

การพัฒนาเกณฑ์ขั้นพื้นฐานประเมินคุณภาพขององค์กรผู้บริโภคร และการรับรององค์กร เพื่อสนับสนุนการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภคตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย

วรรณดา ศรีวิริยานุภาพ¹, วิทยา กุลสมบุญ², สรโรจน์ สุขมณีสันต์³, สุนันทา พึงสร้อยระย้า³

¹ภาควิชาเภสัชศาสตร์สังคมและบริหาร คณะเภสัชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

²มูลนิธิเภสัชชนบท เขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร

³ศูนย์วิชาการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพ คณะเภสัชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์: เพื่อพัฒนาเกณฑ์องค์กรผู้บริโภคคุณภาพขั้นพื้นฐาน (เกณฑ์ฯ) และประเมินองค์กรผู้บริโภคด้วยเกณฑ์ดังกล่าว **วิธีการ:** การศึกษาระดมสมองจากผู้ทรงคุณวุฒิ 8 ท่านเพื่อพัฒนาเกณฑ์ฯ และเก็บข้อมูลการปฏิบัติงานขององค์กรผู้บริโภคด้านสุขภาพ 100 องค์กรเพื่อกำหนดหลักเกณฑ์การให้คะแนนจาก 0-3 หลังจากนั้นนำเกณฑ์ฯ ที่ได้ประเมินองค์กรผู้บริโภค 297 องค์กรที่ยื่นขอรับรองคุณภาพขั้นพื้นฐานซึ่งถือเป็นการประเมินระยะที่ 1 หลังจากนั้นมีการกำหนดเกณฑ์ที่ใช้ประเมินเพื่อต่ออายุใบรับรองสำหรับองค์กรที่ผ่านการประเมินแล้ว การตรวจประเมินระยะที่ 2 จัดห่างจากระยะที่ 1 เป็นเวลา 2 ปีนั้น โดยสำหรับองค์กรผู้บริโภคเข้าตรวจรับรองเป็นครั้งแรก และองค์กรที่ประเมินเพื่อต่ออายุการรับรอง **ผลการวิจัย:** เกณฑ์เพื่อรับรององค์กรผู้บริโภค 14 ข้อ ประกอบด้วยเกณฑ์ด้านโครงสร้าง 7 ข้อ ด้านกระบวนการทำงาน 5 ข้อ และด้านผลการดำเนินงาน 2 ข้อ ส่วนเกณฑ์ประเมินเพื่อต่ออายุการรับรอง 6 ข้อ ประกอบด้วยเกณฑ์ด้านกระบวนการทำงาน 5 ข้อ และด้านผลการดำเนินงาน 1 ข้อ ซึ่งทั้งหมดเป็นเกณฑ์เดียวกับที่ปรากฏในเกณฑ์เพื่อรับรององค์กรผู้บริโภค เกณฑ์ผ่านการประเมิน คือ ร้อยละ 70 ของคะแนนเต็ม การประเมินในระยะที่ 1 องค์กรผู้บริโภคผ่านการประเมิน 250 แห่งจากทั้งหมด 297 องค์กรที่เข้าประเมิน (ร้อยละ 84.18) ในการประเมินระยะที่ 2 องค์กรผู้บริโภคผ่านการประเมิน 156 องค์กรจากทั้งหมด 218 แห่ง (ร้อยละ 71.56) ทั้งนี้องค์กรผู้บริโภคที่ขอรับรองใหม่ 134 องค์กรผ่านการประเมิน 95 องค์กร (ร้อยละ 70.90) ส่วนองค์กรผู้บริโภคที่ขอรับรองเพื่อต่ออายุ 84 องค์กร ผ่านการประเมิน 61 องค์กร (ร้อยละ 72.62) ในเกณฑ์โครงสร้าง องค์กรที่ได้รับการตรวจประเมินใหม่ ได้คะแนนเฉลี่ย 2.48 - 3.00 คะแนน (คะแนนเต็ม 3) สำหรับเกณฑ์กระบวนการทำงาน องค์กรที่ได้รับการตรวจประเมินใหม่ และองค์กรผู้บริโภคที่ได้รับการตรวจเพื่อต่ออายุได้คะแนนเฉลี่ย 1.32 - 2.04 และ 1.76 - 2.44 คะแนน ตามลำดับ สำหรับเกณฑ์ผลงานนั้น องค์กรที่ได้รับการตรวจประเมินใหม่ได้คะแนนเฉลี่ย 0.59-2.67 ส่วนองค์กรที่ได้รับการประเมินเพื่อต่ออายุได้คะแนนเฉลี่ย 2.67 คะแนน เกณฑ์ที่องค์กรที่ขอรับรองใหม่จำนวนมากได้เต็ม 3 คะแนนใน 3 อันดับแรก คือ จำนวนคนทำงาน (ร้อยละ 100 ขององค์กร) คณะกรรมการ/คณะทำงานตำแหน่งสำคัญ (ร้อยละ 97.01) ชื่อ (ร้อยละ 92.54) เกณฑ์ที่องค์กรที่ประเมินเพื่อต่ออายุจำนวนมากได้เต็ม 3 คะแนนใน 3 อันดับแรก คือ กิจกรรม/ผลงาน (ร้อยละ 79.76) เอกสารที่สามารถตรวจสอบและอ้างอิง (ร้อยละ 59.52) มีบันทึกการประชุม (ร้อยละ 55.95) **สรุป:** เกณฑ์องค์กรผู้บริโภคคุณภาพขั้นพื้นฐานที่พัฒนาขึ้น สามารถนำมาใช้ประเมินคุณภาพขององค์กรผู้บริโภคเพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาองค์กรดังกล่าวและเตรียมความพร้อมการเป็นองค์กรผู้บริโภคในสภาองค์กรของผู้บริโภคตามที่รัฐธรรมนูญบัญญัติไว้

คำสำคัญ: องค์กรผู้บริโภค เกณฑ์องค์กรผู้บริโภคขั้นพื้นฐาน สภาองค์กรของผู้บริโภค การคุ้มครองผู้บริโภค

รับต้นฉบับ: 31 มี.ค. 2565, **ได้รับบทความฉบับปรับปรุง:** 20 เม.ย. 2565, **รับลงตีพิมพ์:** 9 พ.ค. 2565

ผู้ประสานงานบทความ: วรรณดา ศรีวิริยานุภาพ ภาควิชาเภสัชศาสตร์สังคมและบริหาร คณะเภสัชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ถนนพญาไท เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330 E-mail: wanna.s@chula.ac.th

Development of Criteria for Assessing Fundamental Quality of Consumer Organizations and their Certification for Advocating the Establishment of the Consumer Organization Council under the Constitution of the Kingdom of Thailand

Wanna Sriviryanupap¹, Vithaya Kulsomboon², Sareerarote Sukamolson³, Sununta Fungsroyraya³

¹Department of Social and Administrative Pharmacy, Faculty of Pharmaceutical Sciences, Chulalongkorn University

²Rural Pharmacist Foundation, Bangkok Yai, Bangkok

³Academic Center for Health Consumer Protection, Faculty of Pharmaceutical Sciences, Chulalongkorn University

Abstract

Objective: To develop the criteria for assessing fundamental quality of consumer organizations (CO) and their certification with the criteria. **Methods:** Brainstorming among 8 experts was conducted to develop the criteria. The study collected data on the performance of 100 COs in health areas to determine the scoring detail from 0-3 in each criteria. A total of 297 COs submitted a request for a fundamental quality certification in phase I of assessment. Subsequently, assessment criteria for renewal of the certification for COs that had previously passed the criteria were established. Quality assessment in phase 2 of the study held two years after the first phase I of assessment was for COs applying for the first time assessment and those filing for renewal of certification. **Results:** Criteria to certify COs consisted of 14 items with 7 on structure domains, 5 on working process domain, and 2 on work outcome domain. While those for the renewal of certification consisted of 6 items with 5 on working process domain, and 1 on work outcome domain. All were subset of the criteria to certify COs. The passing level was 70% of the full score. In phase 1 assessment, 250 of the 297 COs filing for the assessment passed (84.18%). In the second phase of the assessment, 156 of the 218 participating COs passed (71.56%). Among 134 COs who applied for first time certification, 95 passed (70.90%). Among 84 COs requesting for renewal of certification, 61 passed the assessment (72.62%). Those filing for first time certification had an average score 2.48-3.00 on the structure domain. For working process domain, COs assessed for the first time, and those for renewal of certification had average scores of 1.32-2.04 and 1.76-2.44, respectively. For work outcomes domain, those assessed for the first time scored an average of 0.59-2.67, while those for renewal of certification scored an average of 2.67. Top three criteria which large number of those assessed for the first time scored at the full score of 3 were number of employees (100% of the organizations), board of directors/working groups (97.01%) and name (92.54%). Top three criteria which large number of those assessed for renewal of certification scored at the full score of 3 were activities/performance (79.76%), verifiable documents (59.52%), and minutes (55.95%). **Conclusion:** The criteria for assessing fundamental quality of COs developed in the study can be used to assess the quality of COs to determine suggestion for further improving their quality and to prepare them for becoming the COs in the Consumer Organization Council as stipulated by the Constitution.

Keywords: consumer organization, criteria for assessing fundamental quality of consumer organizations, consumer organization council, consumer protection

บทนำ

นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2516 เป็นต้นมา การคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทยได้มีการพัฒนามาอย่างต่อเนื่อง โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะส่งเสริมให้ประชาชนรวมตัวกันจัดตั้งองค์กรคุ้มครองผู้บริโภค แต่การขยายตัวขององค์กรผู้บริโภค ยังมีความจำกัดอยู่ในแวดวงของการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพเป็นส่วนใหญ่ ต่อมาหลังปี พ.ศ. 2535 องค์กรผู้บริโภคที่เกิดจากการรวมตัวของผู้บริโภค ได้ขยายตัวเพิ่มมากขึ้นและเชื่อมโยงกับภาคประชาชนในมิติการพัฒนาสังคมด้านอื่น ๆ การขยายจำนวนขององค์กรผู้บริโภคมีทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคด้วย

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2540 กำหนดหลักคิดเรื่องการพัฒนาการมีส่วนร่วมขององค์กรผู้บริโภค โดยในมาตรา 57 กำหนดให้มืองค์การอิสระซึ่งประกอบด้วยตัวแทนผู้บริโภค ทำหน้าที่ให้ความเห็นในการตรากฎหมาย กฎ ข้อบังคับ และกำหนดมาตรการต่าง ๆ เพื่อคุ้มครองผู้บริโภค และการพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนให้มีการขยายตัวขององค์กรผู้บริโภคทั้งในส่วนของภาครัฐ ภาควิชาการ และภาคประชาสังคม (1) ต่อมารัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2550 ยังดำรงเจตนารมณ์เรื่ององค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคไว้ในมาตรา 61 โดยกำหนดให้มืองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคที่เป็นอิสระจากหน่วยงานรัฐ ซึ่งประกอบด้วยตัวแทนผู้บริโภค ทำหน้าที่ให้ความเห็นเพื่อประกอบการพิจารณาของหน่วยงานรัฐในการตราและการบังคับใช้กฎหมาย กฎ กำหนดมาตรการต่าง ๆ เพื่อคุ้มครองผู้บริโภค ตรวจสอบและรายงานการกระทำหรือละเลยการกระทำอันเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคโดยรัฐบาลต้องสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินงาน (2) ต่อมารัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2560 ยังดำรงเจตนารมณ์เรื่ององค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคไว้ในมาตรา 46 โดยกำหนดให้ผู้บริโภคมีสิทธิรวมกันจัดตั้งองค์กรของผู้บริโภคที่มีความเป็นอิสระเพื่อให้เกิดพลังในการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคโดยได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล (3) ต่อมาในปี พ.ศ.2562 จึงมีการตราพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ.2562 เพื่อกำหนดให้มีสภาองค์กรของผู้บริโภคทำหน้าที่ผู้แทนของผู้บริโภค (4) และในวันที่ 9 ธันวาคม 2563 มีการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค ซึ่งมีสิทธิ หน้าที่และอำนาจ ตามบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย มาตรา 46 พระราชบัญญัติการ

จัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ.2562 และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง (5)

ศูนย์วิชาการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพ (คคส.) ภายใต้ความร่วมมือทางวิชาการระหว่างจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ได้ร่วมขับเคลื่อนการจัดตั้งองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคตามรัฐธรรมนูญ และมีบทบาทในการสร้างความเข้มแข็งให้กับกลไกคุ้มครองผู้บริโภค จึงจัดทำเกณฑ์สำหรับประเมินคุณภาพขององค์กรผู้บริโภค (เกณฑ์ฯ) ขึ้น เพื่อใช้เกณฑ์นี้เป็นเครื่องมือสำหรับเตรียมองค์กรต่าง ๆ ให้มีคุณสมบัติเป็นองค์กรผู้บริโภคตามกฎหมาย และเพื่อสร้างความเข้มแข็งของการคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชนทั้งก่อนและหลังมีพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ.2562

วิธีการวิจัย

การพัฒนาเกณฑ์ฯ

การพัฒนาเกณฑ์ฯ ฉบับร่าง

ผู้วิจัยจัดประชุมคณะทำงาน 8 ท่านเพื่อพัฒนาเกณฑ์ฯ ประกอบด้วยตัวแทนของคณะกรรมการกำกับทิศทางแผนงานคุ้มครองผู้บริโภคและพัฒนาระบบยา ของ สสส. ซึ่งเลือกมาจากผู้มีประสบการณ์การทำงานทั้งงานบริหารและ/หรืองานวิชาการด้านการคุ้มครองผู้บริโภคมากกว่า 20 ปี เช่น ประธานคณะกรรมการกำกับทิศทางประธานมูลนิธิองค์กรทางสาธารณสุข อดีตเลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา ผู้ทรงคุณวุฒิในสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) อดีตเลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค อดีตรองอธิบดีกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ นักวิชาการของ คคส. และผู้แทนมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค

การประชุมใน 4 ครั้งแรกโดยเป็นการระดมสมองว่า องค์กรผู้บริโภคที่เข้มแข็งควรมีลักษณะอย่างไร ควรใช้มุมมองใดในการกำหนดคุณลักษณะดังกล่าว ที่ประชุมเห็นพ้องกับคำเรียกว่าองค์กรผู้บริโภคที่เข้มแข็งว่า “องค์กรผู้บริโภคคุณภาพ” การระดมสมองทำให้ได้เกณฑ์การประเมิน 3 ระดับ คือ เกณฑ์ขั้นพื้นฐาน เกณฑ์ขั้นมีสิทธิ และเกณฑ์ขั้นสูง ในการประชุมครั้งที่ 4 คณะทำงานลงคะแนนเลือกเกณฑ์ทั้ง 3 ระดับโดยใช้เสียงส่วนใหญ่ ผลการประชุมมีมติให้ตัดข้อที่คณะทำงานส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วย (เกณฑ์ขั้นสูง) และรับรองเกณฑ์ทั้งหมด 11 ข้อซึ่งแบ่งเป็น

3 กลุ่ม คือ โครงสร้าง การดำเนินงาน และผลงานขององค์กรผู้บริโภคร คณะทำงาน มอบให้ คคส. นำเกณฑ์ไปจัดทำรายละเอียดการให้คะแนนเป็นระดับตั้งแต่ 0-3 สำหรับเกณฑ์แต่ละข้อ ทั้งนี้การดำเนินการต่อไปจะทำเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์ขั้นพื้นฐานเท่านั้น

การจัดทำหลักเกณฑ์การให้คะแนน

ผู้วิจัยเห็นว่า หลักเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับ ควรอิงอยู่กับความสามารถขององค์กรผู้บริโภครที่สามารถปฏิบัติได้จริงในปัจจุบัน ผู้วิจัยจึงสำรวจข้อมูลการปฏิบัติงานขององค์กรผู้บริโภคร 100 องค์กรที่ทำงานด้านสุขภาพ องค์กรเหล่านี้ถูกเลือกจากรายชื่อขององค์กรผู้บริโภครที่ปรากฏในรายงานวิจัย “องค์กรผู้บริโภครในประเทศไทย” ของผู้วิจัยซึ่งสถาบันคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมให้ทุนสนับสนุน ซึ่งมีจำนวนรวมทั้งหมด 200 กว่าชื่อ (รวมองค์กรที่ทำงานทุกด้านไม่เฉพาะด้านสุขภาพเท่านั้น) ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามที่ประกอบด้วยคำถามปลายเปิดให้หัวหน้าองค์กรบรรยายการปฏิบัติงานขององค์กรที่ตนรับผิดชอบตามเกณฑ์ขั้นพื้นฐาน 11 ข้อ เช่น การแสดงชื่อองค์กร (มีป้ายแสดงหรือไม่ ลักษณะป้ายเป็นอย่างไร ติดอยู่ที่ใดในองค์กร องค์กรตั้งอยู่ที่ใด) วัตถุประสงค์ขององค์กร (มีหรือไม่มี มีการเผยแพร่อย่างไร) องค์กรประกอบของกรรมการ/คณะทำงาน (มีกี่คน มีตำแหน่งอะไรบ้าง) การดำเนินงาน และเอกสารแสดงการดำเนินขององค์กร เช่น ตราสาร บัญชี ทะเบียน รายงานประชุม และเอกสารอื่น ๆ (ถ้ามี) กิจกรรมหรือผลงานจากการดำเนินงาน (เช่น กิจกรรมการเฝ้าระวังปัญหาต่าง ๆ การตรวจตลาด/สถานประกอบการ การรับรองเรียน การฟ้องคดี เป็นต้น) ทั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถส่งภาพถ่าย เอกสารที่เกี่ยวข้องหรือหลักฐานต่าง ๆ กลับมาพร้อมแบบสอบถาม) ผู้วิจัยสร้างแรงจูงใจในการตอบโดยแบบสอบถามโดยมีคำตอบแทนในการตอบแบบสอบถามหรือจัดส่งเอกสารประกอบตามคำขอ

ผู้วิจัยประมวลและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อกำหนดรายละเอียดเกณฑ์การให้คะแนน และเพิ่มรายละเอียดในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานตามเกณฑ์ตามข้อค้นพบ

การประชุมเพื่อสรุปเกณฑ์

ผู้วิจัยจัดประชุมคณะทำงานชุดเดิมอีกครั้งเพื่อนำเสนอผลการสำรวจ ตลอดจนพิจารณาเกณฑ์และหลักเกณฑ์การให้คะแนน ที่ประชุมมีมติขยายเกณฑ์เพิ่มอีก 3 ข้อ เป็น 14 ข้อ โดยขยายจาก ข้อ 8 ในเรื่องเอกสารอ้างอิง

และการตรวจสอบ เป็น 3 ข้อย่อย (8.1, 8.2 และ 8.3) และข้อ 9 เรื่องการประชุม เป็นข้อ 9.1 และ 9.2 ที่ประชุมกำหนดเกณฑ์ผ่าน คือคะแนนร้อยละ 80 ของคะแนนเต็ม อย่างไรก็ตามภายหลังจากที่นำเกณฑ์นี้ไปใช้ประเมินจริงในระยะที่ 1 พบว่า องค์กรที่ผ่านการประเมินมีน้อยมาก จึงมีการเสนอปรับเกณฑ์จากร้อยละ 80 เป็นร้อยละ 70 โดยนำเสนอในคณะทำงานปรับก่อนสรุปผลการตรวจ

การทดลองใช้เกณฑ์

ผู้วิจัยนำเกณฑ์ฯ ขั้นพื้นฐานที่ได้ไปทดลองประเมินองค์กรผู้บริโภคร 10 องค์กรที่เป็นองค์กรแกนนำในภาคต่าง ๆ และมีผลงานในระดับประเทศ โดยทั้ง 10 องค์กรเป็นองค์กรผู้บริโภครที่ได้รับทุนจาก สสส. จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงเกณฑ์ ทั้งนี้เกณฑ์ต่าง ๆ ยังคงเดิม แต่มีการปรับปรุงรายละเอียดในการให้คะแนนเป็นระดับ 0-3 ให้ชัดเจนมากขึ้น จึงได้เกณฑ์องค์กรคุณภาพ (ต่อไปนี้จะคำย่อว่าเกณฑ์ฯ) ที่มีความสมบูรณ์ พร้อมใช้งาน ทั้งนี้ผู้วิจัยได้จัดทำคู่มือเกณฑ์องค์กรผู้บริโภครคุณภาพขั้นพื้นฐานขึ้นด้วย

เกณฑ์ดังกล่าวถูกนำไปใช้ประโยชน์ผ่านการจัดทำบันทึกข้อตกลงระหว่างคณะเภสัชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สสส. สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) และวิทยาลัยการคุ้มครองผู้บริโภคด้านยาและสุขภาพแห่งประเทศไทย (วคบท.) สมาเภสัชกรรม ทั้งนี้มีการมอบใบประกาศนียบัตรรับรององค์กรผู้บริโภครคุณภาพจากหน่วยงานที่ทำบันทึกข้อตกลงให้แก่องค์กรที่ผ่านการประเมินโดยมีคะแนน ตั้งแต่ร้อยละ 70 ขึ้นไป ใบประกาศนียบัตรฯ ดังกล่าวมียอายุ 2 ปี และองค์กรสามารถสมัครตรวจรับรองเพื่อขอต่ออายุได้ เมื่อใบประกาศหมดอายุ

การตรวจประเมินระยะที่ 1

การประชาสัมพันธ์เรื่องการประเมินเพื่อขอรับใบประกาศนียบัตรรับรององค์กรผู้บริโภครคุณภาพ ทำให้มีองค์กรผู้บริโภครยื่นความประสงค์ให้ประเมินเพื่อรับรองคุณภาพขั้นพื้นฐาน 297 องค์กร ในการตรวจประเมินระยะที่ 1 นี้ เริ่มในปี พ.ศ. 2561-2562 คณะผู้ตรวจประกอบด้วยผู้จัดการ คคส. หรือรองผู้จัดการเป็นหัวหน้าทีม สมาชิกประกอบด้วยบุคลากรของ คคส. 1 ท่าน และเภสัชกรอย่างน้อย 1 ท่านในพื้นที่ซึ่งองค์กรผู้บริโภครตั้งอยู่ ซึ่งเป็นผู้ได้รับหนังสืออนุมัติในสาขาการคุ้มครองผู้บริโภคจาก วคบท.

ผู้ประเมินแต่ละท่านได้รับคู่มือการตรวจประเมินเพื่อไปศึกษาล่วงหน้า ในวันก่อนหน้าการตรวจ 1 วัน หรือ

ช่วงก่อนเวลาตรวจ มีการเตรียมการตรวจโดยหัวหน้าทีมอธิบายความหมายและวัตถุประสงค์ของเกณฑ์แต่ละข้อ วิธีการให้คะแนนตามแบบฟอร์ม การเตรียมการประเมินใช้เวลา 30 นาที-1 ชั่วโมง

ผู้วิจัยแจกคู่มือการตรวจประเมิน คู่มือการจัดเตรียมเอกสารการตรวจในเกณฑ์แต่ละข้อ และแบบฟอร์มการตรวจ ให้กับแกนนำองค์กรผู้บริโศกเพื่อส่งต่อไปยังองค์กรที่จะเข้ารับการตรวจล่วงหน้าก่อนนัดหมาย 1 เดือน องค์กรผู้รับการตรวจต้องเตรียมเอกสารประกอบการตรวจล่วงหน้าตามคู่มือ และต้องประเมินตนเองตามแบบฟอร์มการตรวจ

เดิมทีมผู้วิจัยวางแผนการตรวจให้เป็นแบบออนไลน์ แต่ประสบปัญหาทางเทคนิคในการจัดทำระบบเพื่อรองรับ อีกทั้งองค์กรผู้บริโศกจำนวนมากไม่คุ้นเคยกับระบบดังกล่าว การศึกษาจึงเลือกใช้การตรวจแบบพบหน้าตามสถานที่นัดหมาย เช่น ห้องประชุม โดยเป็นการนัดตรวจพร้อมกันทุกองค์กรในจังหวัดหรือทุกองค์กรในกลุ่มจังหวัดที่ตั้งอยู่ใกล้เคียงกัน เป็นการตรวจในห้องประชุม ในวันตรวจ องค์กรที่รับตรวจนำแฟ้มเอกสาร พร้อมหลักฐานประกอบ มาแสดง การตรวจประเมินใช้เวลาตรวจประมาณ 3 ชั่วโมง

การประเมินเริ่มโดย หัวหน้าทีมตรวจประเมินอธิบายเกณฑ์ครั้งละ 1 ข้อและอธิบายการให้คะแนนเป็นระดับ 0-3 ผู้แทนองค์กรที่รับตรวจจะแสดงเอกสารเพื่อขอรับคะแนนการตรวจในข้อนั้นแก่ผู้ตรวจประเมินในทีมที่ได้รับมอบหมายให้ประเมินองค์กรนั้น โดยบันทึกผลประเมินในแบบฟอร์มการตรวจประเมินและลงนามผู้ตรวจพร้อมทั้งอธิบายส่วนที่บกพร่องที่ทำให้ไม่ได้คะแนนเต็ม 3 คะแนนในเกณฑ์ข้อนั้น ผู้ประเมิน 1 คนรับหน้าที่ประเมินไม่เกิน 7 องค์กร ในระหว่างการตรวจ ผู้รับการตรวจอาจขอแย้งเพื่อขอให้ผู้ตรวจทบทวนคะแนนได้ หากมีข้อสงสัยที่หาข้อยุติไม่ได้ ผู้ตรวจประเมินประจำองค์กรอาจขอคำแนะนำจากหัวหน้าทีม หรือขอให้หัวหน้าทีมตัดสินคะแนนแทนได้ การตรวจดำเนินการในเกณฑ์ที่ละข้อ จนครบ 14 ข้อ จึงมีการรวมผลคะแนนและคิดร้อยละ

จากนั้นหัวหน้าผู้ตรวจประกาศคะแนนและแจ้งผลการตรวจ (ผ่าน/ไม่ผ่าน) ตลอดจนข้อบกพร่องแก่ทุกองค์กร ส่วนขาดขององค์กร พร้อมมอบสำเนาผลการตรวจ และแจ้งให้ทราบว่า ผู้รับการตรวจมีเวลาส่งเอกสารเพิ่มเติมเพื่อขอปรับคะแนนภายใน 10 วันนับจากวันตรวจ ซึ่งหัวหน้า

ผู้ตรวจจะพิจารณาเพื่อปรับคะแนน และแจ้งผลเพิ่มเติมในภายหลัง ผลการตรวจจะอยู่ที่ 1 พบว่า มีองค์กรผ่านการประเมินจำนวน 250 องค์กรจากทั้งหมด 297 องค์กร คิดเป็นร้อยละ 84.18 และไม่ผ่านการประเมินจำนวน 47 องค์กร คิดเป็นร้อยละ 15.82

การตรวจประเมินระยะที่ 2

การประชุมคณะผู้เชี่ยวชาญ

ผู้วิจัยจัดประชุมคณะผู้เชี่ยวชาญเพื่อทบทวนเกณฑ์องค์กรผู้บริโศกคุณภาพในส่วนการให้คะแนน โดยใช้ผลการประเมินในระยะที่ 1 เป็นข้อมูลประกอบการพิจารณา และกำหนดเกณฑ์ที่จะใช้ในการประเมินเพื่อต่ออายุใบรับรองสำหรับองค์กรที่ผ่านการประเมินในระยะที่ 1 และได้รับใบประกาศนียบัตรรับรององค์กรผู้บริโศกคุณภาพ ซึ่งการรับรองครบกำหนดเวลาที่กำหนดไว้ 2 ปี

การตรวจประเมินระยะที่ 2 จัดขึ้นสำหรับองค์กรผู้บริโศกซึ่งสมัครเพื่อเข้าตรวจรับรองเป็นครั้งแรก และองค์กรที่เข้ารับการประเมินเพื่อต่ออายุการรับรององค์กรผู้บริโศกคุณภาพ การประเมินระยะที่ 2 นี้ห่างจากระยะที่ 1 เป็นเวลา 2 ปี เนื่องจากการไม่อาจทำกิจกรรมที่มีการรวมตัวของผู้คนจำนวนมากภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 และการต้องรอให้มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562

การประเมิน

ผู้วิจัยนำเกณฑ์ฯ ที่ได้จากการประชุมผู้เชี่ยวชาญไปประเมินเอกสารที่องค์กรผู้บริโศกซึ่งสมัครเข้ารับการรับรองในระยะที่ 2 จัดเตรียมไว้ การศึกษาระยะที่ 2 มีขั้นตอนการตรวจประเมินเหมือนในระยะที่ 1 ทุกประการ การสรุปผลในการวิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย

เกณฑ์ฯ ขั้นพื้นฐาน

เกณฑ์องค์กรผู้บริโศกคุณภาพขั้นพื้นฐานที่พัฒนาขึ้น 14 ข้อประกอบด้วย เกณฑ์ด้านโครงสร้างและการบริหารงาน จำนวน 7 ข้อ ด้านกระบวนการทำงาน จำนวน 5 ข้อ และด้านผลการดำเนินงาน จำนวน 2 ข้อ (ดังแสดงในตารางที่ 1-3) โดยมีการกำหนดวัตถุประสงค์ในการตรวจประเมินรายข้อไว้ และในแต่ละข้อกำหนดให้มีการประเมิน 4 ระดับ ตั้งแต่ 0 ถึง 3 คะแนน

ตารางที่ 1. เกณฑ์ด้านโครงสร้างทางกายภาพและการบริหารงาน และหลักเกณฑ์การให้คะแนน

ลำดับ	หัวข้อ	ระดับคะแนน	เกณฑ์การให้คะแนน
1	ชื่อ	0	ไม่มีป้ายชื่อ หรือป้ายชื่อไม่ตรงกับองค์กรที่ยื่นประเมิน
		1	มีป้ายชื่อ และป้ายชื่อคงทนถาวรได้ในช่วง 2 ปี เช่น กระดาษ
		2	มีป้ายชื่อ และป้ายชื่อคงทนถาวรมากกว่า 2 ปี ขึ้นไป เช่น ไวนิล
		3	มีป้ายชื่อ ป้ายชื่อคงทนถาวรมากกว่า 2 ปี ขึ้นไป และติดตั้งอยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสม ประชาชนทั่วไป หรือสาธารณะเห็นได้ง่าย
2	วัตถุประสงค์	0	ไม่มี หรือมีวัตถุประสงค์ไม่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค
		1	มีวัตถุประสงค์เป็นลายลักษณ์อักษร และวัตถุประสงค์เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค
		2	มีวัตถุประสงค์เป็นลายลักษณ์อักษร วัตถุประสงค์เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค และจัดเก็บในลักษณะที่ค้นหาได้ง่าย
		3	มีวัตถุประสงค์เป็นลายลักษณ์อักษร วัตถุประสงค์เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค และจัดเก็บในลักษณะที่ค้นหาได้ง่าย ติดประกาศเพื่อแสดงให้เห็นสมาชิก ประชาชน และสาธารณะรับรู้
3	ระเบียบข้อบังคับ หรือธรรมนูญองค์กร	0	ไม่มี
		1	มีเอกสารให้ตรวจสอบได้
		2	มีเอกสารให้ตรวจสอบได้ แต่มีข้อมูลในเอกสารไม่ครบทั้ง 3 หัวข้อ
		3	มีเอกสารให้ตรวจสอบได้ แต่มีข้อมูลในเอกสารครบทั้ง 3 หัวข้อคือ 1) ชื่อ ที่ตั้ง วัตถุประสงค์ (2) หน้าที่คณะกรรมการ/คณะทำงาน และ 3) กฎระเบียบ ข้อบังคับ หรือข้อตกลงร่วมกัน
4	สถานภาพ	0	ไม่เป็นกลุ่ม หรือไม่มีหลักฐานการจัดตั้งกลุ่ม
		1	รวมกันเป็นครั้งคราว และมีกิจกรรมดำเนินงานต่อเนื่อง ไม่เกิน 1 ปี
		2	มีหลักฐานการจัดตั้งเป็นกลุ่มหรือชมรม และมีกิจกรรมดำเนินงานต่อเนื่อง ตั้งแต่ 1-2 ปี
		3	มีหลักฐานการจัดตั้งเป็นกลุ่มหรือชมรม และมีกิจกรรมดำเนินงานต่อเนื่องมากกว่า 2 ปีขึ้นไป
5	ที่ทำการ	0	ไม่มีที่ทำการ
		1	มีสถานที่ทำการ แต่สถานที่ทำการยังใช้ร่วมกับกิจการอื่น ๆ โดยสถานที่ยังไม่แยกเป็นสัดส่วนชัดเจน
		2	มีสถานที่ทำการ แต่สถานที่ทำการยังใช้ร่วมกับกิจการอื่น ๆ โดยสถานที่แยกเป็นสัดส่วนชัดเจน
		3	มีสถานที่ทำการเฉพาะโดยไม่ปะปนกับหน่วยงาน/องค์กรอื่น ๆ โดยสถานที่แยกเป็นเอกเทศ และสามารถติดต่อได้ง่าย
6	คนทำงาน	0	จำนวน 1 คน
		1	จำนวน 2-3 คน
		2	จำนวน 4-5 คน
		3	จำนวนมากกว่า 5 คนขึ้นไป
7	คณะกรรมการ/คณะทำงาน ตำแหน่งสำคัญ	0	ไม่มีคณะกรรมการ หรือคณะทำงาน
		1	มีคณะกรรมการหรือคณะทำงาน และมีการกำหนดบุคคลในตำแหน่งสำคัญ 1 - 2 ตำแหน่ง
		2	มีคณะกรรมการหรือคณะทำงาน และมีการกำหนดบุคคลในตำแหน่งสำคัญจำนวน 3 - 4 ตำแหน่ง
		3	มีคณะกรรมการ หรือคณะทำงาน และมีการกำหนดบุคคลในตำแหน่งสำคัญครบทั้ง 5 ตำแหน่ง ได้แก่ 1) ประธาน 2) รองประธาน 3) เลขานุการ 4) เภรณัติ 5) นายทะเบียนหรือกรรมการที่เก็บรักษาเอกสาร

ตารางที่ 2. เกณฑ์ด้านกระบวนการทำงานขององค์กรผู้บริโภครวมและหลักเกณฑ์การให้คะแนน

ลำดับ	หัวข้อ	ระดับคะแนน	เกณฑ์การให้คะแนน
1	การจัดทำทะเบียนและเอกสารให้เป็นปัจจุบัน	0	ไม่มี
		1	มีทะเบียนรายชื่อสมาชิก และบัญชีรายรับ-รายจ่าย /งบดุล
		2	มีทะเบียนรายชื่อสมาชิก บัญชีรายรับ-รายจ่าย /งบดุลขององค์กร และมีทะเบียนอื่นๆ อีก 1 ทะเบียน
		3	มีทะเบียนรายชื่อสมาชิก บัญชีรายรับ-รายจ่าย /งบดุลขององค์กรและมีทะเบียนอื่นๆ อีก 2 ทะเบียน เช่น ทะเบียนพัสดุ สมุดเยี่ยม หรือทะเบียนผู้มาร้องเรียน ปัญหาจากการบริโภค
2	เอกสารที่สามารถตรวจสอบและอ้างอิง	0	ไม่มี
		1	มีเอกสารด้านการเงิน และเอกสารการประชุม
		2	มีเอกสารด้านการเงิน เอกสารการประชุม และมีเอกสารอื่นๆ
		3	มีเอกสารด้านการเงิน เอกสารการประชุม และมีเอกสารอื่นๆ (ได้แก่ เอกสารโครงการ หรือ ภาพกิจกรรมต่างๆ) โดยเอกสารดังกล่าวเป็นปัจจุบัน (อย่างน้อยเอกสารล่าสุดมีอายุภายใน 1 ปี)
3	การประชุมเหมาะสมกับการกิจและวัตถุประสงค์	0	ไม่มีการประชุม
		1	มีการประชุม รายละเอียดของการประชุมมี 1 หัวข้อ
		2	การประชุม รายละเอียดของการประชุมมี 2 หัวข้อ
		3	มีการประชุม รายละเอียดของการประชุมครบ 3 หัวข้อ คือ 1) หัวข้อในการประชุมสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ขององค์กร 2) กรรมการ 5 ตำแหน่งเข้าครบหรือสมาชิกเกินครึ่งของสมาชิกทั้งหมด และ 3) ประชุมสม่ำเสมอต่อเนื่องอย่างน้อย 2 ปี
4	บันทึกการประชุม	0	ไม่มีการบันทึกการประชุม
		1	มีบันทึกการประชุม แต่เนื้อหาไม่ครบถ้วน
		2	มีบันทึกการประชุม และเนื้อหาครบถ้วน
		3	มีบันทึกการประชุม เนื้อหาครบถ้วน และมีการจัดเก็บอย่างเป็นระบบ
5	การติดตามการดำเนินงานตามมติการประชุม	0	ไม่มีการติดตามความคืบหน้าจากการประชุมครั้งที่แล้ว
		1	มีการติดตามความคืบหน้าจากการประชุมครั้งที่แล้ว แต่ไม่ได้บันทึก
		2	มีการติดตามความคืบหน้าจากการประชุมครั้งที่แล้ว แต่มีบันทึกบางส่วน
		3	มีการติดตามความคืบหน้าจากการประชุมครั้งที่แล้ว แต่มีบันทึกครบถ้วน

หลักการของเกณฑ์ด้านโครงสร้างและการบริหารงาน 7 ข้อ มี 3 ประเด็น คือ 1) ประชาชนต้องรับรู้ชื่อและวัตถุประสงค์ขององค์กร 2) องค์กรต้องมีคนทำงาน มีตำแหน่ง และหน้าที่ของคณะกรรมการ/คณะทำงาน มีระเบียบข้อบังคับหรือข้อตกลงองค์กร และสถานที่ทำงาน และ 3) ระยะเวลาที่องค์กรมีการดำเนินงานด้านคุ้มครองผู้บริโภคสามารถสะท้อนคุณภาพขององค์กร (รายละเอียดดังตารางที่ 1)

หลักการในการกำหนดเกณฑ์ด้านกระบวนการทำงาน จำนวน 5 ข้อ คือ 1) ต้องมีการจัดทำทะเบียนต่าง ๆ

ที่จำเป็นและเป็นปัจจุบัน 2) ต้องมีเอกสารที่สามารถตรวจสอบ/อ้างอิงได้ และ 3) ต้องมีการประชุมที่เหมาะสมกับการกิจและวัตถุประสงค์ บันทึกการประชุมอย่างชัดเจน และติดตามการดำเนินงานตามมติการประชุม (ตารางที่ 2)

หลักการในการกำหนดเกณฑ์ด้านผลงาน จำนวน 2 ข้อ คือ 1) องค์กรต้องมีการทำกิจกรรมที่เป็นรูปธรรม และ 2) องค์กรเป็นที่ยอมรับและได้รับการยกย่องจากบุคคลอื่น (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3. เกณฑ์ด้านผลงานขององค์กรผู้บริโภครและเกณฑ์การให้คะแนน

ลำดับ	หัวข้อ	ระดับคะแนน	เกณฑ์การให้คะแนน
1	กิจกรรม/ผลงาน (ผลงาน	0	ไม่มีกิจกรรมในรอบปี
	ขององค์กร และผลงาน	1	มีภาพการทำกิจกรรม
	ตามโครงการต่าง ๆ ที่	2	มีภาพการทำกิจกรรม พร้อมคำบรรยายภาพ
	องค์กรเข้าไปร่วม	3	มีภาพการทำกิจกรรม พร้อมคำบรรยายภาพ และมีคำบรรยายสรุปผลของ
	ดำเนินงาน)		กิจกรรม เพื่อแสดงให้เห็นว่า กิจกรรมนี้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ขององค์กร ที่ตั้งไว้และทำแล้วเกิดผล
2	รางวัลที่ได้รับที่เกี่ยวข้อง	0	ไม่เคยได้รับรางวัล
	กับการทำงานด้านการ	1	ได้รับรางวัล 1 ครั้ง
	คุ้มครองผู้บริโภคภายใน	2	ได้รับรางวัล 2 ครั้ง
	ระยะเวลา 5 ปี	3	ได้รับรางวัลตั้งแต่ 3 ครั้งไป

เกณฑ์การต่ออายุการรับรอง

เกณฑ์การต่ออายุของการรับรององค์กรผู้บริโภค คุณภาพขั้นพื้นฐาน ประกอบด้วย เกณฑ์ด้านกระบวนการทำงาน จำนวน 5 ข้อเหมือนเกณฑ์การรับรองครั้งแรก (ตารางที่ 2) และด้านผลการดำเนินงาน จำนวน 1 ข้อ (กิจกรรม/ผลงานขององค์กร และผลงานตามโครงการต่าง ๆ ที่องค์กรเข้าไปร่วมดำเนินงาน หรือข้อที่ 1 ในตารางที่ 3) ทั้งนี้ไม่ต้องประเมินเกณฑ์ด้านโครงสร้าง ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ในการตรวจประเมินรายข้อในแต่ละเกณฑ์ และกำหนดให้มีการประเมิน 4 ระดับ ตั้งแต่ 0 ถึง 3 คะแนนเช่นกัน

องค์กรที่เข้าประเมินในระยะที่ 2

ผลการวิจัยกล่าวถึงเฉพาะผลการประเมินในระยะที่ 2 ส่วนผลการประเมินในระยะที่ 1 ได้กล่าวในระเบียบวิธีวิจัยแล้ว องค์กรผู้บริโภครที่ได้รับการประเมินเพื่อรับรององค์กรผู้บริโภครคุณภาพขั้นพื้นฐานในระยะที่ 2 มีจำนวน 218 องค์กร ส่วนใหญ่เป็นองค์กรที่มีชื่อระบุว่า “คุ้มครองผู้บริโภค/สิทธิผู้บริโภค” (107 องค์กรหรือร้อยละ 49.08) รองมาเป็นองค์กรที่มีชื่ออื่น ได้แก่ องค์กรด้านผู้พิการ องค์กรด้านการเกษตร องค์กรด้านสตรี เด็กและเยาวชน และอื่นๆ จำนวน 76 องค์กร (ร้อยละ 34.86) และศูนย์หลักประกันสุขภาพประชาชน/หน่วยรับเรื่องร้องเรียนตาม มาตรา 50(5) จำนวน 35 องค์กร (ร้อยละ 16.06)

องค์กรผู้บริโภครที่ได้รับการประเมินตั้งอยู่ใน 27 จังหวัดกระจายตามภูมิภาคต่างๆ โดยอยู่ในภาคใต้มากที่สุด (77 องค์กรหรือร้อยละ 35.32) รองลงมาตั้งอยู่ในภาคกลาง

(52 องค์กรหรือร้อยละ 23.85) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (49 องค์กรหรือร้อยละ 22.48) และภาคเหนือ (40 องค์กรหรือร้อยละ 18.35) องค์กรผู้บริโภครที่ได้รับการประเมินแบ่งเป็นองค์กรผู้บริโภครที่ขอรับรองใหม่จำนวน 134 องค์กร (ร้อยละ 61.47) และองค์กรที่ขอรับรองเพื่อต่ออายุการรับรอง จำนวน 84 องค์กร (ร้อยละ 38.53)

ผลการประเมินในระยะที่ 2

องค์กรผู้บริโภครที่ได้รับการประเมินผ่านการประเมินจำนวน 156 องค์กร (ร้อยละ 71.56) ทั้งนี้องค์กรผู้บริโภครที่ขอรับรองใหม่ จำนวน 134 องค์กร ผ่านการประเมินจำนวน 95 องค์กร (ร้อยละ 70.90) ส่วนองค์กรผู้บริโภครที่ขอรับรองเพื่อต่ออายุ จำนวน 84 องค์กร ผ่านการประเมินจำนวน 61 องค์กร (ร้อยละ 72.62)

เมื่อพิจารณาผลการประเมินตามเกณฑ์ฯ รายข้อ ดังแสดงในตารางที่ 4 พบว่า ในเกณฑ์โครงสร้าง (ข้อ 1-7) องค์กรผู้บริโภครที่ได้รับการตรวจประเมินใหม่ ได้คะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2.48 - 3.00 คะแนน (คะแนนเต็ม 3) โดยเกณฑ์ที่ได้คะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ คนทำงาน (คะแนนเฉลี่ย 3.00 คะแนน) และข้อที่ได้คะแนนต่ำสุด คือ วัตถุประสงค์ (คะแนนเฉลี่ย 2.48 คะแนน) สำหรับเกณฑ์กระบวนการทำงาน (ข้อ 8-12) องค์กรผู้บริโภครที่ได้รับการตรวจประเมินใหม่ และองค์กรผู้บริโภครที่ได้รับการตรวจประเมินเพื่อต่ออายุ มีผลการประเมินในทำนองเดียวกัน คือ ได้คะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.32 - 2.04 คะแนน และ 1.76 - 2.44 คะแนน ตามลำดับ โดยเกณฑ์ที่ได้คะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ เอกสารที่สามารถตรวจสอบและอ้างอิง (คะแนนเฉลี่ย 2.04 คะแนน

ตารางที่ 4. คะแนนเฉลี่ยของผลการตรวจประเมินองค์กรคุณภาพระยะที่ 2 (N=218)

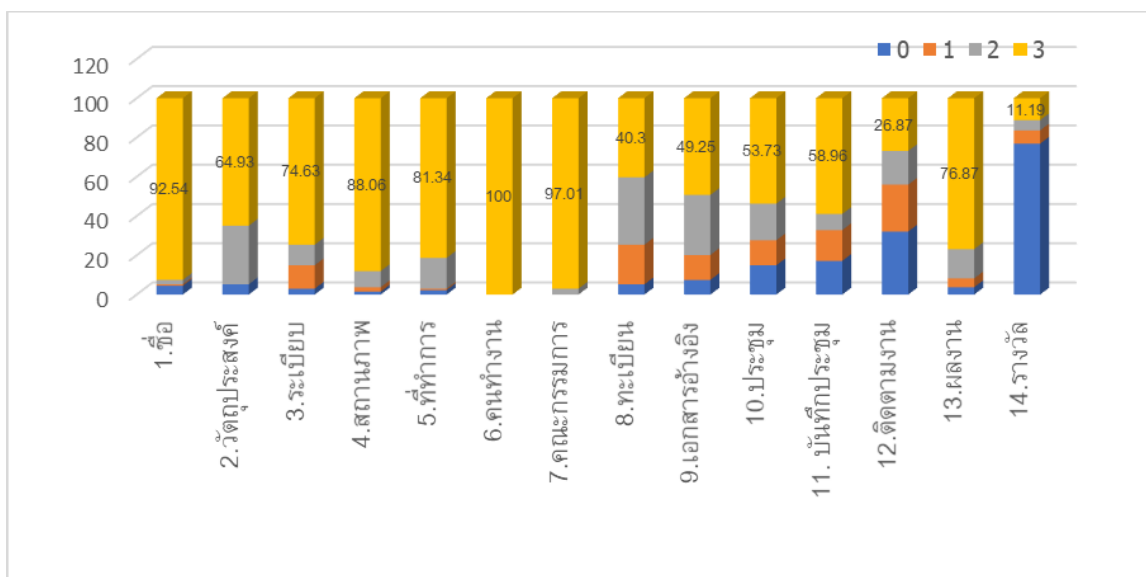
หัวข้อ	คะแนนเฉลี่ยของผลการตรวจประเมินองค์กรผู้บริโภคร	
	การประเมินใหม่ (N=134)	การประเมินต่ออายุ (N=84)
1. ชื่อ	2.85	-
2. วัตถุประสงค์	2.48	-
3. ระเบียบ ข้อบังคับ ข้อตกลง หรือธรรมนูญองค์กร	2.76	-
4. สถานภาพ	2.81	-
5. ที่ทำการ	2.78	-
6. คนทำงาน	3.00	-
7. คณะกรรมการ/คณะทำงานตำแหน่งสำคัญ	2.96	-
8. การจัดทำทะเบียนและเอกสารให้เป็นปัจจุบัน	1.93	2.30
9. เอกสารที่สามารถตรวจสอบและอ้างอิง	2.04	2.44
10. การประชุมเหมาะสมกับการกิจและวัตถุประสงค์	1.91	2.20
11. บันทึกการประชุม	1.90	2.07
12. การติดตามการดำเนินงานตามมติการประชุม	1.32	1.76
13. กิจกรรม/ผลงาน	2.58	2.67
14. รางวัลที่ได้รับที่เกี่ยวข้องกับการทำงานด้านคุ้มครองผู้บริโภค	0.59	-

และ 2.44 คะแนน ตามลำดับ) ข้อที่ได้คะแนนต่ำสุด คือ การติดตามการดำเนินงานตามมติการประชุม ได้คะแนนเฉลี่ย 1.32 คะแนน และ 1.76 คะแนน ตามลำดับ (ตารางที่ 4)

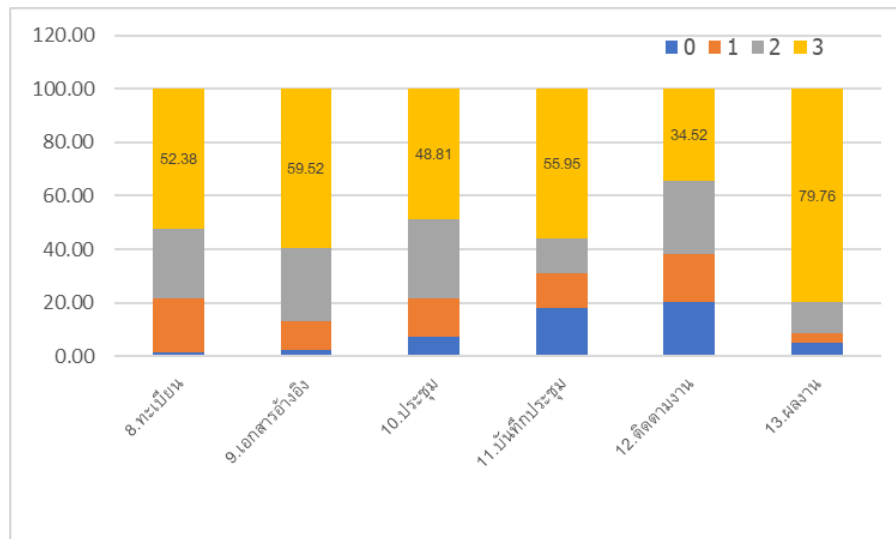
สำหรับเกณฑ์ผลงานนั้น องค์กรผู้บริโภคที่รับการตรวจประเมินใหม่ จะใช้เกณฑ์ผลงาน 2 ข้อ (ข้อ 13-14) โดยกิจกรรม/ผลงานคะแนนได้คะแนนเฉลี่ย 2.58 คะแนน (คะแนนเต็ม 3) และรางวัลที่ได้รับที่เกี่ยวข้องกับการทำงานด้านคุ้มครองผู้บริโภคได้คะแนนเฉลี่ย 0.59 คะแนน (คะแนน

เต็ม 3) ส่วนองค์กรผู้บริโภคที่รับการตรวจประเมินเพื่อต่ออายุการรับรองใช้เกณฑ์ผลงานเพียงข้อเดียว (ข้อ 13) โดยได้คะแนนเฉลี่ย 2.67 คะแนน (คะแนนเต็ม 3) (ตารางที่ 4)

รูปที่ 1 แสดงร้อยละขององค์กรผู้บริโภคที่รับการตรวจประเมินใหม่จำแนกตามผลการประเมินรายข้อ องค์กรผู้บริโภคทุกแห่งได้คะแนนข้อ 6 คนทำงานในระดับเต็ม 3 คะแนน (ร้อยละ 100 ขององค์กรทั้งหมด) ส่วนเกณฑ์ที่องค์กรมากกว่าร้อยละ 75 ขององค์กรทั้งหมดได้คะแนนเต็ม



รูปที่ 1. ร้อยละขององค์กรผู้บริโภคที่รับการตรวจประเมินใหม่จำแนกตามผลการประเมินรายข้อ (N=134)



รูปที่ 2. ร้อยละขององค์กรผู้บริโภครับการตรวจประเมินเพื่อต่ออายุจำแนกตามผลการประเมินรายข้อ (N=84)

3 คือ เกณฑ์ข้อ 7 คณะกรรมการ/คณะทำงานตำแหน่งสำคัญ (ร้อยละ 97.01) ข้อ 1 ชื่อ (ร้อยละ 92.54) ข้อ 4 สถานภาพ (ร้อยละ 88.06) ข้อ 5 ที่ทำการ (ร้อยละ 81.34) และข้อ 13 กิจกรรม/ผลงาน (ร้อยละ 76.87) ส่วนเกณฑ์ที่องค์กรร้อยละ 50-75 ขององค์กรทั้งหมดได้คะแนนเต็ม 3 คือ ข้อ 3 ระเบียบ ข้อบังคับ ข้อตกลง หรือธรรมนูญองค์กร (ร้อยละ 74.63) ข้อ 2 วัตถุประสงค์ (ร้อยละ 64.93) ข้อ 11 บันทึกการประชุม (ร้อยละ 58.96) ข้อ 10 การประชุมเหมาะสมกับภารกิจและวัตถุประสงค์ (ร้อยละ 53.73) ส่วนเกณฑ์ที่องค์กรจำนวนน้อยกว่าร้อยละ 50 ขององค์กรทั้งหมดได้คะแนนเต็ม 3 ได้แก่ ข้อ 9 เอกสารที่สามารถตรวจสอบและอ้างอิง (ร้อยละ 49.25) ข้อ 8 การจัดทำทะเบียนและเอกสารให้เป็นปัจจุบัน (ร้อยละ 40.30) ข้อ 12 การติดตามการดำเนินงานตามมติการประชุม (ร้อยละ 26.87) และข้อ 14 รางวัลที่ได้รับที่เกี่ยวข้องกับการทำงานด้านคุ้มครองผู้บริโภค (ร้อยละ 11.19) (รูปที่ 1)

รูปที่ 2 แสดงร้อยละขององค์กรผู้บริโภครับการตรวจประเมินเพื่อต่ออายุจำแนกตามผลการประเมินรายข้อ พบว่า องค์กรผู้บริโภคมามากกว่าร้อยละ 75 ขององค์กรทั้งหมด ได้คะแนนเต็ม 3 จำนวนในเกณฑ์ข้อ 13 กิจกรรม/ผลงาน (ร้อยละ 79.76) ส่วนเกณฑ์ที่ได้คะแนนเต็ม 3 ในร้อยละ 50-75 ขององค์กรทั้งหมด ได้แก่ ข้อ 9 เอกสารที่สามารถตรวจสอบและอ้างอิง (ร้อยละ 59.52) ข้อ 11 บันทึกการประชุม (ร้อยละ 55.95) ข้อ 8 การจัดทำทะเบียนและเอกสารให้เป็นปัจจุบัน (ร้อยละ 52.38) เกณฑ์ที่ได้คะแนนเต็ม 3 น้อยกว่าร้อยละ 50 ขององค์กรทั้งหมด ได้แก่ ข้อ 10

การประชุมเหมาะสมกับภารกิจและวัตถุประสงค์ (ร้อยละ 48.81) และข้อ 12 การติดตามการดำเนินงานตามมติการประชุม (ร้อยละ 34.52) (รูปที่ 2)

การอภิปรายผล

เกณฑ์องค์กรผู้บริโภคคุณภาพขั้นพื้นฐานที่พัฒนาขึ้น สามารถนำมาใช้ประเมินเพื่อรับรองคุณภาพขององค์กรผู้บริโภคได้ จากการตรวจประเมินรอบที่ 2 พบว่า องค์กรผู้บริโภคที่เข้ารับการประเมินมีชื่อองค์กรระบุ “คุ้มครองผู้บริโภค/สิทธิผู้บริโภค” จำนวนครึ่งหนึ่งขององค์กรทั้งหมด มีการกระจายในภาคต่าง ๆ โดยมากที่สุดอยู่ในภาคใต้ และมีทั้งองค์กรที่เข้ารับการประเมินใหม่และองค์กรที่เข้ารับการประเมินเพื่อการต่ออายุ

องค์กรผู้บริโภคส่วนใหญ่ผ่านการประเมินตามเกณฑ์คุณภาพที่กำหนดไว้ ผลการตรวจประเมินตามเกณฑ์องค์กรผู้บริโภคคุณภาพขั้นพื้นฐาน พบว่า องค์กรผู้บริโภคที่รับการประเมินใหม่มีคะแนนเฉลี่ยดีมากในเกณฑ์โครงสร้างซึ่งแสดงความเป็นองค์กรและเกณฑ์ผลงานในส่วนกิจกรรม/ผลงาน แต่ได้คะแนนเฉลี่ยต่ำในเกณฑ์กระบวนการทำงานและเกณฑ์ผลงานในส่วนรางวัลที่ได้รับที่เกี่ยวข้องกับการทำงานด้านคุ้มครองผู้บริโภค แสดงว่า องค์กรผู้บริโภคที่รับการประเมินใหม่ มีการเผยแพร่ชื่อและวัตถุประสงค์ที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคให้คนทำงานและประชาชนได้รับรู้ มีระเบียบข้อบังคับหรือข้อตกลงองค์กรหรือธรรมนูญของตนเอง มีสถานที่ทำงานเป็นเอกเทศ มีคนทำงานเป็นกลุ่ม/หมู่คณะทั้งคณะกรรมการ

ตำแหน่งต่าง ๆ และเจ้าหน้าที่ในองค์กร มีการกำหนดหน้าที่ของคณะกรรมการ/คณะทำงาน มีการดำเนินงาน กิจกรรม และผลงานด้านคุ้มครองผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องมากกว่า 2 ปี แต่กระบวนการทำงานขององค์กรนั้น ยังไม่มีการจัดทำทะเบียนต่าง ๆ ที่จำเป็น เป็นปัจจุบัน ที่สามารถตรวจสอบและอ้างอิงได้ ไม่มีการบันทึกการประชุมอย่างชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการติดตามการดำเนินงานตามมติการประชุม และยังไม่ได้รับการชื่นชมให้รางวัลการทำงานด้านคุ้มครองผู้บริโภคจากบุคคลภายนอก

นอกจากนี้ แม้เป็นองค์กรผู้บริโภคคุณภาพที่เคยได้รับการตรวจประเมินรับรององค์กรผู้บริโภคคุณภาพแล้ว และมารับการตรวจประเมินเพื่อต่ออายุ ผลคะแนนการตรวจองค์กรก็ไม่ได้ดีกว่าองค์กรผู้บริโภคที่ไม่เคยรับการประเมินมาก่อน แสดงว่าที่ผ่านมาองค์กรผู้บริโภคไม่ได้มีการพัฒนาองค์กรอย่างชัดเจนตามเกณฑ์กระบวนการ และยังพบว่าผลงานส่วนใหญ่มาจากการดำเนินกิจกรรมตามโครงการต่าง ๆ ที่องค์กรเข้าไปมีส่วนร่วมกับโครงการของภาครัฐ หรือเครือข่ายองค์กรผู้บริโภคอื่น ๆ

สรุปและข้อเสนอแนะ

เกณฑ์องค์กรผู้บริโภคคุณภาพขั้นพื้นฐานสามารถนำมาใช้ในการประเมินคุณภาพขององค์กรผู้บริโภคและสร้างความเข้มแข็งขององค์กรผู้บริโภค การประเมินองค์กรผู้บริโภคทำให้รับทราบส่วนขาดขององค์กรที่ควรพัฒนา ซึ่งสามารถนำมากำหนดแนวทางในการพัฒนาองค์กรเพื่อให้มีความพร้อมในการเป็นองค์กรของผู้บริโภคในสภาองค์กรของผู้บริโภคทั้งระดับประเทศและระดับจังหวัด

งานวิจัยนี้มีข้อเสนอแนะคือ 1) องค์กรผู้บริโภคควรปรับปรุงกระบวนการทำงานโดยให้มีการจัดทำระบบเอกสารต่าง ๆ ที่จำเป็น เป็นปัจจุบัน ที่สามารถตรวจสอบและอ้างอิงได้ จัดทำบันทึกการประชุมอย่างชัดเจน และมีการติดตามการดำเนินงานตามมติการประชุม 2) ภาครัฐและภาควิชาการที่ทำหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภคสามารถพัฒนาศักยภาพองค์กรผู้บริโภคโดยใช้ผลการศึกษานี้ โดย

เน้นการพัฒนาด้านกระบวนการทำงานให้องค์กรผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคและแสดงความชื่นชมโดยการให้รางวัลการทำงานคุ้มครองผู้บริโภคแก่องค์กรที่เหมาะสม 3) สำนักงานกิจการองค์กรของผู้บริโภค สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี สามารถนำเกณฑ์องค์กรผู้บริโภคคุณภาพบางส่วนไปใช้ประโยชน์ในการประเมินองค์กรผู้บริโภคเพื่อการขึ้นทะเบียนเป็นองค์กรของผู้บริโภคตามรัฐธรรมนูญ และ 4) สภาองค์กรของผู้บริโภคควรสนับสนุนให้องค์กรผู้บริโภคพัฒนาองค์กรของตนเองให้มีความเข้มแข็ง เป็นองค์กรที่มีคุณภาพ และเป็นที่ยอมรับของสังคม

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์ข้อมูลจากองค์กรผู้บริโภค การประสานงานของกลไกภาคประชาชน การให้คำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิในคณะกรรมการกำกับทิศแผนงานคุ้มครองผู้บริโภคและพัฒนาระบบยา และการสนับสนุนทุนจากสำนักวิจัยเสี่ยงทางสุขภาพ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) คณะผู้วิจัยจึงขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

เอกสารอ้างอิง

1. Constitution of the Kingdom of Thailand B. E. 2540. Royal Gazette No. 114, Part 55A (Oct 11, 1997).
2. Constitution of the Kingdom of Thailand B. E. 2550. Royal Gazette No. 124, Part 47A (Aug 24, 2007).
3. Constitution of the Kingdom of Thailand B. E. 2560. Royal Gazette No. 134, Part 40A (Apr 6, 2017).
4. Act on Establishment of Consumers Council B. E. 2562. Royal Gazette No. 136, Part 67A (May 22, 2019).
5. Central Registrar Declaration in 2020 on Establishment of Consumers Council B. E. 2563. Royal Gazette No. 137, Part 288D special (Dec 9, 2020).