหานคร : มูลนิธิการเรียนรู้และพัฒนาประชาสังคม.

ยุทธนา นรภูมิพิภัชน์. (2533). แบบผู้นำของผู้บังคับบัญชาและการจูงใจในการปฏิบัติงานคุ้มครองผู้บริโภคของเภสัชกรในฝ่ายเภสัชสาธารณสุข. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (สาธารณสุขศาสตร์) สาขาบริหารสาธารณสุข บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.

รัชดา พรพิไลสวัสดิ์. (2548). การมีส่วนร่วมของสมาชิกชมรมผู้สูงอายุในการส่งเสริมสุขภาพ : ศึกษาเฉพาะกรณีอำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐศาสตร์) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วิรัตน์ คำศรีจันทร์. (2544). จิตสำนึกพลเมืองในบริบทสังคมไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต สาขาศึกษาศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยมหิดล.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และสมชาย หิรัญกิติ. (2530). การบริหารสำนักงานแบบใหม่ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพ : สำนักพิมพ์พัฒนาการศึกษา.

ศักดิ์ สุนทรเสณี. (2531). เจตคติ. กรุงเทพมหานคร : ดี ดี บุ๊คสโตร์.

ศักดิ์ชัย หิรัญทวี. (2541). บทบาทของมหาวิทยาลัยกับการศึกษาความเป็นประชาสังคม. ASAIHL–THAILAND JOURNAL 57.

สกาวรัตน์ ลับเลิศลบ. (2537). ปัจจัยที่ผลต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขในงานสาธารณสุขมูลฐาน เขตปริมณฑล จ.นนทบุรี. วิทยานิพนธ์ ปริญญาสังคมศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สมคิด เถาวัลย์. (2546). การแสดงบทบาทและความพึงพอใจของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน กับการพัฒนาศูนย์สุขภาพชุมชน : กรณีศึกษา อ.พิบูลมังสาหาร จ.อุบลราชธานี. การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

บรรณานุกรม (ต่อ)

สุชาดา จักรพิสุทธิ์. (2544). จิตสำนึกสาธารณะ ศิลปวัฒนธรรม. 22(9) : 22 – 23.

สุดจิต นิมิตกุล. (2544). แนวคิดเรื่องประชาสังคม. วารสารดำรงราชานุภาพ 1(1) :

สุนทร อุทรทรวิการ ณ อยุธยา. (2540). ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารงานของอาสาสมัครสาธารณสุขในศูนย์สาธารณสุขมูลฐานชุมชน จังหวัดสุพรรณบุรี. ภาคนิพนธ์ปริญญาสาธารณสุขศาสตรบัณฑิต คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.

เสริมศักดิ์ วิศาลาภรณ์. (2522). พฤติกรรมผู้นำทางการศึกษา. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพาณิช.

สราวุฒิ ถาสัมฤทธิ์. (2542). การปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่ในงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านอาหารและยาตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.2522 และพระราชบัญญัติยา พ.ศ.2510 ของสาธารณสุข อำเภอเขต 8,9. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (สาธารณสุขศาสตร์) สาขาวิชาเอกบริหารกฎหมายการแพทย์และสาธารณสุข บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.

สยามรัฐ เรืองนาม. (2542). ความรู้ทางการเมืองและการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองกับความสำนึกเชิงสังคมของประชาชนในองค์การบริหารส่วนตำบล จ.กาญจนบุรี. วิทยานิพนธ์ ปริญญามหาบัณฑิต สาขารัฐศาสตร์บัณฑิตวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สื่อพลัง. (2542). จิตสำนึกสาธารณะเส้นทางสู่ประชาสังคม. สื่อพลัง 4(8) : 3-19.

สอ เสถบุตร. (2530). New Model English–Thai Dictionary. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช.

หฤทัย อาจปรุ. (2544). ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ภาวะผู้นำ รูปแบบการดำเนินชีวิตและความสามารถในการเรียนรู้ด้วยตนเอง กรณีจิตสำนึกสาธารณะสาขานักศึกษาพยาบาลเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาพยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพยาบาลศึกษา คณะพยาบาลศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อคิน รพีพัฒน์. (2527). การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาชนบทในสภาพสังคมและวัฒนธรรมไทย. กรุงเทพมหานคร : ศักดิ์โสภาการพิมพ์.

อนุชาติ พวงสาลี และวีรบูรณ์ วิสารทสกุล. (2540). ประชาสังคม : นำความคิดและความหมาย . กรุงเทพมหานคร : สถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา.

อุไรวรรณ บุญสาลีพิทักษ์. (2542). การปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่ของอาสาสมัครสาธารณสุขในศูนย์สาธารณสุขมูลฐานชุมชน จ.ลพบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญา วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (สาธารณสุขศาสตร์) สาขาวิชาเอกบริหารสาธารณสุข บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.

บรรณานุกรม (ต่อ)

เอกมน โลหะญาณจารี. (2547). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา.

Earley, C. (2001). The International Handbook of Organizational Cultural Climate. Chicchester : Wiley.

Feldman, K. A and Newcomb, T.M.(1969). The Impact of College on Student : and Analysis of four decades of research. San Francisco : Jossey - Bass.

Friere, P.(1973). Society in transition : Education for Critecal Consciousness. London: Sheed and Ward.

Hertzbery, Fredeick et al. (1959). The Motivation to Work. Second Edition. New York : John Wiley and Son Inc. 1959.

John R. Schermerhorn & James G. Hunt & Richard N. Osborn, Organization Behavior, John Wiley & Sons, Inc., 2000 , p. 117.

Kraft, F.N. (1992). Nurturing Social Consciousness Through Church Education. University of Pittsbergh. Abstract from : DAO Item : AA 19226525.

Oslam, A., Bleckher , L. and Chesnokaea, (2000). Distant Communication Project.

Raj, M. (1996). Consciousness.Encyclopaedic Dictionary of Psychology and Education. New Delhi : Annual.

The Glorier International Dictionary. (1968). The Glorier International Dictionary. Connecticut : Grolier.

ภาคผนวก

ผนวก ก.

แบบสอบถาม

อาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดสมุทรปราการ
เรื่อง
ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมและความพึงพอใจของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค
ในจังหวัดสมุทรปราการ

แบบสอบถามฉบับนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมและความพึงพอใจในการสำรวจปัญหาด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการเพื่อเป็นประโยชน์สำหรับงานคุ้มครองผู้บริโภคและพัฒนางานด้านสาธารณสุขต่อไป

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามมีทั้งหมด 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคลและการชักชวนเป็นอาสาสมัคร

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการมีจิตสำนึกสาธารณะ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคในการสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการในการสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค

ผู้วิจัยใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามให้ครบทุกส่วนทุกข้อและตอบตามความเป็นจริงมากที่สุด คำตอบของท่านผู้วิจัยจะเก็บเป็นความลับและการนำเสนอผลงานวิจัยจะเสนอเป็นภาพรวมและนำไปใช้เป็นประโยชน์ในการศึกษาและพัฒนาด้านสาธารณสุขต่อไป

ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้เป็นอย่างดี

อุสา เจริญชัย
นักศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการระบบสุขภาพ
มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคลและการชักชวนเป็นอาสาสมัคร

<u>คำชี้แจง</u> โปรดใส่เครื่องหมาย √ ลงใน ( ) หน้าข้อความหรือเติมข้อความลงในช่องว่างให้ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. ปัจจุบันท่านมีอายุ.....ปี (นับครบรอบวันเกิดครั้งสุดท้ายและเศษของเดือนไม่นับรวม)
2. เพศ

( ) 1. ชาย ( ) 2. หญิง

3. สถานภาพสมรส

( ) 1. โสด ( ) 2. คู่

( ) 3. หม้าย หย่า แยก

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

( ) 1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับประถมศึกษา ( ) 2. มัธยมศึกษา หรือ ปวช.

( ) 3. อนุปริญญา หรือ ปวส. ( ) 4. ปริญญาตรี

( ) 5. สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

( ) 1. เกษตรกรรม ( ) 2. รับจ้าง

( ) 3. ค้าขาย ( ) 4. แม่บ้าน

( ) 5. รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ ( ) 6. อื่น ๆ (ระบุ).....

6. รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน

( ) 1. น้อยกว่า 5,000 บาท ( ) 2. 5,001 – 10,000 บาท

( ) 3. 10,001 – 20,000 บาท ( ) 4. 20,001 – 30,000 บาท

( ) 5. มากกว่า 30,000 บาท

7. ในปัจจุบันท่านดำรงตำแหน่งหน้าที่ทางสังคมที่ช่วยเหลือชุมชนหรือไม่

( ) 1. กรรมการชุมชน ( ) 2. กรรมการกองทุนชุมชน

( ) 3. ตำรวจบ้าน ( ) 4. อาสาสมัครป้องกันภัยพลเรือน

( ) 5. อสม. ( ) 6. อื่น ๆ (ระบุ).....

( ) 7. ไม่ได้มีตำแหน่งใด ๆ

8. บุคคลที่ชักชวนให้ท่านเป็นอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค

( ) 1. สมัครด้วยตนเอง ( ) 2. เพื่อนที่เป็น อสม.

( ) 3. เจ้าหน้าที่สาธารณสุข ( ) 4. อื่น ๆ (ระบุ).....

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจ

<u>คำชี้แจง</u> โปรดใส่เครื่องหมาย √ ลงในช่องว่างตามความเป็นจริง

ข้อ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่เห็นด้วย
1	**ก. การได้รับการยกย่องนับถือ** ประชาชนในชุมชนให้การยอมรับผลการปฏิบัติงานและได้รับความศรัทธาเชื่อถือจากประชาชน					
2	หน่วยงานราชการชมเชยท่านในการปฏิบัติงานสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชน					
3	ท่านต้องการเกียรติยศชื่อเสียงจากการอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค					
4	ท่านได้รับสิทธิพิเศษในการติดต่องานกับราชการหรือเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ					
5	ผู้นำชุมชนให้ความร่วมมือกับท่านในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี					
6	**ข. ลักษณะงานที่ปฏิบัติ** การสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคด้านสาธารณสุขเป็นงานที่ท้ายทายความสามารถของท่าน					
7	ท่านสามารถนำความรู้มาประยุกต์ในงานสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคได้					
8	การสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคด้านสาธารณสุขเป็นงานที่ซับซ้อนในรายละเอียด					
9	การสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคด้านสาธารณสุขได้รับความร่วมมือจากประชาชนเป็นอย่างดี					
10	**ค. ผลประโยชน์ตอบแทน** ท่านได้รับสิทธิในการรักษาพยาบาลทำให้ท่านมั่นใจว่ารู้สึกปลอดภัยว่าเมื่อเกิดการเจ็บป่วยจะได้รับการรักษาพยาบาลเป็นอย่างดี					
11	การเป็นอาสาสมัครจะช่วยให้ท่านได้รับความสะดวกในการไปติดต่อราชการ					
12	การเป็นอาสาสมัครควรได้รับค่าตอบแทนในการปฏิบัติงาน					

ข้อ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่เห็นด้วย
13	ท่านภูมิใจที่ได้เป็นอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคในการสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค					
14	การเป็นอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคควรทำงานต่อไปแม้จะไม่ได้ค่าตอบแทนจากหน่วยงานภาครัฐ					
	ง. ความรับผิดชอบ					
15	ท่านเป็นผู้กำหนดแผนงานในการสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชน					
16	ท่านมีอิสระในการตัดสินใจเต็มที่ในงานคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชน					
17	ท่านมีวิธีในการสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค					
18	ท่านติดตามการดำเนินงานตามแผนที่วางไว้					
19	ท่านประเมินผลการปฏิบัติงานและปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้น					
20	ท่านต้องการพัฒนางานคุ้มครองผู้บริโภคให้เข้มแข็งและยั่งยืน					

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการมีจิตสำนึกสาธารณะ

<u>คำชี้แจง</u> โปรดใส่เครื่องหมาย √ ลงในช่องว่างตามความเป็นจริง

ข้อ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่เห็นด้วย
21	สภาพสังคม เศรษฐกิจ การเมืองในปัจจุบันอยู่ในภาวะที่ไม่ปกติ					
22	ปัญหาสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตในชุมชน					
23	การเกิดปัญหาในการคุ้มครองผู้บริโภคได้รับผลกระทบจากการเกิดปัญหาทางสังคม					
24	ท่านมีวิธีการในการหาปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค					
25	ท่านมีความสามารถในการหาวิธีในการแก้ปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค					

ข้อ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่เห็นด้วย
26	ท่านให้ความร่วมมือในการแก้ไขปัญหาในชุมชน					
27	ท่านร่วมกับกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชนในการแก้ไขปัญหา					
28	ท่านช่วยเสนอความคิด แนวทางในการแก้ไขปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค					
29	การมีเครือข่ายในการทำกิจกรรมเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาในชุมชน					
30	ท่านมีความตั้งใจในการร่วมกลุ่มเพื่อช่วยเหลือแก้ปัญหาในชุมชน					

ส่วนที่ 4 ข้อมูลการมีส่วนร่วมในการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย √ ลงในช่องว่างตามความเป็นจริง

ข้อ	ลักษณะการมีส่วนร่วม	ระดับความคิดเห็น			
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่เคยเลย
31	**ก. การมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาและสำรวจปัญหา** ท่านมีส่วนร่วมในการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค				
32	ท่านมีส่วนร่วมในการเสนอปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค				
33	ท่านมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค				
34	ท่านมีส่วนร่วมในการร่วมประชุมกับกลุ่มสมาชิกในการวิเคราะห์ปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค				
35	**ข. การมีส่วนร่วมในการวางแผน** ท่านมีส่วนร่วมในการวางแผนการสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค				
36	ท่านเสนอปัญหาและวิธีแก้ไขปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคให้ผู้นำชุมชนและเจ้าหน้าที่สาธารณสุขทราบ				
37	ท่านมีส่วนร่วมในการวางแผนกิจกรรมที่เหมาะสมกับการแก้ไขปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค				

ข้อ	ลักษณะการมีส่วนร่วม	ระดับความคิดเห็น			
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่เคยเลย
38	**ค. การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน** ท่านมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมเพื่อสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค				
39	ท่านมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ให้คนในชุมชนได้ตระหนักในปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค				
40	**ง. การมีส่วนร่วมในการประเมินผล** ท่านมีส่วนร่วมในการประเมินผลกิจกรรมว่าเป็นไปตามวัตถุประสงค์				
41	ท่านมีส่วนร่วมในการติดตามความก้าวหน้าในการทำกิจกรรมคุ้มครองผู้บริโภค				
42	ท่านมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์เกี่ยวกับการปรับปรุงแก้ไขปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค				

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคของอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค

<u>คำชี้แจง</u> โปรดใส่เครื่องหมาย √ ลงในช่องว่างตามความเป็นจริง

ข้อ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่เห็นด้วย
43	ท่านพึงพอใจที่ จนท.สาธารณสุขได้ชี้แจงเรื่องการสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคให้ท่านทราบ					
44	ท่านพึงพอใจที่ จนท. สาธารณสุขได้กำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบให้ท่านอย่างชัดเจน					
45	ท่านพึงพอใจที่ จนท. สาธารณสุขให้ความเป็นกันเองอย่างดีกับท่าน					
46	ท่านพึงพอใจที่ จนท. สาธารณสุขติดตามและเยี่ยมเยียนท่านเป็นประจำ					
47	ท่านพึงพอใจและเห็นด้วยกับการค้นหาปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค					

ข้อ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่เห็นด้วย
48	ท่านพึงพอใจที่ประชาชนมีความสามัคคีและช่วยเหลือในการให้ข้อมูลปัญหาด้านคุ้มครองผู้บริโภค					
49	ท่านพึงพอใจที่ประชาชนมีความตระหนักในปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคมากขึ้นหลังจากที่ท่านได้ดำเนินการสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค					
50	ท่านพึงพอใจที่ข้อเสนอแนะของท่านได้รับการยอมรับจากผู้ประกอบการและนำไปแก้ไข					
51	ท่านพึงพอใจที่การปฏิบัติงานของท่านได้รับคำชมเชยจากประชาชนและคณะกรรมการหมู่บ้าน					
52	ท่านรู้สึกลำบากใจเมื่อเกิดปัญหาเฉพาะหน้าขึ้นในขณะปฏิบัติงาน					
53	ท่านรู้สึกว่าการที่ท่านได้เป็นอาสาสมัครและได้สำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคทำให้ท่านรู้สึกเป็นเกียรติและมีคุณค่ามากขึ้น					

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะของอาสาสมัครในการสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค กรุณาตอบคำถามต่อไปนี้ตามความเป็นจริง

1. ท่านคิดว่าโครงการจัดสร้างอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชนในการสำรวจปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคมีประโยชน์อย่างไรบ้าง

ต่อตัวท่านเอง.....

.....

.....

ต่อชุมชน.....

.....

.....

ต่อผู้ประกอบการ.....

.....

.....

2. ปัญหาและอุปสรรคของโครงการนี้คืออะไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

3. ท่านคิดว่าควรมีวิธีแก้ไขปัญหาอุปสรรคอย่างไร

.....

.....

.....

.....

4. ท่านคิดว่าจะทำให้โครงการนี้มีความต่อเนื่องยั่งยืนอย่างไร

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่ท่านให้ความร่วมมือ

HUACHIEW CHALERMPRAKIET UNIVERSITY

ผนวก ข.
ความรู้เกี่ยวกับการสำรวจปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค

ความหมายของการคุ้มครองผู้บริโภค

การคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วย ว่า “คุ้มครอง” และ “ผู้บริโภค” ซึ่งมีผู้ที่ให้ความหมายของคำดังกล่าวไว้หลายท่านดังนี้

ยุทธนา ธรรมเจริญ (2530 : 1) ได้กล่าวถึงความหมายของผู้บริโภคว่า หมายถึง บุคคลหนึ่งหรือหลายคนที่แสดงออกซึ่งสิทธิที่จะต้องการใช้สินค้าหรือบริการที่ถูกเสนอขายในท้องตลาด

ธงชัย สันติวงศ์ และฉายศิลป์ เชี่ยวชาญพิพัฒน์ (2524 : 3) ได้แสดงทัศนะว่าตราบใดที่คนเราต้องใช้สิ้นเปลืองหรือบริโภคสิ่งใดสิ่งหนึ่งเสมอ เมื่อนั้นคนเราก็จะมีฐานะเป็นผู้บริโภคด้วย ผู้บริโภคจึงหมายถึงใครก็ตามที่ใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าและบริการมาเพื่ออุปโภคบริโภคตอบสนองความต้องการของตน ทั้งนี้เป็นความต้องการทางด้านร่างกายและเพื่อความพึงพอใจ

วิวัฒน์ โชติเลอศักดิ์ และสุริยะ เตรียมประชานรากร (2524 : 4) ให้ความหมายของผู้บริโภคว่าหมายถึง ใครก็ตามที่มีความต้องการที่จะกินหรือใช้สินค้าหรือบริการมาตอบสนองความต้องการของตนไม่ว่าจะเป็นความต้องการทางด้านร่างกาย เช่น การกินอาหาร การรักษาโรคภัยไข้เจ็บ ความต้องการทางด้านจิตใจ เช่น การพักผ่อนหย่อนใจ การใช้สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ฉะนั้นอาจกล่าวได้ว่าทุกคน ทุกอาชีพ ทุกเพศทุกวัย เป็นผู้บริโภคทั้งนั้นเพราะตราบใดที่มนุษย์ยังมีชีวิตอยู่ย่อมต้องกินหรือต้องใช้สินค้าและบริการ

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ.2541 ได้นิยามความหมายของผู้บริโภคว่าหมายถึง ผู้ซื้อหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือการชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจเพื่อซื้อสินค้าหรือรับบริการและหมายความรวมถึงผู้ใช้สินค้าหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจโดยชอบ แม้ไม่ได้เป็นผู้เสียค่าตอบแทนก็ตาม ทั้งนี้พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 ก่อนจะมีการแก้ไขได้นิยามคำว่าผู้บริโภคไว้เพียงว่าหมายถึงผู้ซื้อหรือผู้ได้รับบริการจากภาคธุรกิจและหมายความรวมถึงผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการด้วยองค์กรพัฒนาเอกชนและสื่อมวลชนที่ทำงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคจึงเสนอให้มีการแก้ไข (ทัศนีย์ วีระกันต์. 2541 : 9) พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 ในส่วนของความหมายของผู้บริโภคว่าต้องหมายถึงคนทุกคนที่ควรได้รับการคุ้มครองไม่ใช่ผู้บริโภคที่เป็นเพียงผู้ซื้อสินค้าหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจ แม้ไม่ได้เป็นผู้เสียค่าตอบแทนก็ตาม บางครั้งแม้จะได้มาโดยไม่เสียเงิน แต่การใช้สินค้าหรือบริการนั้นก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพหรือร่างกายก็ถือว่าเป็นผู้บริโภคด้วยสิทธิผู้บริโภค สิทธิหมายถึงประโยชน์ที่กฎหมายรับรองและคุ้มครองให้ เช่น สิทธิที่จะอยู่อาศัยใน

สิ่งแวดล้อมที่ถูกสุขลักษณะ ปราศจากสภาวะที่เป็นพิษ ตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยในการบริโภคอาหาร ตามกฎหมายว่าด้วยอาหาร เป็นต้น จึงอาจกล่าวได้ว่าสิทธิมีขึ้นตามที่กฎหมายรับรองและคุ้มครอง การคุ้มครองผู้บริโภคของไทยได้ให้ความสำคัญเรื่องสิทธิผู้บริโภค โดยมีการบัญญัติไว้ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2540 มาตรา 57 วรรคหนึ่งว่าสิทธิผู้บริโภคย่อมได้รับการคุ้มครองทั้งนี้ตามที่กฎหมายบัญญัติ ซึ่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 และแก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ.2541 ได้รับรองสิทธิผู้บริโภคไว้ 5 ประการ คือ

1. สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับการโฆษณาหรือการแสดงฉลากตามความเป็นจริงและปราศจากพิษภัยแก่ผู้บริโภค รวมตลอดถึงสิทธิที่จะได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการอย่างถูกต้องเพียงพอที่จะไม่หลงผิดในการซื้อสินค้าและรับบริการโดยไม่เป็นธรรม

2. สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการได้แก่สิทธิที่จะเลือกซื้อสินค้าหรือรับบริการโดยความสมัครใจของผู้บริโภคและปราศจากการชักจูงใจอันไม่เป็นธรรม

3. สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับสินค้าหรือบริการที่ปลอดภัย มีสภาพและคุณภาพได้มาตรฐานเหมาะสมแก่การใช้ ไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อชีวิต ร่างกาย หรือทรัพย์สิน ในกรณีใช้ตามคำแนะนำหรือระมัดระวังตามสภาพของสินค้าและบริการนั้นแล้ว

4. สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับข้อสัญญาโดยไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบจากผู้ประกอบธุรกิจ

5. สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับการคุ้มครองและชดเชย ความเสียหาย เมื่อมีการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค ตามข้อ 1, 2,3 และ 4 ดังกล่าว

ความรู้ทั่วไปของอาหาร

ความหมายของอาหาร

พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.2522 อาหารได้แก่วัตถุทุกชนิดที่คนกิน ดื่ม หรือนำเข้าสู่ร่างกาย แต่ไม่รวมถึงยา วัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตประสาท หรือยาเสพติดให้โทษ นอกจากนี้ยังรวมถึงวัตถุที่ใช้เป็นส่วนผสมในการเลือกอาหาร วัตถุที่เจือปนในอาหาร สี เครื่องปรุงแต่งรสด้วย

ประเภทของอาหารที่แบ่งตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.2522 แบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ

1. อาหารควบคุมเฉพาะ
2. อาหารที่กำหนดคุณภาพหรือมาตรฐาน
3. อาหารที่ต้องมีฉลาก
4. อาหารทั่วไปอื่น ๆ

1. อาหารควบคุมเฉพาะ ได้แก่ อาหารที่กระทรวงสาธารณสุขได้กำหนดคุณภาพและมาตรฐานไว้ ผู้ที่จะผลิตหรือนำเข้าจะต้องขอขึ้นทะเบียนตำรับอาหารหรือขอทะเบียนตำรับอาหารหรือขออนุญาตใช้ฉลากอาหารจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ซึ่งจะต้องมีเลข อย.แสดงบนฉลาก ซึ่งแสดงว่าได้รับการพิจารณาเห็นชอบจากคณะกรรมการอาหารและยาแล้ว ปัจจุบันมีอาหารที่ถูกกำหนดให้เป็นอาหารเฉพาะจำพวกทั้งสิ้น 39 ประเภท เช่น น้ำแร่ สีผสมอาหาร ผลิตภัณฑ์นม เป็นต้น

2. อาหารที่กำหนดคุณภาพหรือมาตรฐาน หมายถึง อาหารที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนดคุณภาพหรือมาตรฐาน โดยผู้ผลิตหรือนำเข้าไม่ต้องขอขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร แต่ต้องขออนุญาตใช้ฉลากอาหารจากทางสำนักงานอาหารและยา ซึ่งจะมีตัวเลข อย. แสดงอยู่บนฉลากของอาหารที่ได้รับอนุญาตใช้ฉลากอาหารแล้ว เช่น ช็อกโกแล็ต ไข่เยี่ยวม้า เป็นต้น

3. อาหารที่ต้องมีฉลาก คือ อาหารที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนดให้ใช้เป็นอาหารที่ต้องมีฉลากตามข้อกำหนดนั้นๆ อาหารที่ต้องมีฉลาก มีดังนี้

3.1 อาหารที่ต้องส่งมอบฉลากเพื่อการตรวจสอบก่อนนำไปใช้ (มีเลข อย. แสดงบนฉลาก) เช่น ขนมปัง หมากฝรั่ง ฯลฯ

3.2 อาหารที่ไม่ต้องส่งมอบฉลากเพื่อตรวจสอบก่อนนำใช้(ไม่มีเลข อย.แสดงบนฉลาก) แต่ต้องมีการแสดงฉลากที่ถูกต้องโดยมีข้อความเป็นภาษาไทยที่มีรายละเอียดดังนี้

- ชื่ออาหาร ชื่อที่ตั้งของผู้ผลิต วันเดือนปีที่ผลิตโดยมีข้อความ “ผลิต” แสดงกำกับไว้

- ถ้ามีการใช้วัตถุกันเสียต้องแสดงข้อความ “ใช้วัตถุกันเสีย”

- ผลิตภัณฑ์เหล่านี้ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์ พวกลูกชิ้น ไส้กรอก หมูยอ แหนม กุนเชียง เป็นต้น

3.3 ที่ต้องจดแจ้ง ซึ่งต้องมีเลข อย. แสดงบนฉลาก ได้แก่

- อาหารพร้อมปรุง หมายถึง อาหารที่ได้จัดเตรียมส่วนประกอบต่าง ๆ บรรจุไว้ในภาชนะที่พร้อมจำหน่ายโดยตรงต่อผู้บริโภค เพื่อนำไปปรุงเป็นอาหารชนิดใดชนิดหนึ่งโดยเฉพาะ

- อาหารพร้อมบริโภค หมายความว่า อาหารที่ผลิตเรียบร้อยบรรจุในภาชนะที่พร้อมที่จะบริโภคได้ทันที

- ผักและผลไม้สดที่นำเข้าจากต่างประเทศ

4. อาหารทั่วไปอื่น ๆ จะไม่มีการแสดงเครื่องหมายตราผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในประเทศ เช่น แป้งมันสำปะหลัง แป้งสาลี ข้าวสาร เห็ดหอมแห้ง เป็นต้น

หลักในการเลือกซื้ออาหารแบบง่าย ๆ

1. พิจารณาฉลากอาหารครบถ้วนและยังไม่หมดอายุ
2. ภาชนะบรรจุและหีบห่ออยู่ในสภาพที่เรียบร้อย ไม่บุบ บวม ฉีกขาดหรือเป็นสนิม
3. สภาพโดยทั่วไปของอาหารเป็นไปตามชนิดของอาหารที่ควรจะเป็น
4. ซื้อจากผู้ขายที่เชื่อถือได้และมีที่อยู่ชัดเจน

การควบคุมอาหาร

มาตรา 25 อาหารที่ห้ามผลิต นำเข้าเพื่อจำหน่าย ได้แก่

1. อาหารไม่บริสุทธิ์
2. อาหารปลอม
3. อาหารผิดมาตรฐาน
4. อาหารอื่นที่รัฐมนตรีกำหนด ได้แก่

4.1 อาหารไม่บริสุทธิ์

- อาหารที่มีสิ่งที่น่าจะเป็นอันตรายแก่สุขภาพเจือปนอยู่
- อาหารที่มีสารหรือวัตถุมีเจือปนที่อาจทำให้คุณคุณภาพของอาหารลดลง
- อาหารที่ผลิต บรรจุ หรือเก็บรักษาไว้โดยไม่ถูกสุขลักษณะ
- อาหารที่ผลิตจากสัตว์ที่เป็นโรคที่ติดต่อกับคนได้
- อาหารที่มีภาชนะบรรจุประกอบด้วยวัตถุที่น่าจะเป็นอันตราย

4.2 อาหารปลอม

- อาหารที่ได้สับเปลี่ยนใช้วัตถุอื่นแทนบางส่วนหรือคัดแยกวัตถุที่มีคุณค่าออกเสียทั้งหมดหรือบางส่วน
- วัตถุหรืออาหารที่ผลิตขึ้นเทียมอาหารอย่างใดอย่างหนึ่ง
- อาหารที่ได้ผสมหรือปรุงแต่งโดยประสงค์จะปกปิดซ่อนเร้นความชำรุดของอาหารนั้น
- อาหารที่มีฉลากเพื่อลวง หรือพยายามลวงผู้ซื้อให้เข้าใจผิด
- อาหารที่ผลิตขึ้นไม่ถูกต้องตามคุณภาพหรือมาตรฐานที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด คือส่วนประกอบที่เป็นคุณค่าทางอาหารขาดหรือเกินร้อยละสามสิบจากเกณฑ์ดีที่สุดหรือสูงสุดหรือแตกต่างจากคุณภาพหรือมาตรฐานที่ระบุไว้

4.3 อาหารผิดมาตรฐาน (มาตรา 28)

- อาหารที่ไม่ถูกต้องตามคุณภาพหรือมาตรฐานตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดตามมาตรา 6 (2)หรือ (3) อาหารที่ไม่ใช่อาหารควบคุมเฉพาะแต่ไม่ถึงขนาดในมาตรา 27 (5) ซึ่งเป็นอาหารปลอม ผลิตอาหารผิดมาตรฐาน

- มาตรา 25 (3) ห้ามผลิต นำเข้า หรือจำหน่ายอาหารผิดมาตรฐาน
- มาตรา 28, มาตรา 6 (2) และ (3)
- ไม่ถึงขนาดอาหารปลอม มาตรา 27 (5)
- มาตรา 60 ปรับไม่เกิน 50,000 บาท

การโฆษณาอาหาร

มาตรา 40 ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาคุณประโยชน์ คุณภาพ หรือสรรพคุณของอาหารอันเป็นเท็จ หรือเป็นการหลอกลวงให้หลงเชื่อโดยไม่สวมควร

มาตรา 41 ผู้ใดประสงค์จะโฆษณาคุณประโยชน์ คุณภาพหรือสรรพคุณของอาหารทางวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ทางฉายภาพภาพยนตร์ หรือทางหนังสือพิมพ์ หรือสิ่งพิมพ์อื่น หรือโดยวิธีอื่นเพื่อประโยชน์ทางการค้าต้องนำเสียงภาพ ภาพยนตร์ หรือข้อความที่จะโฆษณาดังกล่าวนั้นให้ผู้อนุญาตตรวจพิจารณาก่อน เมื่อได้รับอนุญาตแล้วจึงโฆษณาได้

ฉลากอาหารและการเลือกซื้อ

<u>อาหารที่มีฉลาก</u> ได้แก่

1. อาหารควบคุมเฉพาะ
2. อาหารที่กำหนดคุณภาพหรือมาตรฐาน
3. อาหารที่ต้องมีฉลาก โดยกำหนดข้อความ เงื่อนไข และวิธีการแสดงฉลากรวมทั้งหลักเกณฑ์และวิธีการโฆษณา ได้แก่ ขนมปังในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท ผลิตภัณฑ์กระเทียมวุ้นสำเร็จรูปและเจลลี่

<u>ฉลาก</u>

ฉลากที่มีข้อความ รูป รูปภาพ รอยประดิษฐ์ เครื่องหมาย หรือเครื่องหมายการค้า ไม่ว่าจะเป็นภาษาใดที่ปรากฏในฉลากต้อง

1. ไม่เป็นเท็จหรือหลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อโดยไม่สมควรหรือไม่ทำให้เข้าใจผิดในสาระสำคัญ
2. ไม่แสดงถึงชื่ออาหาร ส่วนประกอบของอาหาร อัตราส่วนของอาหาร ปริมาณของอาหาร ปริมาณของอาหาร หรือแสดงถึงสรรพคุณของอาหารอันเป็นเท็จหรือเป็นการ

<u>หลักการพิจารณาฉลากอาหารของผู้บริโภค</u>

สิ่งที่ผู้บริโภคควรพิจารณาฉลาก ก่อนการเลือกซื้อ ที่สำคัญ ได้แก่

1. ชื่อของอาหาร โดยมีชื่อภาษาไทยอย่างชัดเจน อาจมีภาษาอังกฤษควบคู่ด้วย แต่ต้องแปลแล้วมีความหมายเดียวกับภาษาไทยที่เป็นชื่อ

2. เลขทะเบียนตำรับอาหาร สำหรับอาหารที่ต้องขึ้นทะเบียนหรือเลขที่อนุญาตให้ใช้ฉลากอาหารที่ได้รับอนุญาตแล้วจากอย.

3. ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิตหรือแบ่งบรรจุเพื่อทำการจำหน่ายหรือการนำเข้าอย่างชัดเจน

4. ปริมาณของอาหารเป็นน้ำหนักบริสุทธิ์หรือปริมาณสุทธิเป็นระบบเมตริก เช่น กรัม มิลลิลิตร

5. ส่วนประกอบที่สำคัญเป็นร้อยละหรือเปอร์เซ็นต์โดยน้ำหนัก โดยประมาณ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

6. การแสดงวันเดือนปีที่ผลิตหรือวันเดือนปีที่หมดอายุหรือวันเดือนปีที่อาหารยังมีคุณภาพหรือมาตรฐานดี โดยมีข้อความว่า ผลิต หมดอายุ หรือควรบริโภค ผู้ผลิตบางครั้งระบุวันผลิตเป็นภาษาอังกฤษเช่น MFD. (Manufacturing Date) และโดยวันหมดอายุจะระบุเป็น EXP. (Expire Date)

ส่วนประกอบฉลากอื่น ๆ “ถ้ามี” จึงจะแสดงบนฉลาก ได้แก่

1. คำแนะนำในการเก็บรักษา

2. วิธีการปรุงเพื่อการรับประทาน

3. ใช้วัตถุกันเสีย

4. เจือสีธรรมชาติหรือเจือสีสังเคราะห์

5. ใช้วัตถุปรุงแต่งรสอาหารและระบุชนิดด้วย

6. แต่งกลิ่น ธรรมชาติ แต่งกลิ่นเลียนธรรมชาติ แต่งกลิ่นสังเคราะห์หรือแต่งกลิ่นเลียนธรรมชาติแล้วแต่กรณี

7. ฉลากโภชนาการ

<u>เลขสาระบบบนฉลากอาหาร</u>

1. อาหารที่ต้องแสดงเลขสาระบบอาหารที่ฉลาก 34 ประเภทเลขสาระบบอาหาร

2. เลขสาระบบอาหารยังคงเป็นเลขประจำตัวผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตัวเลข 13 หลักอยู่ในเครื่องหมาย อย. สี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน

3. ตัวตัวเลข 13 หลัก แบ่งเป็น 5 กลุ่ม คือ XX-X-XXXXX-Y-YYYY

- กลุ่มที่ 1 XX แสดงจังหวัดที่เป็นที่ตั้งของสถานที่ผลิตหรือนำเข้าอาหาร โดยใช้ตัวเลขที่ใช้แทนชื่อจังหวัดของกระทรวงมหาดไทย ตามตารางแสดงรหัสจังหวัด

- กลุ่มที่ 2 X แสดงสถานะของสถานที่ผลิตอาหารหรือนำเข้าอาหาร และหน่วยงานที่อนุญาต

- หมายเลข 1 คือสถานที่ผลิตอาหาร ซึ่ง อย. เป็นผู้อนุญาต

- หมายเลข 2 คือสถานที่ผลิตอาหาร ซึ่งจังหวัดเป็นผู้อนุญาต

- หมายเลข 3 คือสถานที่นำเข้าอาหาร ซึ่ง อย. เป็นผู้อนุญาต
- หมายเลข 4 คือสถานที่นำเข้าอาหาร ซึ่ง จังหวัดเป็นผู้อนุญาต
- กลุ่มที่ 3 XXXXX
- เลข 3 หลักแรกคือเลขสถานที่ผลิตอาหารหรือเลขสถานที่ที่นำเข้าอาหารที่ได้รับอนุญาต
- เลข 2 หลักท้าย คือ ตัวเลข 1 หลักสุดท้ายของปีพุทธศักราชที่อนุญาต
- กลุ่มที่ 4 Y แสดงหน่วยงานที่ออกเลขสาระบบอาหาร
- หมายเลข 1 คืออาหารที่ได้รับเลขสาระบบจาก อย.
- หมายเลข 2 คืออาหารที่ได้รับเลขสาระบบจากจังหวัด
- กลุ่มที่ 5 YYYY แสดงลำดับที่ของอาหารที่ผลิตโดยสถานที่ผลิตหรือนำเข้าโดยสถานที่นำเข้าแต่ละแห่งแยกหน่วยงานที่เป็นผู้อนุญาต

สารปนเปื้อนในอาหาร

<u>การเลือกอาหารที่ปลอดภัย</u>

อาหาร เป็นหนึ่งในสี่ปัจจัยที่สำคัญในการดำรงชีวิตของคนเราและทุกวันนี้อาหารมีมากมายหลายอย่างที่ให้เลือกรับประทานทั้งอาหารสด อาหารกึ่งสำเร็จรูป อาหารพร้อมบริโภค ซึ่งอาหารเหล่านี้ก็ต้องผ่านขั้นตอนกระบวนการมากมายกว่าจะมาถึงมือผู้บริโภค อาหารมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอย่างแนบแน่นกับสุขภาพ คนไทยจำนวนไม่น้อยตายจากโรคมะเร็งมากขึ้นส่วนหนึ่งมีสาเหตุมาจากอาหาร

ผู้บริโภคอาจต้องเสี่ยงกับโรคอาหารเป็นพิษและโรคอื่น ๆ อีกไม่น้อยที่นับวันยิ่งคุกคามสุขภาพมากขึ้นทุกที เพราะวิถีชีวิตที่รีบเร่งทำให้ต้องพึ่งพาอาหารนอกบ้านมากขึ้น อาจรับประทานอาหารมีสารปนเปื้อน อาหารที่ไม่ถูกสุขลักษณะอาหารที่ไม่ได้มาตรฐานไปโดยที่เราไม่รู้ตัว

<u>การเลือกซื้ออาหารสด</u>

มีอาหารหลายชนิดที่เรารับประทานโดยไม่รู้ว่ามีสารเคมีปนเปื้อนอยู่ซึ่งเป็นอันตรายต่อสุขภาพและอาจเป็นต้นเหตุให้เกิดโรคร้ายแรงได้ สารเคมีสำคัญ ๆ ที่มักจะปนเปื้อนในอาหาร 6 ชนิด ที่มักตรวจพบในอาหารได้แก่

1. สารบอแร็กซ์

อาหารที่มีสารบอแร็กซ์ผสมอยู่ได้แก่ หมูบด หมูชิ้น กุนเชียง ผลไม้ดองแช่อิ่ม หมูยอ ทับทิมกรอบ รวมมิตร แป้งกรุบ บะหมี่ เนื้อ ปลาบด ทอดมัน ไส้กรอก เนื้อสัตว์อื่น ๆ อาหารพร้อมบริโภค เช่น ข้าวขาหมู หมูผัดเผ็ด เนื้อสัตว์ปรุงรส

- โทษและพิษภัย

มักจะเป็นพิษที่สะสมอยู่ในอวัยวะโดยเฉพาะไตจะรับผลกระทบมากที่สุด อาจมีปัสสาวะน้อยหรือไม่ออกเลย เนื่องจากสมรรถภาพการทำงานของไตล้มเหลว กระเพาะอาหารและลำไส้จะระคายเคืองและอักเสบ จะคลื่นไส้ อาเจียน ปวดท้อง สมองบวมช้ำ และมีอาการคั่งของเลือด จะอ่อนเพลีย ปวดศีรษะ หงุดหงิด มีอาการทางประสาท ชัก ตับถูกทำลาย หัวใจเต้นเร็ว ความดันโลหิตลดลง อาจมีอาการช็อค (Shock) หมดสติได้ ผิวหนังมีลักษณะแตกเป็นแผล บวม คล้ายถูกน้ำร้อนลวก หากผู้ใหญ่ได้รับบอแร็กซ์ในขนาด 15-30 กรัม หรือเด็กได้รับ 5 กรัม อาจทำให้เสียชีวิตได้ ปัจจุบันบอแร็กซ์เป็นสารห้ามใช้ในอาหาร ผู้ผลิตและจำหน่ายมีโทษถึงจำคุก

- วิธีหลีกเลี่ยง

ล้างเนื้อสัตว์ก่อนปรุงและไม่ซื้อชนิดที่บดแล้ว ซื้อชุดตรวจสอบอย่างง่ายราคา 100 บาท ตรวจได้ 50 ตัวอย่าง ไว้ทดสอบเป็นระยะ หาซื้อได้ที่กองอาหาร กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข ถ.ติวานนท์ อ.เมือง จ.นนทบุรี

- การทดสอบหาสารบอแร็กซ์ในอาหาร

- วิธีการทดสอบ

1. สับตัวอย่างให้เป็นชิ้นเล็ก ๆ เท่าหัวไม้ขีดไฟ
2. ตักตัวอย่าง 1 ช้อน ใส่ในถ้วยยา
3. เติมน้ำยาทดสอบบอแร็กซ์จนแฉะกวนให้เข้ากัน
4. จุ่มกระดาษขมิ้นให้เปียกครึ่งแผ่น
5. วางกระดาษขมิ้นบนจานกระเบื้องหรือแผ่นกระจก แล้วนำไปตากแดดนาน 10 นาที

- การประเมินผล

ถ้ากระดาษขมิ้นมีสีแดง แสดงว่าตัวอย่างมีบอแร็กซ์ปนอยู่

2. ยาปฏิชีวนะตกค้าง

ได้แก่ กุ้ง ปลา ไก่ หมู วัว น้ำนม

- โทษและพิษภัย

1. เกิดจุลชีพที่ดื้อต่อยาต้านจุลชีพ ประเทศไทยจากการเฝ้าระวังเชื้อดื้อยาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ.2542 พบว่าอาการเชื้อดื้อยามีจำนวนมากขึ้นทุกภาคของประเทศ ผลจากการดื้อยามีจำนวนมากขึ้นนับว่าเป็นอันตรายอย่างมากโดยมีผลทำให้การเจ็บป่วยนานขึ้นและอัตราการตายของผู้ป่วยสูงขึ้นอีกด้วย

2. การแพ้ยาที่ตกค้าง

- วิธีหลีกเลี่ยง

1. สังเกตป้ายแสดงชื่อ “โครงการเนื้อสัตว์อนามัย” ในสถานที่เปิดเผยและผู้บริโภคสามารถสังเกตได้ชัดเจน

2. ไม่มีชุดตรวจอย่างง่าย สงสัยอาจจะส่งให้ทางสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดตรวจ

3. ฟอร์มาลิน

อาหารที่มีฟอร์มาลินเจือปนอยู่ ได้แก่ ลูกชิ้นปลา ทอดมันปลา ปลาบด อาหารทะเลสด ผักสด ได้มีการประกาศฯ ฉบับที่ 151 (พ.ศ.2536) ห้ามนำสารฟอร์มาลินมาเจือปนในอาหาร

- โทษและพิษภัย

อาการมีตั้งแต่ ปวดท้องอย่างรุนแรง อาเจียน อุจจาระร่วง หมดสติ และตายในที่สุด ถ้าบริโภคประมาณ 30-90 มล. จะเป็นผลให้การทำงานของตับ ไต หัวใจ และสมองเสื่อมลง และก่อให้เกิดอาการปวดแสบปวดร้อนอย่างรุนแรงที่ปากและคอ ผู้ที่มีความไวต่อสารนี้จะแสดงอาการปวดศีรษะ หายใจติดขัดแน่นหน้าอก อาจจะก่อมะเร็ง เพราะก่อมะเร็งในสัตว์ทดลอง หากเข้าสู่ร่างกาย 60-90 มล.ทำให้ตายได้

- วิธีหลีกเลี่ยง

1. ใช้ชุดตรวจสอบอย่างง่าย
2. ล้างทำความสะอาดให้ดี

- การทดสอบหาสารฟอร์มาลินในอาหาร

- วิธีการทดสอบ

1. ถ้าตัวอย่างเป็นของเหลว เทน้ำแช่อาหารลงในขวดผลทดสอบฟอร์มาลิน 1 จำนวน ½ ขวด ปิดฝาจุกให้สนิทเขย่าให้ละลาย
2. ถ้าตัวอย่างไม่มีน้ำ ให้ใช้น้ำสะอาดประมาณ 1 ช้อนโต๊ะ ล้างตัวอย่าง นำน้ำล้างใส่ลงในขวดผงทดสอบฟอร์มาลิน 1 จำนวน ½ ขวด ปิดฝาจุกให้สนิท เขย่าให้ละลาย
3. ถ่ายสารละลายจากข้อ 1 ลงในขวดผงทดสอบฟอร์มาลิน 2 ปิดฝาจุกให้สนิท เขย่าให้ละลาย
4. ถ่ายสารละลายจากข้อ 3 ลงในน้ำยาทดสอบฟอร์มาลิน 3 เขย่าให้เข้ากัน สังเกตสีสารละลาย

- การประเมินผล

ถ้าสารละลายเป็นสีชมพูถึงสีแดง แสดงว่ามีฟอร์มาลินปนอยู่ในตัวอย่างอาหารนั้น

4. ยาปราบศัตรูพืช

ยาปราบศัตรูพืชมักจะอยู่ในผักสด ผลไม้ มักมีสารพิษตกค้างเกินมาตรฐานในผลิตผลทางการเกษตรหลายชนิด เช่น ยาฆ่าแมลง ได้แก่ Organochlorine,Organophosphate,Carbamate ยาปราบวัชพืช ได้แก่ Paraquat,2,4D,2,4,5 T เคมีกำจัดศัตรูพืชหรือยาฆ่าแมลงเป็นวัตถุมีพิษที่อนุญาตให้นำมาใช้ป้องกันกำจัดศัตรูพืชในผลิตผลทางการเกษตรได้ แต่ต้องมีสารพิษตกค้างในปริมาณไม่เกินค่ากำหนดตามประกาศ กระทรวงสาธารณสุขฉบับที่ 163 (พ.ศ.2538)

- โทษและพิษภัย

1. อาการอ่อนเพลีย ปวดตามแขนขา กระสับกระส่าย กล้ามเนื้อกระตุก ชักและหมดสติ เช่น DDT

2. ปวดศีรษะ เหงื่อออก น้ำลายฟูมปาก น้ำตาไหล อาเจียน ท้องเดิน กล้ามเนื้อเต้นกระตุก ชัก หอบ ตาลาย รูม่านตาหดเล็ก และอาจตายภายในรวดเร็ว เช่น กลุ่ม Organophosphate

3. ปอดบวมน้ำ ตับวาย ภายในไม่กี่ชั่วโมงจนหลายวัน ในที่สุดจะมีอาการระบบหายใจล้มเหลว เนื่องจากเกิดเยื่อพังผืดในปอด ถ้าขนาดเข้มข้นอาจกัดเยื่อบุหลอดอาหารทำให้ริมฝีปากและลำคอไหม้พองและเป็นแผล อาจทำให้หลอดอาหารเป็นแผลทะลุ เช่น Paraquat

- วิธีหลีกเลี่ยง

1. ไม่มีชุดตรวจสอบอย่างง่ายสำหรับผู้บริโภค

2. ซื้อผักปลอดสารพิษ

3. ล้างทำความสะอาดอย่างถูกวิธีโดยนำมาแช่ในน้ำสะอาดนาน 1 ชั่วโมง จึงนำมาล้างน้ำสะอาด 2-4 ครั้ง ควรเก็บไว้ในถุงพลาสติกสะอาดหรือกล่องเก็บผัก การเก็บผักที่ล้างไว้ในตู้เย็นจะช่วยลดปริมาณสารตกค้างได้บ้าง หรือใช้ล้างด้วยน้ำไหลจากเกือบนาน 2 นาที หรือวิธีการหนึ่งใช้น้ำซาวข้าว นำมาแช่ผักที่ล้างไว้นาน 10 นาที แล้วหลังจากนั้น นำมาล้างด้วยน้ำสะอาดอีกครั้ง

5. สารฟอกขาว (ไฮโดรซัลไฟต์)

สารฟอกขาวมักอยู่ในถั่วงอก น้ำตาลปีบ ขิงฝอย หน่อไม้ดอง ผักดอง ผลไม้ดอง ผลไม้แช่อิ่ม ทุเรียน “สารฟอกขาว” มีทั้งประเภทที่อนุญาตให้นำมาใช้ในอาหารได้ เช่น โซเดียมซัลไฟต์ แต่ว่ามีฤทธิ์ในการฟอกต่ำ ผู้จำหน่ายจึงนิยมใช้สารฟอกขาวประเภทที่ไม่อนุญาตให้ใช้อาหารคือ โซเดียมไฮโดรซัลไฟต์มาผสม สารนี้มีฤทธิ์ฟอกขาวได้สูงกว่าประเภทแรก 2-3 เท่า สามารถฆ่าเชื้อจุลินทรีย์ได้ แต่มีอันตรายต่อร่างกาย

- โทษและพิษภัย

อาการหายใจขัด ความดันโลหิตต่ำ ปวดท้อง อาเจียน อุจจาระร่วง สำหรับผู้ที่แพ้อย่างรุนแรงหรือป่วยเป็นโรคหอบหืดจะมีอาการรุนแรงขึ้น มีอาการช็อค หมดสติ และอาจเสียชีวิต

- วิธีหลีกเลี่ยง
  1. ไม่ควรเลือกถั่วงอกที่มีสีขาวผิดปกติ ก่อนบริโภคถั่วงอกควรทำให้สุกเสียก่อน เพราะสารไฮโดรซัลไฟต์ที่อาจมีอยู่ในถั่วงอกจะถูกทำลายด้วยความร้อน
  2. ใช้ชุดตรวจอย่างง่าย ราคา 100 บาท ตรวจได้ 100 ตัวอย่าง
- การทดสอบหาสารฟอกขาว (ไฮโดรซัลไฟต์) ที่ปนเปื้อนในอาหาร
  - วิธีการทดสอบ
    1. นำตัวอย่างใส่ในถ้วยยา ดังนี้
       1.1 ตัวอย่างเป็นของเหลว เทตัวอย่างน้ำแช่ผักผลไม้ ลงในถ้วยยา 5 มิลลิลิตร
       1.2 ตัวอย่างเป็นของแข็ง ตักมาครึ่งช้อนชาใส่ในถ้วยยา เติมน้ำสะอาดประมาณ 10 มิลลิลิตร บดตัวอย่างให้แตก
    2. หยดน้ำยาไฮโดรซัลไฟต์ จำนวน 3-4 หยด เขย่าให้เข้ากัน สังเกตสีของสารละลาย
  - การประเมินผล
    1. ถ้าสารละลายเป็นสีเทา-ดำ แสดงว่ามีสารไฮโดรซัลไฟต์ (ไม่อนุญาตให้ใช้)
    2. ถ้าสารละลายเป็นสีเขียว แสดงว่ามีสารฟอกขาว (อนุญาตให้ใช้)
    3. ถ้าสารละลายเป็นสีฟ้าอ่อน แสดงว่าไม่มีสารฟอกขาว

6. สารกันรา (กรดซาลิซัยลิค)

สารที่ห้ามใช้ในอาหารกลุ่มเดียวกับอาหารที่เสี่ยงปนเปื้อนสารฟอกขาวคือ ถั่วงอก น้ำตาลปึก ขิงฝอย หน่อไม้ดอง ผักดอง ผลไม้ดอง

- โทษและพิษภัย

อาเจียน หูอื้อ มีไข้ อาจถึงตายได้ เป็นอันตรายมากต่อหญิงมีครรภ์โดยเฉพาะ 3 เดือนสุดท้ายก่อนคลอด เลือดออกมาก เสียงดังในหู ตื่นเต้นอยู่ไม่สุข หัวใจเต้นไม่เป็นจังหวะ

- วิธีหลีกเลี่ยง

ใช้ชุดตรวจสอบอย่างง่าย ราคา 100 ตัวอย่าง ราคาชุดละ 150 บาท

7. สารเร่งเนื้อแดง

สารเร่งเนื้อแดงปนเปื้อนในอาหาร ได้แก่ เนื้อหมู หมูบด ไส้กรอก ลูกชิ้น กุนเชียง หมูยอ

- โทษและพิษภัย

ยังไม่มีรายงานถึงโทษต่อมนุษย์อย่างชัดเจนคาดว่าหากได้รับสารตกค้างอาจเกิดอาการหัวใจเต้นผิดปกติ นอนไม่หลับ คลื่นไส้ อาเจียน

- วิธีหลีกเลี่ยง

1. ลักษณะเนื้อหมูปนเปื้อนจะมีสีคล้ำกว่าและเนื้อที่หั่นทิ้งไว้มีลักษณะเนื้อค่อนข้างแห้ง ขณะที่หมูปกติเมื่อหั่นทิ้งไว้จะพบน้ำซึมออกมาบริเวณผิว

2. ดูที่หมูสามชั้นเพราะหมูปกตินั้นดีที่สุดก็จะมีมัน 1 ส่วนต่อเนื้อแดง 2 ส่วน(33%)

3. โดยการเลือกเนื้อหมูที่มีมันติด หากไม่ต้องการมันหมูก็ตัดทิ้งไป

การพิจารณาร้านขายของชำและร้านสะดวกซื้อ

ต้องมีฉลากอาหารซึ่งประกอบไปด้วย

1. ชื่ออาหาร
2. ชื่อและที่ตั้งของสถานที่ผลิตอาหารหรือสั่งเข้ามาจำหน่ายในประเทศ
3. เลขสาระบบอาหาร เลข อย. ที่ 13 หลัก อยู่ในกรอบเครื่องหมาย
4. ส่วนประกอบของอาหารที่สำคัญคิดเป็นร้อยละหรือเปอร์เซ็นต์
5. ปริมาณของอาหารที่แสดงเป็นน้ำหนักสุทธิหรือปริมาณสุทธิ
6. วัน เดือน ปี หรือเดือน ปี ที่ผลิตหรือหมดอายุหรือควรบริโภคก่อนตามลำดับ
7. ข้อความอื่น ๆ ที่แสดงถึงการใช้วัตถุกันเสีย สี วัตถุปรุงแต่งรสอาหาร หรือวิธีกินหรือวิธีใช้ ข้อควรระวัง (ถ้ามี)

การพิจารณาตลาดสดและสารปนเปื้อน

1. ตลาดสดน่าซื้อ หมายถึง ตลาดประเภทที่ 1 ที่มีโครงสร้างมั่นคง แข็งแรง สะอาด ถูกสุขลักษณะ มีการพัฒนาจนผ่านเกณฑ์การพัฒนายกระดับด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อมอย่างน้อยขั้นพื้นฐาน และผ่านเกณฑ์ด้านความปลอดภัยของอาหารและเกณฑ์ด้านการคุ้มครองสุขภาพผู้บริโภค ในปัจจุบันจังหวัดสมุทรปราการสามารถดูได้จากป้ายสัญลักษณ์

2. ตลาดสดมี 3 ประเภท

3. พรบ.ที่เกี่ยวข้อง พรบ.อาหาร 2522 และ พรบ.สาธารณสุข 2535

4. ตรวจสอบตลาดและโครงสร้างอาหารสด

สถานที่ผลิตอาหาร

1. ปัจจุบันที่ผลิตอาหารหลายประเภทจำเป็นต้องผ่านมาตรฐาน GMP ซึ่งตามประกาศของกระทรวงสาธารณสุขที่ 193/43 เริ่มใช้ 24 กรกฎาคม 2544 (ผ่อนผันการบังคับใช้ 2 ปี) ครอบคลุมอาหาร 57 ชนิดทำให้สถานประกอบการเหล่านี้ต้องผ่านมาตรฐาน GMP ก่อนจึงจะสามารถผลิตอาหารเพื่อจำหน่ายได้

2. สิ่งที่เราสามารถตรวจสอบได้

กรณีที่เราพบมีสถานที่ผลิตอาหารที่น่าสงสัยหรือดูแล้วไม่สะอาดถูกหลักอนามัยอยากให้มีการตรวจสอบ ซึ่งการเข้าไปตรวจสอบนั้นจะทำได้พนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัติอาหารเท่านั้น แต่เราสามารถส่งข้อมูลตามแบบบันทึกข้อมูลสถานที่ผลิตอาหารดังกล่าว แจ้งไปที่สถานีอนามัยในพื้นที่รับผิดชอบ เพื่อรวบรวมข้อมูลแจ้งการตรวจสอบไปตามลำดับขั้นต่อไป

เลือกซื้ออาหารสดอย่างไรจึงจะปลอดภัย

1. เลือกซื้ออาหารสดจากร้านที่มีป้ายอาหารปลอดภัย
2. ใช้ชุดตรวจสารปนเปื้อนซึ่งหาซื้อได้ตามห้างสะดวกซื้อ
3. พิจารณารูปลักษณะภายนอกเลือกอาหารที่เป็นธรรมชาติที่สุด
4. เลือกซื้ออาหารสดที่สามารถระบุแหล่งที่ผลิตได้
5. ล้างทำความสะอาดอาหารสดที่ซื้อมาทุกครั้ง ก่อนนำไปปรุงอาหาร

การเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูป

ปัจจุบันมีอาหารสำเร็จรูปซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตมาจากโรงงานผลิตอาหารมากมายหลายประเภทเพื่อตอบสนองความสะดวกสบายของผู้บริโภค โดยเราสามารถหาซื้ออาหารสำเร็จรูปเหล่านี้ได้ตามร้านค้าทั่วไป ห้างสรรพสินค้า เช่น น้ำปลา ซอสปรุงรส อาหารกระป๋อง น้ำส้มสายชู น้ำมันพืช ขนมปัง สีผสมอาหาร บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป เป็นต้น

ก่อนที่อาหารเหล่านี้จะมาถึงมือผู้บริโภคต้องขออนุญาตการผลิตและผ่านการตรวจสอบจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุขหรือสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดก่อน โดยใช้มาตรฐานจีเอ็มพี (GMP) ซึ่งใช้มาตรฐานของกระบวนการผลิตเพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภค แต่ผู้บริโภคเองควรต้องรู้วิธีการเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปที่ได้มาตรฐานด้วย เพราะมีผลิตภัณฑ์จำนวนไม่น้อยที่ลักลอบนำมาจำหน่ายโดยไม่ผ่านการตรวจสอบ

เลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปอย่างไรจึงจะปลอดภัย

1. ควรดูส่วนประกอบของฉลากให้ครบถ้วน ได้แก่
   1.1 ชื่ออาหาร
   1.2 ชื่อ ที่อยู่ผู้ผลิต
   1.3 ป้ายเครื่องหมาย อย. ในกรอบมีเลขสาระบบ 13 หลัก ที่อยู่บนฉลาก
   1.4 ปริมาณสุทธิ
   1.5 มีส่วนประกอบของวัตถุดิบในการผลิต
   1.6 วัน เดือน ปี ผลิต หรือวันหมดอายุ

1.7 ต้องระบุว่ามีการเจือสี / แต่งกลิ่น / ใช้วัตถุกันเสียหรือไม่

1.8 ต้องบอกวิธีปรุง / คำแนะนำ / คำเตือน (ถ้ามี)

2. ลักษณะภายนอกของอาหารผิดปกติหรือไม่ เช่น สีผิดปกติ เกิดตะกอน กลิ่นผิดปกติ เป็นต้น ตรวจสอบภาชนะบรรจุต้องอยู่ในสภาพเรียบร้อยไม่รั่วหรือมีรอยฉีกขาด

3. ผู้ขายน่าไว้วางใจ ขายเป็นหลักแหล่ง ระบุแหล่งผลิต ที่มาของอาหารได้

4. อาหารที่อ้างสรรพคุณต้องมีการแสดงฉลากโภชนาการที่ชัดเจน

ผู้บริโภคจะได้ประโยชน์จากโรงงานที่ผ่านมาตรฐาน GMP เนื่องจากมาตรฐานGMP จะมีมาตรการป้องกันการปนเปื้อนในประเด็นหลัก ๆ 3 เรื่อง คือ

- การป้องกันทางด้านเชื้อจุลินทรีย์ เช่น ผลิตภัณฑ์จะไม่มีการปนเปื้อนเชื้อก่อโรคที่ทำให้เกิดโรคท้องร่วงอย่างแรง เป็นต้น
- การป้องกันทางด้านเคมี
- การป้องกันทางด้านกายภาพ เช่น สี กลิ่น ของผลิตภัณฑ์จะไม่เกิดการเปลี่ยนแปลงไป ไม่มีเศษผงหรือสิ่งที่ไม่พึงปรารถนาอยู่ในผลิตภัณฑ์

อาหาร 54 ประเภท ที่ต้องมีเครื่องหมาย อย. และเลขสาระบบ 13 หลักอยู่บนฉลาก

1. อาหารทารกและอาหารสูตรต่อเนื่องสำหรับทารกและเด็ก
2. อาหารเสริมสำหรับทารกและเด็กเล็ก
3. นมดัดแปลงสำหรับทารกและนมดัดแปลงสูตรต่อเนื่องสำหรับทารกและเด็กเล็ก
4. น้ำแข็ง
5. น้ำบริโภคในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท
6. เครื่องดื่มในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท
7. อาหารในภาชนะที่บรรจุที่ปิดสนิท
8. นมโค
9. นมเปรี้ยว
10. ไอศกรีม
11. นมปรุงแต่ง
12. ผลิตภัณฑ์ของนม
13. วัตถุเจือปนอาหาร
14. สีผสมอาหาร
15. วัตถุที่ใช้ปรุงแต่งรสอาหาร
16. โซเดียมซัลคลาเมตและอาหารที่มีโซเดียมซัลคลาเมต

17. อาหารสำหรับผู้ที่ต้องการควบคุมน้ำหนัก
18. ชา
19. กาแฟ
20. น้ำปลา
21. น้ำแร่ธรรมชาติ
22. น้ำส้มสายชู
23. น้ำมันและไขมัน
24. น้ำมันถั่วลิสง
25. ครีม
26. น้ำมันเหย
27. เนย
28. เนยแข็ง
29. เนยใสหรือกี
30. เนยเทียม
31. อาหารกึ่งสำเร็จรูป
32. ซอสบางชนิด
33. น้ำมันปาล์ม
34. น้ำมันมะพร้าว
35. เครื่องดื่มเกลือแร่
36. น้ำนมถั่วเหลืองในภาชนะบรรจุปิดสนิท
37. ช็อกโกแลต
38. แยม เยลลี่ มาร์มาเลดในภาชนะบรรจุปิดสนิท
39. อาหารที่มีวัตถุประสงค์พิเศษ
40. ไข่เยี่ยวม้า
41. รอยัลเยลลี่และผลิตภัณฑ์รอยัลเยลลี่
42. ผลิตภัณฑ์ปรุงรสที่ได้จากการย่อยโปรตีนของถั่วเหลือง
43. น้ำผึ้ง
44. ข้าวเติมวิตามิน
45. แป้งข้าวกล้อง
46. น้ำเกลือปรุงอาหาร
47. ซอสในภาชนะบรรจุปิดสนิท

48. ขนมปัง

49. หมากฝรั่งและลูกอม

50. วุ้นสำเร็จและขนมเยลลี่

51. ผลิตภัณฑ์กระเทียม

52. ผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์

53. วัตถุแต่งกลิ่นรส

54. อาหารแช่เยือกแข็ง

การเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภค

ด้วยวิถีชีวิตที่เร่งรีบทำให้หลาย ๆ คนต้องพึ่งพาอาศัยอาหารที่ปรุงสำเร็จแล้วจากนอกบ้าน การเลือกร้านอาหารที่เราจะเข้าไปรับประทานนั้น นอกจากความอร่อยถูกปากและมีคุณค่าทางอาหารต่อร่างกายแล้ว สิ่งหนึ่งที่ต้องคำนึงถึงคือความปลอดภัยต่อสุขภาพ เนื่องจากอาหารพร้อมบริโภคที่ขายอยู่มากมายหลายรูปแบบมีโอกาสเสี่ยงกับโรคภัยที่ตามมาจากการรับประทาน หากไม่เลือกซื้ออย่างระมัดระวัง

โรคที่เกิดจากอาหารไม่สะอาดหรือพิษภัยในอาหารมีสาเหตุมาจากการปนเปื้อนไม่ว่าจะเกิดขึ้นตั้งแต่ขั้นตอนการผลิต การเลี้ยงสัตว์ การขนส่ง การแปรรูปการปรุง การประกอบ และการจำหน่ายถึงผู้บริโภคในขั้นตอนสุดท้าย เหล่านี้สามารถถูกปนเปื้อนได้จากสาเหตุของ 5 ประเภท คือ

1. จากเชื้อจุลินทรีย์และพยาธิ มีสาเหตุจากกระบวนการผลิต ปรุงประกอบ และจำหน่ายอาหารที่ไม่ถูกสุขลักษณะ ตั้งแต่อาหารดิบจนถึงภาชนะบรรจุอาหาร รวมไปถึงนิสัยการรบริโภคของผู้บริโภคด้วย มีสาเหตุทำให้เชื้อจุลินทรีย์และพยาธิเข้าสู่ร่างกาย

1.1 แบคทีเรีย เป็นสาเหตุของโรคอหิวาตกโรคบิด ไทฟอยด์ คอตีบ วัณโรค ฯลฯ

1.2 ไวรัสเป็นสาเหตุของโรคไขสันหลังอักเสบ คางทูม ตับอักเสบ ฯลฯ

1.3 พยาธิ มีพยาธิใบไม้ในตับ พยาธิแส้ม้า พยาธิตัวจี๊ด ฯลฯ เกิดจากการรับประทานอาหารที่ไม่ผ่านความร้อนหรือปรุงสุก ๆดิบ ๆ

2. จากพิษของเชื้อจุลินทรีย์ เกิดจากเชื้อแบคทีเรียที่เข้าไปปนเปื้อนในอาหาร มีการเจริญ เติบโตในอุณหภูมิและความชื้นที่เหมาะสม มีการสร้างสารพิษที่เป็นอันตรายต่อร่างกาย โรคที่สำคัญ ๆ ในกลุ่มนี้ ได้แก่

2.1 พิษจากเชื้อสแตฟฟิโลคอคคัสเชื้อนี้พบได้ตามแผล ฝี หนอง เสมหะ อาจจะมาจากผู้ประกอบอาหารที่ไม่สะอาด เชื้อชนิดนี้ทนความร้อน หากผู้บริโภคได้รับเชื้อนี้แล้วจะมีอาการคลื่นไส้ อาเจียน ปวดบิดในท้อง ถ่ายเป็นน้ำ

2.2 พิษจากเชื้อคลอสติเดียมโบทูลินั่ม พบได้ในอาหารกระป๋องที่บรรจุไม่ถูกสุขลักษณะแล้วสร้างสารพิษที่เป็นอันตรายถึงตายได้มีคุณสมบัติเจริญได้ดีในที่ไม่มีอากาศและไม่ทนความร้อน

3. พิษจากเชื้อราพบในอาหารแห้งที่ไม่ถูกสุขลักษณะ อันตราย พบได้ตั้งแต่ลักษณะเฉียบพลันจนถึงเรื้อรัง อาจถึงเสียชีวิตได้

4. พิษในอาหารตามธรรมชาติ ได้แก่ พืชและสัตว์ที่มีพิษในตัวเองหรือการปนเปื้อนจากสิ่งแวดล้อมที่เป็นพิษ เช่น เห็ด กลอย ปลาปักเป้า เป็นต้น

5. พิษจากสารเคมี โรคที่เกิดจากสารเคมีที่เป็นพิษที่สำคัญได้แก่ พิษจากตะกั่ว ทำให้อาการอ่อนเพลีย โลหิตจาง มีอาการทางประสาท เป็นอัมพาต

6. พิษจากสารหนู มีอาการคลื่นไส้อาเจียน อาจเป็นมะเร็งผิวหนังได้ เป็นต้น

หลักการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภค

1. ดูลักษณะการปรุงจำหน่าย ดังนี้

1.1 อาหารพร้อมบริโภคควรวางจำหน่ายสูงจากพื้นอย่างน้อย 60 ซม.

1.2 คนขายอาหารแต่งกายสะอาด สวมเสื้อมีแขน ผู้ปรุงต้องผูกผ้ากันเปื้อน และสวมหมวกหรือเน็ทคลุมผม

1.3 คนขายอาหารต้องล้างมือให้สะอาดก่อนเตรียมปรุง ประกอบ จำหน่ายอาหารทุกครั้ง ใช้อุปกรณ์ในการหยิบจับอาหารที่ปรุงสำเร็จ

1.4 อาหารปรุงสำเร็จแล้วต้องเก็บในภาชนะที่สะอาดมีการปกปิด วางสูงจากพื้น 60 ซม.

1.5 น้ำแข็งที่ใช้บริโภคต้องสะอาด เก็บในภาชนะที่สะอาดมีฝาปิด ใช้อุปกรณ์ที่มีด้ามสำหรับคีบหรือตักโดยเฉพาะวางสูงจากพื้นอย่างน้อย 60 ซม.

1.6 ล้างภาชนะด้วยน้ำยาล้างภาชนะ แล้วล้างด้วยน้ำสะอาด 2 ครั้ง หรือล้างด้วยน้ำที่ไหลผ่านและอุปกรณ์การล้างต้องวางสูงจากพื้นอย่างน้อย 60 ซม.

1.7 ช้อน ส้อม ตะเกียบ วางตั้งเอาด้ามขึ้นในภาชนะโปร่งสะอาด หรือวางตั้งเอาด้ามขึ้นในภาชนะโปร่งสะอาด หรือวางเป็นระเบียบในภาชนะโปร่งสะอาด และมีการปกปิด เก็บสูงจากพื้นอย่างน้อย 60 ซม.

1.8 สถานที่รับประทานสถานที่เตรียมปรุงประกอบอาหาร ต้องสะอาดเป็นระเบียบและจัดเป็นสัดส่วน

1.9 ไม่เตรียมอาหารที่จะปรุงบนพื้นและบริเวณหน้าหรือในห้องน้ำ ห้องส้วม และต้องเตรียมปรุงอาหารบนโต๊ะที่สูงจากพื้นอย่างน้อย 60 ซม.

1.10 ใช้สารปรุงแต่งอาหารที่มีความปลอดภัยมีเครื่องหมายรับรองของทางราชการ เช่น เลขทะเบียนตำรับอาหาร อย. เครื่องหมายรับรองมาตรฐานของกระทรวงอุตสาหกรรม (มอก.)

1.11 อาหารสดต้องล้างให้สะอาดก่อนนำมาปรุงหรือเก็บ การเก็บอาหารประเภทต่าง ๆ ต้องแยกเก็บเป็นสัดส่วน อาหารประเภทเนื้อสัตว์ดิบเก็บในอุณหภูมิที่ไม่สูงกว่า 7.2 องศาเซลเซียส

1.12 เขียงและมีดต้องมีสภาพดี และต้องแยกเขียงหั่นของสุกกับเขียงหั่นของดิบ

1.13 ขยะมูลฝอยและน้ำเสียทุกชนิด ได้รับการกำจัดด้วยวิธีที่ถูกหลักสุขาภิบาล

1.14 ห้องส้วมสำหรับผู้บริโภคและคนขายอาหารต้องสะอาด มีอ่างล้างมือที่ใช้การได้ดี และมีสบู่ใช้ตลอดเวลา

1.15 คนขายอาหารที่มีบาดแผลที่มือ ต้องปกปิดแผลให้มิดชิด หลีกเลี่ยงการปฏิบัติงานที่มีโอกาสสัมผัสอาหาร

2. ดูป้าย “อาหารสะอาด รสชาติอร่อย” เกณฑ์มาตรฐานของโรงอาหารและร้านอาหาร

ก. สถานที่รับประทานอาหาร

1) สะอาดเป็นระเบียบ

2) โต๊ะ เก้าอี้ สะอาด แข็งแรง จัดเป็นระเบียบ

3) มีการระบายอากาศที่ดี ติดป้ายห้ามสูบบุหรี่

ข. สถานที่เตรียม-ปรุงอาหาร

4) สะอาดเป็นระเบียบ พื้นทำด้วยวัสดุถาวร แข็งเรียบ สภาพดี

5) มีการระบายอากาศจากกลิ่นและควันจากการทำอาหารได้ดี

6) ไม่เตรียมหรือปรุงอาหารบนพื้น

7) โต๊ะเตรียมอาหารและผนังบริเวณเตาไฟต้องทำด้วยวัสดุทำความสะอาดง่าย สูงอย่างน้อย 60 ซม.

ค. ตัวอาหาร น้ำ น้ำแข็ง เครื่องดื่ม

8) อาหารและเครื่องดื่มในภาชนะปิดสนิทต้องมีเลขสาระบบอาหาร

9) อาหารสด เช่น เนื้อสัตว์ ผักผลไม้ ต้องเก็บแยกเป็นสัดส่วน ไม่ปนกัน สูงจากพื้น 60 ซม. ถ้าอยู่ในห้องเย็นสูงจากพื้น 30 ซม.

10) อาหารและเครื่องดื่มในภาชนะปิดสนิท มีคุณภาพดี เก็บสูงจากพื้น 30 ซม.

11) อาหารที่ปรุงสำเร็จแล้วเก็บในภาชนะที่สะอาดมีการปกปิดสูงจากพื้น 60 ซม.

12) มีตู้สำหรับปกปิดอาหารที่ปรุงสำเร็จแล้วและด้านหน้าของตู้ต้องเป็นกระจก

13) น้ำดื่ม น้ำผลไม้ ต้องสะอาดเทจาก ภาชนะที่มีก๊อก หรือทางเทรินน้ำ สูงจากพื้น 60 ซม.

14) น้ำแข็งที่ใช้บริโภคต้องสะอาด มีอุปกรณ์คีบตักที่มีด้ามจับ วางสูงจากพื้น 60 ซม. ไม่แช่ของอื่นรวม

ง. ภาชนะอุปกรณ์

15) ต้องทำด้วยวัสดุไม่มีพิษ

16) ภาชนะใส่เครื่องปรุงต้องทำด้วยแก้วหรือกระเบื้องเคลือบขาว สแตนเลส มีฝาปิด ทำความสะอาดง่าย

17) ล้างภาชนะอุปกรณ์ด้วยวิธีการอย่างน้อย 2 ขั้นตอน สูงจากพื้น 60 ซม.

18) ใช้อ่างล้างภาชนะที่มีท่อระบายใช้การได้ดี มีอ่างน้อย 2 อ่าง

19) จานชามถ้วยแก้วน้ำถาดหลุมฯ คว่ำในที่สะอาดโปร่ง วางสูง 60 ซม.

20) ช้อนส้อม ตะเกียบ วางเอาด้ามขึ้นในภาชนะโปร่งสะอาด เป็นระเบียบมีการปกปิด สูงจากพื้น 60 ซม.

21) เขียงต้องมีสภาพดี ไม่แตกร้าว แบ่งแยกอาหารสุก อาหารดิบ มีฝาชีครอบ

จ. การรวบรวมขยะและน้ำโสโครก

22) ใช้ถังขยะที่ไม่รั่วซึมและมีฝาปิด

23) มีท่อระบายน้ำที่ดี ไม่แตกร้าว ต้องมีแหล่งบำบัดก่อนระบายสู่แหล่งน้ำสาธารณะ

24) มีบ่อดักเศษอาหารและไขมันใช้การได้ดี ก่อนระบายทิ้ง

ฉ. ห้องน้ำห้องส้วม

25) ห้องน้ำห้องส้วม ต้องสะอาด ไม่มีกลิ่นเหม็น มีน้ำใช้เพียงพอ

26) ห้องส้วมแยกเป็นสัดส่วน ประตูไม่เปิดสู่บริเวณปรุงหรือเตรียมอาหาร ที่ล้าง เก็บอุปกรณ์ ที่เก็บอาหาร และต้องมีอ่างล้างมือที่ดี ในบริเวณห้องส้วม

ช. ผู้ปรุง-ผู้เสิร์ฟ

27) การแต่งกายต้องสวมเสื้อมีแขน

28) ผูกผ้ากันเปื้อนสีขาวหรือมีเครื่องแบบ ผู้ปรุงต้องสวมหมวกมีเนทคลุมผม

29) ต้องเป็นผู้มีสุขภาพดี ไม่มีโรคติดต่อ ไม่เป็นโรคผิวหนัง สำหรับผู้ปรุงต้องมีหลักฐานการตรวจสุขภาพให้ตรวจสอบได้

30) มีสุขนิสัยที่ดี เช่น ตัดเล็บสั้น ไม่สูบบุหรี่ ขณะปฏิบัติงาน

หลัก 13 ประการ เพื่อการบริโภคอาหารปลอดภัย

1. ลดอาหารที่เต็มไปด้วยแป้ง น้ำตาล ไขมัน อาหารปิ้ง ทอดจนไหม้เกรียม เพราะอาจเป็นบ่อเกิดมะเร็ง

2. ควรบริโภคผัก ผลไม้ ให้มากช่วยต้านมะเร็ง

3. ลดอาหารที่มีการปรุงแต่ง เช่น ใส่สารกันเสีย ใส่สีสังเคราะห์ ฯลฯ

4. เลือกวัตถุดิบตามฤดูกาล และมีลักษณะเป็นไปตามธรรมชาติมากที่สุด (สี กลิ่น ลักษณะภายนอก ฯลฯ) และล้างทำความสะอาดอย่างถูกต้อง

5. กินอาหารครบทั้ง 5 หมู่ มีความหลายหลาก และดูแลน้ำหนักให้เหมาะสม

6. กินข้าว ธัญพืช ในปริมาณพอเหมาะ

7. กินปลา เนื้อไม่ติดมัน ไข่ ถั่ว และเนื้อสัตว์

8. เลี่ยงอาหาร เค็ม หวาน

9. งด / ลด เหล้า เบียร์

10. ดูป้ายสัญลักษณ์ความปลอดภัย คือ ป้ายอาหารปลอดภัย ป้ายอาหารสะอาด รสชาติอร่อย เครื่องหมาย อย. และเลขสาระบบ 13 หลักบนฉลาก

11. เลือกร้านอาหารที่ปรุงถูกสุขลักษณะ

12. อ่านฉลากอาหารสำเร็จรูป ให้ดีดูลักษณะก่อนซื้อ

13. กินข้าวซ้อมมือหรือข้าวกล้องอย่างสม่ำเสมอ

การเลือกบริการสุขภาพและเครื่องสำอาง

"บริการสุขภาพ" จากภาคเอกชน ไม่ว่าจะเป็นคลินิก โรงพยาบาลเอกชน หรือร้านขายยาล้วนแล้วแต่ส่งผลโดยตรงกับชีวิตของผู้ใช้บริการอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ แต่ท่ามกลางกระแสทุนนิยมทำให้เกิดบริการสุขภาพที่ไม่มีคุณภาพ ไม่ได้มาตรฐาน ไร้จรรยาบรรณ ไร้ความรับผิดชอบ เอารัดเอาเปรียบผู้ใช้บริการ ดังนั้นการเลือกบริการสุขภาพและเครื่องสำอางจึงเป็นเรื่องสำคัญที่ควรต้องทราบดังนี้

หลักการเลือกใช้บริการจากสถานพยาบาลเอกชน

สถานพยาบาล มี 2 ประเภท

1. สถานพยาบาลประเภทที่ไม่รับผู้ป่วยไว้ค้างคืน
   - คลินิกเวชกรรม
   - คลินิกเวชกรรมเฉพาะทาง
   - คลินิกทันตกรรม
   - คลินิกทันตกรรมเฉพาะทาง
   - คลินิกการพยาบาลและการผดุงครรภ์
   - คลินิกกายภาพบำบัด
   - คลินิกเทคนิคการแพทย์
   - คลินิกการแพทย์แผนไทย
   - คลินิกการแพทย์แผนไทยประยุกต์
   - สหคลินิก
2. สถานพยาบาลประเภทที่รับผู้ป่วยไว้ค้างคืน
   - โรงพยาบาล
   - สถานพยาบาลเวชกรรม

- สถานพยาบาลทันตกรรม
- สถานพยาบาลการผดุงครรภ์
- สถานพยาบาลผู้ป่วยเรื้อรัง
- สถานพยาบาลการแพทย์แผนไทย
- สถานพยาบาลการแพทย์แผนไทยประยุกต์

หลักการพิจารณาเลือกใช้บริการสถานพยาบาลเอกชนที่ปลอดภัย

1. หากเข้าไปใช้บริการในสถานพยาบาลเอกชนจะรู้ว่าสถานพยาบาลนั้นดีมีคุณภาพหรือไม่ ให้สังเกตดังนี้

1.1 มีป้ายสีขาว แสดงชื่อสถานพยาบาลเป็นอักษรไทย กรณีใช้ภาษาต่างประเทศนั้นขนาดตัวอักษรต้องเล็กกว่าอักษรไทยและมีสีตัวอักษรที่แตกต่างกันไปตามประเภทของสถานพยาบาล เช่น

ประเภท	สีตัวอักษรบนป้าย
คลินิกเวชกรรม/คลินิกเวชกรรมเฉพาะทาง	สีเขียว
คลินิกทันตกรรม/คลินิกทันตกรรมเฉพาะทาง	สีม่วง
คลินิกการพยาบาลและการผดุงครรภ์	สีฟ้า
คลินิกกายภาพบำบัด	สีชมพู
คลินิกเทคนิคการแพทย์	สีเลือดหมู
คลินิกการแพทย์แผนไทย	สีน้ำเงิน
คลินิกการแพทย์แผนไทยประยุกต์	สีน้ำตาล
สหคลินิก	สีเขียวแก่

นอกจากนี้ต้องมีเลขที่ใบอนุญาตให้ประกอบกิจการสถานพยาบาลแสดงไว้ในแผ่นป้ายด้วย และแผ่นป้ายแสดงชื่อร้านจะต้องแสดงให้เห็นอย่างชัดเจน

1.2 ต้องแสดง “ใบอนุญาตประกอบกิจการสถานพยาบาล” และ “ใบอนุญาตให้ดำเนินการสถานพยาบาล” ในสถานพยาบาลเอกชนจะต้องแสดงใบอนุญาตนี้ทั้ง 2 ใบ

1.3 ต้องแสดงอัตราค่ารักษาพยาบาลเปิดเผยและชัดเจน โดยจัดทำเป็นแผ่นประกาศ แผ่นพับเป็นเล่มหรือแฟ้มเอกสารหรือโปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อแสดงให้ผู้ป่วยทราบ

1.4 ต้องแสดงให้ผู้ป่วยทราบว่าจะสามารถสอบถามอัตราค่ารักษาพยาบาลและค่าบริการของสถานพยาบาลได้ที่จุดไหน และต้องแสดงไว้ให้เห็นอย่างชัดเจน

1.5 ต้องติดประกาศสิทธิผู้ป่วยไว้ให้เห็นอย่างชัดเจน

1.6 ต้องแสดงรูปถ่ายของแพทย์หรือผู้ประกอบวิชาชีพไม่เกินหนึ่งปี สีของพื้นแผ่นป้ายให้ใช้สีน้ำเงินและตัวอักษรสีขาว ติดแผ่นป้ายไว้ในบริเวณที่เห็นอย่างชัดเจน ดังนั้นเราจะรู้ว่าคนที่รักษาเราเป็นแพทย์หรือผู้ประกอบวิชาชีพจริงหรือไม่ โดยให้สังเกตหน้าในรูปถ่ายตรงกับคนที่ให้บริการเรา

1.7 ชื่อสถานพยาบาลต้องแสดงไว้ให้ปรากฏในซองหรือฉลากบรรจุยา หรือเวชภัณฑ์และเอกสารเวชระเบียน

2. อย่าหลงเชื่อโฆษณาเหล่านี้

2.1 อ้างอิงตัวเลขทางสถิติโดยแสดงความสามารถในการรักษาที่ไม่สามารถพิสูจน์ได้

2.2 โฆษณาความรู้ความสามารถและความเชี่ยวชาญในการรักษาพยาบาลคุณภาพ ประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพ ประสิทธิผลของผู้ประกอบวิชาชีพ เครื่องมือ เครื่องใช้และกรรมวิธีในการให้บริการด้วยข้อความหรือรูปภาพเป็นเท็จ

2.3 โฆษณาด้วยวิธีการอันอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ ร่างกาย หรือจิตใจ หรือก่อให้เกิดความรำคาญแก่ผู้ใช้บริการหรือประชาชนทั่วไป

2.4 โฆษณาที่ให้รางวัล การเสี่ยงโชค ของแถม หรือสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ

3. อย่าให้ผู้ที่เราไม่แน่ใจว่าเป็นแพทย์ปริญญา ตรวจโรค วินิจฉัยโรค บำบัดโรค ป้องกันโรค ผดุงครรภ์ แทงเข็ม หรือฝังเข็ม เพื่อบำบัดโรคหรือเพื่อระงับความรู้สึกทำศัลยกรรม ใช้รังสี ฉีดยา หรือสสาร สอดใส่วัตถุใด ๆ เข้าไปในร่างกาย เพราะการกระทำดังกล่าวต้องใช้ความรู้ความชำนาญสูง ผู้ที่จะกระทำได้จึงต้องเป็นแพทย์ปริญญาหรือที่เรียกทางการว่าผู้ประกอบการวิชาชีพเวชกรรมเท่านั้น

หลักการเลือกใช้บริการจากร้านขายยา

ร้านขายยาแผนปัจจุบันสำหรับมนุษย์มีอยู่ 2 ประเภท คือ

<u>ประเภทที่ 1</u>

ร้านขายยาแผนปัจจุบัน (ขย.1) ขายยาได้หลายชนิด นับเม็ดขายได้ แบ่งขายได้ ป้ายชื่อร้านขายยามีคำว่า “สถานที่ขายยาแผนปัจจุบัน” บนพื้นสีน้ำเงิน มีป้ายชื่อผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการคือป้ายชื่อเภสัชกรผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการเป็นสีน้ำเงิน ผู้ให้บริการในร้านขายยาตามกฎหมายคือเภสัชกร

- หลักการเลือกใช้บริการ

เมื่อมีอาการป่วยที่ต้องการคำปรึกษาเพื่อเลือกใช้ยาอย่างเหมาะสมหรือเมื่อมีอาการเจ็บป่วยเล็กน้อย

- ปัญหาที่พบบ่อย ๆ

ไม่มีเภสัชกรอยู่ในร้านยานั้นจริงหรือเจ้าของร้านขายยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษในระหว่างที่เภสัชกรไม่อยู่ปฏิบัติหน้าที่

ประเภทที่ 2

ร้านขายยายาแผนปัจจุบันเฉพาะยาบรรจุเสร็จที่ไม่ใช่ยาอันตรายและยาควบคุมพิเศษ(ขย.2) ประเภทยาที่ขายได้ขายยาได้เฉพาะยาสามัญประจำบ้าน ยาบรรจุเสร็จที่ไม่ใช่ยาอันตรายและยาควบคุมพิเศษ (นับเม็ดยาแบ่งขายไม่ได้) ป้ายชื่อร้านขายยามีคำว่า “สถานที่ขายยาแผนปัจจุบันเฉพาะยาบรรจุเสร็จที่ไม่ใช่ยาอันตรายและยาควบคุมพิเศษ” บนพื้นสีแดง ป้ายผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการเป็นสีเขียว ผู้ให้บริการในร้านขายยาตามกฎหมายได้แก่ พยาบาลหรือผู้ผ่านการอบรมจากกระทรวงสาธารณสุข

- หลักการเลือกใช้บริการ

  เฉพาะเวลามีอาการป่วยเล็กน้อยเท่านั้น สามารถหายาที่มีฉลากบอกรายละเอียดมาใช้เองได้

- ปัญหาที่พบบ่อยๆ

  นับเม็ด แบ่งขายยา

  ขายยาอันตรายและยาควบคุมพิเศษ

หลักการพิจารณาเลือกใช้บริการร้านยาที่มีคุณภาพ

เราสามารถประเมินร้านยาใกล้บ้านได้ว่าเป็นร้านยาที่มีคุณภาพและควรเลือกใช้บริการหรือไม่ดังนี้

1. เมื่อเข้าไปซื้อยาจะรู้ได้ทันทีว่าคนที่กำลังให้บริการเราอยู่เป็นเภสัชกรหรือผู้ช่วยเภสัชกร โดยดูจากเครื่องหมายสภาเภสัชกรรมบนหน้าอกเสื้อ หรือ ปักคำว่า “เภสัชกร” แต่อย่างไรก็ตามเภสัชกรต้องอยู่ให้บริการจริงในร้านและส่งมอบยา พร้อมคำแนะนำกับท่านทุกราย

2. เภสัชกรจะถามว่าใครเป็นผู้ใช้ยาและถามย้ำเพื่อยืนยันให้แน่ใจว่ายาที่เราต้องการนั้นเหมาะสมกับโรคหรืออาหารที่เราเป็นและมีความปลอดภัยกับเรา โดยไม่มุ่งแต่จะขายอย่างเดียว

3. เมื่อเราได้รับยาแล้ว เภสัชกรจะบอกว่าเราได้รับยาอะไร รักษาอะไร วิธีใช้อย่างไร มีคำเตือนอะไร และจะจะมีชื่อร้านยาระบุบนซองยาและมีฉลากแนะนำวิธีใช้ด้วย

4. ไม่จ่ายยาเป็นชุด ๆ แต่จะจ่ายยาพร้อมให้คำอธิบายที่จำเป็น เช่น วิธีใช้การปฏิบัติตัวเพื่อให้หายป่วย การใช้ยาอย่างเหมาะสม เป็นต้น

5. ถ้าเราเป็นโรคเรื้อรังที่ต้องมารับบริการต่อเนื่อง ที่ร้านจะมีแฟ้มเก็บ “ประวัติการใช้ยา” เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และความปลอดภัยจากการใช้ยา

6. ในกรณีมีปัญหาจากการใช้ยาจะมีบริการ “ให้คำปรึกษาด้านยา” เพื่อแก้ไขปัญหาจากการใช้ยาและเพิ่มประสิทธิภาพการรักษาด้วยยาอยู่อย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ยังสามารถให้คำปรึกษาเรื่องสุขภาพ การป้องกันโรคและการสร้างเสริมสุขภาพได้ด้วย

7. เมื่อโรคและอาการที่มาเกินความสามารถของเภสัชกรในการดูแลรักษาจะต้องส่งต่อให้แพทย์รักษา

8. มีสื่อให้ความรู้ด้านสุขภาพและมีประกาศสิทธิผู้ป่วยให้เห็นชัดเจน

ข้อควรรู้ก่อนรับยา

1. ชื่อยา : ต้องรู้ว่ายาที่ได้รับมานั้นชื่ออะไร โดยอาจจะเขียนชื่อยาไว้ที่ซองยา ประโยชน์คือเมื่อเกิด “อาการแพ้ยา“ เช่น ผื่นแพ้ตามตัว ปากบวม ตาบวม หายใจขัดจะรู้ว่าแพ้ยาอะไร เป็นประวัติส่วนตัวที่ต้องแจ้งให้หมอและเภสัชกรทราบทุกครั้งที่ไปรักษา เพื่อหลีกเลี่ยงการใช้ยาตัวนั้นอีกเพื่อป้องกันการกินยาซ้ำซ้อน เพราะหากไปหาหมอและเภสัชกรที่อื่นจะบอกผู้ที่รักษาได้ว่า “ช่วงนี้ใช้ยาอะไรอยู่” เพื่อจะได้ไม่จ่ายยาซ้ำซ้อนทำให้ปลอดภัยจากการได้รับยาเกินขนาด ในกรณีที่กินยาแล้วอาการไม่ดีขึ้นกลับไปหาหมอและเภสัชกรอีกครั้ง เขาจะรู้เคยใช้ยาตัวนี้มาแล้วอาการยังไม่ดีขึ้นจะเป็นข้อมูลเพื่อปรับเปลี่ยนยาในการรักษาต่อให้เหมาะสมยิ่งขึ้น

2. สรรพคุณของยา : เมื่อรู้สรรพคุณของยาแต่ละชนิด เมื่อหายจากอาการนั้น ๆ แล้วจะสามารถหยุดใช้ยาได้ตรงกับอาการที่เราหาย ไม่ต้องกินยาโดยไม่จำเป็นอีกต่อไป ซึ่งการกินยาที่ไม่จำเป็นจะทำให้เสี่ยงกับอาการข้างเคียงของยาโดยใช่เหตุ เช่น เมื่อเป็นหวัดอาจจะได้ยาลดน้ำมูกและยาลดไข้ เมื่อเราทราบสรรพคุณของยาแล้ว หากไม่มีไข้แล้วก็สามารถหยุดยาลดไข้ได้ทันที เป็นต้น

3. วิธีใช้ยาที่ถูกต้อง : เมื่อใช้ยาได้อย่าง “ถูกวิธี” เช่น ฉลากยาระบุให้กินยาก่อนอาหาร หากปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัดยาจะออกฤทธิ์เต็มที่ก็จะหายจากโรคและอาการป่วยได้เร็วขึ้น

4. ข้อควรระวังและอาการข้างเคียง : เมื่อรู้ข้อมูลด้านนี้ของยาจะได้ประโยชน์คือ หยุดใช้ยาได้อย่างทันท่วงทีเมื่อเกิดอาการข้างเคียงขึ้นจะสามารถป้องกันไม่ให้อาการข้างเคียงของยาที่เกิดขึ้นนั้นเป็นอันตรายมากไปกว่านี้หรือปฏิบัติตัวเพื่อลดอาการข้างเคียงนั้น ๆ ได้ เช่น การกินยาลดการอักเสบกล้ามเนื้ออาจจะมีอาการข้างเคียง คือแสบท้อง ดังนั้นควรกินหลังอาหารทันที แต่ถ้ากินหลังอาหารแล้วยังคงแสบท้องก็ควรงดกินยาทันทีควรระวังอันตรายจากการใช้ยา เช่น ยาที่กินแล้วง่วงนอนก็ต้องระวังการขับรถ เป็นต้น

5. การปฏิบัติตัว : การปฏิบัติตัวที่ถูกต้องจะช่วยให้หายจากโรคและอาการได้เร็วขึ้น รวมทั้งอาจจะรู้ว่าจะป้องกันอย่างไรไม่ให้กลับมาเป็นโรคหรืออาการนี้อีกก็ได้ เช่น การเป็นโรคกระเพาะปัสสาวะอักเสบ หลังจากได้ยาไปทานแล้วจะต้องดื่มน้ำมาก ๆ และไม่ควรอั้นปัสสาวะเป็นเวลานานถ้ามีข้อมูลว่าช่วงที่กินยาตัวนี้อยู่ห้ามกินยาหรืออาหารใด ๆ ร่วมบ้าง พร้อมทั้งปฏิบัติตามยาจะออกฤทธิ์ได้อย่างพอดี ไม่มากหรือน้อยจนเกินไปและช่วยลดปัญหาที่จะตามมาได้

หลักการในการใช้ยาที่ถูกต้อง

1. มี “ยาสามัญประจำบ้าน” ไว้ในบ้านเพื่อรักษาอาการเบื้องต้น เพราะยาสามัญประจำบ้านจะมีความปลอดภัยใช้ง่าย หากไม่ทราบว่ายาใดเป็นยาสามัญประจำบ้านให้สอบถามจากเภสัชกรประจำร้านยา
2. ไม่ควรเอายาผู้อื่นมาใช้
3. ควรเลือกซื้อยารักษาอาการเบื้องต้นจากร้านขายยาที่ให้บริการโดยเภสัชกรเท่านั้น
4. ช่วงที่รับยาให้ฟังคำแนะนำการใช้ รวมทั้งสอบถามจากเภสัชกรโดยตรงหากมีข้อสงสัย
5. ถามข้อมูลยาให้ครบ 5 ข้อ

หลักการเลือกใช้เครื่องสำอาง

คนในยุคนี้ไม่ว่าหญิง ชาย เด็ก ผู้ใหญ่ จนถึงวัยชรา ต่างก็ใช้เครื่องสำอางกันทุกคนและทุกวัน ตั้งแต่เช้าเริ่มต้นวันใหม่ เราก็ต้องแปรงฟัน อาบน้ำ ก็ต้องใช้สบู่ แชมพู ยาสีฟัน น้ำยาบ้วนปาก หลังจากนั้นบางคนต้องทาครีม โลชั่นบำรุงผิว น้ำหอม โคโลญจน์ ลิปสติก รองพื้น ทาแก้ม แต่งตา ทาเล็บ ล้างเล็บ ผลิตภัณฑ์แต่งผม ผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกาย แม้แต่ผ้าอนามัย ล้วนแล้วแต่เป็นเครื่องสำอางทั้งสิ้น

เครื่องสำอางเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้เฉพาะกับผิวกายภายนอกเท่านั้นใช้เพื่อความสะอาดในชีวิตประจำวัน หรือใช้เพื่อระงับกลิ่นกาย แต่งกลิ่นหอม รวมถึงการใช้เพื่อปกป้องหรือส่งเสริมให้มีสุขภาพที่ดี ปรับแต่งให้ดูดี โดยไม่มีผลต่อโครงสร้างหรือการทำหน้าที่ใด ๆ ของร่างกาย

ประเภทของเครื่องสำอาง

แบ่งเป็น 3 ประเภท

1. เครื่องสำอางควบคุมพิเศษ

เป็นเครื่องสำอางที่มีความเสี่ยงสูงที่จะเกิดอันตรายกับผู้บริโภค จึงต้องมาขึ้นทะเบียนตำรับกับกระทรวงสาธารณสุข

<u>ตัวอย่าง</u>

ยาสีฟัน น้ำยาบ้วนปาก ไหมขัดฟันที่มีส่วนผสมของฟลูออไรด์

น้ำยาบ้วนปากที่มีส่วนผสมของเซทิลไพริดิเนียมมคลอไรด์

ผลิตภัณฑ์ดัดผม ยืดผม

ผลิตภัณฑ์ย้อมผมชนิดถาวร

ผลิตภัณฑ์ฟอกสีผม

ผลิตภัณฑ์ทำให้ผมดำที่มีส่วนผสมของเลดแอซีเทตหรือซิลเวอร์ไนเตรต

ผลิตภัณฑ์กำจัดขน หรือทำให้ขนร่วง

2. เครื่องสำอางควบคุม

เป็นเครื่องสำอางกลุ่มที่อาจมีผลกระทบ หรือมีความเสี่ยงต่อการเกิดอันตรายบ้าง แต่น้อยกว่าเครื่องสำอางควบคุมพิเศษ

ตัวอย่าง

ผ้าอนามัยทั้งชนิดแผ่นและชนิดสอด

ผ้าเย็นหรือกระดาษเย็นในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท

แป้งฝุ่นโรยตัว

แป้งน้ำ

ผลิตภัณฑ์ที่มีสารป้องกันแสงแดด

ผลิตภัณฑ์ที่มีสารขจัดรังแค เช่น ซิงก์ไพริไทโอน ไพรอกโทน โอลามีน

3. เครื่องสำอางทั่วไป

เครื่องสำอางที่ไม่มีส่วนผสมของสารควบคุมพิเศษหรือสารควบคุมสามารถผลิตได้โดยไม่ต้องมาแจ้ง เพียงแต่จัดทำฉลากภาษาไทยให้มีข้อความอันเป็นความจริง จำเป็น ครบถ้วน ชัดเจน

ตัวอย่าง

แชมพูสระผมหรือครีมนวดผมที่ไม่มีสารขจัดรังแค โลชั่น ครีมบำรุงผิว อายแชโดว์ อายไลเนอร์ ดินสอเขียนคิ้ว บลัชออนแต่งแก้ม ลิปสติก ครีมรองพื้น แป้งทาหน้า สบู่ก้อน สบู่เหลว โฟม น้ำมันทาผิว เครื่องสำอางระงับกลิ่นกาย สีทาเล็บ มูส หรือเยลแต่งผม เป็นต้น

เครื่องสำอางที่อยู่ในท้องตลาด มักมีปัญหาต่อไปนี้

1. ไม่แสดงฉลากภาษาไทย หรือแสดงไม่ครบถ้วยไม่ถูกต้อง
2. มีการโฆษณาโอ้อวดเกินจริง
3. มีการใส่สารเคมีต้องห้าม เช่น ปรอทแอมโมเนีย สารไฮโดรควิโนน

ฉะนั้นเราต้องปกป้องตนเองด้วยการพิจารณาฉลากเครื่องสำอางให้ถี่ถ้วน อย่าหลงเชื่อโฆษณาโอ้อวดเกินจริง ผิดกฎหมาย และใช้ชุดทดสอบอย่างง่ายเพื่อตรวจหาสารเคมีต้องห้ามได้ โดยขอรับได้ที่สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด

หลักการพิจารณาฉลากเครื่องสำอาง

ต้องมีการแสดงสิ่งต่าง ๆ ดังต่อไปนี้อย่างชัดเจน

1. ชื่อเครื่องสำอาง
2. ประเภทหรือชนิดของเครื่องสำอาง
3. ส่วนประกอบสำคัญ

ควรให้ความสำคัญกับข้อมูลในส่วนนี้ด้วย ถึงแม้ว่าบางครั้งอาจเป็นชื่อสารเคมีซึ่งคนทั่วไปไม่คุ้ยเคย แต่ข้อมูลนี้จะมีประโยชน์มาก หากเมื่อใช้เครื่องสำอางแล้วเกิดอาการแพ้จะได้จดจำไว้เป็นข้อมูลส่วนตัวว่าแพ้สารประเภทใด หรือถ้าทราบว่ามีประวัติแพ้สารใดมาก่อน เวลาซื้อเครื่องสำอางครั้งต่อไปจะได้หลีกเลี่ยง

4. ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิตและผู้นำเข้า

ในส่วนนี้จะเป็นการแสดงความรับผิดชอบของเจ้าของผลิตภัณฑ์ หากเกิดปัญหาใด ๆ ก็สามารถติดต่อหาผู้รับผิดชอบได้

5. วันเดือนปีที่ผลิต
6. วิธีใช้
7. ปริมาณสุทธิ
8. คำเตือน

เครื่องสำอางควบคุมพิเศษและเครื่องสำอางควบคุมทุกประเภทต้องแสดงข้อความคำเตือนตามที่กฎหมายกำหนด ยกเว้น ผ้าอนามัยที่ใช้ภายนอก

เครื่องสำอางแต่ละประเภทกฎหมายกำหนดให้แสดงฉลากแตกต่างกัน

1. เครื่องสำอางทั่วไป

   แสดงข้อความ 1-7

2. เครื่องสำอางควบคุม

   แสดงข้อความ 1-8 และเพิ่มการแสดงข้อความ

   - **“**เครื่องสำอางควบคุม**”**
   - **“**ครั้งที่ผลิต... **”**

3. เครื่องสำอางควบคุมพิเศษ

   แสดงข้อความ 1-8 และเพิ่มการแสดงข้อความดังนี้

   - “เครื่องสำอางควบคุมพิเศษ” อยู่ใกล้กับเลขทะเบียนในกรอบเครื่องหมาย อย.
   - “ครั้งที่ผลิต... ”

หลักการพิจารณาการโฆษณาเครื่องสำอาง

1. ต้องนำเสนอความจริง

2. ห้ามเครื่องสำอางมีโฆษณาว่าสามารถบำบัด บรรเทา รักษา หรือป้องกันโรค เช่น รักษาสิว โรคผิวหนัง ฆ่าเชื้อรา หรือสามารถก่อให้เกิดผลต่อโครงสร้างของร่างกาย เช่น เสริมทรวงอก ลดไขมัน ปลูกผม กระชับช่องคลอดได้ เนื่องจากเป็นการโฆษณาเกินขอบเขต

3. ไม่โฆษณาเครื่องสำอางที่มีข้อความเกี่ยวกับการแถมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค ที่มีเงื่อนไขคลุมเครือไม่ชัดเจน

ข้อแนะนำเกี่ยวกับการเลือกซื้อ และใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง

1. ซื้อเครื่องสำอางจากร้านที่มีหลักแหล่งแน่นอน เชื่อถือได้ เพราะหากมีปัญหาเกิดขึ้นจะได้ติดต่อหาผู้รับผิดชอบได้

2. ซื้อเครื่องสำอางที่มีฉลากภาษาไทย ซึ่งบ่งบอกสาระสำคัญเกี่ยวกับเครื่องสำอางอย่างครบถ้วน ชัดเจน ได้แก่ ชื่อและชนิดของเครื่องสำอาง ชื่อส่วนประกอบสำคัญ ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิต วันเดือนปีที่ผลิต วิธีใช้ ประมาณสุทธิ

3. ปฏิบัติตามวิธีใช้และใช้ด้วยความระมัดระวังตามคำเตือนที่ระบุไว้ที่ฉลากอย่างเคร่งครัด

4. หากใช้เครื่องสำอางชนิดใดเป็นครั้งแรก ควรทดสอบการแพ้ก่อนใช้ด้วยการทาผลิตภัณฑ์นั้นในปริมาณเล็กน้อยบริเวณท้องแขน แล้วทิ้งไว้ 24-28 ชั่วโมง หากไม่มีความผิดปกติใด ๆ เกิดขึ้นแสดงว่าใช้ได้

5. หากใช้เครื่องสำอางใดแล้วมีความผิดปกติเกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการใช้ครั้งแรกหรือใช้มาระยะหนึ่งแล้วก็ตามต้องหยุดใช้ทันที ถ้าหยุดใช้แล้วอาการยังไม่ดีขึ้น ควรปรึกษาแพทย์หรือเภสัชกร เพื่อค้นหาสาเหตุและรักษาให้ถูกต้องเหมาะสมต่อไป

6. ถ้ามีประวัติการแพ้สารใดมาก่อนเวลาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ควรพิจารณาข้อมูลส่วนประกอบสำคัญของผลิตภัณฑ์อย่างละเอียด เพื่อจะได้หลีกเสลี่ยงสารที่ก่อให้เกิดอาการแพ้

7. เมื่อใช้เครื่องสำอางเสร็จแล้วต้องปิดฝาให้สนิท เพื่อป้องกันการปนเปื้อนจากฝุ่นละอองสิ่งสกปรกหรือเชื้อโรคต่าง ๆ

8. เก็บเครื่องสำอางไว้ในที่แห้งและเย็น อย่าเก็บในที่ร้อนหรือแสงแดดส่องถึง เพราะจะเสื่อมคุณภาพเร็วกว่าปกติ

9. อย่าหลงเชื่อคำโฆษณาเกินจริงเป็นเท็จ

10. ใช้ชุดทดสอบสารต้องห้าม

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - สกุล นางอุสา เจริญชัย

วันเดือนปีเกิด 21 กรกฎาคม 2510

ที่อยู่ 61/950 ม. 3 ถนนเทพารักษ์ ตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2529	มัธยมศึกษา โรงเรียนเลยพิทยาคม จ. เลย
พ.ศ. 2533	พยาบาลศาสตรบัณฑิต เกียรตินิยมอันดับ 1 มหาวิทยาลัยขอนแก่น
พ.ศ. 2547	เข้าศึกษาต่อปริญญาโทวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการระบบสุขภาพ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2533-2539	พยาบาลวิชาชีพ แผนกผู้ป่วยใน แผนกผู้ป่วยนอก
พ.ศ. 2539-2542	หัวหน้าแผนกผู้ป่วยใน 5

ตำแหน่งและสถานที่ทำงานในปัจจุบัน

พ.ศ. 2542-ปัจจุบัน	หัวหน้าแผนกพัฒนาธุรกิจและส่งเสริมสุขภาพ โรงพยาบาลสำโรง ถนนสุขุมวิท 78 ตำบลสำโรงเหนือ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ HUACHIEW CHALERMPRAKIET UNIVERSITY