

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สภาพเศรษฐกิจในสังคมโลกาภิวัตน์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้เกิดการส่งเสริมให้เกิดการบริโภคในปริมาณที่มากจนเกินความจำเป็น กลายเป็นลัทธิบริโภคนิยม สาเหตุส่วนใหญ่มาจากการที่ผู้บริโภคไม่สามารถวิเคราะห์สถานการณ์เท่าทันข้อมูล และวิธีการของผู้ประกอบการ อาทิเช่น ระบบการขายตรง และผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายมากขึ้น กอปรกับมีการแข่งขันทางการค้าที่รุนแรง มีกลยุทธ์ทางการขายที่ทำให้ผู้บริโภคขาดอิสระในการเลือกซื้อ ได้รับข้อมูลในการตัดสินใจซื้อจากผู้ประกอบการเพียงด้านเดียว จึงทำให้แนวโน้มสถานการณ์ปัญหาของผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นด้านสินค้าอุปโภค บริโภค ผลิตภัณฑ์สุขภาพ และด้านการบริการ เพิ่มจำนวนมากขึ้น

ขณะเดียวกันแม้จะมีหน่วยงานทั้งหน่วยงานภาครัฐ องค์กรเอกชน ที่ทำงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และมีการออกกฎหมายเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค แต่พบว่าระบบการร้องเรียนและชดเชยความเสียหายที่เกิดจากการบริโภค ไม่ได้ได้รับความสำคัญมากนักจากตัวผู้บริโภคเอง เนื่องจากผู้บริโภคมักมองว่าเป็นเรื่องเล็กน้อย เสียเวลาที่จะต้องไปร้องเรียน ในขณะที่หากอาจเกิดจาก ช่องทางการร้องเรียนที่มีอยู่มีจำนวนน้อย เข้าถึงได้ยากและไม่สะดวกสำหรับผู้บริโภค จึงทำให้สถานการณ์ปัญหาของผู้บริโภคในประเทศไทยยังคงอยู่และมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น

สาเหตุสำคัญอีกประการหนึ่ง อาจเนื่องจากกลไกปกติของภาครัฐ มีบริบทขอบเขตการทำงาน จะรับผิดชอบเฉพาะเรื่องเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงาน และ ด้วยระบบการคุ้มครองที่เป็นอยู่เป็นการดำเนินงานแบบรวมศูนย์อำนาจไว้ที่ส่วนกลางจึงไม่สามารถคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง อีกทั้งบริบทความแตกต่างกันของแต่ละจังหวัด ทำให้ไม่สามารถดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพและแก้ไขปัญหาผู้บริโภคในพื้นที่ได้อย่างแท้จริง

การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคจึงจำเป็นต้องใช้ยุทธวิธีและกระบวนการในการคุ้มครองผู้บริโภคที่หลากหลายมากขึ้นเพื่อให้เท่าทันสถานการณ์ปัญหาต่างๆ และเป็นที่ยอมรับในหลักสากลว่าการคุ้มครองผู้บริโภคมิใช่เป็นแค่เพียงบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐเท่านั้น หากแต่ต้องให้ผู้บริโภคเข้ามามีส่วนร่วมในการคุ้มครองตนเองด้วย โดยการสนับสนุนให้เกิดการมีส่วนร่วมในด้านต่างๆ เช่น สนับสนุนให้เกิดการรวมตัวของผู้บริโภค การสร้างช่องทางการร้องเรียนที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย การเพิ่มช่องทางในการให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องแก่ผู้บริโภค การสร้างเวทีหรือสภาเพื่อให้ผู้บริโภคได้ร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อคิดหาทางออกในการคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกัน การ

ดำเนินงานโดยการประสานเครือข่าย, ภาควิชาความร่วมมือต่างๆ เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนจะช่วยลดจุดอ่อนเสริมจุดแข็งในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างจริงจัง ดังนั้นการทำงานที่มุ่งเสริมสร้างพลังผู้บริโภคให้พิทักษ์สิทธิตนเอง รู้เท่าทัน และเรียนรู้ถึงกระบวนการในการจัดการเมื่อเกิดการถูกเอาเปรียบ รวมทั้งการรวมพลังผู้บริโภค เป็นเครือข่ายผู้บริโภคที่มีความเข้มแข็งจึงเป็นมาตรการที่สำคัญในกระบวนการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค

สำหรับรูปแบบการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพในองค์การบริหารส่วนตำบลที่สามารถดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคที่เหมาะสม มีประสิทธิภาพและมีกลไกที่สอดคล้องในพื้นที่ จะต้องมีการดำเนินกิจกรรมการพัฒนา รูปแบบการคุ้มครองผู้บริโภค โดยคนในชุมชน ซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคมีความเข้มแข็ง สามารถรักษาสิทธิและความชอบธรรม เพราะแนวคิดการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนที่เป็นหลักการดำเนินงานที่มีปรัชญาความเชื่อในศักยภาพของมนุษย์ทุกคน ประชาชนจึงควรได้รับโอกาสในการมีส่วนร่วมในการจัดการกับกิจการต่างๆที่เกี่ยวข้องกับชีวิตของตนเอง เช่นเดียวกับงานผู้บริโภค การสร้างช่องทางให้ผู้บริโภคได้บอกกล่าวปัญหา รวมทั้งร่วมเสนอทางออกหรือแนวทางการแก้ปัญหา จึงเป็นการแก้ปัญหาอย่างบูรณาการและเป็นการพัฒนาศักยภาพสร้างความเข้มแข็งให้แก่ผู้บริโภคอีกทางหนึ่ง ซึ่งเมื่อฐานของเครือข่ายผู้บริโภคในระดับชุมชน หรือระดับตำบลมีความเข้มแข็งแล้ว สามารถนำไปสู่พลังที่เข้มแข็งในระดับจังหวัด และระดับชาติต่อไป ดังนั้นการพัฒนาระบบคุ้มครองผู้บริโภคโดยให้กลไกระดับท้องถิ่นบริหารจัดการ ร่วมวางแผนกระบวนการขับเคลื่อนเพื่อพัฒนาระบบคุ้มครองผู้บริโภคที่เหมาะสมในพื้นที่จะทำให้เกิดรูปแบบการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพในองค์การบริหารส่วนตำบลที่มีประสิทธิภาพและมีกลไกที่สอดคล้องในพื้นที่ นอกจากนี้รูปแบบการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพในองค์การบริหารส่วนตำบลที่เหมาะสมนี้สามารถเป็นกรณีศึกษาสำหรับองค์การบริหารส่วนตำบลอื่นๆได้ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

วัตถุประสงค์หลัก

เพื่อศึกษาและพัฒนารูปแบบการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพในองค์การบริหารส่วนตำบล กรณีศึกษา อปต.ปากพูน

วัตถุประสงค์เฉพาะ

1. เพื่อศึกษาและพัฒนาระบบการบริหารจัดการขององค์การบริหารส่วนตำบล ในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพ
2. เพื่อศึกษาบทบาทและภารกิจขององค์การบริหารส่วนตำบล ในการดำเนินงาน

คุ้มครองผู้บริโภค ในประเด็นการจัดการข้อมูล การพัฒนาศักยภาพ การขยายเครือข่าย และการเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์สุขภาพ

ความสำคัญของการทำวิจัย

ปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราชมีแนวโน้มจำนวนมากขึ้น ลักษณะของปัญหาที่มีความซับซ้อนมากขึ้น กลไกภาครัฐที่ดำเนินการอยู่เดิมๆ ไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้เท่าทัน จำเป็นต้องมีรูปแบบการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคที่สามารถแก้ไขความซับซ้อนและจำนวนปัญหาที่มีมากขึ้น ซึ่งหลักการสำคัญของกลไกคุ้มครองผู้บริโภค คือ การเสริมสร้างพลังผู้บริโภคให้พิทักษ์สิทธิตนเอง เป็นการสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้บริโภค ความตระหนักในสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภค ซึ่งการรวมกลุ่มรวมพลังกันของผู้บริโภคเป็นเครือข่ายผู้บริโภคจึงเป็นอีกกระบวนการหนึ่งที่สำคัญเพื่อการแก้ปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคที่ยั่งยืน การพัฒนาระบบคุ้มครองผู้บริโภคโดยให้กลไกระดับท้องถิ่นมาบริหารจัดการ การทำให้ชุมชนมีความเข้มแข็ง เพิ่มบทบาทให้ท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการพัฒนาระบบคุ้มครองผู้บริโภคที่เหมาะสมกับพื้นที่ จะเป็น กระบวนการสำคัญที่ทำให้การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในระดับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีประสิทธิภาพ ผลจากการวิจัยครั้งนี้จะสามารถเป็นต้นแบบให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอื่นๆ ในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคได้

นิยามศัพท์เฉพาะ

ผู้บริโภค ความหมาย ใน พ.ร.บ.คุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 หมายความว่า ผู้ซื้อหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจ และหมายความรวมถึงผู้ซึ่งได้รับการเสนอและชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจ เพื่อให้ซื้อสินค้าหรือบริการ

การคุ้มครองผู้บริโภค หมายถึง การควบคุม กำกับ ดูแลป้องกันและรักษาประโยชน์ของผู้ซื้อหรือผู้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจ รวมถึงการปกป้องผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการด้วย ให้ได้รับความปลอดภัย เป็นธรรม และประหยัด จากการบริโภคสินค้าและบริการ

การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพ หมายถึง การคุ้มครองประชาชน หรือผู้บริโภคจากการซื้อหรือรับบริการด้านสุขภาพ ได้แก่ การใช้หรือบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ การใช้หรือรับบริการด้านสุขภาพโดยผู้บริโภคมีการบริโภคสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพ ความปลอดภัย และสมประโยชน์

รูปแบบการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพ หมายถึง ระบบการบริหารจัดการ ในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพ ในด้านบทบาท ภารกิจ ในประเด็นการจัดการข้อมูล การพัฒนาศักยภาพ การขยายเครือข่าย และการเฝ้าระวัง ผลกระทบสุขภาพ

การพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค หมายถึง การรักษา ดูแลคุ้มครอง ป้องกัน ปกป้อง ซึ่งสิทธิผู้บริโภค (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525)

สิทธิผู้บริโภค หมายถึง สิทธิที่จะรับรู้ข่าวสาร สรรพคุณที่ถูกต้องและพอเพียงเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ มีสิทธิอิสระในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ มีสิทธิได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าและ บริการ มีสิทธิได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา และมีสิทธิได้รับการพิจารณาและชดเชย ความเสียหาย (พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522)

องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) หมายถึง หน่วยงานปกครองระดับตำบลที่จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2542 มีฐานะเป็นนิติบุคคล มีความเป็นอิสระในการดำเนินงานภายในขอบเขตที่กฎหมายกำหนด มีรายได้ มีทรัพย์สิน ตั้งแต่พระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ. 2537 มีผลบังคับใช้จนถึงปัจจุบัน

องค์การอิสระ หมายถึง หน่วยงานที่รวมตัวกันมีวัตถุประสงค์เพื่อพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคโดยมีความเป็นอิสระจากหน่วยงานของรัฐ สมาชิกขององค์การอิสระประกอบด้วย ตัวแทนผู้บริโภค ทำหน้าที่ให้ความเห็นเพื่อประกอบการพิจารณาของหน่วยงานของรัฐในการตราและการบังคับใช้กฎหมายและกฎ และให้ความเห็นในการกำหนดมาตรการต่างๆ เพื่อคุ้มครองผู้บริโภค รวมทั้งตรวจสอบและรายงานการกระทำหรือละเลยการกระทำอันเป็นการคุ้มครองผู้บริโภค

ภาคีหลัก หมายถึง บังเอิญบุคคล กลุ่ม และ องค์กร ที่ดำเนินการขับเคลื่อนการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคโดยตรง

ภาคยุทธศาสตร์ หมายถึง บังเอิญบุคคล กลุ่ม และ องค์กร ที่มีบทบาทในการผลักดัน และมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. รูปแบบการดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับองค์การบริหารส่วนตำบล จะเป็นกรณีศึกษาสำหรับ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นอื่นๆ ในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคต่อไป
2. หน่วยงานภาครัฐที่ดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค และองค์การบริหารส่วนตำบลมีการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคที่มีความเข้มแข็ง สามารถแก้ไขปัญหาผู้บริโภคในพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และตอบสนองต่อปัญหาของผู้บริโภคในพื้นที่

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดที่มากเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค

1.1 ความหมายของการคุ้มครองผู้บริโภค

การคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วยคำว่า “คุ้มครอง” และ “ผู้บริโภค” ซึ่งมีผู้ให้ความหมายของคำดังกล่าวไว้หลายท่านดังนี้

ศิริวัฒน์ ทิพย์ธราดล (2549, ข้อ 3) ได้กล่าวถึงความหมายของผู้บริโภค หมายถึง ผู้ซื้อหรือได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจ และหมายความรวมถึงผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือการชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการด้วย

ยุพดี ศิริสินสุข (2548, น 6) ได้กล่าวถึงความหมายของการคุ้มครองผู้บริโภค หมายถึง กิจกรรมของรัฐบาล ธุรกิจ องค์การอิสระ และ ผู้เลือกซื้อสินค้าที่มีความห่วงกังวล ซึ่งได้ออกแบบขึ้นมาเพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค หรือหมายถึง แรงกดดันของกลุ่มที่จัดตั้งขึ้น โดยผู้บริโภค เพื่อปกป้องผลประโยชน์ของกลุ่มผู้บริโภค และสิ่งแวดล้อม

กมลทิพย์ แจ่มกระจ่าง (2547) กล่าวถึงความหมายของการคุ้มครองผู้บริโภค (Consumer Protection) หมายถึงการควบคุม กำกับ ดูแลป้องกันและรักษาประโยชน์ของประชาชนผู้ใช้สินค้าและบริการให้ได้รับความเป็นธรรมตามสิทธิที่เขาพึงมีพึงได้

การคุ้มครองผู้บริโภค หรือ Consumer Protection (วัฒนา อัครเอกดาลิน ; 2547, www.fda.moph.go.th) หมายถึง การป้องกัน ปกป้อง ระวัง ดูแล พิทักษ์รักษา อารักขากันไว้ไม่ให้ผู้ที่ซื้อของมาใช้ ผู้กิน ผู้เสพ ผู้ใช้สอย ผู้นำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ เกิดภัยอันตราย บาดเจ็บ หรือเกิดความเสียหาย

ผู้บริโภค ตามความหมายใน พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ .ศ. 2522 และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม พ .ศ.2541 ได้นิยามความหมายของผู้บริโภคว่า ผู้ซื้อหรือได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจ หรือผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือการชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการ และหมายความรวมถึงผู้ใช้สินค้าหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจโดยชอบ แม้มิได้เป็นผู้เสียค่าตอบแทนก็ตามรวมถึงผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการด้วย

พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ .ศ. 2540 ได้นิยาม คำว่า ผู้บริโภค หมายความว่า ผู้เข้าทำสัญญาในฐานะผู้ซื้อ ผู้เช่า ผู้เช่าซื้อ ผู้กู้ ผู้เอาประกันภัย หรือผู้เข้าทำสัญญาอื่นใดเพื่อให้ได้มาซึ่งทรัพย์สิน บริการ หรือประโยชน์อื่นใดโดยมีค่าตอบแทน ทั้งนี้ การเข้าทำสัญญา

นั้นต้องเป็นไปโดยมิใช่เพื่อการค้า ทรัพย์สิน บริการ หรือประโยชน์อื่นใดนั้นและให้หมายความรวมถึงผู้เข้าทำสัญญาในฐานะผู้ค้าประกันของบุคคลดังกล่าวซึ่งมิได้กระทำเพื่อการค้าด้วย

การคุ้มครองผู้บริโภค ตามนิยามของ พจนานุกรม cambridge dictionary ไว้ว่า การปกป้องป้องกัน ผู้ซื้อสินค้า ผู้รับบริการจากอันตรายของสินค้า หรือ การบริการที่ไม่มีคุณภาพ รวมถึงการได้รับโฆษณาชวนเชื่อของสินค้าและบริการนั้น

สภาพทนายความของประเทศสหรัฐอเมริกา ได้นิยามการคุ้มครองผู้บริโภคไว้ว่า การป้องกันผู้บริโภค(ผู้ซื้อบริการหรือสินค้า) จากอันตราย การปลอมปน ไม่ได้มาตรฐาน และรวมถึงการได้ข้อมูลเท็จจากการโฆษณาสินค้า และบริการ การถูกหลอกลวงในการบริโภคสินค้าและบริการ

องค์การสหประชาชาติ United Nations (2541) ได้ทำข้อตกลงสหประชาชาติว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภค โดยกำหนดแนวทางในการคุ้มครองผู้บริโภคสำหรับประเทศสมาชิกไว้ โดยมีสาระสำคัญ คือ

- 1) เพื่อจะช่วยเหลือผู้บริโภคของประเทศต่างๆ ให้ได้มาหรือคงระดับไว้ซึ่งการคุ้มครองต่อประชาชนในฐานะผู้บริโภค
- 2) เพื่อจัดรูปแบบของการผลิตและการกระจายผลิตภัณฑ์ ให้ตอบสนองต่อความจำเป็นและความต้องการของผู้บริโภค
- 3) เพื่อสนับสนุนให้ผู้ที่มีส่วนในการผลิตและการกระจายผลิตภัณฑ์และบริการ มีจรรยาที่ถูกต้องผู้บริโภค
- 4) เพื่อช่วยเหลือประเทศต่างๆ ในการเห็นยวรั้งธุรกิจซึ่งไม่เหมาะสมที่ได้ดำเนินการในประเทศ หรือระหว่างประเทศ ซึ่งอาจมีผลเสียต่อผู้บริโภคได้สนับสนุนการพัฒนาของกลุ่มผู้บริโภคอิสระ
- 5) เพื่อให้เกิดความร่วมมือระหว่างประเทศในการคุ้มครองผู้บริโภค
- 6) เพื่อที่จะสนับสนุนการพัฒนาของสภาพตลาด เพื่อที่ผู้บริโภคจะสามารถเลือกผลิตภัณฑ์ที่ราคาถูกลงได้มาก

สรุปความหมายของการคุ้มครองผู้บริโภค คือ การควบคุม กำกับ ดูแลป้องกันและรักษาประโยชน์ของผู้ซื้อหรือผู้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจ รวมถึงการปกป้องผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการด้วย ให้ได้รับความปลอดภัย เป็นธรรม และประหยัด จากการบริโภคสินค้าและบริการ

1.2 สิทธิผู้บริโภค

สิทธิ, ตามความหมายของพจนานุกรมไทยฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ .ศ. 2542 หมายถึง อำนาจอันชอบธรรม อำนาจที่จะกระทำการใด ๆ ได้อย่างอิสระ โดยได้รับการรับรองจากกฎหมาย ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 กล่าวถึง สิทธิ ไว้ว่า ศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ สิทธิ เสรีภาพ และความเสมอภาคของบุคคลย่อมได้รับความคุ้มครอง

จึงอาจกล่าวได้ว่าสิทธิมีขึ้นตามที่กฎหมายรับรองและคุ้มครอง การคุ้มครองผู้บริโภคของไทยได้ให้ความสำคัญเรื่องสิทธิผู้บริโภค โดยมีกรบัญญัติไว้ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2540 มาตรา 57 วรรคหนึ่งว่า สิทธิผู้บริโภคย่อมได้รับการคุ้มครองทั้งนี้ตามที่กฎหมายบัญญัติ ซึ่งพระราชบัญญัติ คุ้มครองผู้บริโภค พ .ศ.2522 และแก้ไขเพิ่มเติม พ .ศ.2541 ได้รับรองสิทธิผู้บริโภคไว้ 5 ประการ คือ

1. สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอ เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ได้แก่สิทธิที่จะได้รับการโฆษณา หรือการแสดงฉลากตามความเป็นจริง และปราศจากพิษภัยแก่ผู้บริโภค รวมตลอดถึงสิทธิที่จะได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ อย่างถูกต้องเพียงพอที่จะไม่หลงผิด ในการซื้อสินค้าและรับบริการโดยไม่เป็นกรรม
2. สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ ได้แก่ สิทธิที่จะเลือกซื้อสินค้าหรือรับบริการโดยความสมัครใจของผู้บริโภคและ ปราศจากการชักจูงใจอันไม่เป็นกรรม
3. สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับสินค้าหรือบริการที่ปลอดภัย มีสภาพและคุณภาพได้มาตรฐานเหมาะสมแก่การใช้ไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อชีวิต ร่างกายหรือทรัพย์สิน ในกรณีใช้ตามคำแนะนำหรือระมัดระวังตามสภาพของสินค้าและบริการนั้นแล้ว
4. สิทธิที่จะได้รับความเป็นกรรมในการทำสัญญา ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับข้อสัญญาโดยไม่ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบธุรกิจ
5. สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย ได้แก่สิทธิที่จะได้รับการคุ้มครองและชดเชยความเสียหาย เมื่อมีการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค ตามข้อ 1 , 2 ,3 และ 4 ดังกล่าว

การคุ้มครองผู้บริโภคในระดับสากลได้มีการรับรองสิทธิผู้บริโภคไว้โดย สหพันธ์องค์กรผู้บริโภคสากล (Consumers Internationnal หรือ CI) ซึ่งมีความครอบคลุมในการคุ้มครองผู้บริโภคมากกว่าสิทธิผู้บริโภคของไทย ซึ่งได้รับรองสิทธิผู้บริโภคสากลไว้ 8 ข้อ คือ สิทธิผู้บริโภคสากล

1. สิทธิที่จะเข้าถึงสินค้าและบริการที่จำเป็นขั้นพื้นฐาน (The right to basic need) เช่น ยา อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย การดูแลสุขภาพ การศึกษาและสุขภาพ
2. สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าและบริการ (The right to safety)
3. สิทธิที่จะได้รับข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วนที่จำเป็นเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ (The right to be information)
4. สิทธิที่จะเลือกซื้อสินค้าและบริการ ได้อย่างอิสระ (The right to choose)
5. สิทธิที่จะร้องเรียนเพื่อความเป็นธรรม (The right to be heard)
6. สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและค่าชดเชยความเสียหาย (The right to redress)
7. สิทธิที่จะได้รับความรู้เกี่ยวกับการบริโภค (The right to consumer education)
8. สิทธิที่จะดำรงชีวิตอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดีและปลอดภัย (The right to healthy environment)

1.3 สิทธิผู้ป่วย

จากรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย 2550 ที่กล่าวถึง สิทธิของบุคคลย่อมได้รับความคุ้มครอง นอกจากสิทธิในความหมายของการบริโภค แล้ว ยังขอกกล่าวถึงสิทธิผู้ป่วย โดย มีการประกาศสิทธิผู้ป่วย" โดยองค์การทางด้านสาธารณสุข 5 องค์กร ซึ่งมีเนื้อหาเพื่อให้ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการวิชาชีพด้านสุขภาพกับผู้ป่วย ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเข้าใจอันดี และเป็นที่น่าไว้วางใจซึ่งกันและกัน แพทย์สภา สภากาพยาบาล สภาเภสัชกรรม ทันตแพทยสภา คณะกรรมการควบคุมการประกอบโรคศิลปะ จึงออกประกาศรับรองสิทธิผู้ป่วยไว้ดังต่อไปนี้

1. ประชาชนทุกคนมีสิทธิพื้นฐานที่จะได้รับบริการด้านสุขภาพตามที่บัญญัติไว้ในรัฐธรรมนูญ
2. ผู้ป่วยมีสิทธิที่จะได้รับบริการจากผู้ประกอบวิชาชีพด้านสุขภาพโดยไม่มีการเลือกปฏิบัติเนื่องจากความแตกต่างด้านฐานะ เชื้อชาติ สัญชาติ ศาสนา สังคม ลัทธิการเมือง เพศ อายุ และลักษณะของความเจ็บป่วย
3. ผู้ป่วยที่มาขอรับบริการด้านสุขภาพมีสิทธิที่จะได้รับทราบข้อมูลอย่างเพียงพอ และเข้าใจชัดเจนจากผู้ประกอบวิชาชีพด้านสุขภาพเพื่อให้ผู้ป่วยสามารถเลือกตัดสินใจในการยินยอมหรือไม่ยินยอมให้ผู้ประกอบวิชาชีพด้านสุขภาพปฏิบัติต่อตน เว้นแต่เป็นการช่วยเหลือรีบด่วนหรือจำเป็น

4. ผู้ป่วยที่อยู่ในภาวะเสี่ยงอันตรายถึงชีวิตมีสิทธิที่จะได้รับการช่วยเหลือรีบด่วนจากผู้ประกอบวิชาชีพด้านสุขภาพ โดยทันทีตามความจำเป็นแก่กรณี โดยไม่คำนึงว่าผู้ป่วยจะร้องขอความช่วยเหลือหรือไม่

5. ผู้ป่วยมีสิทธิที่จะได้รับทราบชื่อ สกุล และประเภทของผู้ประกอบวิชาชีพด้านสุขภาพที่เป็นผู้ให้บริการแก่ตน

6. ผู้ป่วยมีสิทธิที่จะขอความเห็นจากผู้ประกอบวิชาชีพด้านสุขภาพอื่นที่มีได้เป็นผู้ให้บริการแก่ตน และมีสิทธิในการขอเปลี่ยนผู้ให้บริการ และสถานบริการได้

7. ผู้ป่วยมีสิทธิที่จะได้รับการปกปิดข้อมูลเกี่ยวกับตนเองจากผู้ประกอบวิชาชีพด้านสุขภาพ โดยเคร่งครัด เว้นแต่จะได้รับความยินยอมจากผู้ป่วยหรือการปฏิบัติหน้าที่ตามกฎหมาย

8. ผู้ป่วยมีสิทธิที่จะได้รับทราบข้อมูลอย่างครบถ้วน ในการตัดสินใจเข้าร่วมหรือถอนตัวจากการเป็นผู้ถูกทดลอง ในการทำวิจัยของผู้ประกอบวิชาชีพด้านสุขภาพ

9. ผู้ป่วยมีสิทธิที่จะได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับการรักษาพยาบาลเฉพาะของตนที่ปรากฏในเวชระเบียนเมื่อร้องขอ ทั้งนี้ข้อมูลดังกล่าวต้องไม่เป็นการละเมิดสิทธิส่วนตัวของบุคคลอื่น

10. บิดา มารดา หรือผู้แทน โดยชอบธรรมอาจใช้สิทธิแทนผู้ป่วยที่เป็นเด็กอายุยังไม่เกินสิบแปดปีบริบูรณ์ ผู้บกพร่องทางกายหรือจิต ซึ่งไม่สามารถใช้สิทธิด้วยตนเองได้"

นอกจากนี้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 ได้กล่าวถึงองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ตามมาตรา 61 ดังนี้ สิทธิของบุคคล ซึ่งเป็นผู้บริโภค ย่อมได้รับการคุ้มครองในการได้รับข้อมูลที่เป็นความจริง และมีสิทธิร้องเรียนเพื่อให้ได้รับการแก้ไขเยียวยาความเสียหาย รวมทั้งมีสิทธิรวมตัวกันเพื่อพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคให้มีองค์การเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคที่เป็นอิสระจากหน่วยงานของรัฐ ซึ่งประกอบด้วย ตัวแทนผู้บริโภค ทำหน้าที่ให้ความเห็นเพื่อประกอบการพิจารณาของหน่วยงานของรัฐในการตราและการบังคับใช้กฎหมายและกฎ และให้ความเห็นในการกำหนดมาตรการต่างๆ เพื่อคุ้มครองผู้บริโภค รวมทั้งตรวจสอบและรายงานการกระทำหรือละเลยการกระทำอันเป็นการคุ้มครองผู้บริโภค ทั้งนี้ ให้รัฐสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินการขององค์การอิสระดังกล่าวด้วย

โดยสรุปสิทธิผู้บริโภคในการศึกษานี้ หมายถึง สิทธิประโยชน์ที่กฎหมายรับรองและคุ้มครองให้กับผู้บริโภค ตามสิทธิผู้บริโภค 5 ประการ ตามพระราชบัญญัติ คุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 รวมถึงสิทธิผู้ป่วยด้วย

1.4 องค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

องค์การอิสระผู้บริโภคมีบทบาทในระดับนโยบาย (ประสิทธิ์ อ่อนดี, 2550) คือ การให้ความเห็น หรือเสนอความคิดเห็นแก่ วุฒิสภา คณะรัฐมนตรี สภาผู้แทนราษฎรหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ และราชการส่วนภูมิภาค ในการออกนโยบายและมาตรการต่าง ๆ เพื่อคุ้มครองผู้บริโภค และ ให้ความเห็นในการออก หรือผลักดันกฎ ข้อบังคับ และกฎหมาย เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ส่วนบทบาทหน้าที่ในระดับดำเนินการขององค์การอิสระฯ ได้แก่

(1) การส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้บริโภคและเครือข่ายองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคได้เข้ามามีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภค โดยการขยายและสร้างความเข้มแข็งให้กับเครือข่ายองค์กรคุ้มครองผู้บริโภค ในระดับพื้นที่ทั่วประเทศ

(2) มีอำนาจในการรับเรื่องราวร้องทุกข์และให้คำปรึกษาแก่ผู้บริโภค ใต้ส่วนเพื่อพิสูจน์หาข้อเท็จจริง ตลอดจนทำหน้าที่เป็นคนกลางในการเจรจาต่อรอง ไกล่เกลี่ย และระงับข้อพิพาทระหว่างผู้ประกอบการและผู้เสียหาย

(3) มีอำนาจในการตรวจสอบกระบวนการผลิตในสถานประกอบการผลิตผลิตภัณฑ์ และการให้บริการของรัฐวิสาหกิจ เพื่อพิสูจน์หาข้อเท็จจริง กรณีมีการร้องเรียนจากผู้บริโภค

(4) มีอำนาจในการเป็นตัวแทนฟ้องร้องดำเนินคดีแทนผู้เดือดร้อน ทั้งปัจเจกชนและกลุ่มผู้เดือดร้อน

(5) มีอำนาจในการชี้มูลความผิด และ/หรือวินิจฉัยตัดสินข้อพิพาทกึ่งตุลาการเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภค ภายใต้กระบวนการศาลผู้บริโภค

(6) รวบรวมข้อมูล จัดทำฐานข้อมูลและการจัดการข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้อง

(7) เผยแพร่ความรู้และสร้างทักษะในการปกป้องสิทธิให้แก่ผู้บริโภค

(8) เฝ้าระวัง (Consumer Protection Watch) ในการปกป้องมิให้มีการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค

(9) มีส่วนร่วมกับหน่วยงานรัฐในการเป็นกรรมการร่วม ในการตรวจสอบและยกระดับมาตรฐานการผลิตให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพ รวมทั้งเฝ้าอำนาจในการยกระดับมาตรฐานการให้บริการของหน่วยงานของรัฐและรัฐวิสาหกิจ

องค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคตามเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญ ปี 2550 และตามมาตรา 302 ของบทเฉพาะกาลให้กำหนดว่าให้ปรับปรุงพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญภายใน 1 ปีนับแต่วันประกาศใช้รัฐธรรมนูญ จากบทบัญญัติดังกล่าวทำให้ต้องจัดตั้งองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อทำหน้าที่ตามหน้าที่และกรอบเวลาที่รัฐธรรมนูญกำหนด ปัจจุบันนี้มีความ

คืบหน้าในการร่างกฎหมายการจัดตั้งองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ได้แก่ ร่าง พระราชบัญญัติองค์การอิสระผู้บริโภค พ.ศ. โดยกลุ่มองค์กรอิสระ เช่น มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค สมาคมสิทธิเสรีภาพของประชาชน และเครือข่ายผู้เสียหายทางการแพทย์ แต่ถึงแม้ปัจจุบันจะยังไม่ เกิดองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคตามรัฐธรรมนูญ แต่ก็มีหน่วยงานองค์กรผู้บริโภค หรือ NGO ที่ดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค ได้แก่ มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค สหพันธ์องค์กร ผู้บริโภค ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ๔๒ จังหวัด และเครือข่ายเฉพาะประเด็น ได้แก่ เครือข่าย ผู้เสียหายทางการแพทย์ เครือข่ายคนคอนโด บ้านไม่สมหวัง มาตรฐานสินค้า(รถยนต์) ชมรมหนี บัตรเครดิต เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคภาคใต้ เป็นต้น

สำหรับตัวอย่างขององค์กรอิสระเพื่อผู้บริโภคในต่างประเทศ เช่น สภาผู้บริโภค (Consumer Council) ของประเทศฮ่องกง ซึ่งเป็นองค์กรอิสระที่จัดตั้งขึ้นมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1974 มีบทบาทในการ รับเรื่องราวร้องเรียน มีอำนาจในการไต่สวนเรื่องร้องทุกข์ ให้คำปรึกษาแก่ผู้บริโภคสินค้าและบริการ โกล่เกลี่ยข้อพิพาทที่เกิดขึ้นระหว่างผู้ประกอบการและผู้เสียหาย เก็บรวบรวมข้อมูล ศึกษาวิจัย และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารสู่สาธารณชน โดยเฉพาะเรื่องราวที่มีการละเมิดสิทธิ ผู้บริโภคจะถูกดำเนินฟ้องต่อสาธารณะ ตลอดทั้งยังมีอำนาจในการสำรวจและตรวจสอบผลิตภัณฑ์ ในท้องตลาดและการบริการ และมีหน้าที่เฝ้าอำนวยให้สมาคมวิชาชีพและสมาคมด้านธุรกิจการค้า จัดทำแนวปฏิบัติ (code of practice) เพื่อการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคอีกด้วย ในประเทศอังกฤษ มีรูปแบบขององค์กรอิสระคือ สำนักงาน การค้าที่เป็นธรรม (UK Office of Fair Trading: OFT) เป็น องค์กรอิสระของรัฐ มีอำนาจหน้าที่ในการรับเรื่องราวร้องทุกข์จากเครือข่ายองค์กรคุ้มครอง ผู้บริโภคและกลุ่มผู้บริโภค และมีหน้าที่ในการสนับสนุนสมาคมด้านธุรกิจการค้าให้จัดทำแนว ปฏิบัติด้านผู้บริโภค (consumer code) เพื่อนำข้อปฏิบัติดังกล่าวไปเผยแพร่ให้แก่ผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกได้ปฏิบัติตาม นอกจากนี้ยังองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคในต่างประเทศ ที่มีการดำเนินงานใน รูปแบบขององค์กรอิสระเพื่อผู้บริโภค ได้แก่ องค์กร Consumers Assosiation of U.K , KE.P.KA. ของประเทศกรีซ ,สมาคมผู้บริโภคของเนเธอร์แลนด์(Consumentenbond the Dutch consumer organisation) เป็นต้น

แนวคิดในการทำงานขององค์กรผู้บริโภคเหล่านี้ส่วนใหญ่เป็นการสร้างความเข้มแข็ง พัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพของอาสาสมัคร แกนนำชุมชน การตั้งชมรม สร้างแกนนำ สร้าง เครือข่าย ให้ เข้มแข็ง ประเด็นรองลงมา คือ แนวคิดในเรื่องการให้ข้อมูล ความรู้ การสร้างความ ตระหนัก ความเข้าใจ ปลุกจิตสำนึก ให้กับกลุ่มเป้าหมายขององค์กรในเรื่องผลิตภัณฑ์ สินค้า การรับ บริการ ตลอดจนสิทธิผู้บริโภค

องค์กรผู้บริโภคส่วนใหญ่มีกระบวนการทำงาน ดังต่อไปนี้

- (1) กระบวนการทำงานที่เน้นการให้ความรู้ โดยการจัดประชุม อบรม สัมมนา หรือ กิจกรรมอื่นๆ ที่เป็นการให้ข้อมูลความรู้แก่ผู้บริโภค
 - (2) กระบวนการทำงานเป็นเครือข่ายหรือการสร้างเครือข่าย ทำงานเป็นลักษณะของ เครือข่ายหรือพันธมิตรกับองค์กรอื่นๆ ในการทำงานเคลื่อนไหวงานในพื้นที่ หรือองค์กรแม่ข่ายซึ่ง เป็นผู้ดูภาพรวม พัฒนาศักยภาพของเครือข่าย ให้ความช่วยเหลือในกรณีต่างๆ และเป็นทีปรึกษาใน การทำงานให้กับเครือข่ายในพื้นที่
 - (3) กระบวนการทำงานโดยให้ทุกภาคส่วนในพื้นที่ได้มีส่วนร่วม เป็นการทำงานที่เน้นการ มีส่วนร่วมของภาคประชาชนให้เกิดการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน (องค์กรเอกชน - ภาครัฐ - ภาค ประชาชน) โดยใช้กระบวนการการพูดคุยถึงสถานการณ์ปัญหาในพื้นที่ การค้นหาปัญหาร่วมกัน และแนวทางการแก้ไขปัญหา ร่วมกัน การทำงานเน้นการกระตุ้นชุมชนให้เกิดกิจกรรมเกิดขึ้นอย่าง ต่อเนื่องเพื่อพัฒนาความคิด ซึ่งเป็นการดำเนินงานที่ต้องอาศัยทุนทางสังคมเป็นหลักในการทำงาน
- ข้อสรุปขององค์กรอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคมีทำหน้าที่ให้ความเห็นเพื่อ ประกอบการพิจารณาของหน่วยงานของรัฐในการตรา และการบังคับใช้กฎหมาย การให้ความเห็น ในการกำหนดมาตรการต่างๆ เพื่อคุ้มครองผู้บริโภค ตรวจสอบและรายงานการกระทำหรือละเลยการ กระทำอันเป็นการคุ้มครองผู้บริโภค รวมถึงสร้างความเข้มแข็ง พัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพของ อาสาสมัคร แกนนำชุมชน การตั้งชมรม สร้างแกนนำ สร้างเครือข่ายให้เข้มแข็ง ปลูกจิตสำนึกให้กับ กลุ่มเป้าหมายขององค์กรในเรื่องสินค้า บริการ ตลอดจนสิทธิผู้บริโภค

1.5 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค

1.5.1 ระบบคุ้มครองผู้บริโภคของไทย

ระบบคุ้มครองผู้บริโภค (Consumer Protection System) เป็นระบบการดำเนินนโยบายที่จะ มุ่งควบคุม หรือให้มีการควบคุม วิธีการ กระบวนการ และมาตรฐานของผู้ผลิต ผู้ขาย และผู้โฆษณา เพื่อความมั่นใจในคุณภาพของสินค้า หรือบริการ การป้องกันอันตราย และพิทักษ์ประโยชน์ของ ผู้บริโภค โดยบทบาท (Function) ของระบบคุ้มครองผู้บริโภค ได้แก่ ผู้บริโภคได้รับความปลอดภัย ต่อสุขภาพจากการบริโภคสินค้าและผลิตภัณฑ์ ซึ่งระบบคุ้มครองผู้บริโภคมีองค์ประกอบ หรือกลไก ที่สำคัญอยู่ 5 องค์ประกอบ (Thai Food and Drug Administration, 2004; มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูล สงคราม, 2547) ดังนี้

- (1) การควบคุม กำกับ และดูแลก่อนที่ผลิตภัณฑ์ออกสู่ท้องตลาด (Pre-marketing Control)

เป็นการดำเนินงาน ควบคุม กำกับ และดูแลการผลิตผลิตภัณฑ์ ยา เครื่องสำอาง วัตถุอันตราย วัตถุเสพติด และเครื่องมือทางการแพทย์ให้มีคุณภาพมาตรฐาน และมีความปลอดภัยในการบริโภค โดยผู้ประกอบการจะต้องดำเนินการขออนุญาตเกี่ยวกับสถานที่ผลิตผลิตภัณฑ์ และข้อมูลข่าวสารที่จะโฆษณา หรือเผยแพร่ให้กับผู้บริโภค และสาธารณชนตามที่กฎหมายกำหนด ซึ่งสินค้า หรือผลิตภัณฑ์จะได้รับการพิจารณา ทั้งด้านคุณภาพ ประสิทธิภาพ และความปลอดภัยต่อประชาชนผู้บริโภค

(2) การติดตามตรวจสอบเมื่อผลิตภัณฑ์ออกสู่ท้องตลาดแล้ว (Post-marketing Control) เป็นการดำเนินงานการติดตามตรวจสอบ (Monitoring Control) เพื่อให้ผู้ประกอบการปฏิบัติตาม การผลิตสินค้า โฆษณาให้บริการ และจำหน่ายผลิตภัณฑ์อย่างถูกต้อง ไม่เบี่ยงเบนไปจากที่ได้รับ การอนุญาตไว้ โดยการสุ่มตรวจสอบสถานที่ผลิตสินค้าเป็นระยะ ๆ เพื่อให้ผู้ประกอบการตรวจสอบ คุณภาพของสถานที่และอุปกรณ์ที่ใช้ สุ่มเก็บตัวอย่างสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ในท้องตลาดส่งตรวจ วิเคราะห์เพื่อตรวจวิเคราะห์ถึงคุณภาพ มาตรฐานความปลอดภัย และตรวจสอบข้อมูลข่าวสารที่ เผยแพร่ผ่านทางสื่อโฆษณาทุกประเภท ทั้งนี้เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง

(3) การเฝ้าระวังความปลอดภัย (Surveillance Program for Consumer Safety) เป็นการเฝ้า ระวัง เพื่อป้องกันปัญหา หรืออันตรายที่อาจจะเกิดขึ้นจากการบริโภค โดยดำเนินการศึกษาและ รายงานข้อมูลทางด้านระบาดวิทยา รวมทั้งข้อมูลสถิติอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งโดยการดำเนินการเอง และแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ เช่น การ จัดตั้งศูนย์ติดตามอาการอันไม่พึงประสงค์จากการใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพ การจัดตั้งศูนย์ประสานงาน ว่าด้วยความปลอดภัยด้านเคมีวัตถุ การประเมินความเสี่ยงอันตรายต่อสุขภาพจากสารเคมีตกค้าง และการเฝ้าระวังความปลอดภัยในผักสดปลอดภัย ได้แก่ ผักบุ้ง คะน้า กวางตุ้ง กะหล่ำปลี กะหล่ำดอก แตงกวา ผักกาดขาว และพริกชี้หนู เป็นต้น การเฝ้าระวังและควบคุมการนำเข้า ผลิตภัณฑ์สุขภาพ ณ ด่านอาหารและยา และการเฝ้าระวังความปลอดภัยและควบคุมคุณภาพของ อาหาร โดยหน่วยตรวจสอบเคลื่อนที่ (Mobile Units) เป็นต้น

(4) การเผยแพร่ความรู้ และพัฒนาพฤติกรรมผู้บริโภคของประชาชน (Consumer Education) รวมทั้งการเพิ่มศักยภาพของผู้บริโภค (Consumer Empowerment) การใช้มาตรการ ควบคุม หรือบังคับใช้กฎหมายแต่เพียงอย่างเดียว ไม่อาจบรรลุเป้าหมายที่จะทำให้ประชาชนมี คุณภาพชีวิตที่ดีได้ จึงจำเป็นต้องให้ประชาชนรู้จักพิทักษ์ประโยชน์ของตนในการบริโภค โดยการ สร้างความรู้ ความเข้าใจ ความตื่นตัวในการรู้จักเลือกซื้อ และสามารถแยกแยะได้ว่า สิ่งใดเป็น ประโยชน์ต่อการบริโภค สิ่งใดทำให้เกิดโทษและเกิดความสับสนเปลือง รวมทั้งตระหนักถึงการบริโภค ผลิตภัณฑ์ที่ไม่ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อม การดำเนินงานในกลไกนี้อาจสามารถทำ

ได้ โดยการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้ความรู้สู่ประชาชนผ่านทางสื่อต่าง ๆ ทั้งเอกสารวิชาการ ข่าวสาร บทความ รายการทางสื่อวิทยุและโทรทัศน์ และโครงการรณรงค์ รวมทั้งผ่านเจ้าหน้าที่สาธารณสุข ครูฝึกที่ได้รับการอบรมแล้ว และกลุ่มนักเรียนที่เป็นอาสาสมัคร (อช. น้อย)

(5) การส่งเสริมและประสานงานทางวิชาการ และความร่วมมือกับหน่วยงานอื่น (Technical Support and Cooperation with Other Agencies) เป็นการดำเนินงานทางวิชาการ เพื่อช่วยเหลือและส่งเสริมให้คุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ในความรับผิดชอบทุกประเภทยิ่งขึ้น การดำเนินงานในกลไกนี้ สามารถทำได้โดยการส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการยกระดับมาตรฐานการผลิตของอุตสาหกรรมภายในประเทศ โดยใช้หลักการควบคุมความปลอดภัยของอาหาร เช่น วัฏปฏิบัติที่ดีในการเกษตร (Good Agricultural Practice: GAP) สำหรับฟาร์มเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำจืด ฟาร์มเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำทะเล ฟาร์มเพาะเลี้ยงสัตว์บก และไร่นาสวนป่า หลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิต (Good Manufacturing Practice: GMP) และระบบการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤตที่ต้องควบคุม (Hazard Analysis and Critical Control Points: HACCP) สำหรับโรงงานผลิตอาหารแปรรูป โรงฆ่าสัตว์ และสถานที่ปรุง ประกอบ และจำหน่ายอาหาร เป็นต้น การส่งเสริมให้มีการนำความรู้และเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในอุตสาหกรรมภายในประเทศ การส่งเสริมให้มีการพัฒนาองค์ความรู้ให้แก่บุคลากรในองค์การคุ้มครองผู้บริโภค และการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานอื่นๆ ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ เช่น การจัดประชุม อบรม สัมมนาวิชาการ รวมทั้งสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศ เพื่อร่วมกันพิจารณาข้อกำหนด กฎระเบียบ และมาตรฐานความปลอดภัยของอาหาร ยา และเครื่องสำอาง

1.5.2 ระบบคุ้มครองผู้บริโภคในต่างประเทศ

1.5.2.1 มาตรการคุ้มครองผู้บริโภคตามแนวทางของสหประชาชาติ

- (1) การคุ้มครองผู้บริโภคจากอันตรายที่มีผลต่อสุขภาพและความปลอดภัย
- (2) การส่งเสริมและการคุ้มครองผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจของผู้บริโภค
- (3) การเข้าถึงข้อมูลที่เพียงพอของผู้บริโภค
- (4) การให้การศึกษาแก่ผู้บริโภค
- (5) การจัดให้มีการชดเชยแก่ผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ
- (6) การมีสิทธิและเสรีภาพที่จะจัดตั้งกลุ่มหรือองค์กรของผู้บริโภค
- (7) การส่งเสริมแบบแผนการบริโภคที่ยั่งยืน

1.5.2.2 มาตรการคุ้มครองผู้บริโภคของกลุ่มประเทศยุโรป

มาตรการในการคุ้มครองผู้บริโภคแบ่งออกได้ 2 มาตรการ คือ มาตรการก่อนที่สินค้าจะเข้าสู่ตลาด (Pre-market Control Measure) กับมาตรการหลังจากที่สินค้าเข้าสู่ตลาดแล้ว (Post-market Control Measure)

สำหรับมาตรการก่อนที่สินค้าจะเข้าสู่ตลาด (Pre-market Control Measure) นั้น ได้แก่ การกำหนดมาตรฐานจริยธรรม (Code of Conduct) ของผู้ประกอบการ และการกำหนดมาตรฐาน (Standard) ของกระบวนการผลิตและมาตรฐานของสินค้าที่จะผลิตขึ้น ซึ่งบังคับให้ผู้ผลิตจะต้องปฏิบัติตามมาตรฐานที่กำหนดเท่านั้น

เทคนิคในการกำหนดมาตรฐานสินค้านั้นแบ่งออกได้เป็น 2 เทคนิค คือ

- การกำหนดมาตรฐานสินค้าตามประเภทของสินค้า (by item) และ
- การกำหนดมาตรฐานสินค้ากลาง (general standard)

สำหรับการกำหนดมาตรฐานสินค้าตามประเภทของสินค้าจะทำให้รัฐหรือหน่วยงานกำหนดมาตรฐานเอกชนต้องทำงานตลอดเวลาเนื่องจากสินค้านั้นมีจำนวนมาก และเป็นการดำเนินงานในลักษณะกำหนดมาตรฐานหลังจากที่มีการผลิตสินค้านั้นขึ้นแล้ว แต่การกำหนดมาตรฐานสินค้ากลางจะลดภาระดังกล่าวได้มาก ทั้งยังกระตุ้นให้ผู้ผลิตพัฒนากระบวนการผลิตสินค้าไปในตัว ตัวอย่างของมาตรฐานกลางที่ใช้กันอยู่ เช่น EU Directive on Product Safety (1995) ที่กำหนดว่าสินค้าที่จะวางจำหน่ายในท้องตลาดได้ต้องเป็นสินค้าที่ปลอดภัยเท่านั้น (Only safe product can be placed on the market) เป็นต้น

ส่วนมาตรการหลังจากที่สินค้าเข้าสู่ตลาดแล้ว (Post-market Control Measure) นั้น แยกเป็นการควบคุมระบบการจัดจำหน่าย (Supply chain) การตรวจสอบคุณภาพของสินค้า (Product Quality Control) การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าอย่างถูกต้องและพอเพียง (Product Information, Labeling) การควบคุมการโฆษณา การคุ้มครองอิสระในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค การเรียกค่าเสียหาย อันเกิดจากความชำรุดบกพร่องของสินค้า (Compensation) และการเรียกคืนสินค้าที่ไม่ปลอดภัยคืนจากผู้บริโภค (Product Recall Measure)

ในด้านการค้าระหว่างประเทศ มาตรการคุ้มครองผู้บริโภคมีผลอย่างสำคัญต่อความเชื่อถือของผู้บริโภค เพราะหากมาตรฐานการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศเป็นที่ยอมรับในระดับโลก ผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศย่อมมั่นใจในคุณภาพของสินค้าที่ผลิตขึ้น อันเป็นผลดีต่อภาคการผลิตและศักยภาพในการแข่งขันของประเทศโดยตรง

2. แนวความคิดเกี่ยวกับองค์การบริหารส่วนตำบล

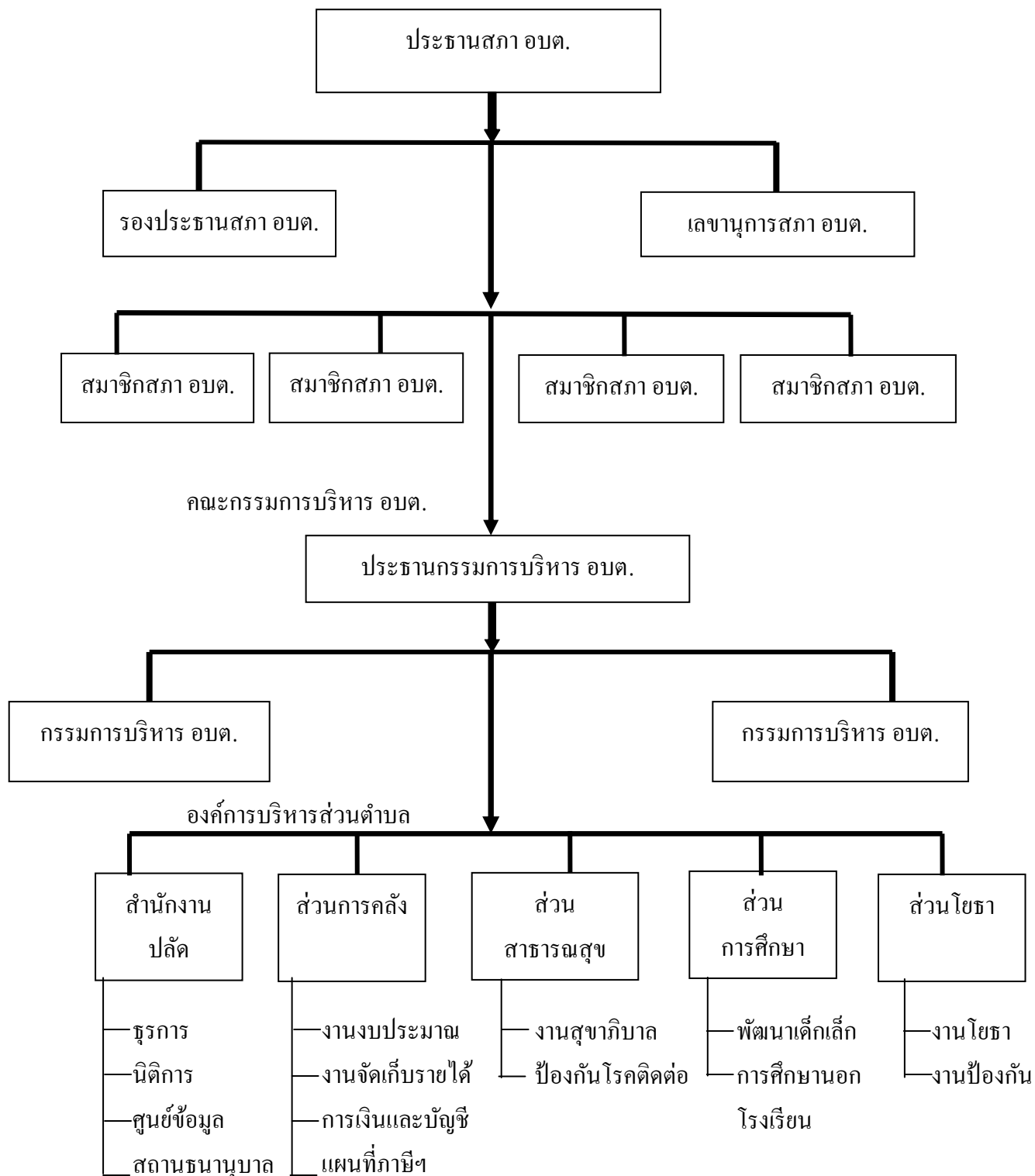
องค์การบริหารส่วนตำบล เป็นหน่วยการปกครองส่วนท้องถิ่นระดับตำบลตามพระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ. 2537 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2542 องค์การบริหารส่วนตำบล มีชื่อย่อเป็นทางการว่า อบต. มีฐานะเป็นนิติบุคคล และเป็น ราชการบริหารส่วนท้องถิ่นรูปแบบหนึ่ง โดยยกฐานะจากสภาตำบล ที่มีรายได้โดยไม่รวมเงินอุดหนุนในปีงบประมาณที่ล่วงมาติดต่อกันสามปีเฉลี่ยไม่ต่ำกว่าปีละหนึ่งแสนห้าหมื่นบาท

โครงสร้างองค์กรของ อบต.

อบต. มีสภาตำบลอยู่ในระดับสูงสุด เป็นผู้กำหนดนโยบายและกำกับดูแลกรรมการบริหารของนายกองค์การบริหารส่วนตำบล ซึ่งเป็นผู้ใช้อำนาจบริหารงานองค์การบริหารส่วนตำบล และมีพนักงานประจำที่เป็นข้าราชการส่วนท้องถิ่นเป็นผู้ทำงานประจำวัน โดยมีปลัดและรองปลัด อบต. เป็นหัวหน้างานบริหาร ภายในองค์กรมีการแบ่งออกเป็นหน่วยงานต่างๆ ได้เท่าที่จำเป็นตามภาระหน้าที่ของ อบต.แต่ละแห่งเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่ที่รับผิดชอบอยู่ เช่น

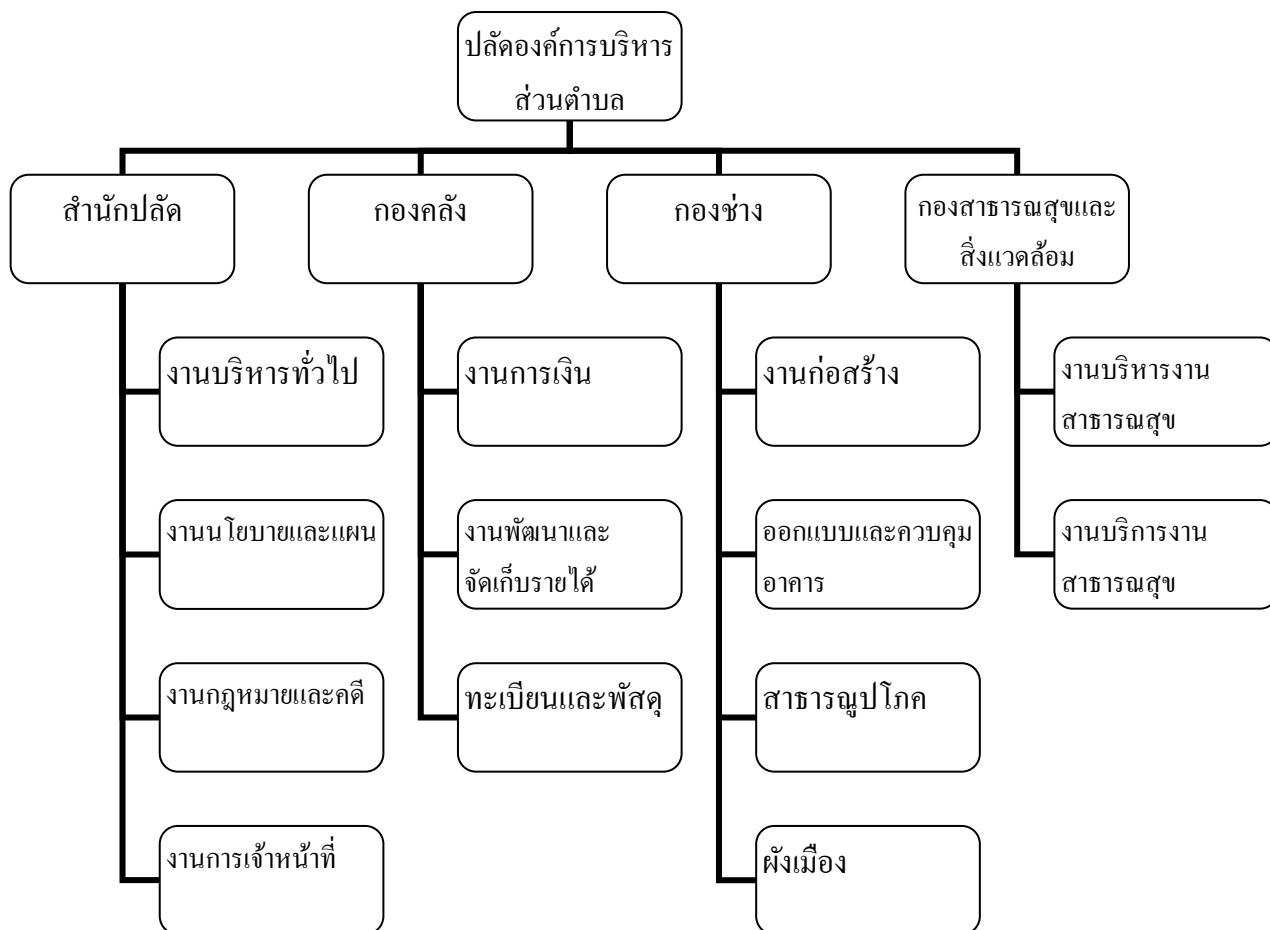
- สำนักงานปลัด
- ส่วนการคลัง
- ส่วนสาธารณสุข
- ส่วนการศึกษา
- ส่วนการโยธา

แผนภูมิที่ 1 แสดงโครงสร้างการบริหารองค์การบริหารส่วนตำบล
สภาองค์การบริหารส่วนตำบล



ที่มา: http://www.tamboi.com/municipal/images/city_structure.jpg

แผนภูมิที่ 2 แสดงโครงสร้างการบริหารองค์การบริหารส่วนตำบลปากพูน



3. ระบบคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคที่ผ่านมาโดยเฉพาะในภาครัฐมีการกำหนดหน่วยงานสำหรับรับผิดชอบไว้ชัดเจนแต่เนื่องจากงานคุ้มครองผู้บริโภคจะเห็นได้จากคำนิยามจะมีความหมายกว้าง เกี่ยวข้องกับคนทุกคน ผลิตภัณฑ์ทุกผลิตภัณฑ์ การบริการทุกงานบริการที่ต้องป้องกันปกป้อง ระวัง ดูแล พิทักษ์รักษา อารักขากันไว้มีหลากหลาย ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ภาครัฐไม่สามารถเข้าไปดำเนินการ ควบคุม ดูแล และคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึงตาม โครงสร้างและรูปแบบการดำเนินงานเดิม ดังนั้นในส่วนของภาครัฐเองเมื่อมองเห็นถึงปัญหาและอุปสรรคนี้จึงเล็งเห็นว่า งานคุ้มครองผู้บริโภคจะต้องมีภาคีเครือข่ายเพิ่มขึ้น ระบบงานคุ้มครองผู้บริโภคในองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นจึงเป็นส่วนที่มีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนงานด้านนี้

ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงปัจจุบันทำให้การปฏิบัติงานคุ้มครองผู้บริโภคที่ผ่านมาเจ้าหน้าที่จะดำเนินการโดยอำนาจหน้าที่ตามพระราชบัญญัติเทศบาล พ.ศ. 2496 ซึ่งกำหนดหน้าที่ที่จะต้องปฏิบัติไว้ชัดเจนสำหรับองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นแต่ละระดับแต่การดำเนินงานในช่วงดังกล่าวเป็นต้นมาก็ยังไม่ชัดเจนเป็นรูปธรรม จนกระทั่งปี พ.ศ. 2542 ได้มีการออกเป็นพระราชกฤษฎีกาให้อำนาจหน้าที่ตามพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ให้เทศบาล เมืองพัทยา และองค์การบริหารส่วนตำบลมีอำนาจและหน้าที่ในการจัดระบบการบริการสาธารณะเพื่อประโยชน์ของประชาชนในท้องถิ่นของตนเอง แต่ภารกิจด้านงานคุ้มครองผู้บริโภคเองก็ยังไม่ได้ถูกระบุชัดเจนอาจเป็นเพียงงานควบคุมตลาด การรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมืองหรืออีก จการอื่นใดที่เป็นผลประโยชน์ของประชาชนในท้องถิ่นตามที่คณะกรรมการประกาศกำหนดเท่านั้น จึงไม่มีระบบ รูปแบบ กลวิธี กิจกรรม ที่ชัดเจน การดำเนินการจึงขึ้นกับความพร้อมขององค์กรและสภาพปัญหาในพื้นที่

ดังนั้นระบบคุ้มครองผู้บริโภค ในองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น ยังไม่ชัดเจนซึ่งอาจเป็นเพราะภาพของงานคุ้มครองผู้บริโภคกว้างมาก และการดำเนินการจึงต้องการความพร้อมในหลายๆด้าน การดำเนินการจึงมีผลสำเร็จของงานในแต่ละองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นจึงแตกต่างกันไป

3.1 อำนาจหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค

1. อำนาจหน้าที่ตามพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542 (สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา, 2542)

หมวด ๒ การกำหนดอำนาจและหน้าที่ในการจัดระบบการบริการสาธารณะ

มาตรา ๑๖ ให้เทศบาล เมืองพัทยา และองค์การบริหารส่วนตำบลมีอำนาจและหน้าที่ในการจัดระบบการบริการสาธารณะเพื่อประโยชน์ของประชาชนในท้องถิ่นของตนเองดังนี้

- (๑) การจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของตนเอง
- (๒) การจัดให้มีและบำรุงรักษาทางบก ทางน้ำ และทางระบายน้ำ
- (๓) การจัดให้มีและควบคุมตลาด ท่าเทียบเรือ ท่าข้าม และที่จอดรถ
- (๔) การสาธารณสุขูปโภคและการก่อสร้างอื่นๆ
- (๕) การสาธารณสุขูปการ
- (๖) การส่งเสริม การฝึก และประกอบอาชีพ
- (๗) การพาณิชย์ และการส่งเสริมการลงทุน
- (๘) การส่งเสริมการท่องเที่ยว
- (๙) การจัดการศึกษา

(๑๐) การสังคมสงเคราะห์ และการพัฒนาคุณภาพชีวิตเด็ก สตรี คนชรา และผู้ด้อยโอกาส

(๑๑) การบำรุงรักษาศิลปะ จารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมอันดีของ
ท้องถิ่น

(๑๒) การปรับปรุงแหล่งชุมชนแออัดและการจัดการเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย

(๑๓) การจัดให้มีและบำรุงรักษาสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ

(๑๔) การส่งเสริมกีฬา

(๑๕) การส่งเสริมประชาธิปไตย ความเสมอภาค และสิทธิเสรีภาพของประชาชน

(๑๖) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของราษฎรในการพัฒนาท้องถิ่น

(๑๗) การรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง

(๑๘) การกำจัดมูลฝอย สิ่งปฏิกูล และน้ำเสีย

(๑๙) การสาธารณสุข การอนามัยครอบครัว และการรักษาพยาบาล

(๒๐) การจัดให้มีและควบคุมสุสานและฌาปนสถาน

(๒๑) การควบคุมการเลี้ยงสัตว์

(๒๒) การจัดให้มีและควบคุมการฆ่าสัตว์

(๒๓) การรักษาความปลอดภัย ความเป็นระเบียบเรียบร้อย และการอนามัย โรงมหรสพ
และสาธารณสถานอื่นๆ

(๒๔) การจัดการ การบำรุงรักษา และการใช้ประโยชน์จากป่าไม้ ที่ดินทรัพยากรธรรมชาติและ
สิ่งแวดล้อม

(๒๕) การผังเมือง

(๒๖) การขนส่งและการวิศวกรรมจราจร

(๒๗) การดูแลรักษาที่สาธารณะ

(๒๘) การควบคุมอาคาร

(๒๙) การป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย

(๓๐) การรักษาความสงบเรียบร้อย การส่งเสริมและสนับสนุนการป้องกันและรักษาความ
ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

(๓๑) กิจการอื่นใดที่เป็นผลประโยชน์ของประชาชนในท้องถิ่นตามที่คณะกรรมการ
ประกาศ กำหนด

การพัฒนาองค์กรหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบการดำเนินงานกำกับดูแลอาหารปลอดภัย ในส่วนท้องถิ่น การกระจายอำนาจการดูแลคุ้มครองผู้บริโภคตามศักยภาพและความเหมาะสมของแต่ละท้องถิ่น ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เทศบาลต่างๆ โดยการกำหนดเป็นกฎหมายของท้องถิ่น เช่น เทศบัญญัติ ตามพระราชบัญญัติสาธารณสุข พ.ศ 2535 เช่น

- ผู้ประกอบการซูเปอร์มาร์เก็ต/ร้านอาหารที่มีขนาดเกิน 200 ตารางเมตร ต้องขอ อนุญาตและแจ้งต่อท้องถิ่นก่อนประกอบการตามลำดับ (มาตรา 38)
 - ผู้ประกอบการซูเปอร์มาร์เก็ต/ร้านอาหารที่ขออนุญาตและแจ้งต้องปฏิบัติให้ถูก สุกลักษณะตามข้อบัญญัติของท้องถิ่นที่ออกตามมาตรา 40 (1)-(7)
 - ผู้ประกอบการตลาดสดต้องขออนุญาตจากท้องถิ่นก่อนประกอบการ (มาตรา 34)
 - ผู้ประกอบการตลาดสดต้องปฏิบัติให้ถูกสุกลักษณะตามกฎกระทรวงหรือ ข้อบัญญัติของท้องถิ่น (มาตรา 7 และมาตรา 35)
 - ผู้ประกอบการหาบเร่แผงลอยที่จำหน่ายในที่และทางสาธารณะจะต้องขออนุญาตจาก ท้องถิ่นก่อนประกอบกิจการ (มาตรา 41 วรรค สอง)
 - ผู้ประกอบการหาบเร่แผงลอยต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในใบอนุญาตและสุกลักษณะตาม ข้อบัญญัติของท้องถิ่น (มาตรา 41 วรรคสามและมาตรา 43)
 - ต้องไม่จำหน่ายในเขตห้ามจำหน่ายตามประกาศของเจ้าพนักงานท้องถิ่นเรื่องเขตการ ควบคุมการจำหน่ายสินค้าในที่/ทางสาธารณะ (มาตรา 42)
- พระราชบัญญัติรักษาความสะอาดฯ
- ห้ามจำหน่ายอาหารในที่/ทางสาธารณะ เว้นแต่จะเป็นเขตผ่อนผันตามประกาศของเจ้า พนักงานท้องถิ่น (มาตรา 20)

โดยการออกข้อบัญญัติของท้องถิ่น จะต้องกระทำให้ครอบคลุมทุกเขตเทศบาล ซึ่งควรมี การประสานงานและสนับสนุนข้อมูลทางวิชาการจากหน่วยงานสาธารณสุข

3.2 การกระจายอำนาจและการถ่ายโอนภารกิจในงานคุ้มครองผู้บริโภค

3.2.1 พระราชบัญญัติการกระจายอำนาจ

หลังจากได้มีการปรับปรุงระเบียบการบริหารราชการแผ่นดินเพื่อให้เกิดความสมดุล ระหว่างภาครัฐ ประชาชนและท้องถิ่น ภารกิจให้หลายๆด้านจากหลายๆกระทรวง กรม ได้ถูก กำหนดให้เป็นภารกิจถ่ายโอน โดยใช้เวลาและความพร้อมเป็นกรอบใหญ่ในการถ่ายโอนภารกิจโดย จะกำหนดการถ่ายโอนดังนี้คือ 1) ภารกิจที่ให้เลือกโดยอิสระ 2) ภารกิจที่เป็นหน้าที่ที่ต้องทำ โดยภารกิจด้านงานคุ้มครองผู้บริโภคจะไม่ได้ระบุไว้ชัดเจนว่าเป็นภารกิจใดเมื่อไม่ระบุชัด

หน่วยงานส่วนท้องถิ่นจึงกำหนดเป็นภารกิจที่เลือกทำโดยอิสระ โดยพยายามแทรกการทำงานด้านงานคุ้มครองผู้บริโภค บางเรื่องก็เข้าไปเกี่ยวข้องกับภารกิจที่ต้องทำเช่น งานด้านสุขภาพที่เกี่ยวกับดูแลตลาด พิทักษ์สิทธิ์ผู้บริโภคในตลาดโดยตรวจสอบแปะ รับซื้อโรงเรียน เป็นต้น แต่การดำเนินงานจะทำให้ได้น้อยเพียงใดมีตัววัดความสำเร็จของการถ่ายโอนอย่างไรยังไม่ได้มีการกำหนดไว้ในเรื่องนี้

3.2.2 การถ่ายโอนภารกิจในงานคุ้มครองผู้บริโภค

3.2.2.1 การถ่ายโอนภารกิจในงานคุ้มครองผู้บริโภคจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

ภารกิจด้านงานคุ้มครองผู้บริโภค (ผลิตภัณฑ์สุขภาพ) ที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาเป็นผู้ดำเนินการถ่ายโอนให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะกำหนดกรอบภารกิจแบบกว้างๆ

- 1) การผลิตสื่อ และหรือเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารด้านอาหารและยา
- 2) การเสริมสร้างศักยภาพผู้บริโภค ความรู้ในการบริโภค และเรียกร้องสิทธิอันชอบธรรม
- 3) การสร้างและขยายเครือข่าย การมีส่วนร่วมในงานคุ้มครองผู้บริโภค ด้าน สาธารณสุข (คปส.) ของผู้บริโภคในท้องถิ่น
- 4) การตรวจสอบติดตาม คุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ในสถานที่จำหน่ายตามที่ระบุใน พ.ร.บ.แต่ละประเภท

จากข้อมูลสรุปความก้าวหน้าการถ่ายโอนภารกิจด้านสาธารณสุขให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในความรับผิดชอบของกระทรวงสาธารณสุขและสำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ (สป.สช.); ข้อมูลจากสำนักงานคณะกรรมการกระจายอำนาจถึงปี พ.ศ. 2549 พบว่า สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กำลังทยอยถ่ายโอน 4 ภารกิจ ซึ่งไม่ได้ตั้งงบประมาณ ไว้รายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลการดำเนินการถ่ายโอนภารกิจของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

พ.ศ.2549

ภารกิจที่ถ่ายโอน	ผลการดำเนินการถ่ายโอน			หมายเหตุ
	ถ่ายโอนแล้ว	ทยอยถ่ายโอน	ยังไม่ได้ถ่ายโอน	
1. การผลิตสื่อและหรือเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารด้านอาหารและยา		/		- ภารกิจที่ 1-3 ได้มีการถ่ายโอนให้ กทม. และเมืองพัทยาแล้ว
2. การเสริมสร้างศักยภาพผู้บริหารและเรียกทรัพย์สินอันชอบธรรม		/		แต่ยังไม่มีมีการถ่ายโอนให้แก่เทศบาล อบต.
3. การสร้างและขยายเครือข่ายการมีส่วนร่วมในงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสาธารณสุขของผู้บริโภคในท้องถิ่น		/		- ความพร้อม และ งบประมาณ 2549 ไม่ได้ตั้งงบประมาณไว้
4. ตรวจสอบติดตามคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์อาหาร ยา เครื่องมือแพทย์ เครื่องสำอาง และวัตถุอันตรายในสถานที่จำหน่ายตามที่ระบุใน พ.ร.บ.แต่ละประเภท			/	ถ่ายโอนให้ กทม.และเมืองพัทยาแล้ว สำหรับ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นยังไม่พร้อมด้านบุคลากร ซึ่งอย. ได้ดำเนินการอบรมเจ้าหน้าที่ เพื่อเตรียมความพร้อมในการรับถ่ายโอน

สรุปผลการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (องค์การบริหารส่วนตำบล) ฝึกอบรมภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติในการตรวจสอบอาหาร ณ สถานที่จำหน่าย ปี 2548 และ หยุดดำเนินการ เนื่องจาก อบต. ไม่มีบุคลากรในการดำเนินงานด้านอาหาร

ปัญหาและอุปสรรคของเทศบาลและอบต . ในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ (คปส.)

1. นโยบายของผู้บริหารระดับท้องถิ่นไม่ให้ความสำคัญกับงาน คปส.
2. ผู้รับผิดชอบงานสาธารณสุขของเทศบาล อบต . มีจำนวนน้อย เมื่อเทียบกับปริมาณงานที่มีอยู่
3. เทศบาลตำบลและอบต.บางแห่งยังไม่มีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบด้านสาธารณสุขโดยตรง
4. เจ้าหน้าที่เทศบาลและ อบต . ยังขาดทักษะในการตรวจสอบผลิตภัณฑ์สุขภาพ ทำให้ให้เจ้าหน้าที่บางคนไม่มีความมั่นใจในการตรวจสอบอาหารและเครื่องสำอาง รวมถึงให้คำแนะนำแก่ผู้ประกอบการ
5. การประสานงานหรือทำงานร่วมกันหลายหน่วยงานในบางพื้นที่ยังไม่ค่อยดีเท่าที่ควร
6. การทำงานคุ้มครองผู้บริโภคของท้องถิ่นมีเรื่องของการเมืองเข้ามามีผล ทำให้เจ้าหน้าที่ระดับท้องถิ่นมีความลำบากใจที่ต้องดำเนินการกับผู้ประกอบการในพื้นที่

ทำให้ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาปรับเปลี่ยน บทบาทโดยจัดเตรียมแผนสนับสนุน เช่น แผนการพัฒนาฝึกอบรมบุคลากร ในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น บุคลากรในสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด และอำเภอ ตลอดจนบุคลากรในสถานบริการสุขภาพ เพื่อให้มีความพร้อมในการได้รับแต่งตั้งเป็น พนักงานเจ้าหน้าที่ เพื่อปฏิบัติหน้าที่ตามบทบาทใหม่ ในการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งปัจจุบัน สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ได้ประกาศแต่งตั้งพนักงานเจ้าหน้าที่ (เพิ่มเติมฉบับใหม่แล้ว) นอกจากนี้ต้องจัดทำแผนการสัมมนาผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น รวมทั้งการเตรียมการแก้ไขกฎหมาย กฎกระทรวง และประกาศเพื่อให้การดำเนินงานด้านคุ้มครองผู้บริโภค สอดคล้องกับการกระจายอำนาจด้านสุขภาพต่อไป บทบาทที่สำคัญของ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ที่จะร่วมกับสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด อีกประการหนึ่ง คือ การออกให้คำปรึกษา ทางวิชาการ การนิเทศติดตามส่งเสริมการปฏิบัติงานของบุคลากรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค สนับสนุนการส่งเสริมการดำเนินงานของกลุ่ม ชมรม สมาคม ประชาคมต่างๆ ในพื้นที่ให้มีการทำงานเชื่อมโยงกัน เป็นเครือข่าย รวมทั้งการประเมินผลงาน ด้านคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่เป็นระยะๆ

3.2.2.2 การถ่ายโอนภารกิจในงานคุ้มครองผู้บริโภคจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานนายกรัฐมนตรี ได้มีมติเห็นชอบมอบภารกิจคุ้มครองผู้บริโภคให้เทศบาลและองค์การบริหารส่วนตำบล ตามแผนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่น (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2551 และแผนปฏิบัติการกำหนดขั้นตอนการกระจาย

อำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (ฉบับที่ 2) กำหนดให้ดำเนินการถ่ายโอนภารกิจการคุ้มครองผู้บริโภคให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ประกอบกับคำสั่งคุ้มครองผู้บริโภค ที่ 3/2552 ลงวันที่ 20 เมษายน 2552 ได้แต่งตั้งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำเทศบาล และคำสั่งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ที่ 4/2552 ลงวันที่ 20 เมษายน 2552 ได้แต่งตั้งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำองค์การบริหารส่วนตำบล โดยมีอำนาจในการรับเรื่องราวร้องทุกข์จากประชาชนผู้บริโภคที่ไม่ได้รับความเป็นธรรม จากการซื้อสินค้าหรือบริการและดำเนินการเจรจาไกล่เกลี่ยได้ ตามอำนาจหน้าที่ที่ไม่ขัดต่อกฎหมาย และ รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี นายสาทิตย์ วงศ์หนองเตย ประธานกรรมการคุ้มครอง ได้มีคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำเทศบาลและองค์การบริหารส่วนตำบล เพื่อให้การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นรูปธรรม สำหรับคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นที่ได้รับการแต่งตั้ง ซึ่งประกอบด้วย นายกเทศมนตรี,นายก อบต.,กำนันท้องที่,หัวหน้าส่วนราชการ ที่นายฯ แต่งตั้ง , ผู้แทนจากภาคประชาชน ที่นายฯ แต่งตั้ง , ปลัดเทศบาล อบต.,นิติกร หรือพนักงาน เทศบาล อบต.ที่นายฯ แต่งตั้ง มีอำนาจหน้าที่รับพิจารณาเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคในเขตพื้นที่ ที่ได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหายอัน เนื่องมาจากการกระทำของผู้ประกอบ ธุรกิจในเรื่องเกี่ยวกับการถูกเอาเปรียบหรือไม่ได้รับความเป็นธรรมในการซื้อสินค้า เครื่องอุปโภค บริโภค หรือบริการที่มีการซื้อขายกันในท้องตลาด ,เจรจาไกล่เกลี่ยปัญหาข้อพิพาทเพื่อ หาข้อยุติในเบื้องต้นหากคู่กรณีไม่สามารถตกลงกันได้ให้สอบถามหาข้อเท็จจริง และรวบรวมพยานหลักฐานเพื่อเสนอเรื่องต่อคณะกรรมการไกล่เกลี่ยเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภค ประจำจังหวัดพิจารณาดำเนินการ ,ติดตามและสอดส่องพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจ ซึ่งกระทำการใดๆ อันมีลักษณะเป็นการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคและอาจ ด้ให้มีการทดสอบหรือ พิสูจน์สินค้าหรือบริการใดๆ ตามที่เห็นสมควรและจำเป็นเพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค ,สั่งให้บุคคลหนึ่ง บุคคลใดส่งเอกสารหรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่มีผู้ร้องทุกข์หรือเรื่อง อื่นใดที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคมาพิจารณาได้ ในการนี้ จะเรีย กบุคคลที่เกี่ยวข้องมาชี้แจงด้วยก็ได้ ,ประสานงานกับส่วนราชการหรือ หน่วยงานของรัฐที่มีอำนาจและหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองละเมิดสิทธิ ของผู้บริโภค ,ดำเนินการอื่นๆ ตามที่คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค หรือ คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัดมอบหมาย และให้รายงานผลการปฏิบัติงานในรอบเดือนให้คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัดทราบ

โครงสร้างของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำองค์การบริหารส่วนตำบล
ประกอบด้วย

- | | |
|---|-----------------------------------|
| 1. นายองค์การบริหารส่วนตำบล | ประธานอนุกรรมการ |
| 2. หัวหน้าส่วนราชการ 1 คน
ที่นายองค์การบริหารส่วนตำบลแต่งตั้ง | อนุกรรมการ |
| 3. กำนันท้องที่ | อนุกรรมการ |
| 4. ผู้แทนจากภาคประชาชน 3 คนที่นายองค์การบริหาร
ส่วนตำบลแต่งตั้ง (โดยให้เลือกจากผู้ที่มีความรู้ด้าน
การคุ้มครองผู้บริโภค อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน(อสม.)
หรือผู้แทนศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน) | อนุกรรมการ |
| 5. ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบล | อนุกรรมการและ
เลขานุการ |
| 6. นิติกร หรือ พนักงานองค์การบริหารส่วนตำบล 1 คน
ที่นายองค์การบริหารส่วนตำบลแต่งตั้ง | อนุกรรมการและ
ผู้ช่วยเลขานุการ |

อนุกรรมการตามข้อ 4 ให้อยู่ในตำแหน่งคราวละ 2 ปี หากพ้นจากตำแหน่งก่อนวาระ อาจแต่งตั้งผู้อื่นเป็นอนุกรรมการแทนได้ และให้อยู่ในตำแหน่งเท่ากับวาระที่เหลืออยู่ของอนุกรรมการซึ่งตนแทน

ให้คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำองค์การบริหารส่วนตำบล มีอำนาจและหน้าที่ดังต่อไปนี้

- รับและพิจารณาเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคในเขตพื้นที่ ที่ได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหายอันเนื่องมาจากการกระทำของผู้ประกอบธุรกิจ ในเรื่องเกี่ยวกับการถูกเอาเปรียบหรือไม่ได้รับความเป็นธรรมในการซื้อสินค้า เครื่องอุปโภคบริโภค หรือบริการที่มีการซื้อขายกันในตลาด
- เจรจาไกล่เกลี่ยปัญหาข้อพิพาทเพื่อหาข้อยุติในเบื้องต้น หากคู่กรณีไม่สามารถตกลงกันได้ ให้สอบสวนหาข้อเท็จจริงและรวบรวมพยานหลักฐาน เพื่อเสนอเรื่องต่อคณะกรรมการไกล่เกลี่ยเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคประจำจังหวัดพิจารณาดำเนินการ
- ติดตามและสอดส่องพฤติการณ์ของผู้ประกอบธุรกิจ ซึ่งกระทำการใดๆ อันมีลักษณะเป็นการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคและอาจจัดให้มีการทดสอบหรือพิสูจน์สินค้าหรือบริการใดๆตามที่เห็นสมควรและจำเป็น เพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค

4. สั่งให้บุคคลหนึ่งบุคคลใดส่งเอกสารหรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ เรื่องที่มีผู้ร้องทุกข์หรือเรื่องอื่นใดที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคมาพิจารณาได้ ในการนี้ จะเรียกบุคคลที่เกี่ยวข้องมาชี้แจงด้วยก็ได้
5. ประสานงานกับส่วนราชการหรือหน่วยงานของรัฐที่มีอำนาจและหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค
6. ให้ความรู้ ความเข้าใจแก่ประชาชน และสร้างเครือข่ายความเข้มแข็งของประชาชนเพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค
7. ดำเนินการอื่นๆ ตามที่คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค หรือคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัดมอบหมาย
8. รายงานผลการปฏิบัติงานในรอบเดือนให้คณะอนุกรรมการคุ้มครอง ผู้บริโภคประจำจังหวัดทราบ

4. องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นที่ดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค

องค์การที่ดำเนินงานเกี่ยวข้องกับคุ้มครองผู้บริโภค มีหลายองค์กร ทั้งองค์กรภาครัฐ องค์กรพัฒนาเอกชน องค์กรภาคประชาชน และสื่อมวลชน ในที่นี้ได้ทำการศึกษาหน่วยงานภาครัฐ คือ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นที่ดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งศึกษาทั้งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ดำเนินงานในต่างประเทศและในประเทศ ดังนี้

4.1 องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นที่ดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทย

บทบาทของ องค์การบริหารส่วนท้องถิ่นในประเทศไทยต้องงานคุ้มครองผู้บริโภค

การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในระดับองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ได้รับการถ่ายโอนภารกิจจากคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักนายกรัฐมนตรี ให้เทศบาลและองค์การบริหารส่วนตำบล ตามแผนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่น (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2551 นอกจากนี้ การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในระดับองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น พบว่ามีหลากหลายขึ้นอยู่กับความพร้อม ศักยภาพและสภาพปัญหาของแต่ละพื้นที่ สำหรับตัวอย่างการพัฒนาระบบคุ้มครองผู้บริโภคในองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ตัวอย่างของจังหวัดสงขลาที่ได้ร่วมมือกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจัดทำบันทึกความร่วมมือเพื่อพัฒนาระบบงานคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดสงขลาโดยบูรณาการ ความร่วมมือจากภาคีทุกภาคส่วนในจังหวัดสงขลา โดยสำนักงานคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัดสงขลา ร่วมกับองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น โดยเทศบาลนครหาดใหญ่ เทศบาล ตำบลปรีก องค์การบริหารส่วนตำบลท่าข้าม องค์การบริหารส่วนตำบลควนรู และ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ โดยสถาบันวิจัยระบบสุขภาพภาคใต้ และภาคีผู้บริโภค จึงทำให้เกิดรูปแบบต่างๆสำหรับการคุ้มครองผู้บริโภค

ตัวอย่างขององค์การบริหารส่วนท้องถิ่นต่างๆในประเทศไทยที่ได้ดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค

1. องค์การบริหารส่วนตำบลท่าข้าม ตำบลท่าข้าม อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

คณะกรรมการศูนย์พิทักษ์สิทธิคุ้มครองผู้บริโภคมีบทบาท จัดทำแผนพัฒนาศักยภาพของศูนย์และบุคลากร การรับเรื่องราวร้องทุกข์เกี่ยวกับผู้บริโภค ดำเนินการไกล่เกลี่ยเบื้องต้น หรือส่งต่อเรื่องไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้สามารถแต่งตั้งอนุกรรมการ เข้ามาช่วยเหลือในการทำงานรับเรื่องราวร้องทุกข์ และดำเนินการไกล่เกลี่ยเพื่อพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค การจัดตั้งศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคของอบต.ท่าข้าม โดยดึงทุกภาคส่วนเข้าร่วม เช่น ผู้นำชุมชน ปราชญ์ชาวบ้าน สื่อในพื้นที่ร่วมกันทำงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคและจัดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างผู้บริโภค ท้องถิ่น ผู้นำชุมชน โดยให้ภาคท้องถิ่นวางแผนกระบวนการขับเคลื่อน และมีวิทยุชุมชนเพื่อสะท้อนปัญหาและประสานเครือข่ายออกอากาศไปสู่สาธารณะ ส่วนด้านกิจกรรมเพื่อส่งเสริมให้มีการคุ้มครองผู้บริโภคและการพิทักษ์สิทธิตนเอง เช่น ทางอบต.มีการสนับสนุนให้ปลูกผักสวนครัว เลี้ยงปลาเลี้ยงไก่เลี้ยงวัว มีการรวมกลุ่มกันทำสมุนไพร น้ำยาล้างจาน น้ำยาเอนกประสงค์ต่างๆใช้เอง มีกองทุนส่งเสริมอาชีพและกลุ่มกลุ่มออมทรัพย์ที่เข้มแข็ง (ที่มา: <http://www.thakham.go.th> เมื่อ 8-11-52)

2. องค์การบริหารส่วนตำบลควนรู อำเภอรัตภูมิ จังหวัดสงขลา

มีการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้เกิดเครือข่ายการทำงานคุ้มครองผู้บริโภค ที่มีพลังในการปกป้อง ดูแล และช่วยกันพิทักษ์สิทธิของตนเองและร่วมกันสร้างระบบคุ้มครองผู้บริโภคให้มีความเข้มแข็ง การเกิดศูนย์พิทักษ์สิทธิคุ้มครองผู้บริโภคในระดับชุมชน คณะกรรมการศูนย์พิทักษ์สิทธิคุ้มครองผู้บริโภคมีบทบาท จัดทำแผนพัฒนาศักยภาพของศูนย์และบุคลากร การรับเรื่องราวร้องทุกข์เกี่ยวกับผู้บริโภค ดำเนินการไกล่เกลี่ยเบื้องต้น หรือส่งต่อเรื่องไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้สามารถแต่งตั้งอนุกรรมการ เข้ามาช่วยเหลือในการทำงานรับเรื่องราวร้องทุกข์ และดำเนินการไกล่เกลี่ยเพื่อพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค ตัวอย่างกิจกรรมด้านการส่งเสริมความรู้แก่ผู้บริโภค เช่นการจัดเวที สัมมนาผู้บริโภคฉลาดซื้อ (คนควนรู รู้ทันเขาจริงหรือ) นอกจากนี้ ทางวิทยุชุมชน พระพุทธศาสนา FM 101.0MHz ซึ่งจะจัดเป็นเวทีสัมมนาเพื่อหาสาระพูดคุยกันเรื่องสุขภาพและการคุ้มครองผู้บริโภค

การจัดตั้งคณะทำงานของศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคตำบลควนรู โดยคณะทำงานที่จัดตั้งจะเป็นตัวแทนที่มาจากหลายภาคส่วน เช่น โรงเรียน สถานีอนามัย อาสาสมัครสาธารณสุข ภาคประชาสังคม ด้านภาคประชาสังคม ตำบลควนรูมีจุดเด่นในการดำเนินงานพัฒนาชุมชน ในรูปแบบ “สภาองค์กรชุมชน” คณะทำงานที่จัดตั้งจะมีการแบ่งบทบาทในการดำเนินงานเรื่องศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค โดยมีปลัด อบต. ทำหน้าที่ให้คำปรึกษาด้านกฎหมาย และตัวแทนของภาค

ประชาชน จำนวน 2 ท่าน มีบทบาทหลักดำเนินงานใกล้เคียงเรื่องร้องเรียนในระดับพื้นที่ นอกจากนี้มีคณะทำงานแต่ละฝ่ายจำนวน 3 ฝ่าย ได้แก่ฝ่าย

- 1) รับเรื่องร้องเรียน /ใกล้เคียง ทำหน้าที่รับเรื่องร้องเรียนจากประชาชนที่ถูกละเมิดสิทธิจากการบริโภคสินค้าและบริการ การให้คำปรึกษา คำแนะนำ ด้านการบริโภคของประชาชนในพื้นที่ และการใกล้เคียงเพื่อแก้ไขปัญหาเบื้องต้นของผู้บริโภค
- 2) ฝ่ายเฝ้าระวังสินค้า/บริการไม่ปลอดภัยไม่เป็นธรรม โดยมีหน้าที่เฝ้าระวังสินค้าที่ไม่ปลอดภัยในพื้นที่เสี่ยง เช่น ตลาดนัด ร้านค้าชุมชน การให้คำแนะนำ ปรึกษาด้านการบริโภคของประชาชนในพื้นที่ ร่วมกันวิเคราะห์และร่วมแก้ปัญหาผู้บริโภคในระดับพื้นที่
- 3) ฝ่ายประชาสัมพันธ์ มีหน้าที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านปัญหาผู้บริโภคในพื้นที่ เพื่อเป็นการเตือนภัยแก่ผู้บริโภค พัฒนาศักยภาพผู้บริโภคในพื้นที่ให้มีความเข้มแข็ง รวมทั้งสร้างเครือข่ายสื่อในระดับพื้นที่ เพื่อการเชื่อมโยงข่าวสาร เช่น วิทยุชุมชนพุทธศาสนา หอกระจายข่าวหมู่บ้าน วิทยุกู้ภัย สื่อ แผ่นพับ ใบปลิว

(ที่มา: www.khuanru.go.th/ เมื่อ 8-11-52)

3. องค์การบริหารส่วนตำบลท่าม่วง อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา

จัดตั้งศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคที่ไม่ได้รับความเป็นธรรมในการซื้อสินค้าหรือบริการและแต่งตั้งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำองค์การบริหารส่วนตำบลท่าม่วง โดยมีอำนาจหน้าที่ในการรับเรื่อง ร้องทุกข์จากประชาชนผู้บริโภคที่ไม่ได้รับความเป็นธรรมในการซื้อสินค้าหรือบริการ และดำเนินการใกล้เคียงได้ตามอำนาจหน้าที่ที่ไม่ขัดต่อกฎหมาย

(ที่มา: www.thamuang.go.th/ เมื่อ 8-11-52)

4. โครงการหมู่บ้านต้นแบบพิทักษ์สิทธิและคุ้มครองผู้บริโภคอำเภอนครไทย โดยมีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อบต.) เป็นภาคีเครือข่ายการดำเนินงานเรื่องของการใช้มาตรการทางกฎหมายที่ในส่วนท้องถิ่นสามารถดำเนินการ

5. องค์การบริหารส่วนตำบลโนนคำ อ.สูงเนิน จ.นครราชสีมา ดำเนิน โครงการอาหารปลอดภัยในสถานประกอบการ ร้านค้า ร้านอาหาร แผงลอยจำหน่ายอาหารในเขตตำบลโนนคำ โดยการตรวจหาตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่ต้องเก็บตัวอย่างเพื่อตรวจวิเคราะห์สารปนเปื้อนในอาหาร

6. องค์การบริหารส่วนตำบลดอนงรี อำเภอเมือง ชลบุรี ได้จัดตั้งแกนนำเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค ลงพื้นที่ เป้าหมายคือ อบต. ดอนงรี โดยความร่วมมือจากนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดอนงรีร่วมเป็นภาคีหลัก ในการสนับสนุนกิจกรรมของศูนย์คุ้มครองสิทธิเพื่อผู้บริโภคของจังหวัดชลบุรี

โดยสรุปการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นของประเทศไทยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการปกป้อง พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค และของตนเอง แต่การดำเนินงานยังไม่ชัดเจนเนื่องจากการถ่ายโอนภารกิจจาก คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักนายกรัฐมนตรี ให้เทศบาลและองค์การบริหารส่วนตำบล ที่กำหนดรูปแบบโครงสร้างคณะอนุ กรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำองค์การบริหารส่วนตำบล ยังเป็นรูปแบบที่รวมอำนาจไว้ที่ภาครัฐ (องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น) โดยโครงสร้างถูกกำหนดในรูปแบบที่ตายตัว และมีกลไกที่ยังต้องขึ้นกับภาครัฐเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นเพื่อให้การดำเนินคุ้มครองผู้บริโภคในระดับองค์การ ปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีวัตถุประสงค์ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการเข้ามาบริหารจัดการ โดยการสร้างกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพ เหมาะสมกับพื้นที่ จึงจำเป็นต้องมีการศึกษาวิจัยเพื่อ พัฒนาระบบการบริหารจัดการขององค์การบริหารส่วนตำบล ในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค

4.2 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในต่างประเทศ

ตัวอย่างขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในต่างประเทศ พบว่าบทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องงานคุ้มครองผู้บริโภคมีหลากหลายขึ้นอยู่กับกฎหมายระดับประเทศ และสภาพปัญหาของแต่ละพื้นที่

1. คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับตำบลของ The State of Tamil Nadu ประเทศอินเดีย เป็นองค์กรพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคในระดับท้องถิ่น ที่ก่อตั้งภายใต้คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศอินเดียในปี 1986 มี ภาระหน้าที่

- 1) ตรวจตลาดในชุมชน / ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร
- 2) เป็นตัวแทนกลางในการร้องเรียนกับศาล หรือหน่วยงานยุติธรรม ให้กับผู้บริโภค
- 3) สนับสนุนกิจกรรมส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคในวันสำคัญของท้องถิ่น
- 4) กิจกรรมเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในโรงเรียนในสังกัดของตำบลทุกวันพฤหัสบดีของเดือน (<http://consumer.tn.gov.in/faq.htm> เมื่อ 10-3-53)

2. คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเมืองดักลาส ประเทศสหรัฐอเมริกา (The Douglas County District) ดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีภารกิจดังนี้คือ

- 1) การส่งเสริมความรู้ให้แก่ผู้บริโภค
- 2) การแก้ปัญหาผู้บริโภค จากการบริโภคสินค้าที่ไม่ปลอดภัย
- 3) สร้างศูนย์รับเรื่องร้องเรียนปัญหาจากผู้บริโภค ได้แก่
 - ศูนย์ข้อมูลเพื่อผู้บริโภค

- ระบบติดต่อรับเรื่องร้องเรียน ผ่าน Hotline at (785) 330-2849 และการร้องเรียนผ่านแบบฟอร์มยื่นมาที่ศูนย์รับเรื่องร้องเรียน

- ผ่านทนายความของศูนย์

คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเมืองดักลาส ยังสร้างความร่วมมือเป็นเครือข่ายกับเมืองแคนซัส(Kansas Consumer Protection)

(http://www.douglas-county.com/depts/da/da_cpu.aspx เมื่อ13-3-53)

3. คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคของ เมือง City of Bonn ประเทศเยอรมนี ดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในรูปแบบ การป้องกัน การจำกัดความเสี่ยง นำเสนอข้อมูลและแนะนำ เพื่อป้องกันสิทธิผู้บริโภคจากอุตสาหกรรมในเมือง โดยความร่วมมือกับ เมืองโคโลญจน์ และ เลเวอร์คูเซิน มีกิจกรรมคือรับเรื่องร้องเรียนจากปัญหาของผู้บริโภค และการจัดการส่งต่อข้อมูล ใกล้เคียงระหว่างผู้บริโภคและผู้ประกอบการอุตสาหกรรม

(http://www.bonn.de/umwelt_gesundheit_planen_bauen_wohnen/verbraucherschutz/index.html?lang=en เมื่อ13-3-53)

4 . การคุ้มครองผู้บริโภคด้านความเป็นธรรม ของ Eric County, Pennsylvania USA.

Eric County Bar Association เป็นหน่วยงานหนึ่งขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยมีบทบาทดูแลเรื่องความเป็นธรรมในเรื่องราคาและบริการที่ควรได้รับเช่น แนะนำผู้บริโภคในการจัดหาผู้รับเหมาก่อสร้างบ้าน เพื่อให้ประชาชนได้ป้องกันก่อนที่จะถูกเอาเปรียบ

5. การคุ้มครองผู้บริโภคของ Camden County, New Jersey, USA*

มีการตรวจสอบและเผยแพร่ ข้อมูลแก่ผู้บริโภค รับคำร้องเรียนเกี่ยวกับความไม่เป็นธรรมของสินค้าการบริการและคุณภาพรวมทั้งเทศบาลยังมีบทบาทด้านการวิจัยและค้นคว้า และยังคงควบคุมดูแลด้านความเป็นธรรมในเรื่องน้ำหนักสินค้าและการชั่งวัด โดยจะมีเครื่องมือชั่งวัดที่มีประสิทธิภาพสูงในการตรวจสอบสินค้าที่อยู่ในหีบห่อตามตลาด ตรวจสอบน้ำหนักและชั่งวัดสินค้าในโกดังสินค้า เป็นต้น มีหน่วยงานใกล้เคียงและช่วยเหลือด้านความเป็นธรรมและความยุติธรรม

6. การคุ้มครองผู้บริโภคของมลรัฐ Massachusetts, USA.*

เสนอแนวทางการคุ้มครองโดยเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคที่ไม่พึงพอใจ อสังหาริมทรัพย์และบริการที่ได้รับมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านแนวทางที่ได้เสนอดังนี้

1) ผู้บริโภคต้องรู้สิทธิของตนเอง (Educate yourself) โดยรู้สิทธิทางกฎหมายเช่นจาก website และมีช่องทางที่สามารถติดต่อขอข้อมูลจากทางหน่วยงานภาครัฐได้โดยตรง

- 2) การเรียกร้องจากผู้ขาย (Call the Seller) โดยผู้บริโภคต้องมีบันทึกเกี่ยวกับการเจรจาหากแก้ปัญหาในขั้นตอนนี้ไม่ได้ ขึ้นต่อมาให้ติดต่อผู้บริหารของบริษัทนั้นๆ พบว่าหลายบริษัทสามารถแก้ไขปัญหาก็ให้ผู้บริโภคได้เพราะต้องการรักษาลูกค้าเอาไว้
- 3) การเขียนจดหมายร้องเรียน (Write a complaint letter to the seller) หากร้องเรียนโดยตรงกับผู้ขายไม่ได้ผล ผู้บริโภคสามารถเขียนจดหมายร้องเรียนโดยข้อความต้องชัดเจน ตรงประเด็น ครอบคลุมข้อเท็จจริง หากผู้บริโภคเตรียมเอกสารได้ครบถ้วน สามารถยื่นเอกสารต่อสารเพื่อเรียกร้องความเป็นธรรม
- 4) ให้คนกลางเจรจาไกล่เกลี่ย (Get a third party involved)
- 5) ใช้มาตรการทางกฎหมาย

7. การคุ้มครองผู้บริโภคของมลรัฐ California, USA.

รัฐและหน่วยงานด้านสุขภาพท้องถิ่น (local health agencies) มีบทบาทในการสอบสวนและติดตามการร้องเรียนที่เกี่ยวข้องการเจ็บป่วยหรือการได้รับการบาดเจ็บจากผลิตภัณฑ์ชนิดต่างๆ

8. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในประเทศสกอตแลนด์ ตกลงความร่วมมือกันในการดำเนินงานเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค ได้แก่

- การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการ และผู้บริโภค ด้านการเปิดเผยข้อมูล การสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค การสร้างความตระหนักแก่ผู้บริโภค

9. การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศญี่ปุ่น

นโยบายเกี่ยวกับผู้บริโภคในประเทศญี่ปุ่น

ปัญหาเกี่ยวกับผู้บริโภคได้เริ่มเป็นประเด็นที่สำคัญในทางเศรษฐกิจและสังคมในช่วงปี ค.ศ. 1950 ถึง 1960 เป็นต้นมา ทั้งนี้ เนื่องจากการเจริญเติบโตอย่างมากในทางเศรษฐกิจ การผลิตสินค้ามีความซับซ้อนมากขึ้น ผู้บริโภคไม่ได้รับข้อมูลเพียงพอในการตัดสินใจ ต้องรับภาระเสี่ยงภัยเองในการที่จะเลือกซื้อสินค้า ความสามารถในการเชิงธุรกิจหรือทักษะในเชิงการตลาดของผู้ประกอบกิจการรวมทั้งธุรกิจบางรายมีการผูกขาดทำให้ผู้บริโภคขาดอำนาจต่อรอง จึงก่อให้เกิดการตรากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคขึ้นในปี ค.ศ. 1968 คือ The Consumer Protection Fundamental Act, ซึ่งมีหลักการและเหตุผลเพื่อสนับสนุนมาตรการต่างๆ ในการคุ้มครองสิทธิและผลประโยชน์ผู้บริโภค โดยได้กำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบของรัฐบาลกลาง รัฐบาลท้องถิ่น ผู้ประกอบธุรกิจ และบทบาทของผู้บริโภค สรุปได้ ดังนี้

- รัฐบาลกลางและรัฐบาลท้องถิ่นจะต้องวางแผนและปฏิบัติการให้เป็นไปตามแผนและนโยบายเกี่ยวกับผู้บริโภคตามพัฒนาการของเศรษฐกิจและสังคม ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องคุ้มครองผู้บริโภคและดำเนินการตามนโยบายต่างๆ ของรัฐบาล

- ผู้บริโภคจะต้องมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาชีวิตของตนในฐานะผู้บริโภคด้วยการมีความคิดริเริ่มและพยายามที่จะใช้เหตุผลของตนเองด้วยความเชื่อมั่น

นโยบายให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในประเทศ กำหนดหน่วยงานที่ดูแลพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค มีการกำหนดนโยบายจากรัฐบาลกลาง โดยหน้าที่ และการดำเนินการให้ท้องถิ่นเป็นผู้กำหนด ทั้งนี้เพื่อแก้ไขปัญหาระหว่างผู้บริโภคและผู้ประกอบการ การดำเนินการ เช่น การเป็นที่ปรึกษากรณีเกิดการฟ้องร้องของผู้บริโภค

9.1 . ศูนย์ผู้บริโภคเมือง โอซาก้า(The Osaka Municipal Consumer Center)

มีการดำเนินกิจกรรมได้แก่ การจัดฝึกอบรมด้านการคุ้มครองผู้บริโภคแก่องค์กรต่างๆ การจัดนิทรรศการที่ศูนย์เพื่อประชาชนได้เข้ามาศึกษาหาความรู้ การรวบรวมและการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการบริโภค การให้คำปรึกษาและการจัดการคำร้องทุกข์และการจัดการทดสอบสินค้าเพื่อจัดการคำร้องทุกข์ต่างๆ

เพื่อให้สอดคล้องและเป็นไปตามวัตถุประสงค์และเจตนารมณ์ของกฎหมาย ว่าด้วยการคุ้มครองพื้นฐานรัฐบาลท้องถิ่นหรือจังหวัด จัดตั้งองค์กรบริหารด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ทั้งนี้เพื่อรักษาและเพิ่มพูนผลประโยชน์ของผู้บริโภคทำให้ความเป็นอยู่ของประชาชนในจังหวัดมีความมั่นคงและดีขึ้น นอกจากนี้ยังได้กำหนดนโยบายของนคร โอซาก้า เพื่อให้สอดคล้องกับเจตนารมณ์ดังกล่าว เช่น

- 1) กิจกรรมการตรวจสอบสินค้า การสนับสนุนกิจกรรมขององค์กรผู้บริโภคต่างๆการให้ความร่วมมือภาคผู้ประกอบการ
- 2) การสนับสนุนการเปิดช่องทางให้คำปรึกษาทางโทรศัพท์และEmail มีการบันทึกข้อความคำปรึกษาลงในแบบร้องเรียนผ่านจอคอมพิวเตอร์โดยตรงและมีฐานข้อมูลในระบบPIO-NET

(<http://gotoknow.org/blog/akrapong/144700> เมื่อ13-3-53)

10. การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศอินเดีย มีการจัดตั้งสภาท้องถิ่นเพื่อพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค มีรูปแบบของการตั้งคณะกรรมการของแต่ละท้องถิ่น

คณะกรรมการดังกล่าวมีหน้าที่ส่งเสริม และปกป้องสิทธิของผู้บริโภค ได้แก่

- 1) ป้องกันอันตรายจากสารปนเปื้อนในอาหาร อันตรายจากสินค้าและบริการ
- 2) สนับสนุนสิทธิของผู้บริโภคที่จะรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ได้แก่รับรู้ ราคาสินค้า ก่อนการตัดสินใจบริโภค
- 3) สร้างกลไกการชดเชยค่าเสียหายกรณีได้รับความเสียหายของผู้บริโภค

- 4) พัฒนาความรู้แก่ผู้บริโภค เช่นการจัดอบรมปีละ 2 ครั้ง เรื่องสิทธิผู้บริโภค และการคุ้มครองผู้บริโภค

(<http://dcnorth.delhigovt.nic.in/disttconsumerprotection.htm> เมื่อ 11-3-53)

โดยสรุปการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในระดับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นของต่างประเทศ พบว่า มีรูปแบบการดำเนินงานที่มีความหลากหลายทั้งนี้ขึ้นกับกฎหมายและนโยบายของแต่ละประเทศ แต่การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อการป้องกัน ควบคุมและการกำกับ ดูแลแก้ไขปัญหาของผู้บริโภค ความเป็นธรรมในเรื่องสินค้าและบริการ โดยการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนในแต่ละท้องถิ่น เป็นรูปแบบหลักที่แต่ละประเทศส่วนใหญ่นำมาปรับใช้กับนโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศ ทั้งนี้เพื่อให้การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคสามารถเข้าถึงประชาชนในระดับท้องถิ่น โดยการให้ประชาชนมีส่วนร่วมกำหนดนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของท้องถิ่น และยังเป็นการเพิ่มศักยภาพผู้บริโภคให้เท่าทันกับสถานการณ์คุ้มครองผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

5. กลไกการคุ้มครองผู้บริโภค

กลไกการคุ้มครองผู้บริโภคขององค์กรต่างๆ ในประเทศ ทั้งองค์กรภาครัฐและเอกชน มีการใช้กลไกการคุ้มครองผู้บริโภคแตกต่างกันไปตามลักษณะ และศักยภาพขององค์กร โดยพบว่ามีกลไกต่างๆ ดังนี้ กลไกการพิทักษ์สิทธิขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค สามารถแบ่งเป็นกลไกหลักๆ คือ กลไกการควบคุมมาตรฐานความปลอดภัยและความเป็นธรรมของสินค้าและบริการ และกลไกการให้ข้อมูล

1. กลไกการควบคุมมาตรฐานความปลอดภัยของสินค้าและบริการ เป็นกระบวนการการควบคุม การผลิตสินค้าและบริการให้มีความปลอดภัยได้มาตรฐานตามที่กฎหมายกำหนด โดยมีหน่วยงานภาครัฐที่ควบคุมมาตรฐานสินค้าและบริการ ได้แก่

- สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา โดยดำเนินการออกเครื่องหมายรับรองมาตรฐานของสินค้าให้แก่ผู้ประกอบการที่ขออนุญาตผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุขภาพ ได้แก่ เครื่องหมาย ออย.
- กรมวิชาการเกษตร ควบคุมดูแลสินค้าทางการเกษตรมีเครื่องหมายมาตรฐานสินค้าเกษตร
- กรมมาตรฐานสินค้าควบคุมดูแลด้าน ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมมีมาตรฐานสินค้าอุตสาหกรรม

- สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ควบคุมดูแล สินค้าและบริการ โดยรวมซึ่งเป็นการดำเนินการหลังจากที่สินค้าออกสู่ตลาดแล้ว

องค์กรเอกชนคุ้มครองผู้บริโภค ไม่มีกลไกการควบคุมมาตรฐานความปลอดภัยที่ชัดเจน แต่องค์กรดังกล่าวจะดำเนินการตรวจสอบการปฏิบัติงานของภาครัฐ ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่ในการคุ้มครองผู้บริโภคและมีอำนาจในการดำเนินการตามกฎหมาย

2. กลไกการให้ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้บริโภค ซึ่งเป็นกลไกสำคัญที่จะทำให้ผู้บริโภค เกิดความรู้ความเข้าใจทั้งในสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภค รวมถึงเท่าทันข้อมูลข่าวสารสามารถวิเคราะห์ และตัดสินใจในการบริโภคได้อย่างถูกต้องและปลอดภัย องค์กรคุ้มครองผู้บริโภคหลายๆ หน่วยงาน จึงเน้นกลไกและช่องทางที่จะให้ข้อมูลข่าวสารเข้าถึงผู้บริโภคได้มากที่สุด ซึ่งมีการใช้สื่อหลายๆ สื่อ อาทิเช่น โทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ โทรศัพท์ เว็บไซต์ การฝึกอบรม และประชุมเชิงปฏิบัติการ หน่วยงานภาครัฐ มีการใช้สื่อทุกรูปแบบเพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคในวงกว้าง แต่มักเป็นการสื่อสารทางเดียวขาดการมีส่วนร่วมของผู้บริโภค ส่วนองค์กรเอกชนคุ้มครองผู้บริโภค ได้แก่ มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค มูลนิธิสุขภาพไทย และสมาคมยุวมุสลิมแห่งประเทศไทย เป็นต้น ซึ่งเป็นองค์กรเอกชนขนาดกลางที่มีช่องทางในการให้ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้บริโภคหลากหลายช่องทางโดยเฉพาะมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค นอกจากจะมีเว็บไซต์ขององค์กรแล้ว มูลนิธิเพื่อผู้บริโภคยังมีนิตยสารที่มีสมาชิกอยู่ทั่วประเทศ คือ นิตยสาร “ฉลาดซื้อ” และมีการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ โดยนำประเด็นปัญหาที่ผู้บริโภคได้รับความเดือดร้อน และเชิญหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญ มาประชุมร่วมกันเพื่อหาทางแก้ไขหรือป้องกันปัญหาไม่ให้เกิดซ้ำกับผู้บริโภคคนอื่นๆ ส่วนองค์กรเอกชนอื่นๆ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นองค์กรที่ปฏิบัติงานในระดับชุมชน มีกลไกการให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภค เป็นสื่อที่มีในท้องถิ่นที่เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคในพื้นที่เป้าหมายได้ง่าย เช่น วิทยุชุมชน สื่อสิ่งพิมพ์ และการฝึกอบรม รวมถึงการประชุมเชิงปฏิบัติการที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในชุมชน โดยข้อมูลที่ให้แก่กลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่ เป็นข้อมูลของหน่วยงานรัฐที่ยากแก่การเข้าใจของผู้บริโภค หรือผู้บริโภคในชุมชนไม่สามารถเข้าถึงได้

3. กลไกการเฝ้าระวังแบ่งออกเป็นการเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์ที่ออกสู่ตลาด และการเฝ้าระวังการโฆษณา หน่วยงานภาครัฐมีหน่วยงานที่เฝ้าระวังผลิตภัณฑ์ คือ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา โดยร่วมกับกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ในการเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์สุขภาพ และกรมวิชาการเกษตร เฝ้าระวังสินค้าเกษตร ที่นำเข้าจากต่างประเทศให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด ส่วนองค์กรเอกชนคุ้มครองผู้บริโภคมีหลายองค์กรที่ดำเนินงานเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์ในชุมชนเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถคุ้มครองตนเองได้และคนในชุมชนได้ แต่เป็นการดำเนินงานในระดับชุมชนซึ่งเป็นพื้นที่เป้าหมายขององค์กร กลไกการเฝ้าระวังโฆษณาของหน่วยงานภาครัฐที่ทำหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภค

ของไทย มีหน่วยงานหลักๆ 2 หน่วยงาน คือ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค และ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา โดยสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค มีคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา ทำหน้าที่ควบคุมกำกับการโฆษณาทุกประเภท ให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค ในมาตรา 22 และ มาตรา 29 (สคบ.กับการคุ้มครองผู้บริโภค , 2546) ในส่วนของการคุ้มครองผู้บริโภคในการโฆษณาอาหารและยา ในพระราชบัญญัติอาหารและพระราชบัญญัติกระทรวงสาธารณสุข (สุขม สุภณินิตย์ , 2536) ดำเนินการโดยคณะกรรมการควบคุมอาหารและยา ได้กำหนดให้ผู้ผลิตและผู้ประกอบการโฆษณาต้องแจ้งข้อความที่ใช้ในโฆษณา ต่อคณะกรรมการเพื่อประกอบการพิจารณาก่อนอนุญาต (pre-marketing) เป็นมาตรการที่คุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณาอาหารและยา ซึ่งต่างจากพระราชบัญญัติคุ้มครอง ผู้บริโภค พ.ศ.2522 ซึ่งจะขอให้พิจารณาก่อนการโฆษณาหรือไม่ก็ได้เป็นสิทธิของผู้ประกอบการ หากใช้บทบังคับไม่ ส่วนองค์กรเอกชนโดยเฉพาะมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค มีการดำเนินการเฝ้าระวังโฆษณาที่กระทำผิดกฎหมาย โดยการแจ้งต่อหน่วยงานที่มีอำนาจในการดำเนินการตามกฎหมาย แต่เนื่องจากบทลงโทษต่อผู้กระทำผิดไม่รุนแรงมากนักเมื่อเปรียบเทียบกับผลตอบแทนทางธุรกิจที่จะได้รับ จึงมีผู้ประกอบการบางส่วนที่ยอมเสียค่าปรับ

4. กลไกการร้องเรียน เป็นกลไกที่จะทำให้ระบบการคุ้มครองผู้บริโภคมีประสิทธิภาพมากขึ้น กลไกที่จะทำให้สินค้าและบริการมีการพัฒนาคุณภาพ ให้ได้มาตรฐานซึ่งจำเป็นที่จะต้องทำให้กลไกการร้องเรียนเข้าถึงผู้บริโภคมากที่สุด ง่ายและมีความสะดวกต่อการร้องเรียน หน่วยงานภาครัฐที่มีกลไกและช่องทางการร้องเรียนมากและเข้าถึงผู้บริโภคได้ในวงกว้าง คือ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค และสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา โดยมีโทรศัพท์หมายเลขด่วน การร้องเรียนทางไปรษณีย์ ทางอินเทอร์เน็ต และมีหน่วยงานตัวแทนที่ทำหน้าที่รับเรื่องร้องเรียนในระดับจังหวัด ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค กลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด นอกจากนี้ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ยังประสานความร่วมมือกับร้านสะดวกซื้อ (เซเว่น อีเลเว่น) ในการบริการแบบฟอร์มการร้องเรียน โดยผู้บริโภคสามารถขอรับแบบ ฟอร์มที่ร้านสะดวกซื้อได้ แต่การรับเรื่องร้องเรียนในระดับจังหวัดของทั้งสองหน่วยงานยังมีข้อจำกัดในการดำเนินการกับกรณีการร้องเรียนของผู้บริโภค ไม่มีระบบการเก็บบันทึกข้อมูลการร้องเรียน และการแจ้งผลการดำเนินงานแก่ผู้ร้องเรียน ทั้งช่องทาง การร้องเรียนในระดับจังหวัดเองไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคทั้งหมายเลขโทรศัพท์ และช่องทางอื่นๆ

5. กลไกการชดเชยความเสียหาย กลไกการชดเชยความเสียหายในประเทศไทยมีสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นหน่วยงานที่มีบทบาทในการฟ้องร้องแทนผู้บริโภค นอกจากนี้มีกลไกการชดเชยความเสียหายตามพระราชบัญญัติหลักประกันสุขภาพ

6. กลไกการประสานงานแบบบูรณาการ การประสานงานเป็นกลไกจะทำให้ระบบการคุ้มครองผู้บริโภค มีประสิทธิภาพ กลไกการประสานงานภายในองค์กร เช่นสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค มีการประสานงานภายในหน่วยงานราชการด้วยตนเอง ซึ่งเป็นคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคที่มาจากหน่วยงานต่างๆ

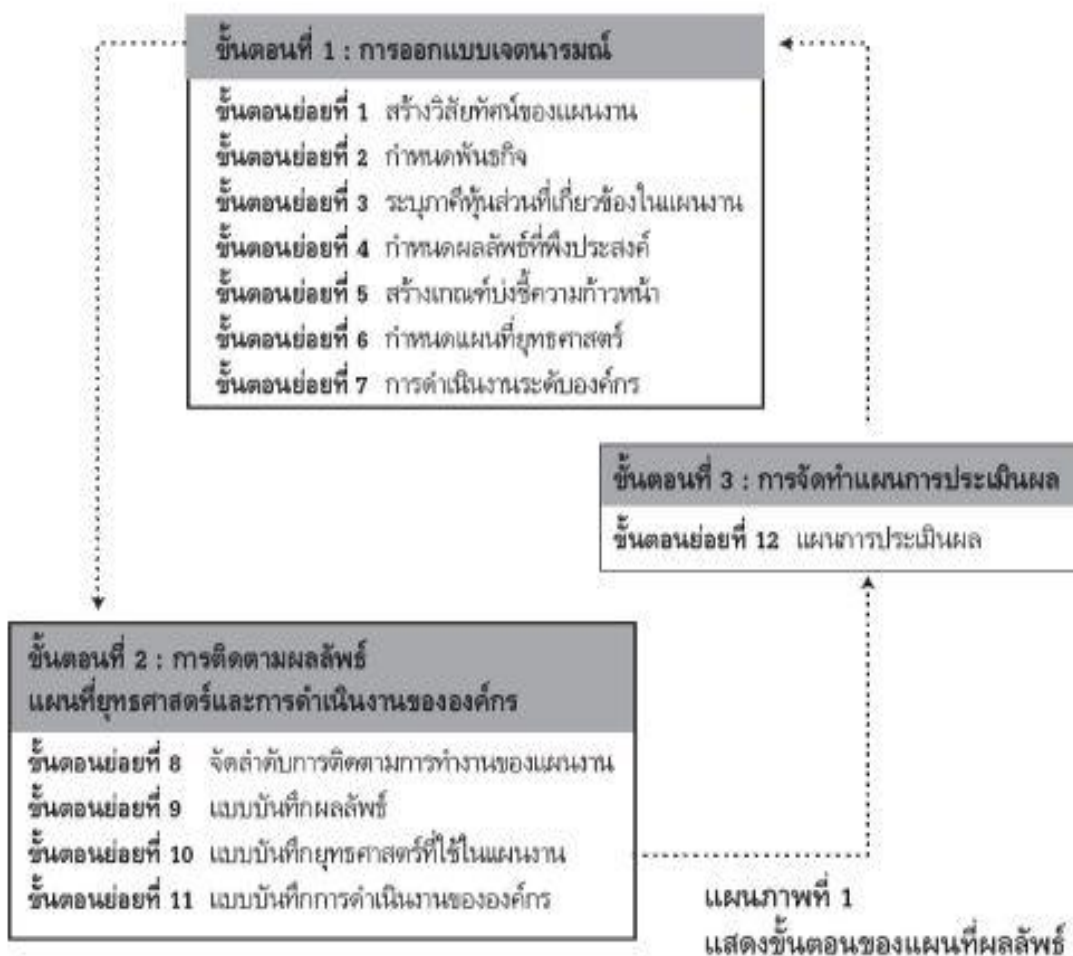
โดยกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคจะเกิดขึ้น ในระดับองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีความเหมาะสมในพื้นที่ได้ จะต้องมีการขึ้นตอน หรือกระบวนการที่ได้มาซึ่งรูปแบบการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในระดับองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น โดยขึ้นตอนหรือกระบวนการนั้นที่นำมาใช้ในการวิจัยคือ แผนที่ผลลัพธ์ (Outcome Mapping)

6. แผนที่ผลลัพธ์(Outcome Mapping)

ที่มา สถาบันเพื่อการจัดการและพัฒนาระหว่างประเทศ (IDRC : International Development and Research Centre) ประเทศแคนาดา ข้อมูลจาก : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ สสส.

แผนที่ผลลัพธ์เป็นเครื่องมือเพื่อการวางแผน ติดตามและประเมินผลอย่างมีส่วนร่วม มีวิธีคิดวิธีมองที่เน้นที่การเปลี่ยนแปลงเชิงพฤติกรรม ความสัมพันธ์ และ หรือ การปฏิบัติการของภาคีหุ้นส่วน (ซึ่งคือ ผลลัพธ์) มีคุณลักษณะและการประเมิน การมีส่วนร่วมของแผนงานในการบรรลุผลลัพธ์ เหมาะสำหรับการประเมินผลกระบวนการพัฒนา คุณลักษณะเด่นประการหนึ่งของแผนที่ผลลัพธ์คือการผนวกการติดตาม และประเมินผลเข้าไว้กับแผนงาน เพื่อให้การติดตามและประเมินผล เป็นเครื่องมือในการบริหารแผนงานให้บรรลุเป้าหมายตามที่วางไว้ และเป็นเครื่องมือเพื่อการเรียนรู้ การจัดการความรู้ ทั้งความสำเร็จ และปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นกับแผนงาน

แผนที่ผลลัพธ์ มีประโยชน์สำหรับการออกแบบการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค ในขั้นตอนที่ 1 การออกแบบเจตนารมณ์ ซึ่งมีขั้นตอนทั้งหมด 7 ขั้นตอน ได้แก่ วิสัยทัศน์หรือจุดมุ่งหมายของแผนงาน พันธกิจ ภาวการณ์หุ้นส่วน ผลลัพธ์ที่พึงประสงค์ เกณฑ์บ่งชี้ความก้าวหน้าแผนที่ยุทธศาสตร์ การดำเนินงานระดับองค์กร ซึ่งแผนงานการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคโดยใช้แผนที่ผลลัพธ์นี้ เหมาะสำหรับการพัฒนาที่ต้องการความสำเร็จที่ยั่งยืน คำนี้ความซับซ้อน (complexity) ในชุมชน ให้ความสำคัญกับบทบาทของภาคีหุ้นส่วน (boundary partners) ชักนำให้เห็นคุณค่าและเป้าหมายร่วมกันของการคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่



7. กระบวนการประชุมเชิงปฏิบัติการสร้างอนาคตร่วมกัน (Future Search Conference (F.S.C.)

ทวีศักดิ์ นพเกษร (กองสุขศึกษา 2544 : 56) กล่าวว่า กระบวนการประชุมเชิงปฏิบัติการสร้างอนาคตร่วมกัน (Future Search Conference) เป็นกระบวนการประชุมสร้างอนาคตแบบมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มในชุมชน เพื่อกำหนดวิสัยทัศน์ร่วมของกลุ่มและสร้างจิตสำนึกพันธะสัญญาในการพัฒนาร่วมกัน

F.S.C. เป็นกระบวนการประชุมเชิงปฏิบัติการของผู้แทนกลุ่มหลายประเภท หลายระดับซึ่งต่างก็มีส่วนเกี่ยวข้องกับเรื่องนั้นๆมาร่วมกันทำงานโดยนำประสบการณ์ของแต่ละคนมาสร้างวิสัยทัศน์ร่วมกันในเรื่องนั้นและได้แผนหรือแนวทางในการปฏิบัติให้ไปถึงวิสัยทัศน์ของกลุ่ม เป็นกระบวนการที่ใช้อนาคตเป็นจุดประสงค์ในการทำงานแทนการใช้ปัญหาและการแก้ปัญหาเป็นตัวตั้งในการทำงานซึ่งมักทำให้เกิดการขัดแย้ง F.S.C. ช่วยทำให้เป้าหมายและแนวทางของกลุ่มมีความชัดเจนมากขึ้น(สนิท สัตโยภาส , 2544)

กระบวนการประชุมเชิงปฏิบัติการสร้างอนาคตร่วมกัน (Future Search Conference) ประกอบด้วย 3 ขั้นตอนหลักคือ

1. การวิเคราะห์เหตุการณ์ในอดีตเพื่อเชื่อมโยงสภาพการณ์และโน้มนำในปัจจุบันและอนาคต
2. การวิเคราะห์และสังเคราะห์สภาพการณ์ปัจจุบันเพื่อเข้าใจทิศทางและปัจจัยที่มีอิทธิพลในประเด็นหลักการประชุม
3. การสร้างจินตนาการถึงอนาคตที่พึงปรารถนาเพื่อร่วมกันคิด วิเคราะห์และเลือกกำหนดแนวทางไปสู่อนาคตร่วมกัน

กระบวนการ F.S.C. จึงเป็นการใช้อนาคตเป็นจุดประสงค์ในการทำงานคุ้มครองผู้บริโภค แทนการใช้ปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค และการแก้ปัญหาเป็นตัวตั้งในการพัฒนางาน พบว่า กระบวนการ F.S.C. จะช่วยทำให้เป้าหมายและแนวทางในการทำงานคุ้มครองผู้บริโภคมีความชัดเจนมากขึ้น ดังนั้น กระบวนการ F.S.C. จึงเป็นเทคนิคสำหรับการกำหนดข้อมูลของแผนงานคุ้มครองผู้บริโภค การดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนของการออกแบบแผนงาน (ขั้นตอนที่ 1 การออกแบบเจตนารมณ์) ของแผนที่ผลลัพธ์

8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นิตยา จันโทภาสกร (2535, อ้างถึงใน ทศนีย์ วีระกันต์ ,2541, น.43) ได้วิจัยเรื่อง " การศึกษาความคิดเห็นของประชาชน ในกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑลเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค " โดยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 938 ฉบับ ผลการวิจัยพบว่าประชาชนส่วนใหญ่ทราบว่า มีพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 ที่คุ้มครองเรื่องการซื้อสินค้าและบริการ และสามารถร้องเรียนต่อสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ได้เมื่อได้รับความเดือดร้อนหรือความไม่เป็นธรรมในการซื้อสินค้าและบริการ ประชาชนส่วนใหญ่มักจะได้รับความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคทางโทรทัศน์ และไม่ได้เป็นสมาชิกของสมาคม กลุ่ม ชมรมหรือองค์กรคุ้มครองผู้บริโภค มีประชาชนเพียงส่วนน้อยที่คิดจะไปร้องเรียนเมื่อไม่ได้รับความเป็นธรรมในการซื้อสินค้าหรือบริการ โดยส่วนใหญ่จะใช้ชีวิตไม่ซื้อหรือไม่ใช้สินค้าหรือบริการนั้นอีก ซึ่งผู้ศึกษามีความเห็นว่าอาจเป็นเพราะประชาชนผู้บริโภคทั่วไปอาจมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคหรืออาจเป็นเพราะประชาชนส่วนใหญ่เห็นว่าเป็นเรื่องเล็กน้อย และเป็นการเสียเวลาในการไปร้องเรียน

ภักดี โปธิศิริ (2533,น.49-82) วิจัยส่วนบุคคลในลักษณะวิชาสังคมจิตวิทยาเรื่อง ผลกระทบของการ คุ้มครองผู้บริโภคต่อความมั่นคงแห่งชาติ : ศึกษาเฉพาะกรณีการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสาธารณสุข โดยศึกษาจากการรวบรวมเอกสารจากนักวิชาการ รายงาน ผลงานวิจัย

การติดตามความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ และจากการถกกันเองของท่านผู้รู้ นักวิชาการที่เกี่ยวข้อง รวมทั้ง ผลการศึกษาทดลองของหน่วยงานต่างๆ ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยสำคัญในการดำเนินงาน กลุ่มครองผู้บริโภครด้านสาธารณสุขของไทยประกอบด้วย

1. ปัจจัยสำคัญในการดำเนินงานของภาครัฐอันได้แก่ นโยบายและแผน กฎหมาย หน่วยงานและบุคลากร การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร การติดตามดูแลการเฝ้าระวังปัญหา การวิจัย การแสวงหาความร่วมมือจากผู้ผลิต และการรณรงค์เผยแพร่ความรู้ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชน

2. ปัจจัยสำคัญในการดำเนินการภาคผู้ประกอบการ แบ่งการดำเนินการได้เป็นสอง ลักษณะคือการดำเนินการโดยตรงด้วยการใช้หลักเกณฑ์ที่ดีในการผลิต การพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ การโฆษณา การดำเนินการโดยอ้อมด้วยการสนับสนุนและช่วยเหลือกิจกรรมการ กลุ่มครองผู้บริโภคที่จัดขึ้นโดยรัฐหรือกลุ่มผู้บริโภคต่างๆ

3. ปัจจัยสำคัญในการดำเนินการในส่วนของผู้บริโภคได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจ ความรู้และความตื่นตัวของผู้บริโภคในด้านความพร้อมรับข้อมูลข่าวสารต่างๆ และการรวมกลุ่มผู้บริโภค

ส่วนปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินการกลุ่มครองผู้บริโภครด้านสาธารณสุขคือ

1) ปัญหาของผู้บริโภคได้แก่ ปัญหาด้านสังคมที่เกี่ยวกับบริโภคนิสัยหรือพฤติกรรมกรบริโภค ปัญหาด้านการศึกษาพื้นฐานของประชาชน สภาพเศรษฐกิจ ผู้บริโภคขาดพลังต่อรอง และผู้บริโภคไม่ทราบถึงสิทธิ อันพึงมีตามพระราชบัญญัติกลุ่มครองผู้บริโภคร

2) ปัญหาของผู้ผลิตหรือผู้ขาย ได้แก่ ปัญหาจากการขาดความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ปัญหาความรู้ด้านเทคโนโลยี และปัญหาด้านคุณภาพมาตรฐาน

3) ปัญหาของผู้ดำเนินการควบคุมในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ได้แก่นโยบายกฎหมาย และระเบียบต่าง กลไกการประชาสัมพันธ์ของรัฐมีขีดจำกัดในด้านการให้ข้อมูลข่าวสารขาดการประสานงาน ขาดงบประมาณ ขาดอัตรากำลังที่เหมาะสม และขาดประสบการณ์

นัทธมน ด่านทอง(2548) ทำการศึกษาผลการดำเนินงานด้านสาธารณสุขของเทศบาลในช่วงการถ่ายโอนภารกิจในเขตจังหวัดชลบุรี ประชากรที่ศึกษาคือหัวหน้ากองสาธารณสุขหรือผู้ปฏิบัติงานด้านสาธารณสุขของเทศบาลในเขตจังหวัดชลบุรี(ยกเว้นศาลาว่าการเมืองพัทยา) จำนวน 26 แห่ง เครื่องมือที่ใช้คือแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น เพื่อศึกษาผลการปฏิบัติงานใน 43 ภารกิจถ่ายโอนพบว่า ภารกิจด้านการเสริมสร้างศักยภาพผู้บริโภคทั้งด้านความรู้ในการบริโภค และเรียกร้องสิทธิอันชอบธรรม ปฏิบัติทั้ง 26 แห่ง(100%) เหตุผลของการปฏิบัติตามเนื่องจากปฏิบัติตามนโยบายของรัฐบาล 18 แห่ง(69.23%) และเป็นภารกิจที่ปฏิบัติอยู่แล้ว 8 แห่ง(30.77%) ภารกิจด้านการสร้างและขยายเครือข่ายการมีส่วนร่วม ปฏิบัติทั้ง 26 แห่ง(100%) เหตุผลของการปฏิบัติตามเนื่องจากปฏิบัติตามนโยบายของรัฐบาล 5 แห่ง(19.23%) และเป็นภารกิจที่ปฏิบัติ

อยู่แล้ว 21 แห่ง(80.77%) ภารกิจการผลิตสื่อ และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ด้านอาหารและยา ปฏิบัติ
 ทั้ง 24 แห่ง(92.31%) ภารกิจการตรวจสอบ ควบคุม กำกับ ผลิตภัณฑ์ อาหาร ยา เครื่องมือแพทย์
 เครื่องสำอาง และ วัตถุอันตราย ตามที่ระบุในพรบ. ปฏิบัติทั้ง 24 แห่ง(92.31%) ปัญหาและอุปสรรค
 ที่พบ คือ บุคลากรไม่เพียงพอพบปัญหา 10 แห่ง(38.46%), งบประมาณไม่เพียงพอ พบปัญหา 16
 แห่ง(61.54%) ส่วนปัญหาด้านการบริหารจัดการพบว่า ผู้บริหารไม่เห็นความสำคัญด้านสาธารณสุข
 พบปัญหา 8 แห่ง(30.77%), ไม่มีปัญหาด้านการบริหารจัดการ17 แห่ง(65.38%)

ประสิทธิ์ อ่อนดี และศุภสิทธิ์ พรรณารุโณทัย (2550) วิจัยมุมมองของผู้บริโภคไทยที่
 สะท้อนถึงความต้องการต่อองค์การอิสระคุ้มครองผู้บริโภค พบว่า ประชาชนทั้งหมดเห็นด้วยที่จะ
 ให้มีการจัดตั้งองค์การอิสระผู้บริโภคขึ้น เนื่องจากกลไกด้านกฎหมายและกลไกภาครัฐยังไม่มี
 ช่องทางที่เอื้อให้ประชาชน ได้มีโอกาสเข้าไปมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย และกฎหมาย
 เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคเลย โดยประชาชนคาดหวังว่า ถ้าองค์การอิสระผู้บริโภคได้รับการ
 จัดตั้งขึ้นมาจริง องค์การอิสระผู้บริโภคจะเป็นเสมือนกระบอกเสียงแทนผู้บริโภคทั่วประเทศ ที่จะ
 สะท้อนความเห็นจากภาคประชาสังคมไปยังหน่วยงานของรัฐ โดยผู้ที่เข้ามาทำงานในฐานะ
 กรรมการบริหารองค์การอิสระผู้บริโภค ต้องเป็นบุคคลที่มีประสบการณ์เป็นที่ยอมรับ มีอุดมการณ์
 ด้านการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค มีความยุติธรรม เสียสละ และซื่อตรงนอกจากนี้ต้องไม่มี
 ผลประโยชน์แอบแฝงที่ขัดแย้ง (non-conflict of interest) และไม่มีตำแหน่งใน

พรรคการเมืองและหน่วยงานราชการ (ยกเว้นสถาบันอุดมศึกษา) ซึ่งบุคคลดังกล่าวต้องผ่าน
 กระบวนการพิจารณาคัดเลือกมาจาก “คณะกรรมการสรรหาคณะกรรมการองค์การอิสระผู้บริโภค ”
 นอกจากนี้ คณะกรรมการบริหารองค์การอิสระผู้บริโภค ควรประกอบด้วย 1) ผู้เชี่ยวชาญด้าน
 กฎหมาย 2) นักวิชาการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค นักวิชาการด้านรัฐศาสตร์ สังคมศาสตร์ และ
 สื่อสารมวลชน ที่ได้รับการยอมรับในวงการวิชาการ และ 3) บุคคลที่มาจากภาคประชาชน ซึ่งได้
 ผ่านการคัดสรรจากเครือข่ายองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาสังคม ในแต่ละจังหวัด /แต่ละพื้นที่
 ส่วนบทบาทหน้าที่ ในระดับดำเนินการขององค์การอิสระฯ ได้แก่ 1) การส่งเสริมและสนับสนุนให้
 ผู้บริโภคและเครือข่ายองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคได้เข้ามามีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภค โดยการ
 ขยายและสร้างความเข้มแข็งให้กับเครือข่ายองค์กรคุ้มครองผู้บริโภค ในระดับพื้นที่ทั่วประเทศ 2) มี
 อำนาจในการรับเรื่องราวร้องทุกข์และให้คำปรึกษาแก่ผู้บริโภค ทั่วประเทศเพื่อ

พิสูจน์หาข้อเท็จจริง ตลอดจนทำหน้าที่เป็นคนกลางในการเจรจาต่อรอง โกล่เกลี่ย และระงับข้อ
 พิพาทระหว่างผู้ประกอบการและผู้เสียหาย 3) มีอำนาจในการตรวจสอบกระบวนการผลิตในสถาน
 ประกอบการผลิตผลิตภัณฑ์ และการให้บริการของรัฐวิสาหกิจ เพื่อพิสูจน์หาข้อเท็จจริง กรณีมีการ
 ร้องเรียนจากผู้บริโภค 4) มีอำนาจในการเป็นตัวแทน ฟ้องร้องดำเนินคดีแทนผู้เดือดร้อน ทั้งปัจเจก

ชนและกลุ่มผู้เดือดร้อน 5) มีอำนาจในการชี้มูลความผิด และ/หรือวินิจฉัยตัดสินข้อพิพาทกึ่งตุลาการเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภค ภายใต้กระบวนการศาลผู้บริโภค 6) รวบรวมข้อมูล จัดทำฐานข้อมูลและการจัดการข้อมูลข่าวสาร ตลอดทั้งการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้อง 7) เผยแพร่ความรู้และสร้างทักษะในการปกป้องสิทธิให้แก่ผู้บริโภค 8) เฝ้าระวัง (Consumer Protection Watch) ในการปกป้องมิให้มีการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค 9) มีส่วนร่วมกับหน่วยงานรัฐในการเป็นกรรมการร่วม ในการตรวจสอบและยกระดับมาตรฐานการผลิตให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพ รวมทั้งเอื้ออำนวยในการยกระดับมาตรฐานการให้บริการของหน่วยงานของรัฐและรัฐวิสาหกิจ

มุมมองของประชาชนที่สะท้อนถึงแนวคิดและค วามคาดหวัง ให้องค์การอิสระผู้บริโภคมีอำนาจหน้าที่ในการรับเรื่องราวร้องทุกข์ ให้คำปรึกษาแก่ผู้บริโภค ใ้ส่วนเพื่อพิสูจน์หาข้อเท็จจริงใกล้เคียง และเจรจาต่อรองกับผู้ประกอบธุรกิจ หรือแม้กระทั่งให้มีอำนาจในการตรวจสอบกระบวนการผลิตในสถานประกอบการผลิตสินค้า เพื่อพิสูจน์หาข้อเท็จจริง นอกจากนี้ยังมีอำนาจในการชี้มูลความผิดเสมือนหนึ่งเป็นอนุญาโตตุลาการได้ด้วยนั้น บทบาทขององค์การอิสระผู้บริโภคดังกล่าวไปซ้ำซ้อนกับบทบาทขององค์กรภาครัฐที่รับผิดชอบอยู่แล้ว ตัวอย่างเช่นสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค และสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา แต่ประชาชนได้ให้เหตุผลสนับสนุนแนวความคิดดังกล่าวอีกว่า “ในทางปฏิบัติงานของภาครัฐยังอ่อนแออยู่ แต่อำนาจการตรวจสอบขององค์การอิสระกระทำได้โดยทันที ” หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า ประชาชนเองไม่เชื่อมั่นต่อกลไกภาครัฐ ในการแก้ไขปัญหาการละเมิดสิทธิผู้บริโภค เมื่อประชาชนผู้เดือดร้อนได้ร้องทุกข์ผ่านเข้าไปยังองค์กรภาครัฐที่รับผิดชอบ นอกจากนี้การเสนอความเห็นขององค์การอิสระผู้บริโภคให้ เป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและสร้างความเชื่อมั่นต่อข้อเสนอที่ให้กับผู้ทำการตัดสินใจและผู้กำหนดนโยบายได้นั้น ผู้ที่ทำหน้าที่ให้ ความคิดเห็นจำเป็นต้องมีทักษะในการพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคและรู้เท่าทันสถานการณ์และปัญหาที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน หรือแม้กระทั่ง สามารถคาดการณ์ได้ว่า จะเกิดปัญหาการละเมิดสิทธิผู้บริโภคในประเด็นใดบ้าง ในอนาคต บทบาทที่จะช่วยเสริมการทำงานดังกล่าวให้กับองค์การอิสระ ผู้บริโภค และองค์การอิสระผู้บริโภคสามารถที่จะเสนอความเห็น เพื่อผลักดันให้มีการออกกฎหมายและนโยบายที่ได้อย่างทันการณ์ได้ คือ การรับเรื่องร้องเรียน และการจัดทำระบบฐานข้อมูลของผู้เสียหาย เพื่อการศึกษาวิจัย

จากการทบทวนงานวิจัยพบว่าการศึกษามุมมองและความต้องการของผู้บริโภคไทยเกี่ยวกับองค์การอิสระคุ้มครองผู้บริโภค พบว่า ประชาชนทั้งหมดเห็นด้วยที่จะให้มีการจัดตั้งองค์การอิสระผู้บริโภคขึ้น เนื่องจากกลไกด้านกฎหมายและกลไกภาครัฐยังไม่มีช่องทางที่เอื้อให้ประชาชน ได้มีโอกาสเข้าไปมีส่วนร่วมมององค์การอิสระผู้บริโภคได้รับการจัดตั้งขึ้นมาจริง องค์การอิสระผู้บริโภคจะเป็นเสมือนกระบอกเสียงแทนผู้บริโภคทั่วประเทศ ที่จะสะท้อนความเห็นจากภาคประชาสังคมไปยัง

หน่วยงานของรัฐ นอกจากนี้การดำเนินการพัฒนาระบบคุ้มครองผู้บริโภค โดยกลไกที่ทำให้
ผู้บริโภคมีศักยภาพในการปกป้องสิทธิของตนได้ หากได้รับการเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ การ
ปลูกฝังจิตสำนึก (consciousness) โดยเฉพาะได้รับโอกาสให้มีส่วนร่วม (participation) ใน
กระบวนการกำหนดนโยบายคุ้มครองผู้บริโภค และได้รับการส่งเสริมการรวมกลุ่มกันเป็นองค์กร
และเครือข่าย โดยจะทำงานร่วมกันกับองค์กรภาคส่วนต่าง ๆ ในลักษณะหุ้นส่วน (partnership) ซึ่ง
จะส่งผลทำให้กลุ่มผู้บริโภคสามารถเสนอความคิดเห็น เสนอแนะ กำกับ คัดค้าน และจัดการเรื่อง
ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ของผู้บริโภคส่วนรวมได้โดยกลุ่มภาคประชาชนเอง การส่งเสริม
ที่ดีและมีกลไกที่เปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีบทบาทเพิ่มมากขึ้น ในกระบวนการกำหนดนโยบาย
และการดำเนินงาน โดยชุมชนเครือข่ายเอง จะส่งผลทำให้ประชาชนสามารถปกป้องสิทธิของตนเอง
ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเพื่อพัฒนารูปแบบการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพในองค์การบริหารส่วนตำบล ภูมิศึกษา : อบต.ปากพูน นครศรีธรรมราช ผู้ศึกษาได้กำหนดแนวทางในการศึกษา ดังนี้

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR)

พื้นที่การศึกษา

พื้นที่การศึกษาค้างนี้ คือ องค์การบริหารส่วนตำบลปากพูน ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลโดยเน้นตัวแทนกลุ่มที่มาจากแกนนำประชาชน หรือตัวแทนจากหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช และ อบต.ปากพูน คือ

1. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสถานการณ์ปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค จากเทคนิคการประชุมเพื่อค้นหาอนาคตร่วมกัน (Future Search Conference: FSC) ได้แก่

- กลุ่มเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคในอบต.ปากพูน เครือข่าย อสม.
- เจ้าหน้าที่จาก อบต.ปากพูน
- เจ้าหน้าที่จาก สถานีอนามัยในความรับผิดชอบของ อบต.ปากพูน
- เจ้าหน้าที่จากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัดนครศรีธรรมราช
- เจ้าหน้าที่จากกลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครศรีธรรมราช
- เจ้าหน้าที่จากสำนักงานท้องถิ่นจังหวัดนครศรีธรรมราช
- เจ้าหน้าที่จากชมรมคุ้มครองผู้บริโภค องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครศรีธรรมราช
- นักวิชาการจาก มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
- เจ้าหน้าที่จากศูนย์ฝึกอบรมและพัฒนาสุขภาพภาคประชาชนภาคใต้ จังหวัดนครศรีธรรมราช

2. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลเพื่อพัฒนารูปแบบการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพในองค์การบริหารส่วนตำบลปากพูน ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างเดียวกันกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสถานการณ์ปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคโดยเทคนิคการประชุมเพื่อค้นหาอนาคตร่วมกัน (Future Search Conference: FSC) แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่

2.1 กลุ่มที่เป็นภาคีหลัก : เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานใน อบต.ปากพูน แกนนานาชาติประชาชนใน อบต.ปากพูน

2.2 กลุ่มที่เป็นภาคียุทธศาสตร์ : นายกองจัดการบริหารส่วนตำบล ผู้แทนจากคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดนครศรีธรรมราช สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครศรีธรรมราช สำนักงานอัยการจังหวัดนครศรีธรรมราช

ขั้นตอนการดำเนินงาน

1. ศึกษาสถานการณ์ปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราชจากหน่วยงานที่ดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ สถานการณ์ปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราชจากเอกสารผลการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคจากหน่วยงานที่ดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช

2. ศึกษาสถานการณ์ปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่ อบต.ปากพูน เป็นการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ สถานการณ์ปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่ อบต.ปากพูน จากกระบวนการกลุ่มแบบมีส่วนร่วมในชุมชนโดยเทคนิคการประชุมเพื่อค้นหาอนาคตร่วมกัน (Future Search Conference: FSC)

3. การพัฒนารูปแบบการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในระดับองค์การบริหารส่วนตำบลจากกระบวนการกลุ่มแบบมีส่วนร่วมในชุมชน โดยเทคนิควิธีการประชุมกลุ่ม (Group Discussion) และวิเคราะห์และสังเคราะห์รูปแบบการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในระดับองค์การบริหารส่วนตำบลปากพูนโดยกลุ่มผู้บริโภค อบต.ปากพูน ตัวแทนจาก อบต.ปากพูน นักวิชาการ และตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ

โดยดำเนินการจัดกระบวนการทั้งหมด 3 ครั้ง คือ

3.1 วิเคราะห์สถานการณ์ปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคจากภาพรวมของจังหวัดนครศรีธรรมราช และจากกระบวนการประชุมค้นหาอนาคตร่วมกัน (F.S.C.) โดยให้ผู้เข้าร่วมประชุมกลุ่มซึ่งเป็นกลุ่มเดียวกันกับผู้เข้าร่วมประชุมเพื่อค้นหาอนาคตร่วมกัน (F.S.C.) ร่วมแสดงความคิดเห็นเพื่อให้ได้หลักการของการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคและแนวทางแก้ปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคของตำบลปากพูน

3.2 นำหลักการและแนวทางการแก้ไขปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค มาสังเคราะห์รูปแบบการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคของตำบลปากพูน โดยเริ่มจากการนำเสนอประสบการณ์การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดสงขลา ได้แก่ อบต.ควนรู อบต.ท่าข้าม และเทศบาลตำบลปริง นำมาเป็นข้อมูลนำเข้า เพื่อการแลกเปลี่ยนและพัฒนากลไก และการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคที่มีความเป็นไปได้และมีความเหมาะสมของตำบลปากพูน

3.3 นำรูปแบบการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในอบต.ปากพูน มาสร้างกลยุทธ์ และกำหนดแผนงานและแผนปฏิบัติการคุ้มครองผู้บริโภค โดยความร่วมมือของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานคุ้มครองผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช และ อบต.ปากพูน

4. จัดทำรายงานสรุปผลการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. กระบวนการกลุ่มแบบมีส่วนร่วมในชุมชน โดยเทคนิคการประชุม เพื่อค้นหาอนาคตร่วมกัน (Future Search Conference : F.S.C) ในการรวบรวมสถานการณ์ปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่ อบต.ปากพูน เพื่อเป็นปัจจัยนำเข้าสำหรับกระบวนการพัฒนารูปแบบการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคทั้ง 7 ขั้นตอน ตาม Outcome Mapping

F.S.C. เป็นการประชุมเชิงปฏิบัติการ โดยนำประสบการณ์ของแต่ละคนมาสร้างวิสัยทัศน์ร่วมกันในเรื่องระบบคุ้มครองผู้บริโภค โดยใช้อนาคตเป็นจุดประสงค์ร่วมกันในการทำงาน เพื่อหาเป้าหมายร่วมขององค์กรในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค

ขั้นตอนของกระบวนการ F.S.C.

- 1) แบ่งกลุ่ม ออกเป็น 5-6 กลุ่ม ๆ ละ 10 คน
- 2) การค้นหาปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคในระดับชุมชน และระดับบุคคล ให้ผู้เข้าร่วมประชุมร่วมกันตอบคำถาม โดยผู้นำการประชุมจะเป็นผู้นำคำถามให้ทางตัวแทนกลุ่มเขียนคำตอบลงในกระดาษที่เตรียมไว้
 - 2.1) ค้นหาปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคระดับบุคคล โดยถามคำถามว่าผู้ เข้าร่วมประชุมเคยประสบปัญหา โคนเอิร์ดเอาเปรียบ 1 เรื่องที่สำคัญที่สุด
 - 2.2) ค้นหาปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคระดับชุมชนที่เกิดขึ้นในอดีต โดยถามคำถามให้ผู้เข้าประชุมนึกเหตุการณ์ในอดีต 10 ปีที่แล้ว ว่ามีปัญหาถูกเอิร์ดเอาเปรียบ จากการบริหารโภคสินค้า หรือบริการอะไรบ้าง มีเหตุการณ์อะไรบ้างที่ประสบเองหรือมีประสบการณ์รับรู้อะไร

2.3) ค้นหาปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคในระดับชุมชนที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน โดยถามคำถามให้ผู้เข้าประชุม มองภาพในปัจจุบัน แล้วตอบคำถามว่าปัญหาอะไรเป็นปัญหาสำคัญที่เกิดจากการถูกเอารัดเอาเปรียบจากการบริโภค

2.4) ค้นหาปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคในระดับชุมชนที่มีแนวโน้มจะเกิดขึ้นในอนาคต โดยถามคำถามให้ผู้เข้าประชุม มองปัญหาในปัจจุบันที่เกิดว่าในอนาคตแนวโน้มของปัญหาเหล่านี้จะมากขึ้นหรือน้อยลงอย่างไร ปัญหาใดคิดว่าจะเป็นปัญหาสำคัญ

3) การค้นหาปัจจัยที่เป็นสาเหตุที่ทำให้ เกิดปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค โดยให้ผู้เข้าประชุม ร่วมตอบคำถาม

3.1) ปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร มีปัจจัยใดบ้างที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง เช่น ได้แก่ กระแสโลกาภิวัตน์ กระแสบริโภคนิยม การเมือง เศรษฐกิจ การศึกษา เป็นต้น โดยถามคำถามปัญหาที่เกิดในอดีต ในปัจจุบันเป็นปัญหาอยู่หรือไม่

ถ้าไม่เป็นปัญหา	ปัจจัยอะไรทำให้ได้รับการแก้ไข
ถ้ายังเป็นปัญหา	ปัจจัยอะไรที่ทำให้เป็นปัญหาอยู่
ถ้าปัญหาทวีมากขึ้น	ปัจจัยอะไรทำให้ปัญหารุนแรง

จากคำถาม ทำให้ทราบถึงปัจจัยสาเหตุของปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่ อบต.ปากพูน

4) การค้นหาแนวทางปฏิบัติแผนการดำเนินการเพื่อป้องกัน ปัจจัยสาเหตุของปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่ อบต.ปากพูน กำหนดยุทธศาสตร์ในการป้องกัน และแก้ไขปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค โดยทางผู้นำการประชุมให้ผู้เข้าประชุมร่วมวางแผน โดยเมื่อทราบสภาพของปัญหา การดำเนินการของ อบต. และ ภาคี ต้องทำอย่างไร เพื่อส่งเสริม และสนับสนุนให้เกิด หรือไม่ให้เกิดปัญหา โดยการกำหนดยุทธศาสตร์ของการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคที่เหมาะสมในพื้นที่

จากกระบวนการทั้ง 4 ขั้นตอนของ F.S.C. จะได้แนวทางสำหรับการทำแผนการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคของ อบต.ปากพูน

2. กระบวนการประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมโดยเทคนิคการประชุมกลุ่ม (Group Discussion) สำหรับการจัดทำแผนเพื่อพัฒนารูปแบบการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพในองค์การบริหารส่วนตำบลปากพูน โดยมีขั้นตอนดังนี้

- 1) กำหนดหัวข้อ รวมทั้งคำถามและวัตถุประสงค์ของการศึกษาให้เหมาะสม
- 2) กำหนดทีมงาน ประกอบด้วย ผู้ดำเนินการอภิปราย (Moderator) ผู้จดบันทึก (Notetaker) และผู้ช่วยทั่วไป (Assistant)

- 3) สร้างแนวทางการสนทนา
- 4) นัดหมายผู้ร่วมประชุมกลุ่ม
- 5) จัดการประชุมกลุ่ม (Group Discussion)
 - ผู้ดำเนินการแนะนำตัว ชี้แจงวัตถุประสงค์
 - ให้สมาชิกกลุ่มแนะนำตัว
 - อธิบายให้เห็นความสำคัญของการประชุมกลุ่ม วัตถุประสงค์ของการจัดประชุมกลุ่ม
 - เริ่มการสนทนาโดยพูดคุยเรื่องต่างๆ ไปเพื่อสร้าง สัมพันธภาพละบรรยากาศที่ดี
 - ดำเนินการประชุมกลุ่ม

ผู้ดำเนินรายการ (Moderator) เป็นผู้คอยจุดประเด็นในการสนทนาตามแนวทางการประชุมกลุ่ม เพื่อชักจูงให้กลุ่มเกิดแนวคิดและแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นหรือแนวทางการสนทนาอย่างกว้างขวางละเอียดลึกซึ้ง และผู้บันทึก (Note taker) จะใช้โปรแกรมแผนที่ความคิด (Mind map) เพื่อบันทึกการประชุมกลุ่ม โดยการจับประเด็นสำคัญจากการอภิปรายฉายแสดงบนจอภาพในขณะที่ประชุมกลุ่ม เพื่อให้ผู้เข้าร่วมได้เห็นภาพรวมและประเด็นที่สำคัญตลอดการ ประชุมกลุ่ม ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการอภิปรายและเพื่อให้ผู้เข้าร่วม ได้ตรวจสอบข้อมูลสำคัญที่ถูกรบันทึกได้ตลอดการ อภิปราย

3. โปรแกรม Mind Manager Pro 7 สำหรับบันทึกและแสดงผลในการทำกระบวนการ F.S.C. และ กระบวนการประชุมกลุ่ม (Group Discussion)

การวิเคราะห์และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถานการณ์ปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช เก็บรวบรวมข้อมูลนำเสนอในรูปแบบสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ของสถานการณ์ปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค ดังนี้

- สถิติเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภค
- ประเด็นปัญหาเรื่องร้องเรียนและการจัดการปัญหา

2. สถานการณ์ปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่ อบต.ปากพูน เก็บรวบรวมข้อมูลนำมาวิเคราะห์โดยใช้กลุ่มวิเคราะห์ โดยให้คนในชุมชน หรือคนที่เกี่ยวข้องมาวิเคราะห์สถานการณ์ปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค การทำแผนที่เนื้อหา โดยใช้โปรแกรม Mind manager pro 7 ดังนี้

- ปัญหาของผู้บริโภคในพื้นที่ปากพูน
- ปัจจัยและสาเหตุของปัญหาผู้บริโภค
- แนวทางหรือแผนงานในการแก้ไขปัญหาผู้บริโภค

- ประเด็นปัญหาเรื่องร้องเรียนและการจัดการปัญหา

3. รูปแบบการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในระดับองค์การบริหารส่วนตำบล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้กลุ่มวิเคราะห์ ข้อมูลที่ได้จะมีลักษณะเป็นคำบอกเล่า จากการสนทนา หรือการเล่าตามประเด็นต่างๆ ในการจัดประชุมกลุ่ม ร่วมกับการใช้โปรแกรม Mind manager pro 7 เพื่อสรุปประเด็นที่ได้จากผู้ให้ข้อมูลในการประชุมกลุ่ม ซึ่งผู้วิจัยจะใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และ นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการนำเสนอเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ในรูปของรายงานวิชาการ

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยมีขั้นตอน ดังนี้

- 1) วิเคราะห์แยกแยะรายละเอียดของเหตุการณ์หรือประเด็นที่ศึกษา ว่ามีตัวแปรหรือส่วนประกอบอะไรบ้าง
- 2) จัดหมวดหมู่ของส่วนประกอบหรือตัวแปรเหล่านั้น โดยจำแนกประเภท (Categories) ตามกรอบแนวคิดในการวิจัย เป็นรายประเด็นที่เป็นหน่วยในการวิเคราะห์
- 3) วิเคราะห์ถึงความเชื่อมโยงของตัวแปรหรือส่วนประกอบเหล่านั้น
- 4) นำเสนอข้อมูลแผนการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค ในการสนทนากลุ่ม โดยการวิพากษ์วิจารณ์จากผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ใน อบต.ปากพูน เจ้าหน้าที่ภาครัฐ และผู้ทรงคุณวุฒิ

กรอบแนวคิดการวิจัย

ปัจจัยนำเข้า

กระบวนการ

ผลลัพธ์

สถานการณ์ปัญหา

1. สถานการณ์ปัญหาการ

คุ้มครองผู้บริโภค

2. บทบาทหน้าที่การ

ดำเนินงานของหน่วยงาน
ที่เกี่ยวข้อง

- กลุ่ม / องค์กร
ผู้บริโภคในชุมชน
- หน่วยงานภาครัฐ
- องค์กรปกครอง
ส่วนท้องถิ่น

ดำเนินการวางรูปแบบการดำเนินงานคุ้มครอง

ผู้บริโภค โดยประยุกต์ใช้วิธีตามขั้นตอนของ

Outcome Mapping ทั้งหมด 7

ขั้นตอน โดยนำข้อมูลที่ได้จากเทคนิค FSC ได้แก่

- วิสัยทัศน์ หรือจุดมุ่งหมายของแผนงาน
- พันธกิจ
- ภารกิจ
- ผลลัพธ์ที่พึงประสงค์
- เกณฑ์บ่งชี้ความก้าวหน้า
- แผนที่ยุทธศาสตร์
- การดำเนินงานระดับองค์กร

รูปแบบการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคใน
องค์การบริหารส่วนตำบลปากพูนที่มี
ประสิทธิภาพและมีกลไกที่สอดคล้องในพื้นที่
ได้แก่

- โครงสร้างการบริหารจัดการ
- กรอบภารกิจ
- กลไกการดำเนินงาน
- แผนงานการดำเนินงานคุ้มครอง
ผู้บริโภค

บทที่ 4

ผลการศึกษาวิจัย

การวิจัยนี้เป็น การพัฒนารูปแบบการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค ด้านสุขภาพในองค์การบริหารส่วนตำบลกรณีศึกษา : อบต.ปากพูน นครศรีธรรมราช โดยวิจัยเชิงปฏิบัติการที่เน้นการมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) ผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 สถานการณ์ปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราชจากผลการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคจากหน่วยงานในจังหวัดนครศรีธรรมราช

ส่วนที่ 2 สถานการณ์ปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่ อบต.ปากพูน จากกระบวนการมีส่วนร่วมในชุมชนโดยเทคนิคการประชุมเพื่อค้นหาอนาคตร่วมกัน (Future Search Conference : FSC)

ส่วนที่ 3 ผลการ วิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนารูปแบบการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในองค์การบริหารส่วนตำบลปากพูน

1. สถานการณ์ปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช

การศึกษารั้งนี้ รวบรวมผลการดำเนินงานที่เกี่ ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค ระหว่างปี พ.ศ.2551 ถึง พ.ศ. 2553 โดยเก็บข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมเอกสารผลการดำเนินงานจากหน่วยงาน ดังต่อไปนี้

- สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค จังหวัดนครศรีธรรมราช
- ศาลแพ่งคดีผู้บริโภค ศาลจังหวัดนครศรีธรรมราช
- สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครศรีธรรมราช
- สำนักงานเทศบาลนครนครศรีธรรมราช
- สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดนครศรีธรรมราช
- โรงพยาบาลมหาราชนครศรีธรรมราช

1.1 สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดนครศรีธรรมราช

การดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดนครศรีธรรมราช ดูแลเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคโดยรวมในจังหวัดนครศรีธรรมราช พิจารณาเรื่องราวร้องทุกข์ที่ผู้บริโภค ได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหายอันเนื่องมาจากการกระทำของผู้ประกอบธุรกิจหรือคำ ร้องเรียนต่างๆ ไปในเรื่อง เกี่ยวกับการถูกเอาเปรียบในการซื้อสินค้าเครื่องอุปโภคบริโภคหรือ

บริการ โดยทำหน้าที่ประสานกับส่วนราชการหรือหน่วยงานของรัฐที่มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการควบคุมส่งเสริมหรือกำหนดมาตรฐานของสินค้าหรือบริการเพื่อพิจารณาเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภค และทำหน้าที่รายงานผลการปฏิบัติงานในรอบเดือนให้คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ส่วนกลางทราบ โดยผลการดำเนินงานสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัด นครศรีธรรมราช แสดงได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงสถิติเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคผ่านสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค จังหวัดนครศรีธรรมราช ปีงบประมาณ 2552 (ตุลาคม 2551 – กันยายน 2552)

เรื่องร้องเรียน	จำนวน (เรื่อง)	สัดส่วน(%)
สินค้าและบริการทั่วไป	14	48.2
สัญญาเช่าซื้อรถยนต์และรถจักรยานยนต์	11	34.4
ที่ดินและบ้าน(ที่อยู่อาศัย)	2	7.0
เรื่องอื่นๆ	3	10.3
รวม	29	100

จากผลดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัด นครศรีธรรมราช พบเรื่องร้องเรียนในปีงบประมาณ 2552 ทั้งหมด 29 เรื่อง ประเด็นปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคที่พบการร้องเรียนมากที่สุดคือ สินค้าและบริการทั่วไปไม่ได้มาตรฐาน มีการจำหน่ายเกินราคา รองลงมาคือเรื่อง ความไม่เป็นธรรมจาก สัญญาเช่าซื้อรถยนต์และรถจักรยานยนต์ ด้านการจัดการปัญหาเรื่องร้องเรียน โดยประเด็นปัญหาและการจัดการเรื่องร้องเรียนของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดนครศรีธรรมราช แสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงประเด็นปัญหาเรื่องร้องเรียนและการจัดการปัญหาของสำนักงานคณะอนุกรรมการ
คุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดนครศรีธรรมราช ปีงบประมาณ 2552 (ตุลาคม 2551 – กันยายน 2552)

เรื่องร้องเรียน	ประเด็นปัญหา	การจัดการเรื่องร้องเรียน
สินค้าและบริการทั่วไป	<ul style="list-style-type: none"> - ปกปิดข้อเท็จจริงของสินค้า - สินค้าชำรุดบกพร่อง - ราคาแพงเกินจริง - ไม่ปิดป้ายแสดงราคา 	<ul style="list-style-type: none"> - เจรจาไกล่เกลี่ย - ส่งต่อสำนักงานพาณิชย์จังหวัดดำเนินการ
เรื่องร้องเรียน	ประเด็นปัญหา	การจัดการเรื่องร้องเรียน
สัญญาเช่าซื้อรถยนต์และรถจักรยานยนต์	<ul style="list-style-type: none"> - ไม่โอนกรรมสิทธิ์ให้ผู้เช่าซื้อ - ยึดรถยนต์โดยไม่มีหนังสือบอกเลิกสัญญา - ค่าทวงถาม ติดตามการดำเนินการมีค่าธรรมเนียมสูง - ส่งมอบรถมีความชำรุดบกพร่อง - ผิดสัญญาเช่าซื้อ 	<ul style="list-style-type: none"> - เจรจาไกล่เกลี่ย - ดำเนินงานตามขั้นตอนของกฎหมายพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522
ที่ดินและบ้าน(ที่อยู่อาศัย)	<ul style="list-style-type: none"> - ชำรุด บกพร่องหลังรับบ้าน - ก่อสร้างไม่แล้วเสร็จ - ภาระเพิ่มเติมเกินข้อสัญญา 	<ul style="list-style-type: none"> - เจรจาไกล่เกลี่ยโดยเรียกเงินชดเชยให้ผู้ร้อง - ให้คำปรึกษาข้อกฎหมายเกี่ยวกับผู้บริโภค
เรื่องอื่นๆ	<ul style="list-style-type: none"> - บ้านเสียหายจากการสร้างท่อระบายน้ำ - ชักงูให้ซื้อสินค้า - นักเรียนบาดเจ็บจากเครื่องเล่นในโรงเรียน 	<ul style="list-style-type: none"> - เจรจาไกล่เกลี่ย/ชี้แจงข้อเท็จจริง - เจรจาไกล่เกลี่ยโดยเรียกเงินชดเชยให้ผู้ร้อง

นอกจากนี้การดำเนินการของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัด นครศรีธรรมราช ได้แก่ การให้คำปรึกษาปัญหาของกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค แก่ ประชาชน ผ่านช่องทางต่างๆ 21 ราย การตรวจสอบพฤติกรรมการประกอบธุรกิจในด้านต่างๆ เช่น การตรวจสอบสินค้าที่ควบคุมฉลาก การตรวจสอบโฆษณาขายบ้านที่ดิน การประชุมสัมมนาเพื่อการ คุ้มครองผู้บริโภคแก่ประชาชน การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การคุ้มครองผู้บริโภค

1.2 ศาลแพ่งคดีผู้บริโภค ศาลจังหวัดนครศรีธรรมราช

ศาลคดีผู้บริโภคหรือศาลแพ่งคดีผู้บริโภค เป็นระบบวิธีพิจารณาคดีทางแพ่งของศาล ยุติธรรมตามพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ.2551 ซึ่งประชาชนในฐานะผู้บริโภคหรือ ผู้ได้รับความเสียหายจากสินค้าอันตรายต่าง ๆ สามารถใช้สิทธิฟ้องร้องต่อแพ่งคดีผู้บริโภคที่มี ประจำอยู่ในศาลแขวง ศาลจังหวัด และศาลแพ่งทุกแห่ง โดยระบบวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภคจะเอื้อต่อ การใช้สิทธิของผู้บริโภค เป็นไปอย่างสะดวก รวดเร็ว เที่ยงธรรม และส่งเสริมให้ผู้ประกอบการให้ ความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการ สำหรับคดีที่ศาลจะรับดำเนินคดีและพิจารณา คดีเป็นคดีผู้บริโภค ได้แก่ คดีแพ่ง ที่ผู้บริโภคกับผู้ประกอบการมีข้อพิพาทกันเนื่องจากการบริโภค สินค้าหรือบริการ คดีแพ่ง ที่ประชาชนได้รับความเสียหายที่เกิดจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย

ตารางที่ 4 แสดงสถิติจำนวนคดีผู้บริโภคของ ศาลแพ่งคดีผู้บริโภค ศาลจังหวัดนครศรีธรรมราช ข้อมูลตั้งแต่ มกราคม 2552 – วันที่ 9 เมษายน 2553

ช่วงเวลาที่ดำเนินงาน	จำนวนคดีความ (เรื่อง)
มกราคม 2552 – ธันวาคม 2552	854
มกราคม 2553 – 9 เมษายน 2553	197

ซึ่งจำนวนคดีดังกล่าวมีทั้งกรณีที่ผู้บริโภคฟ้องผู้ประกอบการ และ ผู้ประกอบการฟ้อง ผู้บริโภค

ตารางที่ 5 แสดงสถิติคดีผู้บริโภคของ ศาลแพ่งคดีผู้บริโภค ศาลจังหวัดนครศรีธรรมราช ข้อมูล ตั้งแต่ มกราคม 2552 – วันที่ 9 เมษายน 2553

ลำดับ	สาเหตุของคดีความ
1	ผิดสัญญาเช่าซื้อ
2	ผิดสัญญากู้ยืม
3	การบังคับให้มีการจำนอง
4	การกู้ยืม / การค้ำประกันสัญญาเงินกู้
5	เรียกค่าเสียหายจากสินค้า หรือการบริการที่ไม่ปลอดภัย

สถิติคดีผู้บริโภคของ ศาลแพ่งคดีผู้บริโภค พบว่าสถิติที่มีการส่งฟ้องดำเนินคดีมากที่สุด คือ การผิดสัญญาเช่าซื้อ โดยจำนวนคดีที่มากที่สุดเป็นคดีรถจักรยานยนต์ที่ผิดสัญญาเช่าซื้อ โดยในปี 2552 มีจำนวนคดีความ 95 เรื่อง และภายในปี 2553 มีจำนวนคดีที่ส่งฟ้องร้องถึง 10 เรื่อง โดยสาเหตุของปัญหาเกิดจากผู้ประกอบการไม่จดทะเบียนสัญญาเช่าซื้อให้แก่ผู้บริโภค รองลงมาคือคดีผิดสัญญากู้ยืม โดยสัญญาที่มีการผิดข้อสัญญามากที่สุดคือ ข้อสัญญาการกู้ยืมเงินเพื่อการศึกษา (กยศ.) นอกจากนี้สาเหตุของคดีความข้างต้น ยังพบสาเหตุที่มีการฟ้องร้อง ได้แก่ การฟ้องร้องแพทย์ และโรงพยาบาล กรณีได้รับความเสียหายจาก การเข้าไปรักษาตัว การเรียกร้อยค่าเสียหายจากผู้ประกอบการ โรงแรมกรณีรถยนต์สูญหาย โดยการดำเนินการของศาลคดีผู้บริโภคกรณีมีการพิพากษาความผิดของผู้ประกอบการ ได้แก่ การให้เปลี่ยนสินค้าให้ใหม่ แทนการแก้ไขซ่อมแซมสินค้า การให้ผู้ประกอบการทำประกาศเรียกรับสินค้าคืนจากผู้บริโภค เป็นต้น

1.3 สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครศรีธรรมราช

ผลการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ โดยมีกลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเป็นผู้รับผิดชอบหลักในการดำเนินงาน นอกจากนี้ในระดับอำเภอมีการดำเนินงานโดยสำนักงานสาธารณสุขอำเภอ และกลุ่มงานเภสัชกรรม โรงพยาบาลชุมชน รวมถึงสถานีอนามัย เป็นผู้รับผิดชอบ ซึ่งการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนี้เป็นไปตาม นโยบายของกระทรวงสาธารณสุข และสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา โดยมีการถ่ายโอนภารกิจ มอบอำนาจให้เจ้าหน้าที่ในกลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภคเป็นพนักงานเจ้าหน้าที่ตาม พระราชบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ นโยบายที่สำคัญ ได้แก่ นโยบายด้านความปลอดภัยของอาหาร (Food Safety) ซึ่งเป็นนโยบายหลัก และมีการบูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่างกระทรวงสาธารณสุข กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และภาคองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โครงการความปลอดภัยด้านอาหาร ได้ดำเนินการเก็บตัวอย่างอาหารในพื้นที่ต่างๆของจังหวัดนครศรีธรรมราช และ ฝ้าระวังสารปนเปื้อน

ในอาหารซึ่งมีการตรวจ 6 ชนิดหลัก ได้แก่ สารเร่งเนื้อแดง ซึ่งพบในเนื้อหมู , สารฟอกขาว พบใน เส้นก๋วยเตี๋ยว,ขนมจีน,ถั่วงอก, จิงและข้าวซอย, ยอดมะพร้าว และหน่อไม้ดอง , สารบอแรกซ์ พบใน ลูกชิ้น,หมูปด,ไส้กรอก, ทับทิมกรอบ และทอดมัน , สารฟอร์มาลิน พบใน ปลาหมึก , กุ้ง , ปลา และ ปลา , สารกันรา พบในน้ำดองผักและผลไม้ , ยาฆ่าแมลง ซึ่งตกค้างเกินกว่าค่าความปลอดภัยใน ผักสด , ผลไม้ดอง

ตารางที่ 6 แสดงการตรวจวิเคราะห์ฝ้าระวังผลิตภัณฑ์อาหาร (โครงการอาหารปลอดภัย)

ปีงบประมาณ 2549 – 2551 (ข้อมูลเดือนตุลาคม 2548 – กันยายน 2551) ของ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครศรีธรรมราช

รายการสารปนเปื้อน	2549			2550			2551		
	ตรวจ	พบ	ผ่าน (ร้อยละ)	ตรวจ	พบ	ผ่าน (ร้อยละ)	ตรวจ	พบ	ผ่าน (ร้อยละ)
สารเร่งเนื้อแดง	165	2	98.79	12	0	100	20	0	100
บอแรกซ์	616	2	99.67	257	1	98.42	550	5	99.10
สารฟอกขาว	618	10	98.38	155	0	100	423	6	98.58
ฟอร์มาลิน	536	3	99.44	164	0	100	629	4	99.36
สารกันรา	516	12	97.67	277	2	99.93	745	16	97.85
ยาฆ่าแมลง	3146	121	96.15	1197	25	92.29	1895	30	98.36
น้ำบริโภคในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท	132	7	94.69	156	22	85.89	173	36	79.19

จากผลการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคส่วนของผลิตภัณฑ์อาหารตาม โครงการอาหารปลอดภัย จากการสุ่มเก็บตัวอย่างอาหารพบปัญหาสารปนเปื้อนในอาหารที่น้อยมาก โดยเฉพาะปัญหาสารเร่งเนื้อแดงที่ผลการดำเนินงานในช่วง 2 ปีหลัง ไม่พบการปนเปื้อนในหมูเนื้อแดง เนื่องจากมีการตรวจจากส่วนกลาง ได้แก่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา และการประชาสัมพันธ์จากสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ส่วนผลิตภัณฑ์อาหารที่พบการตกมาตรฐานมากที่สุด คือ น้ำบริโภคในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท พบว่าในแต่ละปี มีสารปนเปื้อน หรือตกมาตรฐานในปริมาณที่มากขึ้น โดยตัวอย่างน้ำที่มีการตรวจ พบสาเหตุที่ไม่เข้ามาตรฐานเนื่องจากพบการปนเปื้อนของเชื้อ MPN Coliform > 2.2 และ พบ E.Coli เกินมาตรฐาน

1.4 สำนักงานเทศบาลนครนครศรีธรรมราช

การดำเนินการตรวจสอบเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์สุขภาพขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยสำนักงานเทศบาลนครนครศรีธรรมราช อันเนื่องมาจาก การกระจายอำนาจถ่ายโอนภารกิจด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาให้แก่เจ้าพนักงานในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สำหรับเทศบาลนครนครศรีธรรมราชได้ดำเนินการตามโครงการอาหารปลอดภัยร่วมกับสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครศรีธรรมราช พบผลการดำเนินการดังนี้

ตารางที่ 7 แสดงการตรวจวิเคราะห์สารห้ามใช้ในผลิตภัณฑ์อาหาร (ข้อมูลเดือนตุลาคม 2552 – 31 มกราคม 2553) จากสำนักงานเทศบาลนครนครศรีธรรมราช

รายการสารปนเปื้อน	ต.ค.52 - ม.ค.53		
	ตรวจ	พบ	ผ่าน (ร้อยละ)
สารเร่งเนื้อแดง (Ractopamine, Clenbuterol, Salbutamol)	140	2	98.57
บอแรกซ์	2,431	1	99.67
สารฟอกขาว	250	1	99.67
ฟอร์มาลีน	121	0	100
สารกันรา	2,675	0	100
ยาฆ่าแมลง	894	84	90.6

จากผลการดำเนินงานของสำนักงานเทศบาลนครนครศรีธรรมราช พบปัญหาความไม่ปลอดภัยในอาหารมากที่สุดคือ ปัญหาการปนเปื้อนของยาฆ่าแมลงในพืชผัก ผลไม้ รองลงมาคือ ปัญหาการปนเปื้อนของสารเร่งเนื้อแดงในสุกร

1.5 สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดนครศรีธรรมราช

ตามที่กระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีนโยบายเน้นความสำคัญในด้านความปลอดภัยของผู้บริโภคสินค้าเกษตรและอาหาร โดยจะต้องดำเนินการผลิตสินค้าทางการเกษตรและอาหารให้ได้มาตรฐานและมีความปลอดภัยเพื่อเป็นการปกป้องคุ้มครองผู้บริโภค ดังนั้นจึงมีนโยบายให้สำนักงานปศุสัตว์ทุกจังหวัดดำเนินการตรวจสอบสารเร่งเนื้อแดงในปัสสาวะสุกรเพื่อประกันความปลอดภัยของสินค้าที่ออกวางจำหน่าย ให้ผู้บริโภคได้รับความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น

ตารางที่ 8 ผลการตรวจสอบสารเร่งเนื้อแดงในปีสภาวะสุกร ของสำนักงานปศุสัตว์จังหวัด

นครศรีธรรมราช

2551			
ครั้งที่	ระยะเวลาดำเนินการ	จำนวนที่ตรวจ (ตัวอย่าง)	จำนวนที่พบสารเร่งเนื้อแดง (ตัวอย่าง)
1	กุมภาพันธ์ 51	42	12
2	มีนาคม 51	32	2
3	เมษายน 51	30	2
4	ธันวาคม 51	26	2
	รวม	130	ผ่าน 112 ตัวอย่าง
2552			
ครั้งที่	ระยะเวลาดำเนินการ	จำนวนที่ตรวจ (ตัวอย่าง)	จำนวนที่พบสารเร่งเนื้อแดง (ตัวอย่าง)
1	มกราคม 52	117	0
2	กุมภาพันธ์ 52	199	18
3	พฤษภาคม 52	104	11
4	มิถุนายน 52	38	0
	รวม	458	ผ่าน 429 ตัวอย่าง

จากผลการดำเนินงานของสำนักงานปศุสัตว์จังหวัดนครศรีธรรมราชที่มีการตรวจสอบสารเร่งเนื้อแดงในปีสภาวะสุกรพบว่าในปี 2552 พบการปนเปื้อนมากขึ้นกว่าปี 2551 ซึ่งเป็นสถานการณ์ปัญหาที่สอดคล้องกับผลการดำเนินงานของสำนักงานเทศบาลนครนครศรีธรรมราช แต่โดยภาพรวมของปัญหาผลิตภัณฑ์อาหารจากแต่ละหน่วยงาน พบสถานการณ์ปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคด้านความปลอดภัยในการบริโภค มีแนวโน้มของปัญหาที่เพิ่มมากขึ้น อันเนื่องมาจากการพบสารปนเปื้อนในผลิตภัณฑ์อาหารที่สุ่มตรวจมากขึ้น แต่อาจมีผลการดำเนินงานแต่ละหน่วยงานที่ผลมีความขัดแย้งกันเช่น ผลการปนเปื้อนสารเร่งเนื้อแดงในสุกรจากสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ทั้งนี้ อาจเกิดจากการประเมินสถานการณ์ และความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มเก็บตัวอย่างอาหาร จึงได้มีการนำผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลมหาราชนครศรีธรรมราช แผนกการเฝ้าระวังโรคระบาด ที่อาจมีสาเหตุมาจากสารปนเปื้อนและความไม่สะอาดของอาหาร แสดงผลตามตารางที่ 9

ตารางที่ 9 อัตราการเจ็บป่วยจากโรคทางเดินอาหาร ข้อมูลจากหน่วยงานระบาดวิทยา ฝ่ายสุขาภิบาล และป้องกันโรค โรงพยาบาลมหาราชนครศรีธรรมราช

ชื่อโรค	2549 (ราย)	2550 (ราย)	2551 (ราย)
อาหารเป็นพิษ	-	19,469	21,042
อุจจาระร่วงอย่างรุนแรง	-	627	910

จากข้อมูลอัตราการเจ็บป่วยของผู้ป่วยโรคทางเดินอาหาร ซึ่งสาเหตุหนึ่งเกิดจากการบริโภคอาหาร ที่มีการปนเปื้อนสารห้ามใช้ในอาหาร พบการเจ็บป่วยมีอัตราที่สูงขึ้น แสดงถึงสถานการณ์ปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีความรุนแรงมากขึ้น

ตารางที่ 10 แสดงปริมาณการร้องเรียนด้านผลิตภัณฑ์อาหารและยาใน ปีงบประมาณ 2551 -2552 ของ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครศรีธรรมราช

ปี พ.ศ. ผลิตภัณฑ์ที่ร้องเรียน	พ.ศ. 2551		พ.ศ. 2552	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อาหาร	5	41.66	9	29.03
สถานพยาบาล	7	58.33	12	38.7
เครื่องสำอาง	0	0	3	9.67
ยา	2	14.28	7	22.58
รวม	14	100	31	100

สถานการณ์พฤติกรรมบริโภคของประชาชน ในจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่าประชาชนมีความสนใจต่อความปลอดภัยจากการบริโภคเพิ่มขึ้น ดูจากมีความตื่นตัวในสิทธิของผู้บริโภคเมื่อพบความไม่ปลอดภัยจากการบริโภค พบมีอัตราการร้องเรียนที่เพิ่มสูงขึ้นในแต่ละปี

ปี พ.ศ.	จำนวนเรื่องร้องเรียน(ครั้ง)
2550	10
2551	14
2552	31

ในส่วนของการรับเรื่องร้องเรียน กลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด นครศรีธรรมราชมีหน้าที่ในการรับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหาร และยา โดยรับเรื่องผ่านทาง โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต จดหมาย และบันทึกแบบฟอร์มร้องเรียน โดยตรงที่ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด จากปี พ.ศ. 2551 ถึง ปี พ.ศ.2552 มีปริมาณการร้องเรียนด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ในอัตราที่สูงขึ้นทุกปี โดยประเด็นปัญหาที่มีการร้องเรียนมากที่สุด คือ สถานพยาบาล ได้แก่ปัญหา สถานพยาบาลเปิดโดยไม่ได้รับอนุญาต สถานพยาบาลเถื่อน ปัญหารองลงมา คือ ยา ประเด็นเรื่อง ร้องเรียน ได้แก่ สถานประกอบการด้านยาที่เปิดขายยาไม่ถูกต้อง ขยายผลิตประเภท และผลิตภัณฑ์ ยาที่อันตราย เช่น ยาไม่มีทะเบียน การปนเปื้อนของ สเตียรอยด์ในยาแผนโบราณ , เรื่องร้องเรียน ด้านอาหาร ได้แก่ สถานที่ผลิตไม่ตรงกับฉลาก , กินอาหารแล้วมีอาการท้องเสีย คัน หายใจติดขัด , จำหน่ายอาหารไม่มีตรา อ.ย.และปลอมแปลงฉลาก เป็นต้น

โดยสรุป จากผลการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในจังหวัด นครศรีธรรมราช ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัด นครศรีธรรมราช ศาล แผนกคดี ผู้บริโภค ศาลจังหวัดนครศรีธรรมราช สำนักงานปศุสัตว์จังหวัด นครศรีธรรมราช เทศบาลนครนครศรีธรรมราช โรงพยาบาลมหาราชนครศรีธรรมราช และ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่าสถานการณ์ปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคมีแนวโน้มของปัญหาเพิ่มมากขึ้น หากมีการเปรียบเทียบจากสถิติการรับเรื่องร้องเรียนผ่านช่องทางอื่น อาทิเช่น วิทยุชุมชนในจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่าสถิติการร้องเรียนของผู้บริโภคผ่านหน่วยงานของรัฐยังมีจำนวนน้อยกว่าความเป็นจริงของ สถานการณ์ปัญหาผู้บริโภค อาจเนื่องมาจากช่องทางสำหรับรับเรื่องร้องเรียนของหน่วยงานภาครัฐ ผู้บริโภคไม่สามารถเข้าถึงได้ จึงควรพัฒนากลไกการรับเรื่อง ร้องเรียนสำหรับผู้บริโภคให้มีความหลากหลาย และสามารถเข้าถึงได้ง่าย และควรพัฒนาศักยภาพ ผู้บริโภคให้สามารถพิทักษ์สิทธิ ตนเองได้ ดังนั้น หน่วยงาน ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการคุ้มครอง ผู้บริโภค จำเป็นต้องปรับรูปแบบการดำเนินงานให้เหมาะสมกับสถานการณ์คุ้มครองผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

2. สถานการณ์ปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่ อบต.ปากพูน

สถานการณ์ปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคใน อบต.ปากพูน จากกระบวนการมีส่วนร่วมในชุมชน โดยเทคนิคการประชุมเพื่อค้นหาอนาคตร่วมกัน (Future Search Conference: FSC) มีความคิดเห็น และข้อเสนอแนะในประเด็นปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค ปัจจัยที่เป็นสาเหตุทำให้เกิดปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค และแนวทางแก้ไข สรุปได้ดังตารางที่ 9

ตารางที่ 11 แสดงผลการศึกษาดูสถานการณ์ปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคใน อบต.ปากพูน

ปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค	ปัจจัยและสาเหตุ	แผนงานเพื่อแก้ไขปัญหา
<p>1. คุณภาพงานบริการ</p> <p>- สาธารณูปโภค ได้แก่ พบเรื่อง ร้องเรียนปัญหาไฟฟ้า น้ำประปา หมู่บ้าน ถนนชำรุด</p> <p>- การสัญจร เช่น รถโดยสารประจำทาง</p> <p>- บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (บริการโทรศัพท์มือถือ มีความขัดข้องเกิดขึ้นที่ตัวเครื่องส่งซ่อมที่ศูนย์บริการของบริษัทแล้วไม่ดีขึ้น จึงติดต่อขอเปลี่ยนเครื่องใหม่ บริษัทก็มักจะปฏิเสธที่จะเปลี่ยนให้ หรือการคิดค่าโทรศัพท์ไม่ถูกต้องตามประกาศขององค์การโทรศัพท์ฯ หรือการถูกแอบอ้างชื่อไปเปิดใช้บริการโทรศัพท์มือถือ)</p>	<p>1. คุณภาพงานบริการ</p> <p>- ปัญหาจากรถโดยสารประจำทาง เกิดจากไม่มีอัตราค่าโดยสารที่แน่นอน ผู้บริโภคไม่ทราบการปรับขึ้นอัตราค่าโดยสาร</p> <p>- ปัญหาจากโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ผู้บริโภคไม่ทราบข้อสัญญาหลังการขาย</p> <p>- การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของผู้บริโภคไม่เพียงพอต่อการตัดสินใจบริโภคสินค้า</p> <p>- ผู้บริโภคไม่ทราบช่องทางร้องเรียนเมื่อเกิดปัญหา</p>	<p>1. สร้างช่องทางการพิทักษ์สิทธิ และแก้ไขปัญหาผู้บริโภคอย่างมีส่วนร่วมของประชาชน</p> <p>2. มีหน่วยงานรับเรื่องร้องเรียน และประสานข้อมูลเพื่อแก้ไขปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคอย่างเป็นระบบ</p> <p>3. สนับสนุนกิจกรรมเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในชุมชน พร้อมทั้งกระบวนการพัฒนาศักยภาพและความรู้สิทธิผู้บริโภค</p>
<p>2. ความไม่เป็นธรรม</p> <p>2.1 สัญญา</p> <p>- รถยนต์</p> <p>- อสังหาริมทรัพย์ เกี่ยวกับการไม่ปฏิบัติตามสัญญา เช่น ก่อสร้างไม่เสร็จ หรือไม่มีสาธารณูปโภคตามสัญญา</p>	<p>2. ความไม่เป็นธรรม</p> <p>- ผู้บริโภคไม่ได้รับความเป็นธรรมจากสัญญาประกันภัย หรือได้รับข้อมูลที่ไม่ถูกต้องก่อนตกลงซื้อประกัน จากตัวแทนขาย</p>	<p>4. มีเวทีนำเสนอปัญหาของผู้บริโภค</p> <p>5. เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคผ่านช่องทางสื่อต่างๆในพื้นที่</p>

<p>- สัญญาประกันชีวิต / สัญญาประกันภัย</p> <p>- หนี้สิน ได้แก่ ปัญหาอัตราดอกเบี้ย การติดตามทวงหนี้ ทั้งหนี้ในระบบและนอกระบบ</p> <p>2.2 การเอาผิดเอาเปรียบจากการซื้อสินค้า หรือการรับบริการ</p> <p>- การซื้อขายสินค้าไม่ได้รับความเป็นธรรม ได้แก่ ปัญหาจากมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และสินค้าต่าง ๆ เช่น รถยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น การรับประกันไม่ได้เป็นไปตามสัญญา กอโกงของแม่ค้า เช่นการโกงตาชั่ง</p>	<p>ประกันของบริษัท</p> <p>- หน่วยงานของรัฐหรือองค์การของรัฐ ยังไม่ได้ให้การเอาใจใส่เท่าที่ควรจากเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภค อาจเนื่องมาจาก บุคลากรภาครัฐมีจำนวนจำกัด ไม่เพียงพอกับปัญหาที่เกิดขึ้น</p> <p>- การส่งต่อข้อมูลของปัญหาผู้บริโภคในพื้นที่ให้ผู้เกี่ยวข้องดำเนินการ (การเชื่อมต่อข้อมูลระหว่างองค์กรภาครัฐและท้องถิ่น)</p> <p>- ผู้บริโภคไม่รู้สิทธิของตนเอง</p> <p>- ไม่ทราบช่องทางร้องเรียนเมื่อเกิดปัญหา</p>	<p>6. ผลักดันข้อเสนอเชิงนโยบายของตัวแทนผู้บริโภค ต่อการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น</p>
<p>3.ด้านสาธารณสุข</p> <p>- ด้านบริการสุขภาพ (มาตรฐานคุณภาพการบริการทางการแพทย์ผู้ป่วยในระบบประกันสุขภาพเกิดความไม่เท่าเทียมกันในการรักษา ทั้งระบบสวัสดิการข้าราชการ สิทธิในระบบประกันสุขภาพถ้วนหน้า ประกันสังคม การได้รับสิทธิประโยชน์ขั้นพื้นฐาน และได้รับความเสียหายจากการใช้บริการ)</p> <p>-ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ (อาหาร ยา เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร มี</p>	<p>3.ด้านสาธารณสุข</p> <p>- ด้านบริการสุขภาพ ขาดระบบการควบคุมคุณภาพ และการคุ้มครองผู้บริโภค จากบริการที่เกี่ยวข้องกับหลักประกันสุขภาพ</p> <p>ผู้บริโภคที่ถูกละเมิดสิทธิ มักจะถูกปฏิเสธเรื่องค่าเสียหายในเบื้องต้นทำให้ผู้บริโภคต้องร้องเรียนต่อหน่วยงานที่รับผิดชอบ และผู้ประกอบการก็จะไม่รับผิดชอบในทันทีจนกว่าจะมีการ</p>	

<p>การปนเปื้อนสารห้ามใช้ พบการ โฆษณาโอ้อวดเกินจริง)</p>	<p>พิสูจน์ว่าตนผิดจริง ซึ่ง โดยมากผู้บริโภคจะอยู่ใน ฐานะที่เสียเปรียบในการ ต่อรองกับผู้ประกอบการ - ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ พบว่า ผู้ประกอบการยังมี การจำหน่ายและทำการ โฆษณากันอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับผู้บริโภคไม่มี ข้อมูลที่เพียงพอที่จะ ตัดสินใจในการเลือก หรือไม่เลือกใช้ผลิตภัณฑ์</p>	
---	--	--

จากผลการทำ Future Search Conference (F.S.C.) พบว่าสถานการณ์ปัญหาคุ้มครอง
ผู้บริโภคใน อนาคต . ปากพูน ในประเด็น ปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคที่มีแนวโน้มจะเกิดขึ้นในอนาคต
ด้านความไม่เป็นธรรม ได้แก่ สัญญาไม่เป็นธรรม เช่น สัญญาซื้อขายรถ ประกันคุณภาพสิน
คุณภาพสินค้าไม่ได้มาตรฐาน ค่าบริการรถโดยสารในพื้นที่เกินราคา สินค้าขายตรงโอ้อวด
สรรพคุณเกินจริง ระบบสาธารณสุขไม่ทั่วถึงทุกพื้นที่ ด้านความปลอดภัยจากการบริโภค
คุณภาพสินค้า พบสารปนเปื้อนในผลิตภัณฑ์สุขภาพ ผลิตภัณฑ์สุขภาพ อาหารไม่มีอย . ยาไม่มี
ทะเบียน เครื่องสำอางพบสารห้ามใช้มีวางจำหน่าย นิคมอุตสาหกรรมส่งผลต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมใน
พื้นที่ ซึ่งสถานการณ์ปัญหาผู้บริโภคเหล่านี้มีปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่

- บุคลากรภาครัฐมีจำนวนจำกัด ไม่เพียงพอกับปัญหาที่เกิดขึ้น
- ระบบการควบคุมคุณภาพสินค้า ไม่ทั่วถึงสู่ผู้บริโภครายย่อย
- การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของผู้บริโภคไม่เพียงพอต่อการตัดสินใจบริโภคสินค้า
- ไม่ทราบช่องทางร้องเรียนเมื่อเกิดปัญหา
- การส่งต่อข้อมูลของปัญหาผู้บริโภคในพื้นที่ให้ผู้เกี่ยวข้องดำเนินการ (การเชื่อมต่อ
ข้อมูลระหว่างองค์กรภาครัฐและท้องถิ่น)
- ผู้บริโภคไม่รู้สิทธิของตนเอง

จากสถานการณ์ปัญหาและ สาเหตุ ปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องให้เกิดปัญหา ทางผู้เข้าร่วม กระบวนการ F.S.C. จึงได้นำเสนอแนวทางเพื่อแก้ไขปัญหาคุ่มครองผู้บริ โภค ดังนี้

- สร้างกลไกการร้องเรียน การไกล่เกลี่ย ในระดับชุมชน เพื่อให้ประชาชน ผู้บริ โภคมี ความสะดวก สามารถจัดการปัญหาที่เกิดจากการบริ โภคได้
- สร้าง / พัฒนาศักยภาพผู้บริ โภคให้รู้จักพิทักษ์สิทธิในชุมชน

โดยสรุปจากข้อมูลสถานการณ์ปัญหาผู้บริ โภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช และสถานการณ์ ปัญหาผู้บริ โภคใน อบต.ปากพูน ที่ได้จากกระบวนการ FSC พบว่าการดำเนินงานของภาครัฐ และ หน่วยงานที่ดูแลเรื่องการค้าผู้บริ โภคในปัจจุบันยังไม่เพียงพอต่อการจัดการปัญหาของ ผู้บริ โภค ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการสร้างและพัฒนารูปแบบการค้าผู้บริ โภค โดยรูปแบบหนึ่งที่ได้ จากกระบวนการ FSC ของประชาชนใน อบต.ปากพูน คือการสร้าง กลไกการร้องเรียน การไกล่ เกลี่ย ในระดับชุมชน คือ การสร้างศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริ โภคในชุมชน นอกจากนี้ ควรให้ทาง อบต. ปากพูน และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง อบต. ปากพูน และภาคประชาสังคมของอบต. ปากพูน ร่วมกันพัฒนาศักยภาพของผู้บริ โภคในพื้นที่ อบต.ปากพูน ให้เท่าทันกับ สถานการณ์ปัญหาคุ่มครอง ผู้บริ โภคที่มีแนวโน้มจะเกิดขึ้นในอนาคต

3. ผลการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนารูปแบบการค้าผู้บริ โภค

แนวทางการพัฒนารูปแบบการค้าผู้บริ โภค กรณีศึกษา อบต.ปากพูน จากผลของสถานการณ์ปัญหาคุ่มครองผู้บริ โภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช และผลของสถานการณ์ ปัญหาผู้บริ โภคใน อบต.ปากพูนที่ได้จากกระบวนการ FSC พบว่ากลไกที่จะสามารถแก้ไข ปัญหาผู้บริ โภคในพื้นที่ อบต.ปากพูน ได้ การพัฒนาศักยภาพผู้บริ โภค ให้ผู้บริ โภคสามารถ พิทักษ์สิทธิตนเองได้

การพัฒนารูปแบบการค้าผู้บริ โภค โดยใช้การปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมใน ชุมชน เพื่อให้ชุมชน หรือทาง อบต.ปากพูนร่วมกันกำหนด และพัฒนารูปแบบการค้าผู้ บริ โภคให้มีกลไกเพื่อการพัฒนาศักยภาพผู้บริ โภค ให้ผู้บริ โภคสามารถพิทักษ์สิทธิตนเอง ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเหมาะสมกับสภาพพื้นที่ โดยวิธีประชุมกลุ่ม (Group Discussion) ทั้งหมด จำนวน 3 ครั้ง วัน เวลา และสถานที่ ดังนี้

ครั้งที่ 1 วันพุธที่ 27 มกราคม 2553 ณ ห้องประชุม อบต.ปากพูน อ.เมือง

จ.นครศรีธรรมราช

วัตถุประสงค์ : เพื่อนำผลการวิจัยสถานการณ์ปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่ อบต.ปากพูน ปัจจัยสาเหตุของปัญหา และแนวทางการแก้ไขปัญหา ที่ได้จากกระบวนการ Future Search Conference มานำเสนอให้ทางกลุ่มร่วมกันกำหนดจุดมุ่งหมาย และวางแผนการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคของพื้นที่อบต.ปากพูน

ผู้เข้าร่วมการประชุมกลุ่ม : เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครศรีธรรมราช สคบ.จังหวัด สำนักงานอัยการจังหวัด แกนนำชุมชน ผู้แทนจาก อบต.ปากพูน และทีมผู้วิจัย รวมทั้งหมด 28 คน

ผลการประชุมกลุ่ม (Group Discussion) : จากแนวโน้มของสถานการณ์ปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคของจังหวัดนครศรีธรรมราช และพื้นที่ อบต.ปากพูน พบว่ากลไกการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด คือการทำให้ผู้บริโภครู้จักปกป้องสิทธิของตนเอง รู้จักการจัดการแก้ไขปัญหา โดยมีการ ร้องเรียนเพื่อพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับผลจากกระบวนการ Future Search Conference ที่ได้นำเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค คือการสร้างกลไกการร้องเรียน การไกล่เกลี่ย ในระดับชุมชน โดยวิธีหนึ่งที่มีการนำเสนอคือการสร้างศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคในชุมชน จัดตั้งศูนย์รับเรื่องร้องเรียนปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค ในพื้นที่ อบต.ปากพูน หรือการจัดตั้งศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคในพื้นที่ อบต.ปากพูนขึ้น ร่วมกับการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคในพื้นที่ อบต.ปากพูน โดยให้ผู้บริโภคในปากพูนเข้ามามีส่วนร่วมในการร่วมพัฒนาศักยภาพ สอดคล้องกับนโยบายของ อบต.ปากพูน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนโยบายสาธารณะ และมีทุนทางสังคม ได้แก่ อาสาสมัครภาคประชาชน อสม. น้อย นักกฎหมายประจำ อบต. ซึ่งผู้เข้าประชุมกลุ่มครั้งนี้ได้วางจุดหมายร่วมกันของการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคใน อบต.ปากพูน โดยให้มีการจัดตั้งศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคขึ้นใน อบต.ปากพูน และให้มีแผนงานที่จะพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ทั้งนี้เพื่อให้การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคที่สามารถแก้ไขปัญหาผู้บริโภคในท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะต้องมีการร่วมกันวางบทบาทการทำงานร่วมกันระหว่าง เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานภาครัฐ ตัวแทนผู้บริโภคในพื้นที่ อบต.ปากพูน และเจ้าหน้าที่จาก อบต.ปากพูน

การดำเนินงานต่อ : การประชุมกลุ่ม (Group Discussion) เพื่อนัดหมายการวางบทบาทของคณะทำงานในศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค และกำหนดแผนงานของศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค

ครั้งที่ 2 วันพุธ ที่ 24 กุมภาพันธ์ 2553 ณ ห้องประชุม อบต.ปากพูน อ.เมือง

จ.นครศรีธรรมราช

วัตถุประสงค์ :

1. การวางบทบาทว่าเป็นใคร จะทำอะไร อย่างไร ในศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค
2. การกำหนดตัวหลักของการทำงานและตัวหนุนเสริมผลักดันให้เกิดแผนงาน
คุ้มครอง ผู้บริโภค

3. กำหนดแผนงาน ระหว่าง หน่วยงานภาครัฐ อบต. และตัวแทนภาคประชาชน

ผู้เข้าร่วมการประชุมกลุ่ม : เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด
นครศรีธรรมราช สคบ .จังหวัด สำนักงานอัยการจังหวัด แกนนําภาคประชาชน ผู้แทนจาก
อบต.ปากพูน และทีมผู้วิจัย รวมทั้งหมด 23 คน

ผลการประชุมกลุ่ม (Group Discussion) :

1. การวางบทบาทของคณะทำงานของศูนย์คุ้มครองผู้บริโภค อบต.ปากพูน กำหนด
ผู้รับผิดชอบและบทบาทหน้าที่

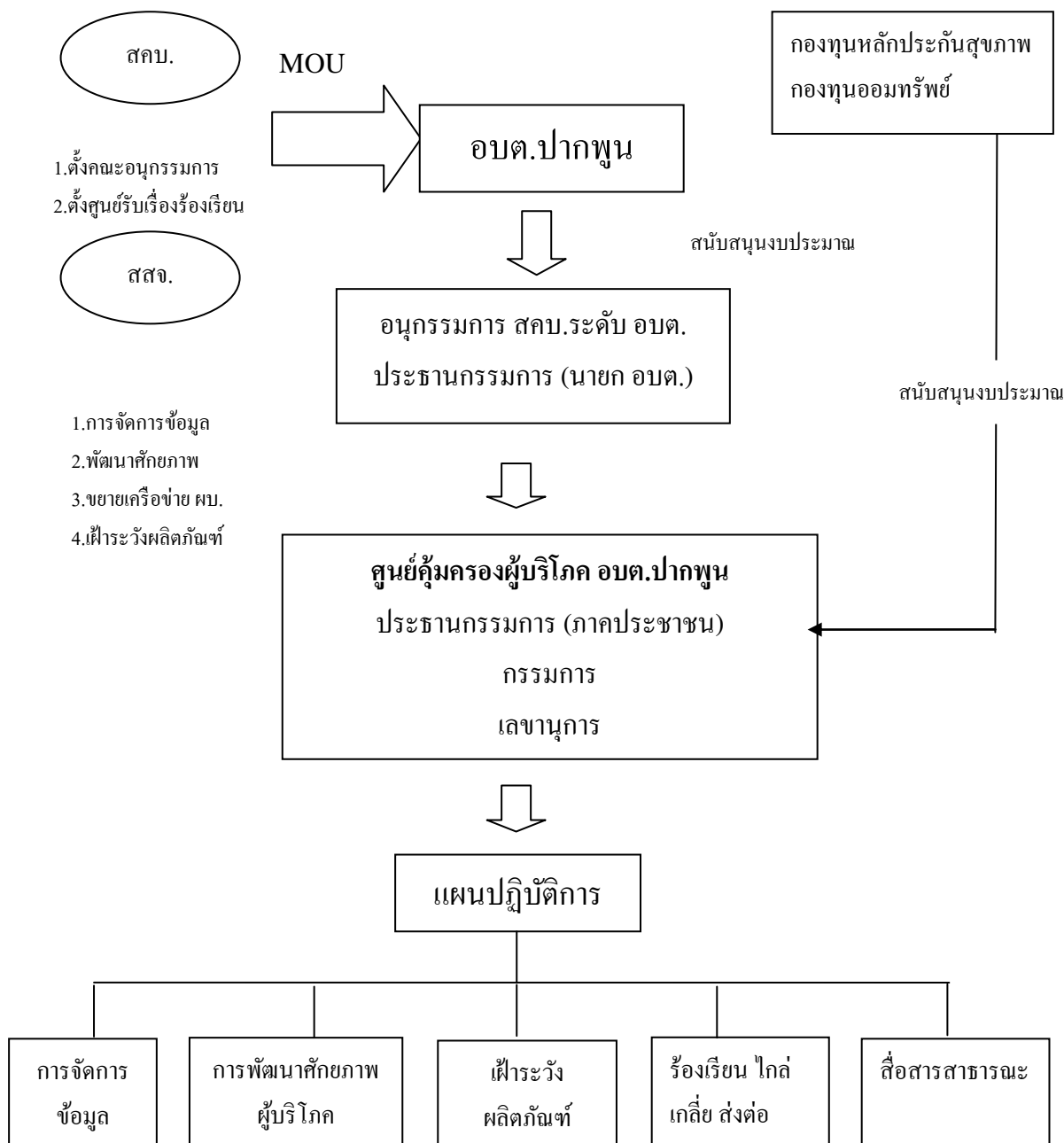
รูปแบบของศูนย์คุ้มครองผู้บริโภค อบต.ปากพูนที่ทางกลุ่มการประชุม ได้ตกลงร่วมกันคือ
รูปแบบกึ่งองค์กรอิสระ โดยที่มีการดำเนินงานของศูนย์คุ้มครองผู้บริโภค อบต.ปากพูน จากภาค
ประชาชน อยู่ภายใต้คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำตำบล เพื่อสามารถจัดการกลไก
คุ้มครองผู้บริโภค ได้แก่ การส่งต่อ ใกล้เคียง และจัดการเรื่องร้องเรียนภายใต้อำนาจที่ทาง
สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดถ่ายโอนมาให้กับคณะกรรมการคุ้มครอง
ผู้บริโภคประจำตำบล

2. การกำหนดตัวหลักของการทำงานและตัวหนุนเสริมผลักดันให้เกิดแผนงานคุ้มครอง
ผู้บริโภค และการกำหนดคณะทำงานของศูนย์คุ้มครองผู้บริโภค

ตัวหลักของการทำงานและตัวหนุนเสริมผลักดันให้เกิดแผนงานคุ้มครองผู้บริโภค ดังนี้คือ

- ภาคลีหลัก คือ สมาชิกใน อบต.ปากพูน แกนนําภาคประชาชนในอบต.ปากพูน
- ภาคลียุทธศาสตร์ นายก อบต.ปากพูน ผู้แทนคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำ
จังหวัด สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครศรีธรรมราช สำนักอัยการจังหวัด
นครศรีธรรมราช

แผนภูมิที่ 3 รูปแบบศูนย์คุ้มครองผู้บริโภค โลกใน อบต.ปากพูน



3. กลไกการทำงานของศูนย์คุ้มครองผู้บริโภค อบต.ปากพูน

การดำเนินงานของศูนย์คุ้มครองผู้บริโภค มีกลไกการทำงานในรูปแบบกึ่งองค์การอิสระ มีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนา ศักยภาพผู้บริโภคในพื้นที่ตำบลปากพูนให้สามารถพิทักษ์สิทธิของตนเองได้ มีกรอบการดำเนินงาน ส่วนหนึ่ง เป็นภารกิจที่ได้รับการถ่ายโอน จากหน่วยงานภาครัฐให้แก่ อบต. ดังต่อไปนี้

- สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด ถ่ายโอนภารกิจในประเด็น การตั้งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคระดับตำบล และการจัดตั้งศูนย์รับเรื่องร้องเรียน การไกล่เกลี่ย และประสานงานส่งต่อเรื่องร้องเรียน

- สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ได้ถ่ายโอนภารกิจงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ได้แก่ การจัดการระบบข้อมูล การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค การขยายเครือข่ายผู้บริโภค และการเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์สุขภาพ

ด้วยเหตุนี้ เพื่อให้มีการดำเนินงานตามภารกิจที่ได้รับการถ่ายโอน และนำไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม มีกลไกสำคัญที่ใช้ในการผลักดันประกอบด้วย

- 1) การทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคระหว่าง 3 หน่วยงาน ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด และทาง อบต.ปากพูน โดยมีคณะทำงานร่วมเพื่อการพัฒนาการทำงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกัน

- 2) กลไกบริหาร ศูนย์คุ้มครองผู้บริโภค อบต.ปากพูน คือการจัดตั้งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำตำบล ตามกรอบภารกิจงานคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการถ่ายโอนจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด อันเป็นคณะบุคคลที่กฎหมายให้การรองรับอำนาจหน้าที่ และผนวกกับการมีส่วนร่วมในการทำงาน ภาคประชาชน คือการจัดตั้ง ศูนย์คุ้มครองผู้บริโภค อบต.ปากพูน ในลักษณะองค์การอิสระ โดยที่มีการดำเนินงานของศูนย์คุ้มครองผู้บริโภค อบต.ปากพูน จากภาคประชาชน อยู่ภายใต้การดำเนินงานของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำตำบลที่มีอำนาจตามกฎหมาย และภารกิจตามที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดถ่ายโอนมาให้กับคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำตำบลที่จัดตั้งขึ้นในระดับองค์การบริหารส่วนตำบล

ศูนย์คุ้มครองผู้บริโภค อบต.ปากพูน จะดำเนินงานได้โดยการรับการสนับสนุนงบประมาณ โดยตรงจาก อบต.ปากพูน ขณะเดียวกันเพื่อให้มีความยั่งยืนในการดำเนินงานจึงมีการสนับสนุนงบประมาณ โดยตรงจากแหล่งทุนในพื้นที่ ได้แก่ กองทุนหลักประกันสุขภาพ และกองทุนออมทรัพย์ของ อบต.ปากพูน และเพื่อให้ ศูนย์คุ้มครองผู้บริโภค อบต.ปากพูน มีความครอบคลุมการ

ดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคตามแผนงานที่ได้จากกระบวนการ FSC คือการสร้างและพัฒนาให้
 ผู้บริโภคสามารถพิทักษ์สิทธิของตนเองได้ จึงได้กำหนด กรอบภารกิจและแผนงานการดำเนินงาน
 ได้แก่

- 1) การจัดการข้อมูล ได้แก่ การผลิตสื่อและหรือเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารเพื่อ
 การคุ้มครองผู้บริโภค
 - 2) การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค และเครือข่าย ทั้งใน ด้านความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
 การจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ส่งเสริมการรวมกลุ่ม
 - 3) การเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์ หรือสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค
 - 4) การประสานงานในเรื่องการรับเรื่องร้องเรียน ไกล่เกลี่ย ชดเชยค่าเสียหาย
 - 5) การสื่อสารสาธารณะ เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและการดำเนินงานต่าง ๆ
- การดำเนินงานต่อ : ทางอบต.ปากพูน เตรียมคณะทำงานของศูนย์คุ้มครองผู้บริโภค และดำเนินการ
 ประชุมกลุ่ม(Group Discussion) เพื่อกำหนดแผนงานของศูนย์คุ้มครองผู้บริโภค

ครั้งที่ 3 วันพุธ ที่ 24 มีนาคม 2553 ณ ห้องประชุม อบต.ปากพูน อ.เมือง
 จ.นครศรีธรรมราช

- วัตถุประสงค์ :
1. นำเสนอคณะทำงานของศูนย์คุ้มครองผู้บริโภค อบต.ปากพูน
 2. เพื่อกำหนดแผนงานการดำเนินงานของศูนย์คุ้มครองผู้บริโภค อบต.ปากพูน
 ภายใต้ กรอบภารกิจการทำงานที่ได้รับการถ่ายโอนอำนาจ
 3. เพื่อกำหนดแผนงานและยุทธศาสตร์ในการดำเนินงานของศูนย์คุ้มครอง
 ผู้บริโภค อบต.ปากพูน
 4. กำหนดแผนงาน ระหว่าง หน่วยงานภาครัฐ อบต. และศูนย์คุ้มครองผู้บริโภค
 อบต.ปากพูน

ผู้เข้าร่วมการประชุมกลุ่ม : เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด
 นครศรีธรรมราช สคบ.จังหวัด คณะทำงานของศูนย์คุ้มครองผู้บริโภค อบต.ปากพูน ผู้แทนจาก
 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในจังหวัดสงขลา ได้แก่ อบต.ท่า
 ข้าม อบต.ควนรู เทศบาลตำบลปริก และทีมผู้วิจัย รวมทั้งทั้งหมด 29 คน

ผลการประชุมกลุ่ม (Group Discussion) :

มีการกำหนดคณะทำงานของศูนย์คุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งคณะทำงานประกอบด้วยภาค
 ประชาชน และเจ้าหน้าที่ใน อบต.ปากพูน ได้แก่

นายชนาวุฒิ ถาวรพราหมณ์	นายก อบต.ปากพูน	กรรมการที่ปรึกษา
1. นายวิชา คันธิก		ประธานกรรมการ
2. นายประภาส จเรประพาพ		รองประธาน
3. นายสมพิศ พรหมอินทร์		กรรมการ
4. นางสาวพรทิพย์ แทนทอง		กรรมการ
5. นางมนัสดา โชติดาว		กรรมการ
6. นางสาวระกวี ศรีพร		กรรมการ
7. นางปราณี ถาวรพราหมณ์		กรรมการ
8. นายธานี หนูทอง		กรรมการ
9. นางสาวราตรี รักษ์สนิท		กรรมการ
10. นายสุจินต์ คิ่งไทรย์ภพ		กรรมการ
11. นายธงชัย พันธุ์มณี		กรรมการ
12. นางสาวภัศรา ศรีนวล		กรรมการ
13. นางสาวศิริกัญญา เขมทานนท์		กรรมการ
14. นายปริญญา จันทระภักดิ์		กรรมการและ เลขานุการ
15. นายประเชษฐ์ ไชยภาณุรักษ์		กรรมการและ ผู้ช่วยเลขานุการ

ซึ่งทางคณะกรรมการของศูนย์คุ้มครองผู้บริโภค อบต.ปากพูน มาร่วมกันกำหนดแผนงานและยุทธศาสตร์การดำเนินคุ้มครองผู้บริโภค โดยร่วมกับ หน่วยงานภาครัฐ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดนครศรีธรรมราช สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครศรีธรรมราช และเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคภาคใต้ ได้แก่ อบต.ท่าข้าม อบต.ควนรู เทศบาลตำบลปรัง จากจังหวัดสงขลา ที่ได้มีการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค แล้วในระดับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ร่วมกันพัฒนาแนวทางการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ พันธกิจ ตามกรอบภารกิจ แผนงานการดำเนินงานของศูนย์คุ้มครองผู้บริโภค อบต.ปากพูน ได้แก่

1) การจัดการข้อมูล ได้แก่ การผลิตสื่อและหรือเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

2) การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค และเครือข่าย ทั้งในด้านความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค การจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ส่งเสริมการรวมกลุ่ม

- 3) การเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์ หรือสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค
 - 4) การประสานงานในเรื่องการรับเรื่องร้องเรียน ไกล่เกลี่ย ชดเชยค่าเสียหาย
 - 5) การสื่อสารสาธารณะ เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและการดำเนินงานต่างๆ
- ได้ข้อสรุปของแผนงานคุ้มครองผู้บริโภคดังตารางที่ 10

ตารางที่ 12 แผนการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคของ ศูนย์คุ้มครองผู้บริโภค อบต.ปากพูน

แผนงาน	เครือข่าย / ความร่วมมือ	กลวิธีที่สำคัญ	ดัชนีชี้วัด
ยุทธศาสตร์ที่ 1 การร้องเรียน ไกล่เกลี่ย และส่งต่อข้อมูล	1. อบต.ปากพูน 2. สำนักงานคณะกรรมการ คุ้มครองผู้บริโภคประจำ จังหวัด 3. สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด 4. คณะทำงานประจำศูนย์ คุ้มครองผู้บริโภค อบต.ปาก พูน	1. ทำ MOU สคบ. สสจ. และอบต. 2. ตั้งและเปิดศูนย์ร้องเรียนอยู่ที่ อบต. 3. การอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่องการรับเรื่องร้องเรียน ไกล่เกลี่ย ส่งต่อ	1. เกิดความร่วมมือระหว่างหน่วยงานมี กลไกการไกล่เกลี่ย 2. เมื่อเกิดการร้องเรียนมีกลไกประสาน ส่งต่อ และการไกล่เกลี่ย
ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาศักยภาพของ ผู้บริโภค	1. อบต.ปากพูน 2. คณะทำงานประจำศูนย์ คุ้มครองผู้บริโภค อบต.ปาก พูน 3. สำนักงานคณะกรรมการ คุ้มครองผู้บริโภคประจำ จังหวัด 4. สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด	1. พัฒนาศักยภาพผู้ปฏิบัติงาน - อบรมเชิงปฏิบัติการเจ้าหน้าที่ 2. พัฒนาศักยภาพผู้บริโภค - อบรมประชาชนเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคใน กิจกรรมต่างๆของ อบต. 3. การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ - งานวันคุ้มครองผู้บริโภค 4. พัฒนาการเรียนรู้ในการคุ้มครองผู้บริโภคแก่ผู้บริโภค	1. ผู้ปฏิบัติงานสามารถดำเนินการแก้ไข ปัญหาผู้บริโภคได้ 2. ผู้บริโภคในชุมชนมีความรู้เรื่องการ คุ้มครองผู้บริโภค รู้สิทธิของตัวเอง 3. ผู้ประกอบการมีการจำหน่ายสินค้า และบริการอย่างถูกต้อง

แผนงาน	เครือข่าย / ความร่วมมือ	กลวิธีที่สำคัญ	ดัชนีชี้วัด
ยุทธศาสตร์ที่ 3 การเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์ สุขภาพ	1. สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด นครศรีฯ 2. อบต.ปากพูน 3. คณะทำงานประจำศูนย์ คุ้มครองผู้บริโภค อบต.ปาก พูน	1. การจัดอบรมการเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์สุขภาพให้ คณะทำงาน 2. คณะทำงานฯออกตรวจร้านค้า ร้านอาหาร แผงลอย 3. พัฒนาบทบาท อสม. อสม.น้อย แคนนำนักเรียนของ โรงเรียนในการตรวจสอบสารห้ามใช้ในอาหาร	1. ผลการตรวจวิเคราะห์สารห้ามใช้ใน อาหารเกิดความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน 2. มีกลไกการใกล้เคียง เมื่อเกิดการ ร้องเรียน 3. มีกลไกประสานส่งต่อ และการใกล้เคียง
ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสื่อสารสาธารณะ	1. อบต.ปากพูน 2. คณะทำงานประจำศูนย์ คุ้มครองผู้บริโภค อบต.ปาก พูน 3. เครือข่าย อสม.	1. การประชาสัมพันธ์ศูนย์คุ้มครองผู้บริโภค 2. การดำเนินงานของวิทยุชุมชน FM104.0 MHz	1. แผ่นสติ๊กเกอร์ประชาสัมพันธ์ศูนย์ฯ 2. สื่อที่ถ่ายทอดออกอากาศทางวิทยุ ชุมชน
ยุทธศาสตร์ที่ 5 การจัดการข้อมูล และการ เผยแพร่ประชาสัมพันธ์	1. คณะทำงานประจำศูนย์ คุ้มครองผู้บริโภค อบต.ปาก พูน 2. สจรส. 3. อบต.ปากพูน	1. การเอื้อเพื่อข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภคจาก สคบ. สสจ. และ จาก website consumersouth.org 2. อบต.ปากพูนมีฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภคใน website ของ อบต. และเชื่อมโยงกับ website consumersouth.org 3. การเผยแพร่ข้อมูลด้านคุ้มครองผู้บริโภคผ่านสื่อ วารสาร อบต.ปากพูน หนังสือพิมพ์ปากพูน	1. Website อบต.ปากพูนเกิดฐานข้อมูล ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค 2. Website Consumersouth.org มี ฐานข้อมูลของ อบต.ปากพูน 3. สื่อและวารสารของ อบต.ปากพูน มี เนื้อหาด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเพื่อพัฒนารูปแบบการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพในองค์การบริหารส่วนตำบล กรณีศึกษา : อบต.ปากพูน นครศรีธรรมราช มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและพัฒนารูปแบบการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพในองค์การบริหารส่วนตำบล และระบบการบริหารจัดการขององค์การบริหารส่วนตำบลในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพ ในประเด็นการจัดการข้อมูล การพัฒนาศักยภาพ การขยายเครือข่าย และการเฝ้าระวัง ผลิตภัณฑ์สุขภาพ

สรุปผลการวิจัย

ระบบการบริหารจัดการขององค์การบริหารส่วนตำบล ในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพ เป็นการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคโดยนำสถานการณ์ปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่ให้ตัวแทนผู้บริโภคในอบต.ปากพูนร่วมแสดงความคิดเห็นเพื่อให้ได้หลักการของการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคและแนวทางแก้ปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคของตำบลปากพูน ซึ่งรูปแบบการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคของ อบต.ปากพูน มีกลไกที่สอดคล้องในพื้นที่ดังนี้

- โครงสร้างการบริหารจัดการ

รูปแบบของศูนย์คุ้มครองผู้บริโภค อบต.ปากพูนในรูปแบบที่ องค์กรอิสระ โดยที่มีการดำเนินงานของศูนย์คุ้มครองผู้บริโภค อบต.ปากพูน จากภาคประชาชน อยู่ภายใต้คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำตำบล เพื่อสามารถจัดการกลไกคุ้มครองผู้บริโภค ได้แก่ การส่งต่อ โกลด์เก็ล และจัดการเรื่องร้องเรียนภายใต้อำนาจที่ทางสำนักงานคณะอนุ กรรมการคุ้มครองผู้บริโภค จังหวัดถ้ายโอนมาให้กับคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำตำบล

- กลไกการดำเนินงาน

การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคของศูนย์คุ้มครองผู้บริโภค อบต.ปากพูน มีกลไกการดำเนินงานตามภารกิจแผนงานคุ้มครองผู้บริโภคจากหลักการของการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคและแนวทางแก้ปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้จากกระบวนการ F.S.C และภารกิจที่ได้รับการถ่ายโอนจากสำนักงานคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด และสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด โดยมีการสร้างความชัดเจน ในการถ่ายโอนภารกิจจากหน่วยงานภาครัฐดังกล่าวด้วยการทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือกันระหว่าง 3 หน่วยงาน คือ สำนักงานคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดนครศรีธรรมราช สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครศรีธรรมราช และองค์การบริหารส่วนตำบลปากพูน

การจัดการ โครงสร้างเพื่อให้สามารถดำเนินงานรองรับกับภารกิจที่ได้รับถ่ายทอดโอนได้ คือการจัดตั้งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำตำบล แต่เพื่อให้การทำงานคุ้มครองผู้บริโภคมีความครอบคลุมกับภารกิจที่ได้รับถ่ายทอดโอน และสามารถพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงต้องมีการทำงานจากภาคประชาชนคือการจัดตั้งศูนย์คุ้มครองผู้บริโภค อบต.ปากพูน ในลักษณะองค์การอิสระ โดยที่มีการดำเนินงานของศูนย์คุ้มครองผู้บริโภค อบต.ปากพูน จากภาคประชาชน อยู่ภายใต้การดำเนินงานของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำตำบลที่มีอำนาจตามกฎหมาย และภารกิจตามที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดถ่ายทอดโอนมาให้กับ คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำตำบลที่จัดตั้งขึ้นในระดับองค์การบริหารส่วนตำบล ซึ่งศูนย์คุ้มครองผู้บริโภค อบต.ปากพูน จะดำเนินงานได้โดยการรับการสนับสนุนงบประมาณโดยตรงจาก อบต. ปากพูน ขณะเดียวกันเพื่อให้มีความยั่งยืนในการดำเนินงานจึงมีการสนับสนุนงบประมาณโดยตรงจากแหล่งทุนในพื้นที่ ได้แก่ กองทุนหลักประกันสุขภาพ และกองทุนออมทรัพย์ของ อบต.ปากพูน และเพื่อให้ผู้บริโภคมีความครอบคลุมการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคตามแผนงานที่ได้จากกระบวนการ FSC คือการสร้างและพัฒนาให้ผู้บริโภคสามารถพิทักษ์สิทธิตนเองได้

- กรอบภารกิจ และแผนงานการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค

ศูนย์คุ้มครองผู้บริโภค อบต.ปากพูน มีกรอบภารกิจให้ครอบคลุมการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคตามแผนงานที่ได้จากกระบวนการ FSC คือการสร้างและพัฒนาให้ผู้บริโภคสามารถพิทักษ์สิทธิตนเองได้ จึงได้กำหนดกรอบภารกิจและแผนงานการดำเนินงาน ได้แก่

- 1) การจัดการข้อมูล ได้แก่ การผลิตสื่อและหรือเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค
 - 2) การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค และเครือข่าย ทั้งในด้านความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค การจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ส่งเสริมการรวมกลุ่ม
 - 3) การเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์ หรือสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค
 - 4) การประสานงานในเรื่องการรับเรื่องร้องเรียน ไปกล่เกลี่ย ชดเชยค่าเสียหาย
 - 5) การสื่อสารสาธารณะ เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและการดำเนินงานต่างๆ การพัฒนารูปแบบ การดำเนินงานของศูนย์คุ้มครองผู้บริโภค ของ อบต.ปากพูน เพื่อให้มีประสิทธิภาพ และมีกลไกที่สอดคล้องในพื้นที่ สรุปได้ดังนี้
- 1) การดำเนินงานภายใต้กฎหมาย
 - การดำเนินงานของศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคภายใต้คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

ประจำตำบลเพื่อให้ศูนย์คุ้มครองผู้บริโภครอบต.ปากพูน สามารถดำเนินงานได้โดยอาศัยอำนาจตาม กฎหมายที่ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภครประจำจังหวัดถ่ายโอนภารกิจมาให้กับ คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภครประจำตำบล

2) ความเป็นองค์การอิสระ หรือ กึ่งองค์การอิสระ

■ การอาศัยพลังจากผู้บริโภครเพื่อให้การดำเนินงานมีความยืดหยุ่น มีอำนาจทางสังคม (Social Force) การขับเคลื่อนงานโดยพลังทางสังคมจะสามารถทำให้การทำงานเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและคล่องตัว

3) งบประมาณของศูนย์คุ้มครองผู้บริโภครอบต.

■ มาจากงบประมาณท้องถิ่นโดยตรง(งบประมาณจาก อบต.) และใช้ทุนที่มีอยู่ในชุมชน ได้แก่ กองทุนหลักประกันสุขภาพ กองทุนออมทรัพย์ เพื่อให้เกิดความยั่งยืนให้การทำงาน

4) ความครอบคลุมการดำเนินงาน

■ บทบาทและภารกิจ ต้องครอบคลุมปัจจัยทุกปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน ได้แก่ 5 กรอบภารกิจ ไม่ควรทำงานเฉพาะบางประเด็น เช่นการรับเรื่องร้องเรียน แต่ควรทำให้ครอบคลุมเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภครอย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่

1) การจัดการข้อมูล ได้แก่ การผลิตสื่อและหรือเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคร

2) การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคร และเครือข่าย ทั้งในด้านความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคร การจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ส่งเสริมการรวมกลุ่ม

3) การเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์ หรือสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคร

4) การประสานงานในเรื่องการรับเรื่องร้องเรียน ไกล่เกลี่ย ชดเชยค่าเสียหาย

5) การสื่อสารสาธารณะ เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและการดำเนินงานต่างๆ

โดยสรุปการพัฒนา รูปแบบการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภครในระดับองค์การบริหารส่วน ตำบล จำเป็นต้องอาศัยการทำความเข้าใจกับองค์การบริหารส่วนตำบลในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภครใช้ทัศนคติเชิงบวกเพื่อเป้าหมายในการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภครในพื้นที่ โดยใช้ กระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน และการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภครร่วมกันกำหนดรูปแบบการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภครที่มีกลไกที่มี ประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภครในพื้นที่

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการเริ่มต้นการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในลักษณะเชิงรุก (Proactive Consumer Protection) มุ่งสร้างความตระหนักในสิทธิของผู้บริโภค และพัฒนาศักยภาพของผู้บริโภคเอง มีปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สำคัญคือ การมีส่วนร่วมของชุมชน กระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน ของหน่วยงานภาครัฐที่มีการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค กับพื้นที่ตำบลปากพูน มีการวางแผนงานคุ้มครองผู้บริโภคโดยใช้ข้อมูลปัญหาผู้บริโภคในพื้นที่เป็นปัจจัยนำเข้าของการวางแผนงานโดยคนในชุมชนร่วมกันกำหนดเอง เพื่อมุ่งหวังให้เกิดการบูรณาการงานคุ้มครองผู้บริโภคในการทำงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กับองค์กรภาครัฐ ให้มีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เกิดการประสานงาน ให้มีการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนในระยะยาว ผลจากการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำไปใช้เป็นรูปแบบเบื้องต้นสำหรับการพัฒนาการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพสำหรับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หรือองค์กรบริหารส่วนตำบลที่ต้องการพัฒนางานคุ้มครองผู้บริโภคให้มีกลไกสอดคล้องกับสภาพปัญหาผู้บริโภคในแต่ละพื้นที่ต่อไป

1. การพัฒนางานคุ้มครองผู้บริโภคในระดับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรอาศัยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อให้แผนงานคุ้มครองผู้บริโภคสอดคล้องกับสภาพปัญหา และความต้องการของผู้บริโภคในพื้นที่ ตั้งแต่กระบวนการค้นหาปัญหาเฉพาะประเด็นของพื้นที่ การร่วมกันวางแผนงาน และการบูรณาการงานคุ้มครองผู้บริโภคเข้าสู่ นโยบายขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อให้เกิดความยั่งยืน

2. การขยายผลการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อให้เกิดการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ และมีความยั่งยืนได้ต้องมีการประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐที่มีอำนาจและศักยภาพในการจัดการงานคุ้มครองผู้บริโภค แผนงานควรมีความชัดเจนเป็นรูปธรรม มีการกำหนดผู้รับผิดชอบในแต่ละแผนงาน

3. สำหรับองค์กรบริหารส่วนตำบลที่ต้องการพัฒนางานคุ้มครองผู้บริโภค ควรอาศัยทุนทางสังคมที่มีอยู่ เช่น งบประมาณในท้องถิ่น อาสาสมัครในพื้นที่ แกนนำชุมชน ประชาชนชาวบ้าน เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. รูปแบบของการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้เป็นรูปแบบศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคในลักษณะกึ่งองค์กรอิสระ อันเนื่องมาจากข้อจำกัดการรับรองสถานะจากหน่วยงานภาครัฐ และข้อจำกัดในกลไกการรับเรื่องราวร้องเรียน ใกล้เคียง ขาดเซชค่าเสียหายของผู้บริโภค ซึ่งข้อจำกัดนี้ทำให้ภารกิจของศูนย์คุ้มครองผู้บริโภค อบต.ปากพูน ไม่สามารถปฏิบัติได้อย่างคล่องตัว จำเป็นต้องอาศัยอำนาจจาก สคบ.ระดับตำบล เป็นผู้ดำเนินการแทน ซึ่งหากองค์กรบริหารส่วนตำบลอื่น ๆ ต้องการพัฒนาการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคควรเป็นรูปแบบองค์กร

อิสระที่สามารถจัดการกลไกคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างครอบคลุม และมีความคล่องตัวในการดำเนินงาน แต่ควรมีการศึกษาความเป็นไปได้ การสนับสนุนของภาคีเครือข่าย และการรับรองกฎหมายพระราชบัญญัติองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคที่จะบัญญัติขึ้น

บรรณานุกรม

1. นิภาพรรณ สุขศิริ , ปรีดา เต้าอารักษ์ , ราไพ แก้ววิเชียร . ทบทวนการกระจายอำนาจด้านสาธารณสุขให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ระหว่างปี 2542 – 2550. สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข กรุงเทพมหานคร ; 2551 : 168
2. ทศพร ศิริสัมพันธ์.ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการบริหารราชการแนวใหม่. กรุงเทพมหานคร: บริษัทวิชั่น พรินท์ แอนด์ มีเดีย จำกัด ; 2549
3. ทศนีย์ วีระกนต์ .การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค : การศึกษาเฉพาะกรณีศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค (วิทยานิพนธ์สังคมศาสตรมหาบัณฑิต). คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ; 2541
4. ชงชัย สุขเสวต ,วิทยา กุลสมบูรณ์ , วรรณ ศรีวิริยานุภาพ (บรรณาธิการ).แนวทางการคุ้มครองผู้บริโภคของสหประชาชาติ ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2542 . เอกสารประกอบการสัมมนาเรื่องรัฐธรรมนูญกับการปฏิรูประบบคุ้มครองผู้บริโภค ; 15 มีนาคม 2550 ณ ศูนย์ประชุมสหประชาชาติ กรุงเทพมหานคร : 2550 . 34
5. ประสิทธิ์ อ่อนดี และ สุภสิทธิ์ พรรณนารุโณทัย . มุมมองของผู้บริโภคไทยที่สะท้อนถึงความต้องการต่อองค์การอิสระคุ้มครองผู้บริโภค (วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร ; 2550
6. แผนงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย .เอกสารการประชุมวิชาการและยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพ ; 11 มีนาคม 2552 ณ โรงแรมเอเชีย กรุงเทพ มหานคร : 2552
7. พงศ์เทพ สุธีรวุฒิ ,จกกลณี วิทชรุ่งเรืองศรี กระบวนการของกลุ่มองค์กรและเครือข่ายผู้บริโภค . กรุงเทพมหานคร : สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข ;2544
8. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. พิมพ์ครั้งที่ 1.กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์ จำกัด ; 2546 . หน้า 541,712
9. พิกุล สิทธิประเสริฐกุล . แผนที่ผลลัพธ์ (Outcome Mapping) :การสร้างการเรียนรู้และการสะท้อนกลับในแผนงานพัฒนา.กรุงเทพมหานคร ; 2547
10. วรรณ ศรีวิริยานุภาพ และคณะ. การกระจายอำนาจคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพ. หน่วยปฏิบัติการ วิจัยเภสัชศาสตร์สังคม คณะเภสัชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ; 2544

11. ศุภสิทธิ์ พรรณนารุโณทัย และประสิทธิ์ อ่อนดี. การพัฒนากลไกการคุ้มครองผู้บริโภค ตามเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 .คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร ; 2551
12. สถาบันวิจัยระบบสุขภาพภาคใต้ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. รายงานการสัมมนาเครือข่ายองค์กรผู้บริโภค ภาคใต้ ; 19 พฤศจิกายน 2549 ณ ห้องประชุม 210 สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา: 2549 ; 51
13. สนิท สัตโยภาส. กระบวนการสอนสร้างอนาคตร่วมกัน.วารสารศึกษาศาสตร์ ปีที่15 ฉบับที่ 2 เดือนพฤศจิกายน 2546-มีนาคม 2547 ; 29-38 .
14. สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. คู่มือการคุ้มครองผู้บริโภค. สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี พ.ศ.2538.
15. สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักนายกรัฐมนตรี .แนวทางการปฏิบัติการรับเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภคและการเจรจาไกล่เกลี่ยของคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำเทศบาลและคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำองค์การบริหารส่วนตำบล .
16. องค์การบริหารส่วนตำบลปากพูน. โครงสร้างองค์การบริหารส่วนตำบลปากพูน. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก <http://www.pakphoon.com/structure.htm> (4 กรกฎาคม 2552)

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อสร้างอนาคตร่วมกัน (Future Search Conference : F.S.C.)

Future Search Conference (F.S.C.) เป็นเทคนิคการประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมที่พัฒนามาจากหลักจิตวิทยาทางสังคม ภาคธุรกิจในอังกฤษและสหรัฐอเมริกาพัฒนาเทคนิคดังกล่าว F.S.C. เป็นกระบวนการประชุมเชิงปฏิบัติการของผู้แทนกลุ่มหลายประเภท หลายระดับซึ่งต่างก็มีส่วนเกี่ยวข้องกับเรื่องนั้นๆมาร่วมกันทำงาน โดยนำ ประสบการณ์ของแต่ละคนมาสร้างวิสัยทัศน์ร่วมกันในเรื่องนั้นและได้แผนหรือ แนวทางในการปฏิบัติให้ไปถึงวิสัยทัศน์ของกลุ่ม เป็นกระบวนการที่ใช้อนาคตเป็นจุดประสงค์ในการทำงานแทนการใช้ปัญหาและการแก้ปัญหาเป็นตัวตั้งในการทำงานซึ่งมักทำให้เกิดการขัดแย้ง F.S.C. ช่วยทำให้เป้าหมายและแนวทางของกลุ่มมีความชัดเจนมากขึ้น

กระบวนการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อสร้างอนาคตร่วมกัน มีหลักการดังนี้

1. เข้าใจ ปัจจัย องค์ประกอบ เหตุการณ์ในอดีตที่มีผลต่อสภาพปัจจุบันและแนวโน้มที่มีผลกระทบต่ออนาคต

2. ทุกคนเห็นภาพรวมเป็นภาพเดียวกันเกิดวิสัยทัศน์ในอนาคตร่วมกันที่เต็มไปด้วยความหวังและพันธะสัญญาร่วมกัน

3. ทุกคนเกิดความตระหนัก ได้แลกเปลี่ยนแนวคิดใหม่ๆ ร่วมกัน เป็นการขยายเครือข่ายมีความสัมพันธ์ภาพที่ดี เข้าใจและเห็นคุณค่าซึ่งกันและกัน ความคิดทุกอย่างอยู่ในสมองของทุกคน และตระหนักว่าทุกคนลงเรือลำเดียวกันมีจุดหมายปลายทางร่วมกัน มีแผนที่ชัดเจน ร่วมกัน

วัตถุประสงค์ของการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อสร้างอนาคตร่วมกัน เพื่อให้กลุ่มเฉพาะ หลายประเภท มาร่วมกันสร้างวิสัยทัศน์และการทำงานร่วมกัน โดยใช้ประสบการณ์ของแต่ละคน เพื่อให้ได้แผนหรือแนวทางปฏิบัติ สำหรับนำไปปฏิบัติจนบรรลุวัตถุประสงค์ตามวิสัยทัศน์ที่เกิดจากกลุ่ม เป็นการใช้อุทธนาการเป็นจุดประสงค์ของการทำงาน

1. ร่วมกันทำความเข้าใจสถานการณ์ในอดีตและปัจจุบันที่มีความเชื่อมโยงกัน ซึ่งจะมีผลกระทบในอนาคต
2. เพื่อเสนอภาพรวมของสถานการณ์ปัจจุบัน
3. เพื่อลงมติและสร้างพันธะสัญญาในการมีวิสัยทัศน์ของอนาคตร่วมกัน

4. เพื่อรวบรวมแนวคิด ความเข้าใจ ข้อมูลพื้นฐาน แผนปฏิบัติการ ที่จะใช้ในการสร้างอนาคตร่วมกัน

ข้อดีของการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อสร้างอนาคตร่วมกัน

1. เข้าใจ ปัจจัย องค์ประกอบ เหตุการณ์ในอดีตที่มีผลต่อสภาพปัจจุบันและแนวโน้มที่มีผลต่ออนาคต
2. ทุกคนเห็นภาพรวมเป็นภาพเดียวกันหมด เกิดวิสัยทัศน์ในอนาคตร่วมกัน เป็นการขยายเครือข่ายมีสัมพันธภาพที่ดี เข้าใจและเห็นคุณค่าซึ่งกันและกัน ความคิดทุกอย่างอยู่ในสมองของทุกคนและตระหนักว่าทุกคนลงเรือลำเดียวกัน มีจุดมุ่งหมายปลายทางร่วมกัน มีแผนงานที่ชัดเจนร่วมกัน

ปรัชญาของ F.S.C.

1. นำระบบเปิดทั้งระบบ เข้าสู่ห้องประชุม คือคนที่เกี่ยวข้องทั้งหมดของเรื่องที่จะประชุม (Stake holder) โดยคัดเลือกตัวแทนเข้าร่วมประชุม และต้องมีคนนอกเพื่อให้มีหลายมุมมอง หลายทัศนะ เปิดสายตาให้กว้างขึ้น ถ้าเราอยู่เฉพาะกลุ่มของเรา ความคิด มุมมองอาจไม่แตกออกไป
2. ระดมแนวคิดมุ่งไปที่อนาคตร่วมกัน ไม่พูดถึงปัญหา F.S.C. ขอมรับว่ามีปัญหาอยู่จริง แต่ไม่สนใจที่จะแก้ปัญหาค่าจะมุ่งไปสู่อนาคตร่วมกัน
3. เน้นเรื่องหาจุดร่วม ไม่สนใจจุดความขัดแย้ง ทำจุดร่วมให้แข็งแรง จุดต่างจะลดลงได้ หรือหายไป มุ่งไปหาด้านบวกหรือด้านความหวัง
4. มองโลกแบบองค์รวม มองตัวเราอย่างไร เกี่ยวข้องกับสังคม ต่อโลกอย่างไร โลกมีผลกระทบต่อตัวเรา ต่อสังคม ต้องวิเคราะห์ ตั้งแต่อดีต ปัจจุบัน อนาคตการณ์อนาคต แล้วจึงสร้างวิสัยทัศน์ได้
5. ทุกคนต้องทำงานกลุ่มอย่างอิสระ เป็นตัวของตัวเองเพื่อลดความคิดว่า ฉันไม่เกี่ยว เพราะไม่ใช่ความคิดของฉันและลดนิสัยการพึ่งพาผู้อื่น ทุกคนมีความสามารถ ทุกคนมีกรยอมรับซึ่งกันและกัน เป็นการประชุมซึ่งเป็นประชาธิปไตย
6. ตกลงเรื่องเป้าหมายร่วมกัน เพื่อพูดถึงวิสัยทัศน์ลอยๆแล้วเริ่มต้นตรงไหน ทำอย่างไร ต้องมีจุดเริ่มต้น ต้องหาเป้าหมายร่วมกัน แล้วทำให้เกิดเป็นจริงโดยการวางมาตรการ แผนการ ปฏิบัติงาน เพื่อได้ฉันทามติเกี่ยวกับอนาคตร่วมกัน
7. ใช้หลักจิตวิทยาของคนที่ชื่อ Claesen ที่ว่า มนุษย์หากมีแรงบันดาลใจ ต้องมีอะไรเปลี่ยนแปลงในตัวเราเองก่อน หลักการ 4 ห้องของ Claesen มีดังนี้

ลักษณะการประชุม

การประชุม F.S.C. เต็มรูปแบบจะใช้เวลา 2-3 วัน จำนวนคนที่พอเหมาะประมาณ 50-60 คน ถ้าน้อยเกินไป ความหลากหลายทางความคิดและประสบการณ์จะน้อย ถ้าคนมากเกินไปจะทำให้ใช้เวลามาก ควบคุมได้ยาก การบริหารจัดการประชุมไม่สะดวก วิทยากรดูแลกระบวนการได้ไม่ทั่วถึง

กระบวนการประชุมจะเริ่มจากการแบ่งผู้เข้าร่วมประชุมออกเป็นกลุ่มย่อย กลุ่มละไม่เกิน 10 คน กลุ่มย่อยที่แบ่งมี 2 ลักษณะด้วยกันคือ 1) กลุ่มผสม สมาชิกในกลุ่มมีความหลากหลาย มีพื้นฐานและสถานะทางสังคมที่แตกต่างกัน 2) กลุ่มเฉพาะ สมาชิกในกลุ่มมีลักษณะเฉพาะบางประการร่วมกัน เช่นมีสถานะทางสังคมระดับเดียวกัน มีเพศเดียวกัน มีอาชีพเดียวกัน มีพื้นฐานความรู้ใกล้เคียงกัน เป็นต้น ในบางกิจกรรมจะใช้กลุ่มใหญ่ทั้งหมด กระบวนการสนับสนุนให้ผู้เข้าร่วมได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ประสบการณ์ข้อมูลในอดีตในประเด็นต่างๆ สรุป/ตรวจสอบสภาพเหตุการณ์ปัจจุบันให้ชัดเจนแล้วร่วมกันหาอนาคตที่กลุ่มพึงปรารถนา ร่วมกัน สุดท้ายการประชุมจะมุ่งไปสู่แผนยุทธศาสตร์ ยุทธวิธี แผนปฏิบัติการสำหรับอนาคตขององค์กรหรือกลุ่มผู้เข้าร่วมประชุมควรมีความหลากหลาย คือจากทุกๆหน่วยงานหรือองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

บทบาทของผู้เข้าร่วมประชุม

1. เป็นผู้ค้นหาข้อมูล ให้ข้อมูล ประสบการณ์ วิเคราะห์ข้อมูล
2. ช่วยกันทำงานภายในกลุ่มตามที่ได้รับมอบหมายให้ทันเวลาที่กำหนด
3. ช่วยกันสร้างภาพของอนาคตที่พึงปรารถนา
4. ค้นหา “ความคิดเห็นร่วม” ของกลุ่ม
5. ช่วยกันกำหนดกิจกรรมที่จะนำ “ความคิดเห็นร่วม” ไปสู่การปฏิบัติในกลุ่มย่อยให้มีการแบ่งหน้าที่เป็นผู้นำสนทนา (พยายามกระตุ้นให้ทุกคนได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็น) ผู้บันทึก ผู้ควบคุมเวลา ผู้ช่วย (ดูแล Flip Chart)

กระบวนการ F.S.C ประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 3 ส่วน ได้แก่

1. การวิเคราะห์เหตุการณ์ในอดีต เพื่อเชื่อมโยงกับสภาพการณ์และแนวโน้มในปัจจุบัน
2. การวิเคราะห์และสังเคราะห์สภาพการณ์ปัจจุบันเพื่อความเข้าใจในทิศทางและปัจจัยที่มี

อิทธิพลในประเด็นหลักของการประชุม

3. การสร้างจินตนาการถึงอนาคตที่พึงปรารถนาในประเด็นหลักของการประชุม เพื่อร่วมกันกำหนดความคิดเห็นร่วมและสร้างแผนปฏิบัติการไปสู่อนาคตร่วมกัน

2. กระบวนการแผนที่ผลลัพธ์ (Outcome Mapping)

กระบวนการทำงานประกอบด้วย

1. ปัจจัยนำเข้า (Input)
2. กระบวนการ (Process)
3. ผลที่ได้ (Output or Product)

ผลลัพธ์ เป็นผลที่ตามมาจกกระบวนการทำงานพัฒนา ทำให้คนมีการเปลี่ยนแปลงในเชิงพฤติกรรมอย่างไร มีการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรม , ความสัมพันธ์ , กิจกรรม และ/หรือ การกระทำของปัจเจก กลุ่ม หรือองค์กร ซึ่งแผนงานเข้าไปช่วยให้เกิดขึ้น เช่น เกิดการเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่าง อบต.กับกลุ่มประชาคมที่เข้ามาทำงานร่วมกัน โดยการเปลี่ยนแปลงนี้พุ่งเป้าไปที่การสนับสนุนให้มนุษย์และระบบนิเวศน์ มีคุณภาพที่ดีขึ้น

การประเมินผลความสำเร็จของโครงการหนึ่งๆ ไม่ใช่เพียง เกิดการเข้าร่วมทำกิจกรรม หรือ ได้ผลผลิตตามต้องการเท่านั้น หรือถ้าประเมินผลจาก output เพียงอย่างเดียว บางครั้งประเมินยากแต่จะประเมินด้วย outcome จากแต่ละ process ซึ่งจะให้คุณค่ากับผลลัพธ์ หรือ outcome ที่เกิดขึ้นจากแต่ละกระบวนการ โดยที่ outcome จะเน้นที่เกิดการเปลี่ยนแปลงในเชิงพฤติกรรม เป็นการเรียนรู้ร่วมกันของคนทำงาน ที่จะยกระดับศักยภาพของตนเองและทีมให้สูงขึ้น ทำได้มากขึ้น ทำได้ดีขึ้นเรื่อยๆ ความสำเร็จของโครงการ จึงให้น้ำหนักของการตอบคำถามที่ว่า เราเรียนรู้อะไรจากสิ่งที่ได้ทำ และเกิดขึ้นบ้าง ไว้ค่อนข้างมาก

แผนที่ผลลัพธ์ (Outcome Mapping)

เป็นเครื่องมือเพื่อบริหารจัดการโครงการ / แผนงาน ที่สถาบันเพื่อการจัดการและพัฒนาระหว่างประเทศ (IDRC : International Development and Research Centre) แห่งประเทศแคนาดาพัฒนาขึ้น

แผนที่ผลลัพธ์เป็นเครื่องมือเพื่อการวางแผน ติดตามและประเมินผลอย่างมีส่วนร่วม มีวิธีคิด วิธีมองที่เน้นที่การเปลี่ยนแปลงเชิงพฤติกรรม ความสัมพันธ์ และ หรือ การปฏิบัติการของภาคีหุ้นส่วน (ซึ่งคือ ผลลัพธ์) เหมาะสำหรับการออกแบบ ในความสัมพันธ์กับบริบทการพัฒนาภายนอก แต่เน้นการประเมินภายในขอบเขตที่แผนงานสามารถมีอิทธิพล

- แผนที่ผลลัพธ์เป็นวิธีวิทยา ที่มีคุณลักษณะและการประเมิน การมีส่วนร่วมของแผนงานในการ

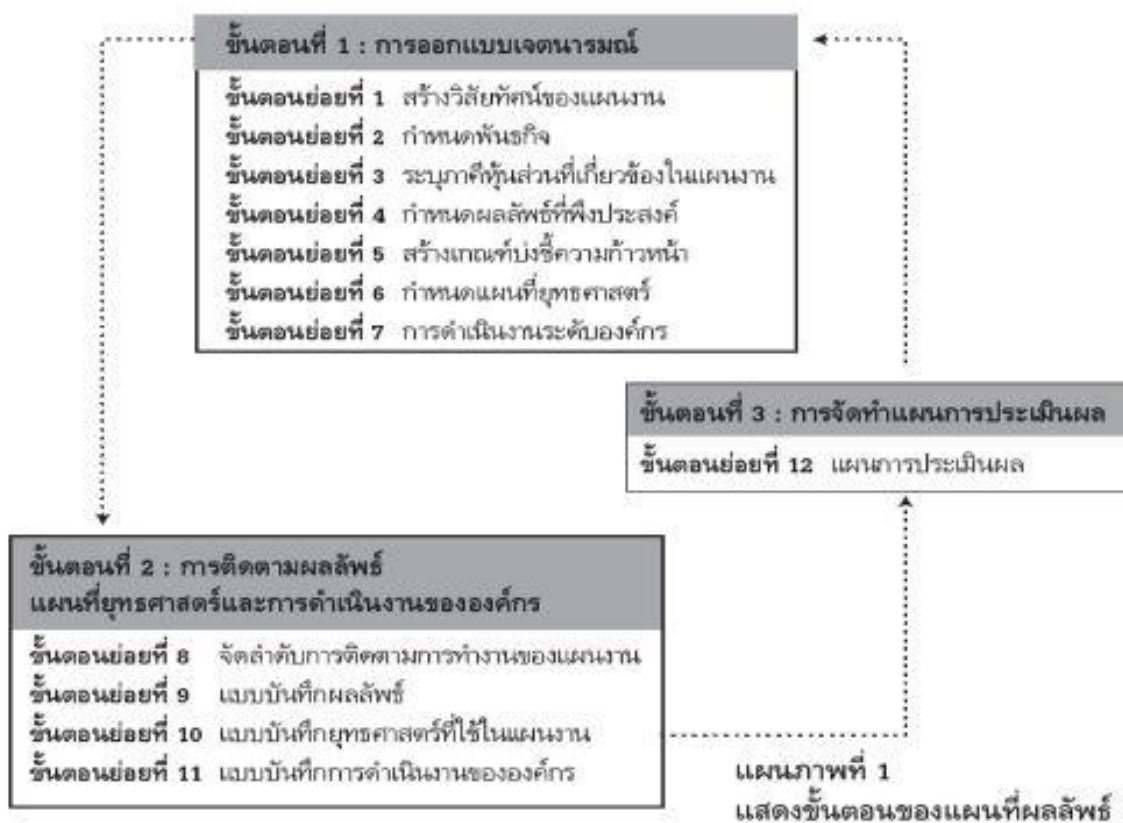
บรรลุผลลัพธ์ เหมาะสำหรับการประเมินผลกระบวนการพัฒนา ซึ่งบางโครงการไม่สามารถประเมินผลผลิตแบบตรงๆ ได้เพียงอย่างเดียว

- แผนที่ผลลัพธ์ให้ความสำคัญกับการเกิดขึ้นของ “ผลลัพธ์” หรือ “Outcome” ของแผนงานที่เกิดขึ้นกับคน กลุ่มคน หรือองค์กรที่แผนงานทำงานด้วย ผลลัพธ์ที่แผนที่ผลลัพธ์คาดหวังคือการเปลี่ยนแปลงในเชิงพฤติกรรม (Behavior change) เพราะเชื่อว่า การเปลี่ยนแปลงในเชิงพฤติกรรมจะเป็นการเปลี่ยนแปลงที่ยั่งยืนที่แม้เมื่อแผนงานนั้นๆ สิ้นสุดลง ผลของแผนงานนั้นจะยังคงอยู่ต่อไป

- เป็นเครื่องมือที่ใช้ออกแบบการทำงานของแผนงาน /โครงการที่มีแนวคิดริเริ่มจากความพยายามที่จะสร้างความชัดเจนให้กับการติดตามและประเมินผล โดยเฉพาะกับงานพัฒนาสังคมที่มีความซับซ้อน แต่การสร้างความชัดเจนของการทำงานแบบแผนที่ผลลัพธ์จะเป็นการทำงานตั้งแต่ขั้นตอนของการออกแบบแผนงาน/โครงการที่ต้องมีความชัดเจนก่อน ที่จะส่งผลไปสู่การติดตามและประเมินผลในท้ายที่สุด

- การออกแบบการทำงานของแผนที่ผลลัพธ์ แผนงานจำเป็นต้องสร้างความชัดเจนให้กับตนเองในการเลือกและกำหนดกลุ่มคน/องค์กรที่แผนงานจะเข้าไปทำงานด้วย ว่าควรที่จะเข้าไปทำงานกับใครอย่างไร ซึ่งกลุ่มคน/องค์กรเหล่านี้จะมีความแตกต่างกันในการที่จะสร้างความสำเร็จตามที่แผนงานต้องการเห็น ดังนั้นจึงต้องมีการวางบทบาทการทำงานต่อกันที่แตกต่างกัน แผนที่ผลลัพธ์จะมีการกำหนดจุดสังเกตของการเปลี่ยนแปลงระหว่างการทำงานอย่างเป็นขั้นเป็นตอน เพื่อเป็นแนวทางให้กับคนทำงานได้ทราบถึงความก้าวหน้าของการดำเนินงาน และใช้ข้อมูลจากการทำงานเหล่านี้เป็นฐานให้กับการติดตามและประเมินผล

เนื่องจาก outcome นั้นเกิดขึ้นในทุกกระบวนการ ตั้งแต่เริ่มโครงการ เริ่มป้อน input เข้าไปในโครงการ ขณะที่กำลังดำเนินงาน จนกระทั่งกระบวนการประเมินผล ดังนั้น แผนที่ผลลัพธ์จึงเป็นเครื่องมือหนึ่งที่จะช่วยผู้ดำเนินโครงการ รู้และเข้าใจร่วมกันว่าผลผลิตของโครงการที่จะนำไปสู่ความสำเร็จอย่างที่คาดหวังนั้นคืออะไร จะเกิดขึ้นเมื่อไหร่ ผ่านการปรากฏขึ้นของสิ่งบ่งชี้ต่างๆ ในระหว่างทางการดำเนินโครงการ ภายใต้การดำเนินกิจกรรมที่ออกแบบไว้ ตลอดจนเนื่องมาจากความสัมพันธ์ต่างๆ ในโครงการ ที่ผูกโยงกัน ก่อให้เกิดความสำเร็จร่วมกัน อีกทั้งยังเป็นเครื่องมือที่จะช่วยให้คณะทำงานมองเห็นถึงช่วงจังหวะเวลาที่จะได้มีการสรุปผลการดำเนินงาน การสรุปบทเรียนเพื่อทบทวน และปรับปรุงกระบวนการดำเนินงาน ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ของงาน และกำหนดเป็นข้อตกลงการทำงานของคณะงานอีกด้วย



กระบวนการของแผนที่ผลลัพธ์ มี 12 ขั้นตอนย่อย

1. การสร้างวิสัยทัศน์ของแผนงาน : Vision

Vision คือ

- ภาพที่มุ่งหวังอยากให้เห็นในอนาคต เป็นภาพกว้าง ๆ
- ภาพสะท้อนมุมมองกว้าง และมุมลึก มองกว้าง มองลึก มองชัด

Vision ขององค์กร คือ ภาพที่องค์กรตั้งไว้ให้คนมองและเห็นถึงภาพที่เด่นชัด (Position)

Vision ของ Outcome mapping คือ "ภาพสะท้อนมุมมองกว้าง และมุมลึก ที่ดีขึ้นของมนุษยชาติ สังคม สภาพแวดล้อม ซึ่งแผนงานมุ่งหวังและสัญญา ที่จะมีส่วนในการสร้างให้เกิดขึ้น เป็นการวาดภาพจินตนาการที่ปรารถนา"

ซึ่ง vision ของ Outcome mapping จะเหมาะกับองค์กรพัฒนา ไม่เหมาะกับองค์กรธุรกิจ

2. การกำหนดพันธกิจ (Mission)

เป็นคำอธิบายที่บอกว่า แผนงานตั้งใจทำอะไร : การดำเนินงานของแผนงาน มีบทบาทในการสนับสนุนวิสัยทัศน์ ผ่านการกำหนด พื้นที่ / ประเด็น ที่แผนงานจะดำเนินงานสนับสนุน ความสำเร็จในเชิงผลลัพธ์ของภาคีหุ้นส่วนจะมีภารกิจอะไรบ้าง และทำอะไรให้ดีที่สุด ที่แผนงาน

จะสนับสนุนหรือมีส่วนในการสร้างวิสัยทัศน์ พื้นที่ไหน หรือประเด็นไหน ที่แผนงานต้องการทำ และแผนงานต้องการทำอะไร?

3. ภาคิหุ้นส่วน : Boundary Partners

ภาคิหุ้นส่วนเป็นปัจเจกบุคคล กลุ่ม และ องค์กร ที่แผนงานจะทำงานด้วยโดยตรง และจะมีอิทธิพล เพื่อสร้างให้เกิดผลการเปลี่ยนแปลงได้ แบ่งเป็น ภาคิหลัก และ ภาคิยุทธศาสตร์

- ภาคิหลัก เน้นปัจเจกบุคคล กลุ่ม และ องค์กร ที่แผนงานจะทำงานด้วยโดยตรง
- ภาคิยุทธศาสตร์ เน้นภาคิที่มีอิทธิพล เพื่อสร้างให้เกิดผลการเปลี่ยนแปลงได้

จุดหมายที่เราจะทำให้ไปถึงจะต้องใช้ภาคิหลักที่เราจะทำงานได้โดยตรง และภาคิยุทธศาสตร์ใดที่จะช่วยสนับสนุนให้กระบวนการดังกล่าวขับเคลื่อนไปได้ดีขึ้น

ความแตกต่างระหว่าง ภาคิหุ้นส่วน (boundary partner) กับ พันธมิตรเชิงยุทธศาสตร์ (strategic partnership) ซึ่ง พันธมิตรเชิงยุทธศาสตร์ จะหมายถึง บุคคล / กลุ่ม / องค์กร ที่เราต้องทำงานด้วย แต่ไม่ได้ต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

Outcome mapping มุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการพัฒนาที่เกิดขึ้นในภาคิหุ้นส่วนว่ามี “การเปลี่ยนแปลง” อะไรบ้าง เป็นไปตามที่ตั้งใจไว้หรือไม่ โดยเขียนออกมาเป็น “ความท้าทายเชิงผลลัพธ์” ที่ต้องการ หรือ “Outcome Challenge”

4. ผลลัพธ์ที่พึงประสงค์ : Outcome Challenge

ผลลัพธ์ที่พึงประสงค์ เป็นผลลัพธ์ที่ทำท่าย คือ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (ความสัมพันธ์, กิจกรรม, และ/หรือ การปฏิบัติการ) ของภาคิหุ้นส่วน ภาคิหุ้นส่วนควรมีพฤติกรรมอย่างไร เพื่อการมีส่วนร่วมในการบรรลุวิสัยทัศน์ที่คาดหวัง เช่น อบต. สามารถแก้ไขปัญหาที่เป็นภาวะฉุกเฉินสุขภาวะของตนเองได้โดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน

5. ตัวบ่งชี้ความก้าวหน้า : Progress Maker

ตัวบ่งชี้ความก้าวหน้า เป็นชุดของข้อความที่อธิบายพัฒนาการความก้าวหน้าของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของภาคิหุ้นส่วน ซึ่งอาจเป็นการเปลี่ยนแปลงในการปฏิบัติงาน กิจกรรม และในความสัมพันธ์ ที่จะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่พึงประสงค์

แบ่งกลุ่มเกณฑ์ชี้วัดความก้าวหน้าเป็น 3 ระดับ

- ตัวบ่งชี้ความก้าวหน้าที่คาดหวังจะเกิดขึ้น (ระดับที่การเปลี่ยนแปลงเกิดได้ง่ายสุด)
- ตัวบ่งชี้ความก้าวหน้าที่ยากให้เกิดขึ้น (ระดับที่การเปลี่ยนแปลงเกิดได้ปานกลาง)
- ตัวชี้วัดความก้าวหน้าที่เกิดขึ้นได้ก็ดี (ระดับที่การเปลี่ยนแปลงเกิดได้ยาก)

6. แผนที่ยุทธศาสตร์ : Strategie Map

เป็นเค้าโครงของแนวทาง วิธีการทำงานของแผนงานที่จะกระทำกับภาคีหุ้นส่วน ชี้นำความสัมพันธ์ของแผนงานที่มีต่อภาคีหุ้นส่วน ช่วยกำหนดหมวดหลักของยุทธศาสตร์ ช่วยทำให้เห็นช่องว่างของยุทธศาสตร์ที่ใช้ หรือ กรณีที่แผนงานทำงานกว้างเกินไป แนะนำรูปแบบของวิธีการประเมินผลที่เหมาะสมกับการติดตามและประเมิน การดำเนินงานของแผนงาน

7. การดำเนินงานระดับองค์กร

เป็นกิจกรรมที่ทำเพื่อสนับสนุน ให้เกิดการสร้างสรรค์ และนวัตกรรมต่างๆ ในองค์กรหาทางเลือกที่ดีที่สุดที่จะสนับสนุนภาคีหุ้นส่วน การดำเนินการขององค์กร ประกอบด้วย

1. ค้นหา สืบหาความคิด โอกาส และทรัพยากรใหม่ๆ
2. ฟังเสียงสะท้อนจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ
3. หากการสนับสนุนจากผู้มีอำนาจสูงสุด
4. ต้องทบทวน ออกแบบใหม่ ผลงาน การบริการ ระบบและการดำเนินงาน
5. ตรวจสอบสิ่งที่มีอยู่ เพื่อเพิ่มคุณค่าของสิ่งเหล่านั้น
6. สะท้อนข้อมูลในองค์กร และแลกเปลี่ยนความรู้ที่ดีที่สุดกับโลกภายนอก
7. ทดลองสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ
8. มีเวลาให้กับการสะท้อนความเห็นในการทำงานขององค์กร

ขั้นที่ 2 การติดตามผลลัพธ์ และการดำเนินการ

8. การจัดลำดับ การติดตามการทำงานของแผนงาน

คือ การระบุลำดับความสำคัญของประเด็นที่ต้องทำการติดตาม การติดตามของแผนที่ผลลัพธ์ เกี่ยวข้องกับ

- การเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบ
- วงจรของกระบวนการเรียนรู้อย่างสม่ำเสมอและพัฒนาให้ดีขึ้น
- สนับสนุนให้แผนงานมีการทบทวนตรวจสอบตัวเอง
- เก็บรวบรวมและจัดระบบข้อมูล แต่ไม่ต้องวิเคราะห์

9. แบบบันทึกผลลัพธ์

แบบบันทึกความก้าวหน้าของภาคีหุ้นส่วน ตามตัวบ่งชี้ความก้าวหน้า เพื่อระบุจุดเริ่มต้น หรือ เป้าหมาย การบันทึกรายละเอียดในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของภาคีหุ้นส่วน ปัจจัยและผู้ใช้ปฏิบัติที่มีส่วนสนับสนุน แหล่งของหลักฐานข้อมูล

10.แบบบันทึกการติดตามยุทธศาสตร์ที่ใช้ในแผนงาน

แบบบันทึกการติดตามยุทธศาสตร์ ใช้เพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ที่ใช้ในการกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในภาคีหุ้นส่วน ช่วยแผนงานตรวจสอบตัวเองว่ามีส่วนร่วมในการบรรลุผลลัพธ์ต่างๆ และจะต้องปรับปรุงกิจกรรมอะไรบ้าง สะท้อนข้อมูลกลับเพื่อใช้ในการวางแผนการทำงานต่อไป

11. แบบบันทึกการดำเนินงานขององค์กร

เพื่อบันทึกข้อมูลการดำเนินงานของแผนงาน ตามพันธกิจ รวมถึงสารสนเทศของการปฏิบัติการ สะท้อนข้อมูลกลับเพื่อใช้ในการวางแผนการทำงานต่อไป

ขั้นที่ 3 การวางแผนการประเมินผล

12. แผนการประเมินผล

คำบรรยายสั้นๆ ถึงประเด็นหลักๆ ของแผนการประเมินผล เพื่อใคร อะไร ที่ไหน อย่างไร โดยใคร เมื่อไหร่ และเท่าไหร่ คือ สิ่งที่ต้องระบุให้ชัดเจนในแผนการประเมินผล

ภาคผนวก ข

1. แผนที่ตั้งสถานการณ์ปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคโดยกระบวนการกลุ่ม FSC จากโปรแกรม Mindjet Mindmanager Pro

2. แผนที่ระบบงานคุ้มครองผู้บริโภคโดยกระบวนการกลุ่ม FSC จากโปรแกรม Mindjet
Mindmanager Pro

3. แผนที่แผนงานการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคโดยกระบวนการกลุ่มประชุมกลุ่ม (Group Discussion) จากโปรแกรม Mindjet Mindmanager Pro

ภาคผนวก ค

1. บันทึกข้อตกลงความร่วมมือการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
จังหวัดนครศรีธรรมราช ในวันคุ้มครองผู้บริโภค 30 เมษายน 2553