



รูปแบบองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
**The Model of Independent Organization for Consumer Protection
in Local Government**

สมชาย ละอองพันธุ์
Somchai Laongphan

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเภสัชศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเภสัชศาสตร์สังคมและการบริหาร
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Pharmacy in Social and Administrative Pharmacy
Prince of Songkla University**

2554

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ชื่อวิทยานิพนธ์ รูปแบบองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
ผู้เขียน นายสมชาย ละอองพันธ์
สาขาวิชา เกษศาสตร์สังคมและการบริหาร

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

คณะกรรมการสอบ

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงศ์เทพ สุธีรวุฒิ)

.....ประธานกรรมการ
(ดร.ศิริพา อุดมอักษร)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาติ วิสุทธิสมาจาร)

.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา กุลสมบูรณ์)

.....กรรมการ
(นายจิรัชย์ มูลทองโร่ย)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยฉบับนี้
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ตามหลักสูตรปริญญาเกษตรศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเกษตรศาสตร์
สังคมและการบริหาร

.....
(ศาสตราจารย์ ดร.อมรรัตน์ พงศ์ดารา)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ชื่อวิทยานิพนธ์	รูปแบบองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
ผู้เขียน	นายสมชาย ละอองพันธุ์
สาขาวิชา	เกศาสตรสังคมและการบริหาร
ปีการศึกษา	2554

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องรูปแบบองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษารูปแบบและการจัดการงานคุ้มครองผู้บริโภคควรมีลักษณะอย่างไร โดยผู้วิจัยได้ศึกษาในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่สนใจและมีความพร้อมด้านงานคุ้มครองผู้บริโภคในจังหวัดสงขลา จำนวน 3 แห่ง ด้วยกัน ประกอบด้วย เทศบาลตำบลปรีก องค์กรบริหารส่วนตำบลท่าข้าม และองค์การบริหารส่วนตำบลควนรู ซึ่งผลการวิจัยจะนำเสนอเป็นชุดความรู้สำคัญเพื่อการพัฒนางานคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง

วิธีการศึกษาเป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดย 1) การศึกษาบริบทของพื้นที่เกี่ยวกับสถานการณ์ปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค ทูทางสังคมและบริบทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อันเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดรูปแบบองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค 2) การจัดกิจกรรมเพื่อการมีส่วนร่วม เพื่อสร้างกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค จำนวน 3 กิจกรรม คือ 2.1) การจัดสมัชชาผู้บริโภครณลาดชื่อ 2.2) การลงนามในบันทึกความร่วมมือว่าด้วยการพัฒนาระบบงานคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 2.3) การจัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการด้านคุ้มครองผู้บริโภค 3) การพัฒนารูปแบบที่เหมาะสมขององค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผ่านการจัดสนทนากลุ่มและการสังเคราะห์รูปแบบ บทเรียนและการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นตลอดเส้นทางของการพัฒนารูปแบบองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ผลการศึกษารูปได้ดังนี้

1) ประชาชนผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ยังคงประสบปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค แต่ขาดกลไกหรือระบบด้านคุ้มครองผู้บริโภค ส่งผลให้การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นยังไม่มีประสิทธิผลเท่าที่ควร แม้จะมีการแต่งตั้งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ตามคำสั่งถ่ายโอนภารกิจงานคุ้มครองผู้บริโภคแก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

2) กระบวนการสมัชชาผู้บริโภค เป็นกิจกรรมที่ทำให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั้งในส่วนภาคประชาสังคม ภาคการเมือง และภาควิชาการ

ร่วมกันรับรู้ ร่วมกันพัฒนานโยบายสาธารณะด้านคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อนำมาแก้ไขปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค

3) บันทึกความร่วมมือว่าด้วยการพัฒนาระบบงานคุ้มครองผู้บริโภคของจังหวัดสงขลา เป็นเครื่องมือสร้างความร่วมมือระหว่างกัน โดยมีการจัดตั้งศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคขึ้นในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั้งสามแห่ง ใน 3 รูปแบบ คือ 1) ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคภายใต้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 2) ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทำงานแบบ กึ่งอิสระ 3) ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทำงานในลักษณะองค์กรอิสระ โดย 3.1) คณะทำงานศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคมีที่มาจากภาคประชาชนจากทุกกลุ่มในชุมชน ด้วยจิตอาสา 3.2) บทบาทและหน้าที่ ดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์ด้านคุ้มครองผู้บริโภค โดยอาศัยทุนทางสังคมในการขับเคลื่อนงานภายใต้กรอบภารกิจซึ่งได้รับถ่ายโอนงานจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) สร้างกลไกด้านคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่ ประกอบด้วย กลไกโรงเรียน กลไกเครือข่าย กลไกพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค แกนนำ กลไกการชดเชยค่าเสียหาย เป็นต้น 3.3) งบประมาณ เน้นการพึ่งตนเองอาศัยเงินจากกองทุนสุขภาพระดับพื้นที่และกองทุนสัจจะออมทรัพย์ในพื้นที่ และควรต้องมีระบบการตรวจสอบที่ชัดเจน

4) ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนากระบวนการคุ้มครองผู้บริโภคในระยะต่อไป ควรเน้น 1) ส่งเสริมมีส่วนร่วมของกลุ่ม ชมรมและเครือข่ายผู้บริโภคในการแก้ไขปัญหาผู้บริโภคในพื้นที่ 2) ควรมีแผนงานที่ชัดเจนเป็นรูปธรรมในการทำงานร่วมและประสานกับหน่วยงานรัฐ 3) การสร้างองค์ความรู้จากการสรุปบทเรียน ถอดประสบการณ์ที่สำเร็จและประสบการณ์ที่เป็นปัญหา 4) ข้อยกเว้นเรื่องการรักษาสิทธิจากหน่วยงานรัฐและข้อจำกัดในบทบาทบางอย่าง

Thesis Title	The Model of Independent Organization for Consumer Protection in Local Government
Author	Mister Somchai Laongphan
Major Program	Social and Administrative Pharmacy
Academic Year	2011

ABSTRACT

The research aim to study patterns and establish management plan about Consumer Protection in the community. The researcher has studied and has helped three interested local governments to develop plans, concerned the issues of Consumer Protection. Those local authorities are Prik municipal area, Takham Tambon Administration Organization area, and Kuanroo Tambon Administration Organization area. The report findings will be presented as a set of knowledge essential to the development of consumer protection in the local government for further development.

The research method is a participatory research and could be summarized as follows,

1. To study and figure out the problems related to Consumer Protection in the area, social capital and any activities with the local governments. These are influential factors of establishing the independent organizations to protect consumers.

2. To host three activities and invite the community to participate. To summarize the learning process of those who related to this subject matter. 2.1 To hold a conference about smart consumers 2.2 To sign a memorandum of cooperation on the development of consumer protection of the local government. 2.3 To prepare strategy and action plan on consumer protection.

3. To develop an appropriate form of independent organization for the protection of consumers in local government, through focused group discussion and other learning process due to the studies of the development of independent organization.

The results are summarized as follows,

1. Local consumers in three focused area had consumer protection problems, as a result of the lack of systems in local government who work on the Consumer Protection regulations, the

problems can't be solved effectively. Even though the Consumer Protection committee and panel have been appointed by the local government committee transferred order, the problems are still remained.

2. To hold an assembly about smart purchase and smart consumers. This activity was involved by local government and political sector and academic sectors who obviously share common perceptions on such issue. They work together to develop public policy on consumer protection and solve problems on Consumer Protection issues.

3. The three local government organizations have used a memorandum of cooperation on the development of consumer protection as a tool to create cooperation. To establish the centers of Consumer Protection in three systems. 1) The consumer protection center work under mission of local government (Under local government) 2) The Consumer Protection Centre in the local government (partially -independent) 3) The Consumer Protection Centre operates as the independent organization.(Absolutely independent organization) 3.1) To have local volunteer working as a group of Consumer Protection 3.2) To give roles and responsibilities to the working group according to Consumer Protection strategy based on social capital to operate the mission which has been transferred from the Office of Consumer Protection (Consumer Protection Board). To organize a mechanism of Consumer Protection in resolving complaints, including the dispute management, compromise method, develop leadership of potential consumers and mechanism of compensation. 3.3) To create a self-reliance Fund and Health Fund for the local in the area.

4. Recommendation for the development of consumer protections is as follows,

1) To encourage and support the local to participate in events and activities in the considered area.

2) To demonstrate a clear concrete plan to work together and coordinate with government agencies

3) To achieve knowledge from different lessons and experiences

4) To figure out the limitation on the certified status of the government agency and other restrictions

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณบุคลากรหลายๆ ฝ่ายที่ให้ความอนุเคราะห์ และสนับสนุนอย่างต่อเนื่องจนทำให้วิทยานิพนธ์เรื่องนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี บุคลากรที่เกี่ยวข้องมีดังนี้

คณะผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ คณะทำงานของศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค และประชาชนผู้บริโภค ในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั้ง 3 พื้นที่ของจังหวัดสงขลา ประกอบด้วย องค์การบริหารส่วนตำบลท่าข้าม อำเภอหาดใหญ่ องค์การบริหารส่วนตำบลควนรู อำเภอรัตภูมิและเทศบาล ที่ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูล ช่วยเหลือในการเก็บข้อมูลวิจัยครั้งนี้

ผู้อำนวยการโรงพยาบาลระโนด หัวหน้าฝ่ายเภสัชกรรมชุมชน และเจ้าหน้าที่งานบริการเภสัชกรรมทุกท่านที่ให้การสนับสนุนผู้วิจัยเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาโทและช่วยอำนวยความสะดวกในการเก็บข้อมูลวิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงศ์เทพ สุธีรวุฒิ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาติ วิสุทธีสมาจาร อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ที่ให้แนวคิด คำแนะนำ กำลังใจ และตรวจสอบวิทยานิพนธ์จนเสร็จสมบูรณ์ รวมถึงขอขอบคุณทีมงานจากสถาบันการจัดการระบบสุขภาพ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ (สจรส.ม.อ.) คุณมฤตมาศ หงส์ทอง เลขานุการหลักสูตรวิชาที่ได้ อำนวยความสะดวก และช่วยเหลือให้วิทยานิพนธ์สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

งานวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนทุนอุดหนุนการศึกษา ประเภททุนผู้ช่วยวิจัย จากกองทุนวิจัย คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ประจำปีการศึกษา 2552 และ 2553 เงินทุนวิจัยจากแผนงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพ (คคส.) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ท้ายสุดนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณบิดา มารดา ภรรยา พี่ เพื่อน และผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่านที่มีส่วนสนับสนุน เป็นกำลังใจ และช่วยเหลือผู้วิจัยในทุกๆด้านมาโดยตลอด

สมชาย ละอองพันธ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(3)
Abstract	(5)
ประกาศคุณูปการ	(7)
สารบัญ	(8)
สารบัญตาราง	(10)
สารบัญรูปภาพ	(11)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	2
คำถามวิจัย	2
นิยามศัพท์	2
ความสำคัญของงานวิจัย	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค	4
ที่มาและแนวคิดการจัดตั้งองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค	6
รูปแบบและกลไกขององค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค	8
ปัจจัยที่มีผลต่อการทำงานคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	28
การดำเนินกิจกรรมงานคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ผ่านมา	31
การตรวจสอบความถูกต้องเทคนิคการตรวจสอบสามเส้า	50
การวิเคราะห์เนื้อหา	51
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	53
รูปแบบการศึกษา	53
ขอบเขตการวิจัย	53

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	54
ขั้นตอนการวิจัย	57
ระยะเวลาในการรวบรวมข้อมูล	64
การพิทักษ์สิทธิ์ผู้ให้ข้อมูล	64
การวิเคราะห์ข้อมูล	64
บทที่ 4 ผลการศึกษาวิจัย และการอภิปรายผล	67
ส่วนที่ 1 ข้อมูลบริบทของพื้นที่และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อันเป็นปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบองค์การ อิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	68
ส่วนที่ 2 ผลการจัดกิจกรรมเพื่อการมีส่วนร่วม (Participatory Activities)	92
ส่วนที่ 3 ลักษณะรูปแบบระบบงานคุ้มครองผู้บริโภคขององค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่นในปัจจุบัน	100
ส่วนที่ 4 การระดมความคิดเห็น(Focus group) เรื่อง รูปแบบองค์การอิสระ เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	106
ผลการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)	106
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	117
สรุปผลการวิจัย	117
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย	123
บรรณานุกรม	125
ภาคผนวก	128
ประวัติผู้เขียน	161

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 ประเด็นเปรียบเทียบโครงสร้าง บทบาทหน้าที่ สถานภาพทางกฎหมายและงบประมาณขององค์กรต่างๆ	20
2.2 การเปรียบเทียบตามกลไกด้านคุ้มครองผู้บริโภคขององค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค	23
2.3 แสดงผลงานสถิติรับเรื่องร้องเรียนปัญหาผู้บริโภคของจังหวัดสงขลา 4 ปีย้อนหลัง	32
2.4 แสดงผลการรับเรื่องร้องเรียนปัญหาผู้บริโภคของศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคจังหวัดสงขลา	39
2.5 แสดงสถิติการรับเรื่องร้องเรียนของศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดสงขลา สมาคมผู้บริโภคจังหวัดสงขลา ระหว่างปี 2552-2553	40
2.6 แสดงสถิติคดีผู้บริโภคของศาลแขวงจังหวัดสงขลา ปี 2553	41
2.7 แสดงสถิติคดีผู้บริโภคของศาลแขวงจังหวัดสงขลา ระหว่างปี 2551-2553	41
4.1 แสดงสถานการณ์ปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่	69
4.2 แสดง ข้อมูลทุนทางสังคมด้านทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ภูมิปัญญา นวัตกรรมท้องถิ่นและระบบเศรษฐกิจที่เอื้อต่อการทำงานคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	75
4.3 แสดงการปฏิสัมพันธ์กับองค์กร เครือข่าย กลุ่มชมรม หรือหน่วยบริการสุขภาพในชุมชน	82
4.4 แสดงข้อมูลพื้นฐานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป้าหมาย	86
4.5 แสดงวิสัยทัศน์ นโยบายหลัก นโยบายด้านคุ้มครองผู้บริโภคและผลงาน/กิจกรรมด้านคุ้มครองผู้บริโภคที่ผ่านมาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	88
4.6 แสดงสถานการณ์คุ้มครองผู้บริโภค แนวทางแก้ไข จากการสัมภาษณ์ผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป้าหมาย	93
4.7 แสดงลักษณะรูปแบบงานคุ้มครองผู้บริโภคขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในปัจจุบัน	100
4.8 รูปแบบลักษณะองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจำแนกตามรายองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	110

สารบัญรูปภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 การจัดแบ่งโครงสร้างของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสงขลา	34
3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	66
4.1 รูปแบบองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	116
5.1 แสดงรูปแบบที่มีความเป็นไปได้ขององค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	118

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัญหาผู้บริโภคถูกละเมิดสิทธิ ถือเป็นปัญหาทางสุขภาพอย่างหนึ่งและส่งผลกระทบต่อสุขภาพครอบคลุมทั้ง 4 มิติ กล่าว คือ การส่งผลกระทบต่อสุขภาพทางกาย ทำให้ผู้บริโภคไม่ได้รับความปลอดภัยจากสินค้าและบริการที่ไม่มีคุณภาพ เกิดผลเสียต่อสุขภาพอนามัย นำโรคร้ายมายังตัวผู้บริโภค ส่งผลกระทบต่อสุขภาพะมิติจิตใจ จะทำให้เกิดความเครียดของผู้บริโภคที่ได้รับผลกระทบจากการละเมิดสิทธิ ไม่ไว้วางใจผู้ประกอบการ ส่วนผลกระทบต่อสุขภาพะในมิติทางสังคม นำมาสู่การขัดแย้งทางสังคมของกลุ่มผู้ประกอบการและผู้บริโภค และที่สำคัญคือ ส่งผลกระทบต่อสุขภาพะในมิติด้านปัญญา” กล่าวคือ ผู้บริโภคขาดความรู้เท่าทันต่อกลวิธีหลอกลวงของผู้ประกอบการ และขาดศักยภาพการค้นหาข้อมูลที่จำเป็นสำหรับประกอบการตัดสินใจเพื่อการบริโภคที่ถูกต้อง ปลอดภัยได้ อีกทั้งขาดความกล้าในการเรียกร้องสิทธิในฐานะผู้บริโภค ทั้งหมดนี้คือ ความเชื่อมโยงที่ปัญหาผู้บริโภคส่งผลกระทบต่อสุขภาพะของประชาชน ยิ่งในปัจจุบันแล้วสถานการณ์ปัญหาผู้บริโภค มีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น ตามสภาพของการเปลี่ยนแปลงของสังคมและเทคโนโลยีที่เป็นสังคมบริโภคนิยม เน้นส่งเสริมการบริโภคที่เกินความจำเป็น

การทำงานแก้ปัญหาของผู้บริโภคโดยกลไกปกติคือ กลไกรับเรื่องร้องเรียน กลไกไกล่เกลี่ย กลไกชดเชยค่าเสียหายของหน่วยงานด้านคุ้มครองผู้บริโภคที่มีอยู่ในปัจจุบันพบว่าไม่สามารถจะแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเท่าที่ควร การแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคได้จำเป็นต้องมีการคิดรูปแบบการทำงานและกลไกแบบใหม่มารองรับกับสถานการณ์ปัญหาที่เพิ่มขึ้น เน้นการมีส่วนร่วมเรียนรู้ของประชาชน ผู้บริโภค ตลอดจนทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

รัฐธรรมนูญ พ.ศ.2551 มาตรา 61 บัญญัติรับรองสิทธิผู้บริโภค เปิดโอกาสให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมและแสดงบทบาทในการคุ้มครองผู้บริโภค โดยให้มีองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคขึ้น เพื่อทำหน้าที่เสนอแนะให้ความเห็นเกี่ยวกับนโยบาย กฎระเบียบ ข้อกำหนดเพื่อให้เกิดการคุ้มครองผู้บริโภค หากมองบทบาทดังกล่าวแล้วจะพบว่า ค่อนข้างจะแคบและไม่เพียงพอจะทำให้การคุ้มครองผู้บริโภคมีประสิทธิภาพได้ อีกทั้งอาจจะต้องอาศัยระยะเวลาที่ยาวนานในการ

ผลักดันทางกฎหมาย จึงจำเป็นต้องมีกลไกที่เสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้ของภาคประชาชนกับภาครัฐในเรื่อง การจัดตั้งองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค (วิทยา กุลสมบูรณ์และคณะ, 2547)

ที่ผ่านมามีการวิจัย เรื่อง รูปแบบการคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรณีศึกษา: องค์การบริหารส่วนตำบลปากพูน จ.นครศรีธรรมราช ได้ข้อสรุปที่น่าสนใจ คือ ควรจะมีรูปแบบการทำงานถึงองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค โดยจัดตั้งศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคขึ้นภายในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำองค์การบริหารส่วนตำบล (อนุ สคบ. อบต.) อันเป็นองค์กรที่กฎหมายรับรองอำนาจหน้าที่ไว้ ดำเนินงานภายใต้กรอบภารกิจงานคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการถ่ายโอนจากสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภคและสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (วิธิมาร์ เม่งช่วย, 2553)

อย่างไรก็ตาม แม้จะมีผู้ที่เคยนำเสนอรูปแบบขององค์การอิสระผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นข้างต้น แต่จำเป็นต้องปรับให้มีความเหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ ผู้ศึกษาจึงใคร่สนใจที่จะค้นหา รูปแบบที่เป็นไปได้ของ “องค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น” ตลอดจนกลไกการทำงาน อันจะสามารถผลักดันสู่นโยบายสาธารณะ สู่การปฏิบัติของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ส่งผลต่อการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคอย่างเป็นรูปธรรมต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ศึกษารูปแบบขององค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

คำถามวิจัย

“องค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควรมีรูปแบบใด และมีกลไกการทำงานอย่างไร”

นิยามศัพท์

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ซื้อหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจ และหมายความรวมถึงผู้ซึ่งได้รับการเสนอและชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจ เพื่อให้ซื้อสินค้าหรือบริการ

การคุ้มครองผู้บริโภค หมายถึง ป้องกัน ปกป้อง ระวัง พิทักษ์รักษา ให้การรักษา กันไว้ไม่ให้ผู้ซื้อของมาใช้ ผู้กิน ผู้เสพ ผู้ใช้สอย ผู้นำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ไม่ให้เกิดภัยอันตราย บาดเจ็บ หรือเกิดความเสียหาย

องค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค หมายถึง หน่วยงานที่รวมตัวกันมีฐานะเป็นนิติบุคคล มีวัตถุประสงค์เพื่อพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคโดยมีความเป็นอิสระจากหน่วยงานของรัฐ สมาชิก

ขององค์การอิสระประกอบด้วย ตัวแทนผู้บริโภคร ทำหน้าที่ให้ความเห็นเพื่อประกอบการพิจารณาของหน่วยงานของรัฐในการตราและการบังคับใช้กฎหมายและกฎ และให้ความเห็นในการกำหนดมาตรการต่างๆ เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคร รวมทั้งตรวจสอบและรายงานการกระทำหรือละเลยการกระทำอันเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคร

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หมายถึง ราชการท้องถิ่นที่ได้รับการเลือกตั้งจากประชาชนในท้องถิ่นนั้น มีอำนาจหน้าที่ในการบริหารจัดการบริการสาธารณะตามกฎหมาย เพื่อประโยชน์สุขของชุมชนในท้องถิ่นนั้น ปัจจุบันราชการส่วนท้องถิ่นมีอยู่ 5 รูปแบบ คือ กรุงเทพมหานคร (กทม.) เมืองพัทยา เทศบาล องค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.) และองค์การบริหารส่วนตำบล(อบต.)

ชุมชนท้องถิ่น หมายถึง กลุ่มคนทั้งหมดที่รวมกันเป็นท้องถิ่น มีส่วนร่วมในการจัดการ

ความสำคัญของงานวิจัย

เพื่อเป็นชุดความรู้ใหม่สำหรับการผลักดันเป็นนโยบายสาธารณะให้กับหน่วยงานด้านคุ้มครองผู้บริโภครทั้งในระดับประเทศ ระดับพื้นที่ ตลอดจนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งได้รับการถ่ายโอนภารกิจด้านงานคุ้มครองผู้บริโภคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ได้รูปแบบและกลไกการทำงานขององค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภครในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น นำสู่การเสนอเป็นนโยบายสาธารณะของพื้นที่

บทที่ 2

งานวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษา เรื่องรูปแบบขององค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องใน 7 ประเด็นสำคัญ ประกอบด้วย

1. แนวคิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค
2. ที่มาและแนวคิดการจัดตั้งองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค
3. รูปแบบและกลไกขององค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในต่างประเทศ
4. ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดตั้งองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค
5. การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
6. การตรวจสอบความถูกต้องเทคนิคการตรวจสอบสามเส้า (Triangulation Technique)
7. การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

1. แนวคิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค

1.1 ความหมายของการคุ้มครองผู้บริโภค

การคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วยคำว่า “คุ้มครอง” และ “ผู้บริโภค” ซึ่งมีผู้ให้ความหมายของคำดังกล่าวไว้หลายท่าน ดังนี้

ศิริวัฒน์ ทิพย์ธราดล (2549, ข้อ 3) ได้กล่าวถึงความหมายของ ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ซื้อหรือได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจ และหมายความรวมถึงผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือการชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการด้วย

ยุพดี ศิริสินสุข (2548, หน้า 6) ได้กล่าวถึงความหมายของ การคุ้มครองผู้บริโภค หมายถึง กิจกรรมของรัฐบาล ธุรกิจ องค์การอิสระ และผู้เลือกซื้อสินค้าที่มีความห่วงกังวล ซึ่งได้ออกแบบขึ้นมาเพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค หรือหมายถึง แรงกดดันของกลุ่มที่จัดตั้งขึ้นโดยผู้บริโภค เพื่อปกป้องผลประโยชน์ของกลุ่มผู้บริโภค และสิ่งแวดล้อม

กมลทิพย์ แจ่มกระจ่าง (2547) กล่าวถึงความหมายของการคุ้มครองผู้บริโภค (Consumer Protection) หมายถึง การควบคุม กำกับ ดูแลป้องกันและรักษาประโยชน์ของประชาชน ผู้ใช้สินค้าและบริการให้ได้รับความเป็นธรรมตามสิทธิที่เขาพึงมีพึงได้

การคุ้มครองผู้บริโภคหรือ Consumer Protection (วัฒนา อัครเอกผาลิน ; 2547, www.fda.moph.go.th) หมายถึง การป้องกัน ปกป้อง ระวัง ดูแล พิทักษ์รักษา อารักขา กันไว้ไม่ให้ผู้ที่ซื้อของมาใช้ ผู้กิน ผู้เสพ ผู้ใช้สอย ผู้นำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ เกิดภัยอันตราย บาดเจ็บ หรือเกิดความเสียหาย

ผู้บริโภค ตามความหมายใน พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2541 ได้นิยามความหมายของผู้บริโภคว่า ผู้ซื้อหรือได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือการชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการ และหมายความรวมถึงผู้ใช้สินค้าหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจโดยชอบ แม้มิได้เป็นผู้เสียค่าตอบแทนก็ตาม รวมถึงผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการด้วย

ผู้บริโภค ตามความหมายในธรรมนูญสุขภาพ พ.ศ.2552 ได้ให้นิยาม คำว่า ผู้บริโภค หมายความว่า ผู้ซื้อหรือผู้รับบริการหรือผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือการชักชวนเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการจากผู้จัดให้มีซึ่งสินค้าหรือบริการหรือข้อมูลข่าวสาร อันนำไปสู่การบริโภค และหมายความรวมถึงผู้ใช้สินค้าหรือผู้รับบริการ โดยชอบ แม้มิได้เป็นผู้เสียค่าตอบแทนก็ตาม

พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 ได้ให้นิยาม คำว่า ผู้บริโภค หมายความว่า ผู้เข้าทำสัญญาในฐานะผู้ซื้อ ผู้เช่า ผู้เช่าซื้อ ผู้กู้ ผู้เอาประกันภัย หรือผู้เข้าทำสัญญาอื่นใดเพื่อให้ได้มาซึ่งทรัพย์สิน บริการ หรือประโยชน์อื่นใดโดยมีค่าตอบแทน ทั้งนี้ การเข้าทำสัญญานั้นต้องเป็นไปโดยมิใช่เพื่อการค้า ทรัพย์สิน บริการ หรือประโยชน์อื่นใดนั้นและให้หมายความรวมถึงผู้เข้าทำสัญญาในฐานะผู้ค้าประกันของบุคคลดังกล่าวซึ่งมิได้กระทำเพื่อการค้าด้วย

การคุ้มครองผู้บริโภค ตามนิยามของ พจนานุกรม Cambridge dictionary ไว้ว่า การปกป้อง ป้องกัน ผู้ซื้อสินค้า ผู้รับบริการจากอันตรายของสินค้า หรือ การบริการที่ไม่มีคุณภาพ รวมถึงการได้รับโฆษณาชวนเชื่อของสินค้าและบริการนั้น

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

ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้ การคุ้มครองผู้บริโภค หมายถึง การป้องกัน ปกป้อง ระวัง ดูแล พิทักษ์รักษา อารักขา กันไว้ไม่ให้ผู้ที่ซื้อของมาใช้ ผู้กิน ผู้เสพ ผู้ใช้สอย ผู้นำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ เกิดภัยอันตราย บาดเจ็บ หรือเกิดความเสียหาย

2. ที่มาและแนวคิดขององค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

2.1 ที่มาขององค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทย

การบัญญัติให้มีองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในสังคมไทย มิได้เป็นเรื่องใหม่แต่อย่างใด ทั้งนี้เนื่องจากมีการบัญญัติเรื่องดังกล่าวไว้ครั้งแรกใน มาตรา 57 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 เกี่ยวกับการให้มีองค์การอิสระ (เพื่อการคุ้มครอง) ผู้บริโภค แต่ท้ายที่สุดแล้วก็ยังไม่ได้รับการจัดตั้งขึ้นได้เป็นผลสำเร็จ เนื่องจากปัจจัยหลายประการ

ต่อมารัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 มาตรา 61 ได้แสดงเจตนารมณ์ถึงการรับรองการคุ้มครองผู้บริโภคไว้อย่างชัดเจนอีกครั้ง โดยบัญญัติความว่า “สิทธิของบุคคลซึ่งเป็นผู้บริโภคย่อมได้รับความคุ้มครอง ในการได้รับข้อมูลที่ เป็นความจริง และมีสิทธิร้องเรียนเพื่อให้ได้รับการแก้ไขเยียวยาความเสียหาย รวมทั้งมีสิทธิรวมตัวกันเพื่อพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค

ให้มีองค์การเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคที่เป็นอิสระจากหน่วยงานของรัฐ ซึ่งประกอบด้วยตัวแทนผู้บริโภค ทำหน้าที่ให้ความเห็นเพื่อประกอบการพิจารณาของหน่วยงานของรัฐ ในการตราและการบังคับใช้กฎหมายและกฎ และให้ความเห็นในการกำหนดมาตรการต่าง ๆ เพื่อคุ้มครองผู้บริโภค รวมทั้งตรวจสอบและรายงานการกระทำหรือละเลยการกระทำอันเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคทั้งนี้ ให้รัฐสนับสนุนงบประมาณ การดำเนินการขององค์การอิสระดังกล่าวด้วย”

จากบทบัญญัติเรื่อง องค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในรัฐธรรมนูญ สามารถแยกบทบาทเป็น 2 ประเภท (ประสิทธิ์ อ่อนดี, 2550) คือ

บทบาทในระดับนโยบาย ได้แก่

(1) การให้ความเห็นเพื่อประกอบการพิจารณาของหน่วยงานของรัฐในการตราและบังคับใช้ ออกกฎหมาย กฎระเบียบหรือมาตรการบางอย่างที่จำเป็นแก่หน่วยงานรัฐ

(2) การทำหน้าที่ตรวจสอบและรายงานการกระทำหรือละเลยการกระทำอันเป็นการคุ้มครองผู้บริโภค

บทบาทหน้าที่ในระดับดำเนินการ ได้แก่

(1) การส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้บริโภคและเครือข่ายองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคได้เข้ามามีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภค โดยการขยายและสร้างความเข้มแข็งให้กับเครือข่ายองค์กรคุ้มครองผู้บริโภค ในระดับพื้นที่ทั่วประเทศ

(2) มีอำนาจในการรับเรื่องราวร้องทุกข์และให้คำปรึกษาแก่ผู้บริโภค ใต้สวนเพื่อพิสูจน์หาข้อเท็จจริง ตลอดจนทำหน้าที่เป็นคนกลางในการเจรจาต่อรอง ไกล่เกลี่ย และระงับข้อพิพาทระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจและผู้เสียหาย

(3) มีอำนาจในการตรวจสอบกระบวนการผลิตในสถานประกอบการผลิตผลิตภัณฑ์และการให้บริการของรัฐวิสาหกิจ เพื่อพิสูจน์หาข้อเท็จจริง กรณีมีการร้องเรียนจากผู้บริโภค

(4) มีอำนาจในการเป็นตัวแทนฟ้องร้องดำเนินคดีแทนผู้เดือดร้อนทั้งปัจเจกชนและกลุ่มผู้เดือดร้อน

(5) มีอำนาจในการชี้มูลความผิดและ/หรือวินิจฉัยตัดสินข้อพิพาทกึ่งตุลาการเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภค ภายใต้กระบวนการศาลผู้บริโภค

(6) รวบรวมข้อมูล จัดทำฐานข้อมูลและการจัดการข้อมูลข่าวสาร ตลอดทั้งการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้อง

(7) เผยแพร่ความรู้และสร้างทักษะในการปกป้องสิทธิให้แก่ผู้บริโภค

(8) ฝ้าระวัง (Consumer Protection Watch) ในการปกป้องมิให้มีการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค

(9) มีส่วนร่วมกับหน่วยงานรัฐในการเป็นกรรมการร่วม ในการตรวจสอบและยกระดับมาตรฐานการผลิตให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพ รวมทั้งเอื้ออำนวยในการยกระดับมาตรฐานการให้บริการของหน่วยงานของรัฐและรัฐวิสาหกิจ

การผลักดันให้เกิดองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศให้เกิดรูปธรรมตามที่กฎหมายบัญญัติไว้ แต่สิ่งหนึ่งที่สามารถดำเนินการได้คือ การพัฒนาการมีส่วนร่วมในการเรียนรู้แก่ผู้บริโภค และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับระบบคุ้มครองผู้บริโภค (วิทยา กุลสมบูรณ์ และคณะ, 2547) ประกอบกับการอาศัยทุนทางสังคมของพื้นที่ ปัจจัยเอื้อที่มีผลต่อการพัฒนาการในการทำงานคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่

2.2 แนวคิดขององค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

ที่มาของแนวคิดการจัดตั้งองค์การอิสระนั้น ดร.จันทริกา เอี่ยมมยุรา ให้ความเห็นว่า ลักษณะขององค์การอิสระมีความสอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง องค์การอิสระตามกฎหมายฝรั่งเศสที่เรียกว่า Autorite' administrative independent หรือ AAI ซึ่งต้องมีลักษณะความเป็นอิสระ 2 ประการสำคัญคือ

ประการแรก ความเป็นอิสระทางรูปแบบ ประกอบด้วย 4 ลักษณะ คือ

(1) ต้องทำงานในรูปแบบคณะกรรมการ การแต่งตั้งคณะกรรมการจะต้องไม่ผูกติดกับอำนาจทางการเมือง มีการแต่งตั้งโดยยกต่อการแทรกแซงของทางการเมือง

(2) กฎหมายให้หลักประกันสถานภาพในระหว่างปฏิบัติหน้าที่ ได้แก่ การมีวาระดำรงตำแหน่งที่นานพอสมควร และไม่ให้อำนาจตำแหน่งซ้ำ การโยกย้าย ห้ามปลด โดยปราศจากความสมัครใจ คุณสมบัติของกรรมการจะต้องไม่ประกอบกิจการหรือกระทำใดๆ ที่มีผลประโยชน์ทับซ้อนกับการปฏิบัติหน้าที่

(3) ความมีอิสระในด้านงบประมาณ และการบริหารเงินเป็นของตนเอง โดยการจัดตั้ง “กองทุนคุ้มครองผู้บริโภค” มาจากการแบ่งรายได้จากฐานภาษีมูลค่าเงิน และส่วนแบ่งเงินค่าปรับ กรณี ผู้ประกอบธุรกิจกระทำความผิดกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

(4) ความมีอิสระในการปฏิบัติหน้าที่และสร้างการยอมรับจากสังคม สามารถตีพิมพ์เผยแพร่รายงานผลการปฏิบัติงานประจำปีต่อสาธารณชน

ประการที่ 2 ความเป็นอิสระด้านเนื้อหา

องค์การอิสระนี้จะต้องมีอำนาจหน้าที่ตามกฎหมาย ได้แก่ การเสนอความเห็นหรือให้คำแนะนำแก่รัฐบาล โดยเฉพาะ “อำนาจวินิจฉัยตัดสินหรือข้อพิพาทหรือข้อขัดแย้ง” (pouvoir de cision) เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภค ได้ด้วยตนเองในลักษณะองค์การ “กึ่งตุลาการ” และอาจกำหนดอำนาจลงโทษทางอาญาแก่ผู้ฝ่าฝืน ไม่ปฏิบัติตามด้วย หรือสามารถยื่นคำร้องต่อหน่วยงาน วิชาชีพที่เกี่ยวข้อง

3. รูปแบบและกลไกขององค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ทางผู้วิจัยได้ทบทวนองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคจากต่างประเทศและในประเทศ เพื่อศึกษาใน 4 ประเด็น โครงสร้างองค์การ บทบาทหน้าที่ สถานภาพทางกฎหมาย และงบประมาณ ทั้งนี้เพื่อนำไปเป็นตัวแปรต้นในการเปรียบเทียบกับสภาพความเป็นจริงในการทำงานคุ้มครองผู้บริโภคขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป้าหมาย

3.1 องค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในต่างประเทศ

ส่วนนี้จะกล่าวถึงองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคของต่างประเทศ ซึ่งมีกลไกการทำงานที่ชัดเจน ผู้วิจัยเลือกศึกษาได้แก่ สหราชอาณาจักร (อังกฤษ) และญี่ปุ่น ตลอดจนองค์การเอกชนด้านคุ้มครองผู้บริโภคในต่างประเทศที่มีลักษณะกลไกการทำงานเป็นแบบอิสระ (วิทยากุลสมบูรณ์และคณะ, 2547) เป็นแนวคิดพื้นฐานสำหรับการจัดรูปองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่อไป

3.1.1 องค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในสหราชอาณาจักร

ในประเทศอังกฤษ หน่วยงานราชการที่จัดทำนโยบายคุ้มครองผู้บริโภคในภาพรวมมีอยู่ 2 หน่วยงาน ได้แก่ กระทรวงการค้าและอุตสาหกรรม และสำนักงานการค้าที่เป็นธรรม (Office of Fair Trading: OFT)

3.1.1.1 สำนักงานการค้าที่เป็นธรรม (OFT)

เป้าหมายขององค์กรนี้ คือ ทำให้ตลาดมีการแข่งขันที่เป็นธรรม เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภค โดยบทบาทหลักขององค์กรประกอบไปด้วย 4 ด้าน ได้แก่

- (1) การบังคับใช้กฎหมายว่าด้วยการแข่งขันที่เป็นธรรมและกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค
- (2) วิเคราะห์และให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลกระทบของกฎหมายงานศึกษาวิจัยสถานะตลาด
- (3) ดำเนินงานร่วมกับผู้บริโภค ผู้ประกอบการธุรกิจ องค์กรภาครัฐ
- (4) งานประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลด้านคุ้มครองผู้บริโภค

โครงสร้างองค์กร

องค์ประกอบของคณะกรรมการการค้าที่เป็นธรรม ประกอบด้วยประธานกรรมการและกรรมการอื่นอีก 6 ท่าน ซึ่งได้รับแต่งตั้งจากปลัดกระทรวงกระทรวงการค้าและอุตสาหกรรม โดยมีวาระการดำรงตำแหน่งไม่เกิน 5 ปี และอาจได้รับการแต่งตั้งใหม่ได้ ส่วนอำนาจหน้าที่ของสำนักงานการค้าที่เป็นธรรมจะเป็นไปตามกฎหมายวิสาหกิจ ค.ศ. 2002

ในเวลาต่อมาได้พัฒนากลไกใหม่ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ได้แก่

(1) กระตุ้นและสร้างความตื่นตัว

โดยจัดทำและเผยแพร่ข้อปฏิบัติด้านผู้บริโภค (Consumer Code) สนับสนุนให้สมาคมด้านธุรกิจการค้า จัดทำแนวปฏิบัติ(Code of Practices)ของผู้ประกอบการ โดยผ่านการหารือจากสำนักงานการค้าที่เป็นธรรม นำไปเผยแพร่แก่ผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกให้ปฏิบัติตามด้วยความสมัครใจ เช่น แนวปฏิบัติเกี่ยวกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์ (Code of Advertising Practice) ซึ่งถูกจัดทำขึ้นโดยกลุ่มธุรกิจสื่อโฆษณา เป็นต้น

(2) เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้ประกอบการ

ช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านคุ้มครองผู้บริโภคจะผ่านทางสื่อรูปแบบต่างๆ เช่น การจัดทำวารสาร

(3) กระบวนการ Super-Complaint

เป็นกระบวนการที่เปิดโอกาสให้กลุ่มองค์กรผู้บริโภคหรือองค์กรที่ดูแลผลประโยชน์ของผู้บริโภคได้ร้องเรียน และมีส่วนสนับสนุนข้อมูลและหลักฐานให้กับสำนักงานการค้ำที่เป็นธรรมผ่านช่องทางที่เรียกว่า Super-complaint โดยหน่วยงานหรือองค์กรผู้บริโภคที่กำหนดในคำสั่งของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการค้ำและอุตสาหกรรม มีสิทธิยื่นคำร้องต่อสำนักงานการค้ำที่เป็นธรรม หรือหน่วยงานที่ได้รับมอบหมายตามกฎหมายให้มีหน้าที่รับเรื่องราวร้องทุกข์ ทั้งนี้เพื่อให้มีการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ที่ไม่ปลอดภัย หรืออาจก่อความเสียหายต่อผู้บริโภค รวมไปถึงการตรวจสอบการบริการที่ไม่มีคุณภาพ ซึ่งอาจก่อให้เกิดผลเสียหายแก่ผู้บริโภค

เดิมสำนักงานการค้ำที่เป็นธรรมจัดตั้งขึ้นตามกฎหมายว่าด้วยการค้ำที่เป็นธรรม ค.ศ. 1973 มีสถานะเป็นหน่วยงานทางปกครอง (Administrative Agency) มีผู้อำนวยการสำนักงานเป็นผู้บังคับบัญชา ต่อมาวันที่ 1 เมษายน ค.ศ. 2003 ได้มีการผลักดันกฎหมายใหม่ยกระดับสถานะของสำนักงานการค้ำที่เป็นธรรมเป็นหน่วยงานอิสระ (Independent organization) เพื่อให้เกิดการดำเนินงานอย่างโปร่งใสมากกว่าเดิม ตำแหน่งผู้อำนวยการถูกยกเลิก โดยให้คณะกรรมการ จำนวน 7 ท่าน ทำหน้าที่บริหารงานแทนมีส่วนช่วยให้สำนักงานการค้ำที่เป็นธรรม ได้กำหนดเป้าหมายและการดำเนินงานที่ชัดเจนขึ้น โดยเฉพาะนโยบายผู้บริโภค (Consumer Policy) ที่มุ่งเน้นประโยชน์ของผู้บริโภคมากกว่าเดิม

งบประมาณ

มาจากเงินงบประมาณของกระทรวงการค้ำและอุตสาหกรรม

3.1.1.2 สภาคู่มือผู้บริโภคแห่งชาติ (National Consumer Council: NCC)

เป็นองค์กรของรัฐที่เป็นอิสระในสังกัดหน่วยงานรัฐคือ กระทรวงการค้ำและอุตสาหกรรม รัฐบาลอังกฤษได้จัดตั้งขึ้นเมื่อปี ค.ศ. 1975

วัตถุประสงค์ขององค์กร เพื่อรักษาประโยชน์ของผู้บริโภค และสะท้อนความต้องการของผู้บริโภคแก่รัฐบาล หน่วยงานของรัฐ และผู้ประกอบการ

โครงสร้างองค์กร

อยู่ในรูปของคณะกรรมการ 11 ท่าน ซึ่งรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการค้ำและอุตสาหกรรมแต่งตั้งให้เป็นผู้เชี่ยวชาญในการกำหนดและพัฒนานโยบายคุ้มครองผู้บริโภค มีหน้าที่รับผิดชอบต่อการดำเนินงานของสภาคู่มือผู้บริโภคแห่งชาติ นอกจากนี้ คณะกรรมการได้แต่งตั้งคณะที่ปรึกษา (Advisory Group) เพื่อทำหน้าที่ให้คำแนะนำในการพัฒนา ยุทธศาสตร์และนโยบายผู้บริโภคใหม่ ๆ โดยคณะที่ปรึกษานี้จะถูกคัดเลือกมาจาก ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

องค์กรอิสระของรัฐที่ปราศจากการแทรกแซง หรือถูกครอบงำจาก
อำนาจทางการเมืองธุรกิจ และผลประโยชน์อื่น ไม่ว่าจะเป็้องค์กรจากภาครัฐ หรือภาคธุรกิจ โดย
สิ่งที่เป็นหลักประกันของความอิสระ คือ การจัดแต่งตั้งคณะกรรมการสภาคุ้มครองผู้บริโภค
แห่งชาติ ได้ยึดถือหลักการเจ็ดประการของชีวิตสาธารณะ หรือที่เรียกว่า “หลักโนแลน (Nolan
principles)” ในฐานะที่คณะกรรมการชุดนี้ต้องปฏิบัติภารกิจ เพื่อประโยชน์ต่อสาธารณชน เป็นข้อ
พึงปฏิบัติ หรือจริยธรรม

บทบาทหน้าที่หลัก มี 2 ประการ ดังนี้

- (1) จัดทำรายงานวิจัยประเด็นต่าง ๆ เกี่ยวกับผู้บริโภค**
- (2) พัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายร่วมกับผู้ประกอบการธุรกิจ**

มีการรณรงค์คุ้มครองผู้บริโภค ผู้ประกอบการร่วมกันจัดทำ
ข้อเสนอเพื่อผลักดันเป็นข้อเสนอเชิงนโยบายด้านคุ้มครองผู้บริโภค จะผ่าน 2 ช่องทาง

ช่องทางแรก จัดประชุมระดมความเห็นทางนโยบาย (Policy
Forum) เพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากกลุ่มผู้บริโภค

ช่องทางที่สอง เครือข่ายผู้บริโภค (Consumer Network) ซึ่ง
ประกอบด้วยอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคทั่วประเทศ ทำหน้าที่ตอบแบบสอบถามและช่วยชี้แนะ
ประเด็นใหม่ให้กับสภาคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ส่งผลทำให้งานวิจัยลึกซึ้งและสอดคล้องกับสภาพ
ความเป็นจริง ประเด็นที่น่าสนใจ องค์กรนี้ ซึ่งให้ความสำคัญกับผู้นำเสนอ (Policy makers)
เน้นการผลักดันนโยบายแก่ผู้บริโภคที่มีฐานะยากจนและผู้ด้อยโอกาส โดยนำเสนอและให้
คำแนะนำแก่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการค้าและอุตสาหกรรม

ดังนั้นลักษณะงานของสภาคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ จึงมิใช่
หน่วยงานรับเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภค หรือทำหน้าที่ทดสอบผลิตภัณฑ์ และทำหน้าที่บังคับ
ใช้กฎหมาย แต่ลักษณะงานมีดังนี้

- (1) ศึกษาวิจัยเชิงลึกและงานวิเคราะห์นโยบาย
- (2) นำเสนอแนวความคิด จัดการประชุมรับฟังความคิดเห็นจาก
ผู้บริโภคทุกระดับ
- (3) เผยแพร่เอกสาร รายงานวิจัย และนโยบาย
- (4) รณรงค์และเรียกร้องประเด็นสำคัญให้กับสังคมพลเมือง และ

นักการเมือง

งบประมาณ

แหล่งเงินทุนหลักของสภาคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ซึ่งมาจากเงินงบประมาณของกระทรวงการค้าและอุตสาหกรรม

3.1.2 องค์การอิสระผู้บริโภคในประเทศญี่ปุ่น

การปฏิรูประบบบริหารราชการแผ่นดิน โดยเฉพาะองค์กรของรัฐ ส่งผลให้ยุบรวมหน่วยงานรัฐบาลเดิมกว่า 89 แห่ง จนเกิดเป็นองค์กรอิสระของรัฐทั้งสิ้น 59 องค์กร ตั้งแต่สมัยรัฐบาลอดีตนายกรัฐมนตรีฮาชิโมโตะ (ค.ศ. 1997 – 1998) และมีผลอย่างเป็นทางการเมื่อปี ค.ศ. 2001 เกิดองค์กรของรัฐที่เป็นอิสระ (Independent Administrative Institutes: IAIs) ซึ่งเป็นองค์กรในรูปแบบใหม่ของญี่ปุ่นและมีฐานะเป็นนิติบุคคล โดยองค์กรที่ถูกจัดตั้งขึ้น มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ความคล่องตัว และความโปร่งใส (Transparency) ในการปฏิบัติงานที่มุ่งเน้นถึงการจัดทำนโยบาย ทั้งนี้เป็นไปตามกฎหมายกลาง

ประเทศญี่ปุ่นได้รับแนวคิดการจัดรูปองค์กรของรัฐที่เป็นอิสระ (IAIs) บางอย่างมาจากการจัดองค์กรอิสระของประเทศสหราชอาณาจักรหรืออังกฤษ ลักษณะเด่นขององค์กรของรัฐที่เป็นอิสระ คือ อำนาจในการบริหารงานที่เป็นอิสระ โดยได้รับการประเมินผลงานประจำปีจากหน่วยงานภายนอกที่เรียกว่า IAI Evaluation Committee ซึ่งมีใช้หน่วยงานรัฐบาล ยังมีจุดเด่นที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ การแบ่งแยกอำนาจหน้าที่ไว้อย่างชัดเจน ระหว่างองค์กรที่รับผิดชอบเรื่องการวางแผนงานและองค์กรที่รับผิดชอบในการบังคับใช้กฎหมายองค์กรอิสระด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ตัวอย่างองค์กรอิสระด้านคุ้มครองผู้บริโภคที่สำคัญของประเทศญี่ปุ่น คือ

1) ศูนย์กิจการผู้บริโภคแห่งชาติ (National Consumer Affairs Center of Japan: NCAC)

เป็นองค์กรอิสระด้านคุ้มครองผู้บริโภค อ่านออกเสียงภาษาญี่ปุ่นว่า **Kokusen** เดิมชื่อ Japan Consumer Information Center (JCIC) ถูกจัดตั้งเมื่อเดือนตุลาคม ค.ศ. 1970 ต่อมาได้ถูกเปลี่ยนสถานภาพองค์กรของรัฐที่เป็นอิสระตั้งแต่เดือนตุลาคม ค.ศ. 2003 เป็นต้นมาตามกฎหมายองค์กรของรัฐที่เป็นอิสระ (Law No. 123, 2002)

โครงสร้างองค์กร

กรรมการบริหารองค์กรอิสระจำนวน 6 ท่าน และพนักงานประมาณ 120 คน แบ่งโครงสร้างองค์กรประกอบด้วย 7 แผนก ได้แก่

- (1) แผนกนโยบายและกิจการทั่วไป (General Affairs and Policy Department)
- (2) แผนกบัญชีและงบประมาณ (Accounts and Budget Department)

(3) แผนกประชาสัมพันธ์และเครือข่ายผู้บริโภค (Public Relations and Consumer Network Department)

(4) แผนกวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสาร (Information Analysis Department)

(5) แผนกให้คำปรึกษาผู้บริโภคและวิจัย (Public Relations and Consumer Network Department)

(6) แผนกทดสอบผลิตภัณฑ์ (Products Testing Department)

(7) แผนกเผยแพร่ความรู้และฝึกอบรม (Education and Training Department)

นอกจากนี้ยังมีศูนย์ผู้บริโภคที่เป็นเครือข่ายประสานงานระหว่างกันอยู่มากกว่า 490 แห่ง ทั่วประเทศ ทำหน้าที่แสดงความคิดเห็นเสนอต่อ Kokusen หรือร้องเรียนในกรณี que ผู้บริโภคได้รับความเสียหายจากการบริโภคสินค้าและบริการ ในลักษณะ Super-complaint โดย Kokusen จะช่วยส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรผู้บริโภคเหล่านั้น

บทบาทหน้าที่ ได้แก่

(1) รวบรวมข้อมูลและให้คำปรึกษาแก่ผู้บริโภค การรับเรื่องร้องเรียนและการแก้ไข หรือบรรเทาทุกข์ให้กับผู้เสียหายรายบุคคล

(2) เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ได้จากผู้บริโภค ผ่านสื่อในรูปแบบต่าง ๆ

(3) สำรวจความคิดเห็นและศึกษาวิจัย

(4) เป็นแหล่งข้อมูลความรู้

(5) ฝึกอบรมด้านคุ้มครองผู้บริโภค

(6) ทดสอบผลิตภัณฑ์

(7) ประสานงานต่างประเทศ

ศูนย์กิจการผู้บริโภคแห่งชาติ (NCAC) หรือ Kokusen มีบทบาทต่อการกำหนดนโยบาย (Policy Formulation) และแผนงานระดับชาติ ที่เหมาะสมกับสภาพความเป็นจริงในสังคมของญี่ปุ่น ซึ่งจะส่งผลทำให้การแก้ไขในระยะยาว หรือระงับปัญหาที่อาจจะเกิดการละเมิดสิทธิผู้บริโภคได้ในอนาคต

งบประมาณ

ได้รับเงินงบประมาณสนับสนุนจากรัฐบาลและรายได้จากการจัดกิจกรรม

3.2 องค์กรผู้บริโภคเอกชนในต่างประเทศ ที่มีรูปแบบการทำงานในลักษณะองค์กรอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

ผู้วิจัยได้ทบทวนลักษณะกลไกการทำงานขององค์กรผู้บริโภคเอกชนที่มีลักษณะที่น่าสนใจ ตลอดจนมีความชัดเจนของบทบาทหน้าที่ เพื่อนำมาเป็นต้นแบบของการสังเคราะห์เป็นบทบาทขององค์กรอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ ได้แก่

3.2.1 Customer Focus

เป็นองค์กรอิสระโดยชอบด้วยกฎหมายจัดตั้งขึ้นในปี ค.ศ.2008 โดยกลุ่มผู้บริโภค ตัวแทนเจ้าหน้าที่และกลุ่มผู้เสียหายจากสินค้าและบริการ (Redress Act 2007) เป็นการรวมกันขององค์กรที่มีชื่อเสียงด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศอังกฤษ ได้แก่ The national Consumer Council (NCC) ร่วมกับเวสต์ สก็อตแลนด์ และ ไอร์แลนด์เหนือ

โครงสร้างองค์กร

ไม่ระบุชัดเจน

บทบาทหน้าที่

- (1) การเฝ้าระวังด้านพลังงานสินค้าและบริการ เพื่อให้เกิดการซื้อขายที่ยุติธรรม
- (2) การผลักดันนโยบายสาธารณะด้านคุ้มครองผู้บริโภค ผ่านการรับฟังความคิดเห็นและมีผู้เชี่ยวชาญรวมตัวกันเพื่อตัดสินใจพิจารณาเกี่ยวกับข้อเรียกร้องของผู้บริโภคโดยวิเคราะห์ตามหลักวิชาการในทั้งสองด้าน คือด้านธุรกิจและการบริการสาธารณะ
- (3) การให้ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้บริโภคตลอดจนผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- (4) การวิจัยในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับงานคุ้มครองผู้บริโภค จะศึกษาวิจัยในเรื่องประสิทธิภาพของผู้บริโภคในกิจการ เพื่อที่จะบ่งชี้ถึงหน้าที่ของความต้องการ
- (5) การให้ความช่วยเหลือแก่ผู้บริโภคที่ไม่ได้รับความปลอดภัยด้านพลังงานสินค้าหรือบริการ

งบประมาณ

การดำเนินการจากคณะทำงานของรัฐบาลสก็อตแลนด์

3.2.2 สมาคมผู้บริโภคของเนเธอร์แลนด์ (Consumentenbond the Dutch consumer Oorganisation)

ก่อตั้งเมื่อวันที่ 14 มกราคม พ.ศ. 2496 (ค.ศ. 1953) ขณะก่อตั้งมีสมาชิกเพียง 141 คน มีการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ขององค์กรในปี พ.ศ. 2505 เมื่อถูกบริษัทบุหรีฟ้องร้อง กรณีเผยแพร่งานวิจัยที่มีผลกระทบต่อบริษัทบุหรี จนได้รับความเห็นใจจากประชาชนและทำให้มีการยอมรับและสนับสนุน CTB มากขึ้น

เป็นองค์กรที่มีสมาชิกประมาณ 600,000 คน (ร้อยละ 10 ของประชากรของประเทศ) ในหลายลักษณะ ประกอบด้วย สมาชิกวารสารแนะนำด้านการเงิน (Money guide) 75,000 คน สมาชิกวารสารการเดินทาง (Travel guide) 36,000 คน สมาชิกวารสารด้านสุขภาพ (Health Magazine) 43,000 คน และสมาชิกวารสารด้านดิจิทัล (Digital Magazine) 43,000 คน

โครงสร้างองค์กร

มีเจ้าหน้าที่ รวม 270 คน โดยมีเจ้าหน้าที่ประจำ รวม 200 คน

บทบาทหน้าที่

พันธกิจสำคัญขององค์กร คือ ต้องการเสริมสร้างให้ผู้บริโภคมีความสะดวกและมีประสิทธิภาพมากขึ้นในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ และการซื้อผลิตภัณฑ์ในสังคม โดยจะต้องสร้างเกิดความเป็นธรรม ทั้งนี้การได้รับความเป็นธรรมดังกล่าวจะต้องเป็นไปอย่างต่อเนื่องยั่งยืน

ลักษณะเด่นขององค์กร CTB

- (1) เป็นอิสระไม่อยู่ภายใต้อิทธิพลทางการเมืองและไม่อยู่ภายใต้อิทธิพลทางการเงินของธุรกิจใด
- (2) มีความซื่อตรงและซื่อสัตย์ต่อผู้บริโภคในการให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภค
- (3) มีความเป็นวิชาชีพ (Professionalism) มีผลงานวิจัยที่บอกถึงการเลือกซื้อเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่น่าเชื่อถือ
- (4) มีจุดมุ่งหมายชัดเจนที่จะทำ ประโยชน์เพื่อความต้องการของผู้บริโภค
- (5) มีความเป็นกลาง (Factual) แต่จะรักษาจุดยืนการทำงานเพื่อผู้บริโภค

ภารกิจความรับผิดชอบที่สำคัญ

- (1) การให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภค โดยผ่านทางวารสารและหนังสือ
- (2) การให้บริการด้านกฎหมายแก่ผู้บริโภคเป็นรายบุคคล
- (3) การศึกษาวิจัยโดยเฉพาะการทดสอบผลิตภัณฑ์ (product testing)
- (4) กิจกรรมระดับสากล ให้การส่งเสริมและสนับสนุนงานระดับสากล
- (5) การรณรงค์โดยเน้นหลักการทำให้เกิดกลไกกฎหมายในระดับประเทศ

CTB สนับสนุนสิทธิผู้บริโภค โดยเป็นตัวแทนผู้บริโภคต่อการพิทักษ์สิทธิ
ดังกล่าว ประกอบด้วย

- (1) การเข้าถึง (Access)
- (2) การมีโอกาเลือก (Choice)
- (3) การให้ข้อมูลที่ถูกต้อง (Information)

- (4) การให้การศึกษา (Education)
- (5) ผลิตภัณฑ์ปลอดภัย (Safe products)
- (6) การชดเชยเมื่อเสียหาย (Redress)
- (7) การเป็นตัวแทนผู้บริโภค (Representation)
- (8) ความยั่งยืน (Sustainability)

งบประมาณ

รายได้จากการจำหน่ายสินค้าและบริการ

3.2.3 องค์การคุ้มครองผู้บริโภคประเทศกรีก (Ke.p.ka)

ตั้งขึ้นในปี ค.ศ.1982 เป็นองค์กรเอกชนที่ดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศกรีก ทำหน้าที่หลักในการคุ้มครองผู้บริโภคไม่ขึ้นตรงกับรัฐบาล เป็นองค์กรที่ปกป้องสิทธิผู้บริโภคทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับประเทศและระหว่างประเทศโดยเป็นสมาชิกขององค์กรผู้บริโภคระหว่างประเทศ เช่น The Consumer International(CI) , The Bureau Europeain des Unions de Consmateurs (BEUC) ,The Balkan Consumer Center!และ Federation of Greek Consumers Association (Fe.Gre.CO)

โครงสร้างองค์กร

ไม่ระบุ

บทบาทหน้าที่ มีจุดมุ่งหมายในการทำงานด้านการคุ้มครองดูแลสุขภาพและสิ่งแวดล้อมเพื่อสิทธิผู้บริโภคเป็นหลัก โดยมีจุดมุ่งเน้น คือ

- (1) ปกป้องสิทธิผู้บริโภค
- (2) ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการต่อผู้บริโภค ในเรื่องที่ผู้บริโภคให้ความสนใจทั้งในแง่ของเศรษฐกิจ ด้านสุขภาพและอาหาร และเรื่องอื่นๆ ที่เกี่ยวกับผู้บริโภค
- (3) ปกป้องสิ่งแวดล้อมและพัฒนานโยบายสำหรับผู้บริโภค เพื่อปรับปรุงคุณภาพชีวิตของผู้บริโภค

ให้การสนับสนุนสื่อต่างๆ เพื่อให้ความรู้แก่ผู้บริโภค รวมไปถึงการให้คำปรึกษา แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับการบริโภค นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินคดีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคสู่สาธารณะและอธิบายเกี่ยวกับความสัมพันธ์ในปัญหาจากการบริโภค การนำเสนอข้อมูลผ่านนิตยสาร “consumer step”

บทบาทขององค์กร

- (1) ให้ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ผู้บริโภคและสนองความพอใจของผู้บริโภคด้านต่างๆ
 - (2) จัดประชุมเชิงปฏิบัติการนำเสนอเหตุการณ์จริง (work shop) และการสัมมนาของผู้เชี่ยวชาญเข้าร่วมด้วยเพื่อช่วยแก้ไขปัญหาให้ผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง
 - (3) เป็นตัวแทนผู้บริโภคทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ
 - (4) รับเรื่องร้องทุกข์และสอบถามข้อมูลรายละเอียดการบริโภค
 - (5) นำเสนอเกี่ยวกับสินค้าและราคา
 - (6) การรณรงค์ต่างๆ เพื่อการบริโภคต่างๆ ที่ถูกต้องแก่ประชาชน
- งบประมาณ**

จากรัฐบาลกรีก และจากการรับบริจาค

3.2.4 องค์กรคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคประเทศอาร์เมเนีย (PCR: Protection of Consumers' Rights)

องค์กรพัฒนาเอกชนที่ทำหน้าที่คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ซึ่งดำเนินการในประเทศอาร์มีเนีย เกิดขึ้นตั้งแต่มกราคม 1997 และมีเป้าหมายเพื่อทำให้ผู้บริโภคได้รับความปลอดภัยจากการบริโภคสินค้าและได้รับการชดเชยความเสียหายเมื่อมีการละเมิดสิทธิ

โครงสร้างองค์กร

ทีมงานทั้งหมด 14 คน จาก 4 ฝ่าย

บทบาทขององค์กร PCR

(1) การสนับสนุน ผลักดัน และรณรงค์

เน้นการผลักดันการปรับปรุงกฎหมายเกี่ยวกับผู้บริโภค เช่น กฎหมายเกี่ยวกับอาหารปลอดภัย พัฒนาคำสั่งฉบับร่างเกี่ยวกับวิธีการในการจัดการอาหารที่มีคุณภาพต่ำหรือหมดอายุ กฎหมายเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภค

(2) ทำให้ผู้บริโภคมีความตระหนักมากขึ้น

เผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคในประเทศอาร์มีเนีย ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์เป็นคำแนะนำสำหรับผู้บริโภค ข้อเสนอแนะ คำชี้แจงเกี่ยวกับกฎหมายสิทธิผู้บริโภค ใบปลิวเกี่ยวกับสิทธิขั้นพื้นฐานผู้บริโภค ฉลากอาหาร เป็นต้น

(3) เป็นที่ปรึกษาและให้คำแนะนำแก่ผู้บริโภค

จัดบริการให้คำปรึกษาฟรีแก่ประชาชนผ่านสายด่วน และศูนย์ให้คำปรึกษา มีผู้บริโภคประมาณ 700 สายต่อปี ศูนย์เพื่อผู้บริโภคจะมีห้องสมุดภายในจะมีหนังสือมากมายที่เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคและการปฏิบัติที่เป็นสากลของการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค

(4) ศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

จะการศึกษาวิจัยเชิงลึกเกี่ยวกับสิ่งที่ผู้บริโภคไม่พอใจหรือเป็นกังวลเกี่ยวกับการบริการขั้นพื้นฐานจากโครงการต่างๆ เพื่อที่จะทำให้ผู้บริโภคได้รับความเป็นธรรมของการบริการและสินค้าที่คุณภาพในตลาดของประเทศอาร์มีเนีย ผลการศึกษาวิจัยจะนำมาใช้ในการดำเนินงานขององค์กรและเผยแพร่แก่ประชาชนทั่วไป

(5) การฝึกอบรม และสัมมนา

การฝึกอบรมด้วยวิธีการบรรยาย การสัมมนาและการบริการให้คำปรึกษาเพื่อเพิ่มความตระหนักเกี่ยวกับคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายต่างๆ เช่น นักหนังสือพิมพ์ กลุ่มเครือข่ายองค์กรผู้บริโภค ผู้บริโภคทั่วไป เป็นต้น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับเรื่องปัญหาต่างๆ เกี่ยวกับอาหารปลอดภัย การออกกฎหมายที่สัมพันธ์กับอาหารปลอดภัย และ กฎหมายเบื้องต้นที่ผู้บริโภคควรทราบ

งบประมาณ

ที่มาทรัพย์สินขององค์กรได้มาจาก

- (1) การเข้าร่วมเป็นสมาชิกและค่าธรรมเนียมการเป็นสมาชิกประจำปี ทรัพย์สินและ เงิน ลงทุน
- (2) การกู้ยืมจากธนาคาร
- (3) เงินการกุศลและเงินบริจาคจากประชาชนและองค์กรต่างๆ
- (4) รายได้จากบริษัทที่ก่อตั้งองค์กร
- (5) จากแหล่งอื่นๆ ที่ไม่ได้มีกฎหมายห้ามไว้

3.2.5 องค์กรอิสระ เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคของอังกฤษ (UK Consumer Association: WHICH)

เป็นองค์กรอิสระที่มีบทบาทสำคัญ และเป็นองค์กรขนาดใหญ่ของประเทศอังกฤษ เดิมองค์กรนี้ คือ สมาคมผู้บริโภค หรือ Consumer's Association ซึ่งก่อตั้งในปี ค.ศ. 1957 องค์กรนี้จดทะเบียนเป็นองค์กรการกุศล ทำหน้าที่ตอบสนองข้อร้องของผู้บริโภคและให้บริการแก่สมาชิกขององค์กรเป็นหนึ่งในสมาชิก BEUC หรือ สหพันธ์องค์กรผู้บริโภคแห่งยุโรป (Bureau

European Des Unions de Consummateurs) และเป็นสมาชิกสหพันธ์องค์กรผู้บริโภคสากล (Consumers International)

โครงสร้างองค์กร

ปัจจุบันมีเจ้าหน้าที่ทำงานประมาณ 500 คนโดยทำงานในกรุง London Hertford และ Edinburgh โดยมีสมาชิกขององค์กรประมาณ 650,000 คน

บทบาทหน้าที่

(1) การให้บริการด้านกฎหมาย

ให้คำปรึกษาด้านกฎหมายจากสมาชิกและผู้บริโภคทั่วไปที่ไม่เป็นสมาชิกโดยเก็บเงินค่าให้ปรึกษาผ่านทางโทรศัพท์ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์และทางจดหมาย

(2) การผลักดันกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค เช่น สัญญาที่ไม่เป็นธรรม กฎหมายความปลอดภัยของผู้บริโภค กฎหมายว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า กฎหมายส่งเสริมการให้บริการและสินค้า

(3) การรณรงค์ด้านคุ้มครองผู้บริโภค เช่น การทบทวนการให้บริการ ทันตกรรมในสก๊อตแลนด์ การแสดงฉลากของอาหารตัดแต่งพันธุกรรม การเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย มีคุณค่า มีคุณภาพ สามารถจะซื้อหาได้ไม่แพงเกินไปส่งผลดีต่อสุขภาพ การรณรงค์ให้ผู้ป่วยสามารถได้รับข้อมูล และเข้าถึงการบริการสุขภาพที่มีคุณภาพมาตรฐานสูง การเข้าถึงยาที่มีคุณภาพ และปลอดภัย

งบประมาณ

รายได้จากการขายสินค้าและบริการ โดยรายได้หลักได้จากการขายหนังสือ มีรายรับขององค์กรประมาณ 56 ล้านปอนด์ต่อปี (หรือ 3,920 ล้านบาทต่อปี) มีลักษณะเป็นองค์กรอิสระโดยสมบูรณ์ไม่มีความเกี่ยวข้องกับรัฐบาลทำงานในนามของผู้บริโภค

ตารางที่ 2.1 ประเด็นเปรียบเทียบโครงสร้าง บทบาทหน้าที่ สถานภาพทางกฎหมายและงบประมาณขององค์กรต่างๆ

ประเด็นเปรียบเทียบ	สมาคมผู้บริโภคเนเธอร์แลนด์ Consumentenbond the Dutch consumer organization (CTB)	องค์กรคุ้มครองผู้บริโภค ประเทศกรีซ (Ke.p.ka)	องค์กรคุ้มครองผู้บริโภค อาร์มีเนีย (Protection of Consumers Right: PCR)	สมาคมผู้บริโภค แห่งสหราชอาณาจักร (UK Consumer Association :WHICH ?)	ร่าง พ.ร.บ.องค์การอิสระ สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา	ร่าง พ.ร.บ.องค์การอิสระฯ ฉบับประชาชน
โครงสร้าง	เจ้าหน้าที่รวม 270 คน เจ้าหน้าที่ประจำ 200 คน มีสมาชิกวารสารระดับครัวเรือนกว่า 600,000 ครัวเรือน	มีประธานและเลขานุการ คณะกรรมการบริหาร 9 คน ได้รับการเลือกตั้งทุก 2 ปี ซึ่งทั้งหมดเป็นอาสาสมัคร	ทีมงาน 14 คน ประกอบด้วย ประธานบริหาร จำนวน 1 คน แบ่งเป็น 4 ฝ่ายคือ 1. ฝ่ายตรวจสอบอาหาร 2. ที่ปรึกษาด้านกฎหมาย 3. ฝ่ายประเมินผลและติดตาม 4. ฝ่ายติดตามออร์แกนไนซ์ และคุณภาพการให้บริการ - มีผู้ประสานงานโครงการเป็นผู้ช่วย - มีสำนักงานเลขานุการด้านการเงิน - มีกลไก ชื่อ สมัชชาทั่วไป (General Assembly) - มีสมาชิก 100 คน จากกรณีเลือกตั้งที่ตัดสินใจเรื่องแนวทางดำเนินงานและประเด็นสำคัญ ต้องเรียกประชุมอย่างน้อย 1 ครั้ง/2 ปี	จะมีสภาผู้บริโภค (Council member) ประธานสภาเป็นผู้บริหารและมีสมาชิก 18 คน โดย 6 คนเป็นสมาชิกสมทบจากการเลือกตั้ง คณะกรรมาธิการที่ปรึกษาองค์การทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษา - กรรมาธิการตรวจสอบ - กรรมาธิการการลงโทษ - กรรมาธิการด้านการให้บริการ นอกจากนี้มีคณะทำงานเป็นเจ้าหน้าที่กว่า 500 คน	- ผู้อำนวยการเป็นผู้บริหารสูงสุดของสำนักงาน ทำหน้าที่เป็นเลขานุการ - กรรมการถูกคัดเลือกจากผู้แทนองค์กรผู้บริโภคที่ทำงานต่อเนื่องอย่างน้อย 2 ปี ดำรงตำแหน่งคราวละ 4 ปี ไม่เกิน 2 วาระ - กรรมการมี 15 คน ประกอบด้วย จากการศึกษาเอง 7 คน และจากผู้แทนผู้บริโภคที่คัดเลือกอีก 8 คน - ระยะแรกการจัดตั้ง ให้คอบ. เข้ามีส่วนร่วมในการจัดตั้งและนำเสนอต่อ ครม. เพื่อขอรับเงินสนับสนุนดำเนินการ	- สำนักงานคณะกรรมการองค์กรอิสระผู้บริโภค - มีเลขาธิการเป็นหัวหน้าสำนักงาน - พนักงานและลูกจ้างในสำนักงาน - กรรมการถูกคัดเลือกจากผู้แทนองค์กรผู้บริโภคที่ทำงานต่อเนื่องอย่างน้อย 2 ปี ดำรงตำแหน่งคราวละ 4 ปี ไม่เกิน 2 วาระ - กรรมการมี 2 ประเภทคือ กรรมการปฏิบัติงานเป็นเวลา และ คณะกรรมการจากการสรรหา คัดเลือก - 15 คน และเลือกเป็นประธาน 1 คน คำนึงถึงสัดส่วนชายหญิง เป็นกรรมการจากตัวแทนองค์กรผู้บริโภคไม่น้อยกว่า 7 คน

ตาราง 2.1 (ต่อ)

ประเด็นเปรียบเทียบ	สมาคมผู้บริโภคเนเธอร์แลนด์ Consumentenbond the Dutch consumer organization (CTB)	องค์กรคุ้มครองผู้บริโภค ประเทศกรีซ (Kc.p.ka)	องค์กรคุ้มครองผู้บริโภค อาร์มีเนีย (Protection of Consumers Right: PCR)	สมาคมผู้บริโภคสหราชอาณาจักร (UK Consumer Association :WHICH ?)	ร่าง พ.ร.บ.องค์การอิสระ สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา	ร่าง พ.ร.บ.องค์การอิสระฯ ฉบับประชาชน
บทบาทหน้าที่	<ol style="list-style-type: none"> ให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภค โดยผ่านวารสารและหนังสือ การให้บริการด้านกฎหมายแก่ผู้บริโภคเป็นรายบุคคล การศึกษาวินัย โดยเฉพาะการทดสอบผลิตภัณฑ์ การสนับสนุนและส่งเสริมงานระดับสากล การรณรงค์ให้เกิดกลไกกฎหมายในระดับประเทศ 	<ol style="list-style-type: none"> ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ผู้บริโภค การประชุมเชิงปฏิบัติการและสัมมนาของผู้เชี่ยวชาญเพื่อร่วมกันผลักดันนโยบายพัฒนาคุณภาพชีวิต รวบรวมร้องทุกข์และการให้คำปรึกษาแก่ผู้บริโภค นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ เป็นตัวแทนผู้บริโภคทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ การรณรงค์เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค 	<ol style="list-style-type: none"> สนับสนุนผลิตภัณฑ์สมัครใจ เช่น การผลักดันกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค อาหารปลอดภัย การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้บริโภค ผ่านสื่อเพื่อรณรงค์เรื่องสิทธิผู้บริโภค เป็นที่ปรึกษาและคำแนะนำแก่ผู้บริโภค ผ่านสายด่วนสินค้าและบริการ ศึกษาวินัยที่เกี่ยวข้องกับคุ้มครองผู้บริโภค การฝึกอบรมด้านสิทธิผู้บริโภค 	<ol style="list-style-type: none"> การให้ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้บริโภคผ่านหนังสือ แมกกาซีนระบบออนไลน์ ให้บริการคำปรึกษาด้านกฎหมาย ซึ่งสามารถเข้าถึงได้หลายช่องทาง การรณรงค์ผลักดันด้านกฎหมายหลายฉบับ การเงินสินเชื่อส่วนบุคคล เทคโนโลยีอาหาร การซื้อสินค้า สัญญาและบริการ ระบบการร้องเรียนแบบ Super Complaint การทดสอบผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการ การจัดทำรายงานผลงานประจำปี (Annual reviews) 	<ol style="list-style-type: none"> กำหนดนโยบาย กำกับดูแลการดำเนินงานขององค์กรให้เป็นไปด้วยดี อนุมัติแผนงานหลัก และแผนดำเนินการและงบประมาณ ออกกฎระเบียบ ข้อบังคับ ข้อกำหนด เกี่ยวกับ <ul style="list-style-type: none"> การบริหารงานทั่วไปขององค์กร กำหนดขึ้นเงินเดือนและผลประโยชน์ การประเมินผลการปฏิบัติงาน 	<ol style="list-style-type: none"> ให้ความเห็นต่อหน่วยงานรัฐในการตราบังคับใช้กฎหมาย ตรวจสอบและรายงานการกระทำหรือละเลยการกระทำอันเป็นการคุ้มครองผู้บริโภค สนับสนุนให้เกิดองค์กรผู้บริโภค ส่งเสริมและประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน จัดประชุมสมัชชาผู้บริโภค 1 ปี/ครั้ง ส่งเสริมการศึกษา วิจัยและเผยแพร่ความรู้ด้านคุ้มครองผู้บริโภค จัดทำรายงานประจำปี สนับสนุนการใช้มาตรการทาง กม. ประเมินผลและรายงานผลปฏิบัติงานประจำปี
สถานภาพทางกฎหมาย	องค์กรที่เป็นอิสระ ไม่อยู่ภายใต้อิทธิพลทางการเมืองและธุรกิจ	องค์กรเอกชนด้านคุ้มครองผู้บริโภค	ทำงานในนามผู้บริโภค	หน่วยงานอิสระจากรัฐ ไม่ใช่ส่วนราชการและรัฐวิสาหกิจ	มีสถานะเป็นนิติบุคคลเป็นหน่วยงานของรัฐ	

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ประเด็นเปรียบเทียบ	สมาคมผู้บริโภคเนเธอร์แลนด์ Consumentenbond the Dutch consumer organization (CTB)	องค์การคุ้มครองผู้บริโภค ประเทศกรีซ (Kc.p.ka)	องค์กรคุ้มครองผู้บริโภค อาร์มีเนีย (Protection of Consumers Right:PCR)	สมาคมผู้บริโภคแห่งสหราชอาณาจักร (UK Consumer Association :WHICH ?)	ร่าง พ.ร.บ.องค์การอิสระ สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา	ร่าง พ.ร.บ.องค์การอิสระฯ ฉบับประชาชน
งบประมาณ	<ul style="list-style-type: none"> - กำหนดข่าวสารสารสิ่งพิมพ์ - ค่ารับคำปรึกษาด้านคุ้มครองผู้บริโภค 	ไม่มี	<ul style="list-style-type: none"> - ค่าสมัครสมาชิกรายปี - ดอกผลจากเงินฝากธนาคาร - การลงทุนร่วมจากประชาชน และจากสินทรัพย์ขององค์กร 	ขายสินค้าและบริการ ขายหนังสือ และวารสาร (ไม่รับโฆษณา)	<ol style="list-style-type: none"> 1. เงินอุดหนุนจากรัฐบาล 2. ดอกผลของเงินหรือรายได้จากทรัพย์สิน 3. รายได้อื่น 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เงินอุดหนุนจากรัฐบาลจัดสรรรายหัวละ 5 บาท/คน 2. เงินจากการบริจาค 3. รายได้อื่น

3.2.6 การบริหารจัดการงานคุ้มครองผู้บริโภคระดับท้องถิ่นในประเทศญี่ปุ่น

ประเทศญี่ปุ่นมีการบริหารราชการแผ่นดินส่วนกลางและส่วนท้องถิ่น มี 47 จังหวัด การปกครองรูปแบบนคร 12 แห่ง เทศบาล 682 แห่ง ตำบลหมู่บ้าน 2,558 แห่ง The Consumer Protection Fundamental Act, 1968 ซึ่งเป็นกฎหมายที่วางรากฐานด้านคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศญี่ปุ่น ได้วางหลักทั่วไปไว้ให้ผู้มีอำนาจหน้าที่ที่จะนำเจตนารมณ์แห่งกฎหมายนี้ไปบังคับใช้ ได้แก่ กระทรวงต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและหน่วยงานท้องถิ่น ทั้งนี้เนื่องจากประเทศญี่ปุ่นมีระบบการบริหารแบบกระจายอำนาจโดยมอบหมายให้ท้องถิ่น ไปจัดการบริหารเองซึ่งการคุ้มครองผู้บริโภค ถือเป็นหน้าที่ของท้องถิ่นตาม The Consumer Protection Fundamental Act, 1968 การบริหารงานภาครัฐของญี่ปุ่นในระดับท้องถิ่นได้แบ่งองค์กรออกเป็นจังหวัดและ องค์กรปกครองตนเองต่างๆ ได้แก่ เมืองและได้แสดงให้เห็นถึงข้อมูลความก้าวหน้า ณ วันที่ 1 เมษายน ค.ศ. 2000 ดังนี้

(1) การแบ่งหน้าที่ในการสร้างงานหรือจัดการเกี่ยวกับองค์กรให้เป็นไปตามกฎหมาย ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับจังหวัดทุกจังหวัดแล้ว สำหรับในระดับองค์กรปกครองตนเองในเมืองเล็กๆ และหมู่บ้านได้ดำเนินการไปแล้วร้อยละ 97.8 (667 แห่งจาก 682 แห่ง) ร้อยละ 77.8 (1,990 แห่งจาก 2,558 แห่ง) และร้อยละ 82.1 (2,669 แห่งจาก 3,252 แห่ง) ตามลำดับ เป็นต้น

(2) การจัดตั้งศูนย์ข้อมูลผู้บริโภคขึ้นตามสัดส่วนของจำนวนพลเมืองในระดับ จังหวัดและองค์กรปกครองตนเองต่าง ๆ และมีจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ ทุกปี รวมทั้งสิ้นขณะนี้ มีจำนวน 431 แห่ง สำหรับหน้าที่ของศูนย์ผู้บริโภค ได้แก่ ให้คำปรึกษา การฝึกอบรมให้ความรู้ และการทดสอบผลิตภัณฑ์

ระบบฐานข้อมูลด้านคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่น (Practical Living Information Online Network System: PIO-NET) เป็นระบบซึ่งศูนย์กิจการผู้บริโภคแห่งชาติญี่ปุ่น (National Consumer Affairs Center of Japan: NCAC) ได้พัฒนาและ เชื่อมโยงกับศูนย์ผู้บริโภคมหานคร จังหวัดต่างๆ ของประเทศญี่ปุ่น เริ่มก่อตั้งขึ้นในปีงบประมาณญี่ปุ่น ค.ศ.1984 วัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาการใช้สินค้า บริการ อุบัติเหตุที่เกิดกับผู้บริโภค การร้องเรียน ขอคำปรึกษาจากผู้บริโภคและ ทั้งนี้ในระยะสั้นเพื่อแก้ปัญหา ส่วนในระยะยาว คือ ใช้วางแผนเพื่อป้องกันปัญหาในอนาคต รวมทั้งกำหนดนโยบายด้านการบริหารกิจการคุ้มครองผู้บริโภค อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคต่างๆ อีกด้วย ระบบข้อมูลจะมีการเชื่อมโยงไปยังศูนย์ผู้บริโภคในจังหวัดต่างๆ ได้รับทราบข้อมูลผ่านทางระบบ online

ข้อมูลในการให้คำปรึกษาจะถูกบันทึกลงในระบบโดยเร็วที่สุด นับหลังจากได้รับข้อมูลจากผู้บริโภค โดยแบ่งคำปรึกษาเป็น 3 ประเภท ได้แก่ คำร้องทุกข์ คำถาม และคำร้องขอ ซึ่งคำร้องทุกข์เท่านั้นที่จะนำไปบันทึกลงในระบบ PIO-NET สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลได้ให้เงินงบประมาณสนับสนุน ค่าจัดพิมพ์และบันทึกข้อมูลแก่ศูนย์ผู้บริโภคเป็นจำนวนเงิน 400 เยน ต่อคำร้องทุกข์ของผู้บริโภค 1 ราย ข้อมูลจะจำกัดเฉพาะเพียงบุคคลที่เกี่ยวข้องและรับผิดชอบต่องานบริหารงานคุ้มครองผู้บริโภคเท่านั้น ดังนั้น บุคคลภายนอกจะไม่สามารถอนุญาตให้เข้าสู่ระบบได้

ข้อมูลจะประกอบด้วยฐานข้อมูล 6 ระบบ ได้แก่ ระบบจัดเก็บข้อมูลการให้คำปรึกษาแก่ผู้บริโภค ระบบจัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับความเสียหาย/บาดเจ็บ/สินค้าอันตราย ระบบจัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับคำพิพากษาหรือคำวินิจฉัยของศาล ระบบจัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการทดสอบผลิตภัณฑ์ ระบบจัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับศูนย์/สถาบันทดสอบผลิตภัณฑ์ ระบบจัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการให้คำปรึกษาของผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านแก่ผู้บริโภค

(3) บุคลากรมีสามประเภท ได้แก่ เจ้าหน้าที่ประจำสำนักงานทั่วไป (ข้าราชการท้องถิ่น) รวม 2,676 คน เจ้าหน้าที่ให้คำปรึกษา (ลูกจ้างที่ผ่านการคัดเลือก มีเวลาการทำงานคร่าวๆ 2 ปี) รวม 2,676 คน และเจ้าหน้าที่ทดสอบผลิตภัณฑ์ (ข้าราชการท้องถิ่น) รวม 202 คน รวมทั้งสิ้น 13,174 คน

(4) งบประมาณจะได้รับการสนับสนุนจาก

(5) ชมรมสหกรณ์เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค

ปัจจุบันมีชมรม 4,821 ชมรมและสหกรณ์ 7,206 สหกรณ์ (มีสมาชิกราว 20 ล้านคน) ประชาชนทุกคนรอบตัวจะเป็นสมาชิกสหกรณ์ สมาชิกสหกรณ์อาจมีอยู่หลายอาชีพ แต่จะมีวัตถุประสงค์ประสงค์ในการคุ้มครองผู้บริโภคด้วย สหกรณ์ที่มีชื่อเสียงมาก คือ สหกรณ์แม่บ้าน มีทั้งสิ้น 450 กลุ่ม รายของสหกรณ์มาจากการเรียกเก็บค่าสมาชิก ขายสินค้า นิตยสาร ค่าโฆษณา และรับบริจาค สหกรณ์แม่บ้านมีหน้าที่ในการตรวจสอบสินค้าทุกอย่างรวมถึงสินค้าอันตรายด้วย สมาชิกสหกรณ์แม่บ้านจะมีอายุมาก หนุ่มสาวไม่ได้เป็นสมาชิกอาจเกิดปัญหาในระยะยาวได้

การควบคุมดูแลชมรมและสหกรณ์จากรัฐ

รัฐบาลและท้องถิ่นสนับสนุนให้มีการจัดตั้งชมรมและสหกรณ์ เดิมไม่ได้มีงบประมาณสนับสนุนแก่ชมรมหรือสหกรณ์ เพียงแต่เป็นการให้ความรู้ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น รวมถึงสนับสนุนให้มีการตรวจสอบสินค้า ปัจจุบันกำลังเสนอให้รัฐบาลจัดสรรเงินช่วยเหลือแก่ชมรมในท้องถิ่น

3.3 องค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทย

แม้ประเทศไทยจะอยู่ระหว่างการผลักดันทางกฎหมายเพื่อจัดตั้งองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคตามรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2550 แต่ที่ผ่านมา องค์การผู้บริโภคในประเทศไทยที่มีรูปแบบการทำงานคล้ายกับเป็นองค์การอิสระ ผู้วิจัยของเสนอ คือ มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค (มพบ.) เพื่อใช้ในการเปรียบเทียบสำหรับการพัฒนารูปแบบองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่อไป

มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค

มูลนิธิเพื่อผู้บริโภคมีการดำเนินงานมาเป็นเวลาสิบกว่าปี เกี่ยวกับปัญหาด้านสุขภาพและคุณภาพชีวิตของคนไทย เริ่มแรกในนามของคณะกรรมการประสานงานองค์กรเอกชนเพื่อการสาธารณสุขมูลฐาน (คปอศ.) เนื่องจากมีปัญหาในเชิงนโยบายที่เกี่ยวกับผู้บริโภคหลายอย่างได้รับการแก้ไข แต่ขณะเดียวกันความสลับซับซ้อนของปัญหาผู้บริโภคก็มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น

โครงสร้างองค์กร

จะบริหารงานโดยคณะกรรมการมูลนิธิจำนวน 15 คน อันมีองค์ประกอบมาจากหลายภาคส่วนเช่น ภาควิชาการ ภาครัฐ องค์กรพัฒนาเอกชน เป็นต้น

บทบาทหน้าที่

(1) หน้าที่พิทักษ์และส่งเสริมการใช้สิทธิของผู้บริโภค มุ่งหวังให้ผู้บริโภคได้มีการใช้สิทธิของตนเองเพิ่มขึ้น และนำมาซึ่งการพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค แก้ไขปัญหาของผู้บริโภคโดยรวมต่อไปเพื่อส่งเสริมให้ผู้บริโภคได้รับการคุ้มครองตามสิทธิอันพึงมีพึงได้ของผู้บริโภค เพื่อส่งเสริมและประสานงานให้ผู้บริโภคและองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคต่างๆ มีส่วนในการคุ้มครองผู้บริโภค

(2) เพื่อส่งเสริมการศึกษาและวิจัยด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และดำเนินการหรือร่วมมือกับองค์กรการกุศลอื่น ๆ เพื่อสาธารณประโยชน์ ในส่วนของกิจกรรมมูลนิธิมี

(3) การรณรงค์เผยแพร่ข้อมูลเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคผ่านสื่อที่หลากหลาย

(4) การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค เครื่องข่ายองค์กรผู้บริโภคผ่านการอบรมประชุม

(5) การให้คำปรึกษาและรับเรื่องราวร้องทุกข์ของผู้บริโภค โดยการจัดตั้งศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค จดหมาย จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ผ่านเว็บไซต์ เป็นต้น

(6) การผลักดันกฎหมายและนโยบายสาธารณะ เช่น การผลักดันร่างพระราชบัญญัติองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ร่างพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้เสียหายจากการรับบริการสาธารณสุข นโยบายการเข้าถึงยา เป็นต้น

(7) การทดสอบผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการ

(8) การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ทางมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค จะออกวารสารฉลาดซื้อ รายการกระจายคลื่นตัว ทางโทรทัศน์ Thai PBS เป็นต้น

งบประมาณ

ได้รับงบประมาณจากการบริจาค และพยายามพึ่งตนเองด้วยการจำหน่ายวารสารฉลาดซื้อ หนังสือ และสินค้าของมูลนิธิ ซึ่งในประเด็นของวารสารฉลาดซื้อนั้นมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค ได้ตัดรายได้จากการโฆษณาของผู้ประกอบการสินค้ากลายเป็นวารสารฉลาดซื้อที่ไม่มีการโฆษณา เป็นต้น

4. ปัจจัยที่มีผลต่อการทำงานคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

แม้องค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคตามรัฐธรรมนูญจะยังไม่จัดตั้งขึ้นสำเร็จ แนวคิดการจัดตั้งองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ก็มีความเป็นไปได้ด้วยปัจจัยที่เกื้อหนุนดังนี้

4.1 การถ่ายโอนภารกิจงานคุ้มครองผู้บริโภคจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.)

คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักนายกรัฐมนตรี ได้มีมติเห็นชอบมอบภารกิจคุ้มครองผู้บริโภคให้เทศบาลและองค์การบริหารส่วนตำบล ตามแผนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2551 และแผนปฏิบัติการกำหนดขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (ฉบับที่ 2) กำหนดให้ดำเนินการถ่ายโอนภารกิจคุ้มครองผู้บริโภคให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ประกอบกับคำสั่งคุ้มครองผู้บริโภค ที่ 3/2552 ลงวันที่ 20 เมษายน 2552 ได้แต่งตั้งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำเทศบาล และคำสั่งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ที่ 4/2552 ลงวันที่ 20 เมษายน 2552 ได้แต่งตั้งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำองค์การบริหารส่วนตำบล

โครงสร้างของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำองค์การบริหารส่วนตำบล ประกอบด้วย

- | | |
|--|------------------|
| (1) นายกองการบริหารส่วนตำบล | ประธานอนุกรรมการ |
| (2) หัวหน้าส่วนราชการ 1 คน
ที่นายกองการบริหารส่วนตำบลแต่งตั้ง | อนุกรรมการ |
| (3) กำนันท้องถิ่น | อนุกรรมการ |

- (4) ผู้แทนจากภาคประชาชน 3 คน อนุกรรมการ
 ที่นายกองค้การบริหารส่วนตำบลแต่งตั้ง
 (โดยให้เลือกจากผู้ที่มีความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
 อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน(อสม.) หรือผู้แทน
 ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน)
- (5) ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบล อนุกรรมการและ
 เลขานุการ
- (6) นิติกรหรือพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบล 1 คน อนุกรรมการและ
 ที่นายกองค้การบริหารส่วนตำบลแต่งตั้ง ผู้ช่วยเลขานุการ

อนุกรรมการตามข้อ 4 ให้อยู่ในตำแหน่งคราวละ 2 ปี หากพ้นจากตำแหน่ง
 ก่อนวาระ อาจแต่งตั้งผู้อื่นเป็นอนุกรรมการแทนได้ และให้อยู่ในตำแหน่งเท่ากับวาระที่เหลืออยู่ของ
 อนุกรรมการซึ่งตนแทน

ให้คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำองค์รปกครองส่วนท้องถิ่นมีอำนาจ
 และหน้าที่ ดังต่อไปนี้

(1) รับและพิจารณาเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคในเขตพื้นที่ ที่ได้รับความ
 เดือดร้อนหรือเสียหายอันเนื่องมาจากการกระทำของผู้ประกอบธุรกิจ ในเรื่องเกี่ยวกับการถูกเอารัด
 เอาเปรียบหรือไม่ได้รับความเป็นธรรมในการซื้อสินค้า เครื่องอุปโภคบริโภค หรือบริการที่มีการ
 ซื้อขายกันในท้องตลาด

(2) เจรจาไกล่เกลี่ยปัญหาข้อพิพาทเพื่อหาข้อยุติในเบื้องต้น หากคู่กรณีไม่สามารถ
 ตกลงกันได้ ให้สอบสวนหาข้อเท็จจริงและรวบรวมพยานหลักฐานเพื่อเสนอเรื่องต่อคณะ
 อนุกรรมการไกล่เกลี่ยเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคประจำจังหวัดพิจารณาคำเนินการ

(3) ติดตามและสอดส่องพฤติการณ์ของผู้ประกอบธุรกิจ ซึ่งกระทำการใดๆ อันมี
 ลักษณะเป็นการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคและอาจจัดให้มีการทดสอบหรือพิสูจน์สินค้าหรือบริการ
 ใดๆตามที่เห็นสมควรและจำเป็น เพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค

(4) สั่งให้บุคคลหนึ่งบุคคลใดส่งเอกสารหรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่มีผู้ร้องทุกข์
 หรือเรื่องอื่นใดที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคมาพิจารณาได้ ในการนี้ จะเรียกบุคคลที่เกี่ยวข้องมา
 ชี้แจงด้วยก็ได้

(5) ประสานงานกับส่วนราชการหรือหน่วยงานของรัฐที่มีอำนาจและหน้าที่ที่
 เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

(6) ให้ความรู้ ความเข้าใจแก่ประชาชน และสร้างเครือข่ายความเข้มแข็งของประชาชนเพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค

(7) ดำเนินการอื่นๆ ตามที่คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค หรือคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัดมอบหมาย

(8) รายงานผลการปฏิบัติงานในรอบเดือนให้คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัดทราบ

4.2 การถ่ายโอนภารกิจงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพจาก สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)

ตามแผนปฏิบัติการกำหนดขั้นตอนการกระจายอำนาจให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นของกระทรวงสาธารณสุข สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ได้กำหนดกรอบภารกิจที่จะถ่ายโอนให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ตามแผนปฏิบัติการกำหนดขั้นตอนการกระจายอำนาจให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ได้แก่

(1) การผลิตสื่อ และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ

(2) การเสริมสร้างศักยภาพผู้บริโภคทั้งด้านความรู้ในการบริโภค และเรียกร้องสิทธิอันชอบธรรม

(3) การสร้างและขยายเครือข่ายการมีส่วนร่วมในงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของผู้บริโภคในท้องถิ่น

(4) การตรวจสอบ ควบคุม กำกับ ผลิตภัณฑ์ อาหาร ยา เครื่องมือแพทย์ เครื่องสำอาง และ วัตถุอันตราย ซึ่งปัจจุบันได้ดำเนินการถ่ายโอนภารกิจเฉพาะการตรวจสอบอาหาร ณ สถานที่จำหน่าย

4.3 การจัดตั้งกองทุนหลักประกันสุขภาพประจำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ในปี 2552 สำนักงานกองทุนหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ (สปสช.) ได้มีการเปิดโอกาสให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีความพร้อมสมัครเข้าร่วมการจัดตั้งกองทุนหลักประกันสุขภาพประจำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อันจะทำให้้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีบทบาทในการดำเนินกิจกรรมด้านสุขภาพของพื้นที่

วัตถุประสงค์ของการกองทุน คือ

(1) การจัดบริการตามชุดสิทธิประโยชน์ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมาย 5 กลุ่มหลัก คือ หญิงมีครรภ์ เด็กแรกเกิด- 5 ปี เด็กโต 6-25 ปี ผู้ใหญ่อายุ 25 ปีขึ้นไป และกลุ่มผู้พิการ ทูพพลภาพ

(2) การสนับสนุนงบประมาณแก่หน่วยงานบริการสุขภาพที่อยู่ในชุมชนท้องถิ่น เช่น สถานีอนามัย ศูนย์บริการสาธารณสุข โรงพยาบาลชุมชน

(3) การสร้างเสริมสุขภาพโดยประชาชนและชุมชนท้องถิ่น

(4) การบริหารกองทุน/พัฒนาระบบบริหารจัดการกองทุนและอื่นๆ ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ต้องไม่เกินร้อยละ 10 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมดของระบบหลักประกันสุขภาพในรอบปีงบประมาณ

สำหรับการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สามารถนำเงินกองทุนหลักประกันสุขภาพระดับพื้นที่มาสนับสนุนได้ เป็นไปตามเงื่อนไขของกองทุน คือว่าด้วยการสร้างเสริมสุขภาพโดยประชาชนและชุมชนท้องถิ่น

5. การดำเนินกิจกรรมงานคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ผ่านมา

5.1 สถานการณ์ด้านคุ้มครองผู้บริโภคในจังหวัดสงขลา

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาในส่วนของบริบทของความรุนแรงของปัญหาผู้บริโภค โดยรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสถิติการรับเรื่องร้องเรียนปัญหาผู้บริโภคและ สถิติการฟ้องร้องคดีผู้บริโภคจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในส่วนของภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่จังหวัดสงขลา

5.1.1 สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัดสงขลา

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัดสงขลา หรือ สคบ. จังหวัดสงขลา เป็นหน่วยงานภาครัฐ ที่รับผิดชอบด้านคุ้มครองผู้บริโภคในเรื่องสินค้าและสัญญา มีผู้ว่าราชการจังหวัดสงขลาทำหน้าที่เป็นประธานอนุกรรมการ หัวหน้าส่วนราชการภายในจังหวัด ร่วมเป็นคณะกรรมการ นอกจากนี้ ยังมีการแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิจากภายนอกร่วมเป็นกรรมการด้วย เช่น นักวิชาการด้านคุ้มครองผู้บริโภค มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ตัวแทนองค์กรเอกชน และตัวแทนผู้บริโภค เป็นต้น

บทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัดสงขลา

(1) พิจารณาเรื่องราวร้องทุกข์ที่ผู้บริโภคได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหาย อันเนื่องมาจากการกระทำของผู้ประกอบธุรกิจหรือคำร้องเรียนทั่วไปในเรื่องเกี่ยวกับการถูกเอารัดเอาเปรียบ หรือ ไม่ได้รับความเป็นธรรมในการ ซื้อสินค้าเครื่องอุปโภคบริโภค หรือบริการที่มีการซื้อขายกันในท้องตลาด

(2) แจ้งหรือโฆษณาข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายหรือเสื่อมเสียแก่สิทธิของผู้บริโภค ในการนี้จะระบุชื่อสินค้าหรือบริการหรือชื่อของผู้ประกอบธุรกิจด้วยก็ได้

(3) มีหนังสือเรียกให้บุคคลใดๆ มาให้ถ้อยคำหรือส่งเอกสารและหลักฐานที่จำเป็นหรือข้อมูล ที่เกี่ยวกับเรื่องที่มีผู้ร้องเรียนหรือเรื่องอื่นใดที่เกี่ยวกับการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคมาพิจารณาได้ในการนี้ จะเรียกบุคคลที่เกี่ยวข้องมาให้คำชี้แจงด้วยก็ได้

(4) ประสานงานกับส่วนราชการหรือหน่วยงานของรัฐที่มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับ การควบคุม ส่งเสริม หรือ กำหนดมาตรฐานของสินค้า เครื่องอุปโภค บริโภคหรือบริการ

(5) สอดส่องการปฏิบัติการตามอำนาจและหน้าที่ที่กฎหมายกำหนดของพนักงาน เจ้าหน้าที่ส่วน ราชการ หรือหน่วยงาน อื่นของรัฐ และแจ้งให้ผู้บังคับบัญชา เร่งรัดพนักงานเจ้าหน้าที่ให้ปฏิบัติการ ตามอำนาจและหน้าที่ดังกล่าวตลอดจนให้ดำเนินคดีในความผิดเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค แต่ในกรณีที่จะต้องเร่งรัดราชการบริหารส่วนกลาง ให้แจ้งเรื่องไปยังสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองของผู้บริโภค

(6) ดำเนินการเผยแพร่ ฝึกอบรมสัมมนาเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคแก่ผู้บริโภค

(7) รายงานผลการปฏิบัติงานในรอบเดือนให้คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคทราบ

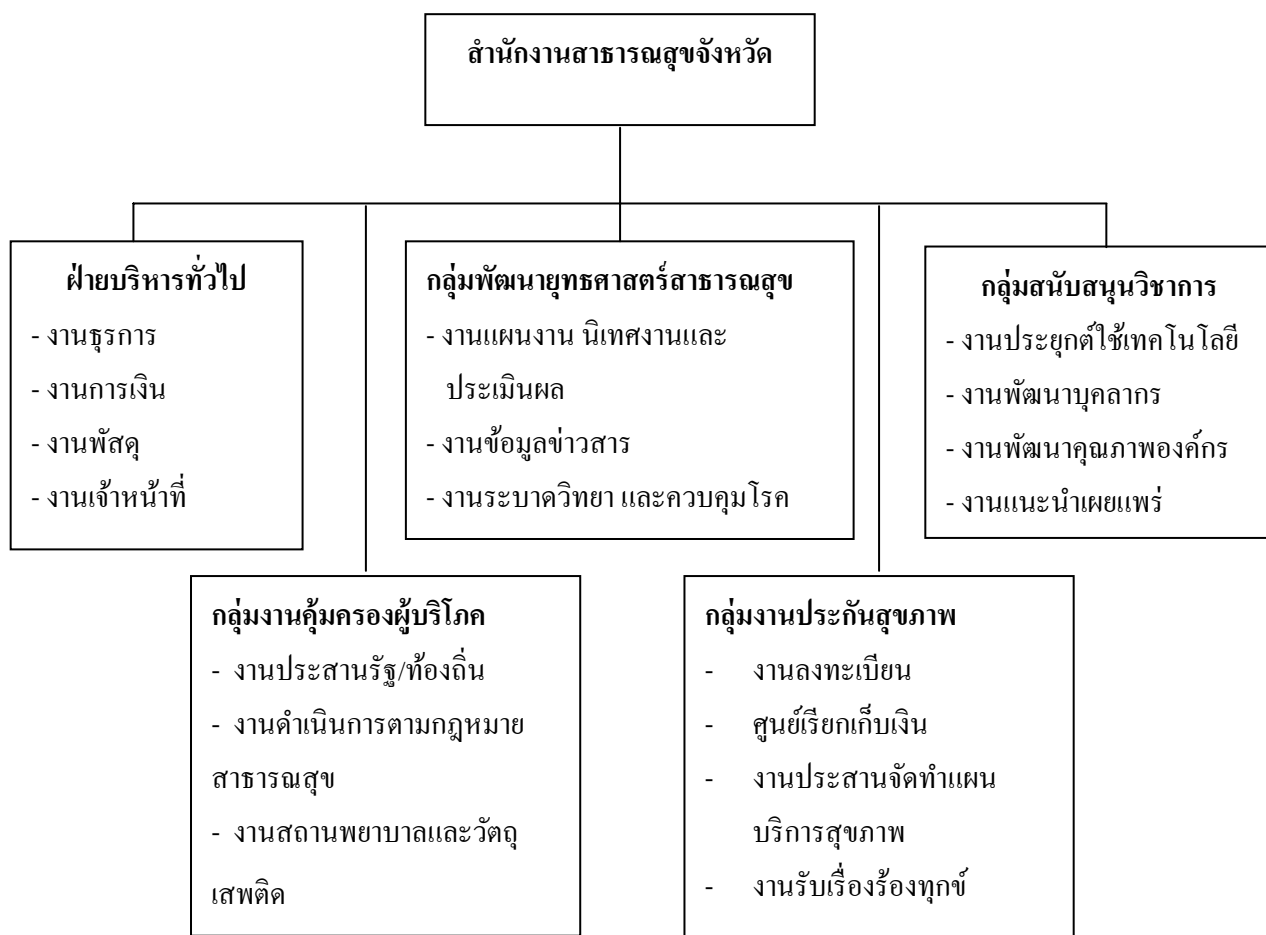
ตารางที่ 2.3 แสดงผลงานสถิติรับเรื่องร้องเรียนปัญหาผู้บริโภคของจังหวัดสงขลา 4 ปีย้อนหลัง

เรื่องร้องเรียน	จำนวนเรื่องร้องเรียน(ประจำปีงบประมาณ)							
	2550		2551		2552		2553	
	เรื่อง	ร้อยละ	เรื่อง	ร้อยละ	เรื่อง	ร้อยละ	เรื่อง	ร้อยละ
สินค้า	39	68	23	46	39	37	49	50
สัญญา	13	23	19	38	50	62	48	49
ขายตรง	0	0	8	16	1	1	0	0
ฉลาก	0	0	0	0	0	0	1	1
โฆษณา	5	9	0	0	0	0	0	0
รวม	57	100	50	100	81	100	98	100

สถานการณ์ปัญหาผู้บริโภคที่ร้องเรียนผ่านคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดสงขลา พบว่า มีจำนวนเพิ่มขึ้นจากเดิมประมาณ 2 เท่าตัว ปี 2553 เทียบกับปี 2550 รายละเอียดของปัญหา อันดับหนึ่ง เป็นประเด็น ความเป็นธรรมจากสัญญา อันดับสอง เป็นประเด็น คุณภาพสินค้า

5.1.2 สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสงขลา

กลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสงขลา เป็นหน่วยงานในส่วนภูมิภาคที่ได้รับมอบหมายหน้าที่ให้เป็นองค์กรหลักในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) กระทรวงสาธารณสุข และเนื่องจากในปี พ.ศ. 2545 มีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กรและภารกิจหน้าที่ของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ทำให้กลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภคมีหน้าที่ความรับผิดชอบเพิ่มขึ้นจากเดิม ทั้งในเชิงปริมาณและความลึก (Horizontal and vertical Integration) สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ได้กระจายอำนาจในการดำเนินการส่วนใหญ่ตามพระราชบัญญัติต่างๆ ให้แก่สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเพิ่มขึ้น และยังสามารถมอบหมายภารกิจบางส่วนของงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพในพื้นที่รับผิดชอบให้แก่สำนักงานสาธารณสุขอำเภอ (รวมถึงสถานีอนามัย) โรงพยาบาลชุมชน โรงพยาบาลศูนย์ โรงพยาบาลทั่วไป และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีศักยภาพพร้อมในการดำเนินงาน มีกลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภคทำหน้าที่เป็นเสมือนพี่เลี้ยง โดยมีการจัดแบ่งโครงสร้างของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสงขลา ช่วงระหว่าง 17 ธันวาคม 2545 – 8 มกราคม 2549 ดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 การจัดแบ่งโครงสร้างของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสงขลา

หลังจากนั้นได้มีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างภายในองค์กรใหม่อีกครั้ง (โดยนายแพทย์สาธารณสุขจังหวัดท่านใหม่) เริ่มใช้ตั้งแต่ 9 มกราคม 2549 โดยแบ่งโครงสร้างเป็น 10 ฝ่าย ดังนี้

- (1) ฝ่ายบริหารงานทั่วไป
- (2) ฝ่ายแผนงาน
- (3) ฝ่ายพัฒนาบุคลากร
- (4) ฝ่ายส่งเสริมสุขภาพ
- (5) ฝ่ายควบคุมโรคติดต่อ
- (6) ฝ่ายควบคุมโรคไม่ติดต่อ
- (7) ฝ่ายสุศึกษาและประชาสัมพันธ์
- (8) ฝ่ายทันตสาธารณสุข

(9) ฝ่ายคุ้มครองผู้บริโภค

(10) ฝ่ายประกันสุขภาพ

**หน้าที่ความรับผิดชอบของ ฝ่ายคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานสาธารณสุข
จังหวัดสงขลา (ตั้งแต่การปรับโครงสร้าง 9 มกราคม 2549 – ปัจจุบัน)**

(1) งานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสาธารณสุข (คบส.)

โดยปฏิบัติหน้าที่เป็นพนักงานเจ้าหน้าที่ และคณะกรรมการต่างๆตาม
กฎหมายที่รับผิดชอบ แบ่งเป็น

(1.1) คบส. ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ

ปฏิบัติงานตามภารกิจของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
ภายใต้กฎหมายที่เกี่ยวข้อง 8 ฉบับ ได้แก่ พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติยา
พ.ศ. 2510 พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติเครื่องมือแพทย์ พ.ศ. 2531
พระราชบัญญัติวัตถุอันตราย พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติยาเสพติดให้โทษ พ.ศ. 2522
พระราชบัญญัติวัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท พ.ศ. 2551 พระราชกำหนดป้องกันการใช้
สารระเหย พ.ศ. 2533

(1.2) คบส. ด้านบริการสุขภาพ

ปฏิบัติงานตามภารกิจของกองการประกอบโรคศิลปะ และสำนัก
ธุรกิจบริการสุขภาพ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ภายใต้กฎหมายที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ พระราช
บัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ. 2541 พระราชบัญญัติการประกอบโรคศิลปะ พ.ศ. 2542 กฎหมาย
วิชาชีพต่างๆ (พระราชบัญญัติวิชาชีพเวชกรรม พ.ศ. 2525 พระราชบัญญัติวิชาชีพการพยาบาลและ
การผดุงครรภ์ พ.ศ. 2528 พระราชบัญญัติวิชาชีพเภสัชกรรม พ.ศ. 2537 ฯลฯ) ประกาศกระทรวง
สาธารณสุขเกี่ยวกับธุรกิจบริการสุขภาพ

กลวิธีในการดำเนินงานมี 4 รูปแบบ ได้แก่

1) การกำกับดูแลก่อนออกสู่ตลาด (Pre – marketing control) มี
การจัดตั้ง ศูนย์บริการผลิตภัณฑ์สุขภาพเบ็ดเสร็จ (One Stop Service Center) ขึ้นในปี พ.ศ. 2548
เป็นหน่วยดำเนินการดำเนินงานทะเบียนใบอนุญาตตามกฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งด้านผลิตภัณฑ์
สุขภาพและด้านบริการสุขภาพ รวมถึงการรับเรื่องร้องเรียนเพื่อส่งให้งาน Post – marketing control
ดำเนินการต่อไป

2) การกำกับดูแลหลังออกสู่ตลาด (Post – marketing control)

ดำเนินการตรวจสอบ เฝ้าระวัง (Surveillance) คุณภาพมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ สถานประกอบการ และการโฆษณา รวมทั้งดำเนินการกรณีร้องเรียนต่างๆและการบังคับใช้กฎหมาย มีการติดตามเฝ้าระวังข้อมูล ข่าวสารผลอันไม่พึงประสงค์ของผลิตภัณฑ์สุขภาพภายในจังหวัด ตลอดจนพัฒนา ระบบและกลไก เพื่อให้มีการดำเนินการบังคับใช้กฎหมายที่อยู่ในความรับผิดชอบ ดังนี้

2.1) ตรวจสอบและเฝ้าระวัง สถานที่ผลิต นำเข้า และจำหน่าย ให้เป็นไปตามกฎหมาย ทั้งการตรวจสอบมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ฉลากผลิตภัณฑ์ และการให้ข้อมูลเชิงธุรกิจ

2.2) ติดตามตรวจสอบสถานประกอบการกรณีที่มีการร้องเรียน หรือ สืบบนนำจับ หรือกรณีพิเศษ รวมทั้งติดตามตรวจสอบแหล่งที่เป็นกลุ่มเสี่ยงเพื่อเฝ้าระวังการกระทำที่ฝ่าฝืนกฎหมาย

2.3) ตรวจสอบและเฝ้าระวังการโฆษณาตามสื่อต่างๆ และติดตามตรวจสอบ ณ สถานประกอบการที่เกี่ยวข้อง

2.4) พิจารณาการกระทำที่ฝ่าฝืนกฎหมายสืบสวนประมวลหลักฐานเพื่อเสนอดำเนินคดีหรือดำเนินการให้เป็นไปตามกฎหมาย และเก็บรักษาของกลางทางคดี

2.5) ดำเนินการ กล่าวโทษ ร้องทุกข์ ผู้ฝ่าฝืนกฎหมายและไม่เป็นไปตามหลักวิชาการ

2.6) ตรวจให้คำแนะนำด้านวิชาการและตรวจประเมิน GMP แก่สถานที่ผลิตอาหารและยาแผนโบราณเพื่อส่งเสริมสนับสนุน การยกระดับมาตรฐานการผลิต

2.7) ประสานกับอำเภอเกี่ยวกับงานติดตามตรวจสอบและเฝ้าระวัง รวมทั้งดำเนินการร่วมกับอำเภอในกรณีที่ได้รับการร้องขอ หรือ กรณีที่มีปัญหา

3) การพัฒนามาตรฐาน

3.1) พัฒนาสถานประกอบการในจังหวัด ให้ได้ตามมาตรฐานที่กำหนด เช่น GMP มาตรฐานด้านแพทย์แผนไทย มาตรฐานสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ

3.2) ส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์สุขภาพตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง และวิสาหกิจชุมชน (ศพข./OTOP) และผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์/บริการสุขภาพทั่วไป

3.3) เก็บตัวอย่างผลิตภัณฑ์ตรวจสอบสารปนเปื้อน และตรวจตามมาตรฐาน

3.4) โครงการร้านยาคุณภาพ

4) การเสริมสร้างความเข้มแข็งผู้บริโภค (Empowerment)

4.1) ประชาสัมพันธ์ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และปรับเปลี่ยน

พฤติกรรมสุขภาพ

4.2) การจัดตั้งกลุ่ม/ชมรมคุ้มครองผู้บริโภค (อ.ย. น้อย)

อาสาสมัครสาธารณสุขด้านคุ้มครองผู้บริโภค

4.3) สนับสนุนการดำเนินงานขององค์กรเอกชนด้านคุ้มครอง

ผู้บริโภค

4.4) เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อ โทรทัศน์

วิทยุ สิ่งพิมพ์ ผลิตสื่อการประชาสัมพันธ์ จัดการรณรงค์ จัดนิทรรศการ

(2) งานพัฒนาการแพทย์แผนไทยฯ

ปฏิบัติงานตามภารกิจของกรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกภายใต้กฎหมายที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ พระราชบัญญัติส่งเสริมและคุ้มครองภูมิปัญญาแพทย์แผนไทย พ.ศ. 2542

(2.1) ส่งเสริมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและแพทย์ทางเลือกตามพระราชบัญญัติคุ้มครองและส่งเสริมภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย พ.ศ. 2542

(2.2) ส่งเสริมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและแพทย์ทางเลือก ในสถานพยาบาลทั้งภาครัฐและเอกชนให้สามารถบริการผู้ป่วยได้อย่างเหมาะสม และส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

(2.3) การบริหารจัดการ เน้นการสร้างเครือข่าย/สมาคม/ชมรมผู้ประกอบการ

(2.4) พัฒนาเครือข่ายผู้ประกอบการด้านสมุนไพร

(2.5) พัฒนารฐานข้อมูลด้านภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย และสมุนไพร

(3) งานบริหารเวชภัณฑ์

ลักษณะงานที่ปฏิบัติได้แก่ งานพัฒนาระบบเวชภัณฑ์แบบเครือข่ายระดับจังหวัด งานจัดซื้อ/จัดหาเวชภัณฑ์ (จัดซื้อร่วมระดับจังหวัด, ระดับเขตตรวจราชการ) งานคลังเวชภัณฑ์ พอสว. งานสนับสนุนเวชภัณฑ์กรณีเกิดภัยพิบัติต่างๆ กฎหมายที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ. 2535 แผนแม่บทการพัฒนาสุขภาพที่ดีด้วยต้นทุนต่ำ (Good Health at Low Cost)

(4) งานสุขาภิบาลอาหาร

ปฏิบัติงานตามภารกิจของกรมอนามัยซึ่งมีกฎหมายที่เกี่ยวข้อง คือ พระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 โดยเน้นการดำเนินงานตามโครงการที่สำคัญดังนี้โครงการอาหารปลอดภัย (Food Safety) โครงการตลาดสดน่าซื้อ โครงการอาหารสะอาดรสชาติอร่อย (CFGT)

(4.1) ตรวจสอบแนะนำสถานประกอบการจำหน่ายอาหาร แผงลอย ตามหลัก Clean Food Good Test

(4.2) ตรวจสอบแนะนำสถานประกอบการจำหน่ายอาหารสด ในตลาดสด

(4.3) ส่งเสริมพัฒนาผู้ประกอบการจำหน่ายอาหารในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่าย

(4.4) ประสานและส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ด้านอาหารปลอดภัยและโครงการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

(5) งานสนับสนุนวิชาการ

(5.1) งานวิจัยเกี่ยวกับงานคุ้มครองผู้บริโภค

(5.2) นิเทศ กำกับติดตาม ประเมินผลการดำเนินงานของสถานบริการสาธารณสุข ได้แก่ โรงพยาบาลชุมชน สำนักงานสาธารณสุขอำเภอ ศูนย์สุขภาพชุมชนและสถานีอนามัย

(5.3) อาจารย์แหล่งฝึกสำหรับนักศึกษาเภสัชศาสตร์และ เจ้าหน้าที่งานเภสัชกรรม

(5.4) อาจารย์พิเศษ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีสงขลา

(5.5) วิทยากรสอนและฝึกอบรม แก่เจ้าหน้าที่สาธารณสุข อาสาสมัครสาธารณสุข ครู นักเรียน ผู้ประกอบการ และกลุ่มเป้าหมายต่างๆ

5.1.3 ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคจังหวัดสงขลา (Consumer Protection Center of Songkhla: CPCCS)

เป็นหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภค ที่จัดตั้งขึ้นตามโครงการพัฒนาระบบเครือข่ายเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคภาคใต้ ปี 2551 สถาบันการจัดการระบบสุขภาพมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ (ศจร.ส.ม.อ.) มีภารกิจสำคัญ ประกอบด้วย

- (1) เป็นแหล่งข้อมูลที่จำเป็นสำหรับประกอบการตัดสินใจของผู้บริโภค ทำให้เกิดการบริโภคที่ปลอดภัยและได้รับความเป็นธรรม
- (2) สร้างพลังผู้บริโภคและพัฒนาศักยภาพเครือข่ายผู้บริโภคให้มีความเข้มแข็งในการพิทักษ์สิทธิของตนเองและผู้บริโภคทั่วไป
- (3) พัฒนากลไกคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่ ประกอบด้วย กลไกรับเรื่องร้องเรียน ชดเชยค่าเสียหาย และกลไกเชื่อมประสานระหว่างหน่วยงานรัฐ ภาคประชาชน องค์กรเอกชน ท้องถิ่นและภาควิชาการ
- (4) สร้างกระบวนการนโยบายสาธารณะด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่ช่องทางร้องเรียนของผู้บริโภค ประกอบด้วย 1. ร้องเรียนด้วยตนเอง 2. ทางจดหมาย 3. ทางโทรศัพท์ 074-282900-2 4. ทางเว็บไซต์ www.consumersouth.org

ตารางที่ 2.4 แสดงผลการรับเรื่องร้องเรียนปัญหาผู้บริโภคของศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคจังหวัดสงขลา

ประเภทเรื่องร้องเรียน	ปี 2551		ปี 2552		ปี 2553	
	ทั้งหมด	ยุติ	ทั้งหมด	ยุติ	ทั้งหมด	ยุติ
รถโดยสารสาธารณะ	3	1	6	4	3	1
บริการหน่วยงานรัฐ/เอกชน	0/0	0/0	4/1	2/1	7/0	5/0
อาหาร/เครื่องมือแพทย์/เครื่องสำอาง	0/0/0	0/0/0	1/1/1	0/0/1	2/0/0	2/0/0
สถานพยาบาล	2	1	2	0	2	1
โทรศัพท์/ไฟฟ้า	0/1	0/1	2/0	2/0	4/2	4/2
สิ่งแวดล้อม	0	0	2	2	3	3
บัตรเครดิต	2	1	0	0	1	1
สัญญาบ้านจัดสรร/รถยนต์/ประกันภัย	1/0/0	1/0/0	4/3/0/	2/3/0	7/4/5	7/4/5
อื่นๆ	0	0	9	9	11	11
ขอคำปรึกษา	4	4	7	7	8	8
รวมทั้งสิ้น	13	9 (69%)	43	33 (76%)	59	54 (91%)

จากตารางที่ 2.4 แสดงสถิติเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคผ่านศูนย์พิทักษ์สิทธิ ผู้บริโภคจังหวัดสงขลา พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้ช่องทางการร้องเรียนผ่านทางโทรศัพท์มากที่สุด ประเด็นที่ร้องเรียนมากที่สุดคือ การเอาเปรียบทางสัญญาบ้านจัดสรร รถยนต์และ การทำประกันภัย รongลงมา คือ คุณภาพการให้บริการของหน่วยงานรัฐ อันดับสาม คือ ปัญหาจากการใช้โทรศัพท์ นอกจากนี้เป็นการขอรับคำปรึกษาปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค

5.1.4 ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจังหวัดสงขลา สมาคมผู้บริโภคจังหวัดสงขลา

เป็นหน่วยงานเอกชนด้านคุ้มครองผู้บริโภคในจังหวัดสงขลา อยู่ในการดูแล ของสมาคมผู้บริโภคจังหวัดสงขลา จัดทะเบียนจัดตั้งเป็นสมาคมเมื่อ โดย รศ.ดร.เริงชัย ต้นสกุล ดำรงตำแหน่ง นายกสมาคม วัตถุประสงค์เพื่อ

- (1) เพื่อการสนับสนุนและสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้บริโภค
- (2) เพื่อติดตามและเฝ้าระวังสถานการณ์ปัญหาผู้บริโภค
- (3) เพื่อขับเคลื่อนและผลักดันข้อเสนอนโยบายสาธารณะที่เป็นประโยชน์ต่อ ผู้บริโภค
- (4) เพื่อพัฒนากระบวนการผู้บริโภคให้เกิดการบริโภคที่ยั่งยืนและเป็นมิตร ต่อสิ่งแวดล้อม

ตารางที่ 2.5 แสดงสถิติการรับเรื่องร้องเรียนของศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดสงขลา สมาคมผู้บริโภคจังหวัดสงขลา ระหว่างปี 2552-2553

ประเด็นเรื่องร้องเรียน	มี.ค.2552-มี.ค.2553	
	ทั้งหมด (เรื่อง)	ยุติ (เรื่อง)
1. โทรคมนาคม	173	156
2. สัญญาเช่าซื้อ	5	3
3. มาตรฐานสินค้า	4	4
4. มาตรฐานคุณภาพการให้บริการ	3	2
5. ประกันภัยผู้ประสบอุบัติเหตุ	2	2
6. บัตรเครดิต	2	2
7. อื่นๆ	3	3
รวม	192	172

5.1.5 ศาลแขวงจังหวัดสงขลา

นับตั้งแต่พระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551 (พ.ร.บ.วิ. ผู้บริโภค พ.ศ. 2551) มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 24 สิงหาคม 2551 ที่ผ่านมา ทำให้ผู้บริโภคที่ได้รับการละเมิดสิทธิสามารถฟ้องร้องคดีต่อศาลโดยตรง ซึ่งจะมีเจ้าหน้าที่นิติกรประจำศาลทำหน้าที่บันทึกคำฟ้องด้วยวาจาให้แก่ผู้บริโภค การดำเนินกระบวนการยุติธรรมเป็นไปอย่างรวดเร็ว คือ ไม่เกิน 30 วันจากเดิมใช้เวลา 45 วัน เนื่องจากใช้ระบบการไต่สวน ไม่ต้องมีทนายก็สามารถฟ้องร้องได้ ผู้บริโภคไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการดำเนินคดี

จากการรวบรวมข้อมูลจำนวนคดีผู้บริโภคที่เข้าสู่กระบวนการยุติธรรมของศาลแขวงจังหวัดสงขลา พบว่า มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นทุกปีดังตารางที่ 2.6-2.7

ตารางที่ 2.6 แสดงสถิติคดีผู้บริโภคของศาลแขวงจังหวัดสงขลา ปี 2553

คดีที่เข้ามาทั้งหมด	คดีที่ศาลพิพากษาแล้ว	คดีที่เข้าสู่การไกล่เกลี่ย	คดีที่ไกล่เกลี่ยสำเร็จ
3144	2989	1510	1253

ตารางที่ 2.7 แสดงสถิติคดีผู้บริโภคของศาลแขวงจังหวัดสงขลา ระหว่างปี 2551-2553

ประเด็นร้องเรียน	2551		2552		2553	
	จำนวน	ยุติ	จำนวน	ยุติ	จำนวน	ยุติ
1. เช่าซื้อ					3	ถอนฟ้อง 2
2. ซื้อขาย			1	โจทก์ชนะ	3	ยอม 2 โจทก์ชนะ 1
3. ละเมิด			1	ถอน		
4. ประกันภัย			2	ยกฟ้อง, โจทก์ชนะ		
5. จ้างทำของ			1	ยอม	2	ยอม 2
6. กู้ยืม	1	ยอม	3	ถอน 2, พิพากษา 1		
7. ผิดสัญญา			1	โจทก์ชนะ		
8. จะซื้อจะขาย			1	โจทก์ชนะ		
9. บ้านจัดสรร			3	โจทก์ชนะ		
10. ตั๋วหยอดเหรียญ					3	โจทก์ชนะ
11. เรียกเงินช่วยเหลือสมาชิก					1	ถอนฟ้อง
12. สายการบิน	1	ถอนฟ้อง				
รวม	2		13		12	27

การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคของหน่วยงานภาครัฐจะกำหนดหน่วยงานสำหรับรับผิดชอบไว้อย่างชัดเจน แต่เนื่องจากงานคุ้มครองผู้บริโภคจะมีความหมายกว้าง ครอบคลุมหลายฝ่ายและหลายผลิตภัณฑ์ การบริการทุกงานบริการที่ต้องป้องกัน ปกป้อง ระวัง ดูแล พิทักษ์รักษา อารักขากันไว้ ทำให้ภาครัฐไม่สามารถเข้าไปดำเนินการควบคุม ดูแล และคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึงตามโครงสร้างและรูปแบบการดำเนินงานเดิม

รูปแบบงานด้านคุ้มครองผู้บริโภคขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นส่วนใหญ่มุ่งเน้นการดำเนินงานกำกับดูแลอาหารปลอดภัยในส่วนท้องถิ่น ตามภารกิจที่ของกฎหมายได้รับมอบหมายไว้ ลักษณะการทำงานคุ้มครองผู้บริโภคจะเป็นไปตามศักยภาพและความเหมาะสมของแต่ละท้องถิ่น โดยการกำหนดเป็นกฎหมายของท้องถิ่น เช่น เทศบัญญัติ ตามพระราชบัญญัติสาธารณสุข พ.ศ 2535

สอดคล้องกับการศึกษาสรุปผลการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (องค์การบริหารส่วนตำบล) ที่เริ่มต้นด้วยการฝึกอบรมภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติในการตรวจสอบอาหาร ณ สถานที่จำหน่าย ปี 2548 แต่หยุดดำเนินการไป เนื่องจากองค์การบริหารส่วนตำบลไม่มีบุคลากรในการดำเนินงานด้านอาหาร

ปัญหาและอุปสรรคของเทศบาลและองค์การบริหารส่วนตำบลในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ (คปส.)

- (1) นโยบายของผู้บริหารระดับท้องถิ่นไม่ให้ความสำคัญกับงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ
- (2) ผู้รับผิดชอบงานสาธารณสุขของเทศบาลและองค์การบริหารส่วนตำบลมีจำนวนน้อย เมื่อเทียบกับปริมาณงานที่มีอยู่
- (3) เทศบาลตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบลบางแห่งยังไม่มีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบด้านสาธารณสุขโดยตรง
- (4) เจ้าหน้าที่เทศบาลและองค์การบริหารส่วนตำบล ยังขาดทักษะในการตรวจสอบผลิตภัณฑ์สุขภาพ ทำให้เจ้าหน้าที่บางคนไม่มีความมั่นใจในการตรวจสอบอาหารและเครื่องสำอางรวมถึงให้คำแนะนำแก่ผู้ประกอบการ
- (5) การประสานงานหรือทำงานร่วมกันหลายหน่วยงานในบางพื้นที่ยังไม่ค่อยดีเท่าที่ควร
- (6) การทำงานคุ้มครองผู้บริโภคของท้องถิ่นมีเรื่องของการเมืองเข้ามามีผลทำให้เจ้าหน้าที่ ระดับท้องถิ่นมีความลำบากใจที่ต้องดำเนินการกับผู้ประกอบการในพื้นที่

ดังนั้นในส่วนของภาครัฐเองเมื่อมองเห็นถึงปัญหาและอุปสรรคนี้จึงตั้งเห็นว่างานคุ้มครองผู้บริโภคจะต้องมีภาคีเครือข่ายเพิ่มขึ้น ระบบงานคุ้มครองผู้บริโภคในองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นจึงเป็นส่วนที่มีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนงานด้านนี้

5.2 องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นที่ดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทย

การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในระดับองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น พบว่ามีหลากหลาย ขึ้นอยู่กับความพร้อมของศักยภาพและสภาพปัญหาของแต่ละพื้นที่ สำหรับตัวอย่างการพัฒนาระบบคุ้มครองผู้บริโภคในองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น คือการดำเนินงานของจังหวัดสงขลาที่ได้ร่วมมือกับองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นจัดทำบันทึกความร่วมมือเพื่อพัฒนาระบบงานคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดสงขลา โดยบูรณาการความร่วมมือจากภาคีทุกภาคส่วนในจังหวัดสงขลา โดยสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัดสงขลา ร่วมกับองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น โดยเทศบาลนครหาดใหญ่ เทศบาลตำบลปรีก องค์การบริหารส่วนตำบลท่าข้าม องค์การบริหารส่วนตำบลควนรู มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ โดยสถาบันวิจัยระบบสุขภาพภาคใต้ และภาคีผู้บริโภค จึงทำให้เกิดรูปแบบต่างๆสำหรับการคุ้มครองผู้บริโภค

ตัวอย่างองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นในประเทศไทยที่ดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค

(1) องค์การบริหารส่วนตำบลท่าข้าม ตำบลท่าข้าม อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

มีการจัดตั้งศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคขึ้นในองค์การบริหารส่วนตำบลท่าข้าม ศูนย์ดังกล่าวบริหารงานโดยคณะกรรมการศูนย์พิทักษ์สิทธิคุ้มครองผู้บริโภค การดำเนินงานจะอาศัยแผนพัฒนาปฏิบัติการด้านคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วย 3 แผนงานย่อย คือ

1) การพัฒนาศักยภาพแกนนำผู้บริโภค และผู้ประกอบการ ผ่านการอบรมและฝึกเชิงปฏิบัติการ

2) การรับเรื่องราวร้องทุกข์ปัญหาผู้บริโภค การไกล่เกลี่ยเบื้องต้นหรือส่งต่อเรื่องไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้สามารถแต่งตั้งอนุกรรมการ เข้ามาช่วยเหลือในการทำงานรับเรื่องราวร้องทุกข์ และดำเนินการไกล่เกลี่ยเพื่อพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค การจัดตั้งศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคของ อบต. ท่าข้าม โดยดึงทุกภาคส่วนเข้าร่วม เช่นผู้นำชุมชน ปราชญ์ชาวบ้าน

3) การสื่อสารสาธารณะด้านคุ้มครองผู้บริโภค อาศัยสื่อมวลชนในพื้นที่มาร่วมกันทำงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคและจัดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างผู้บริโภค ท้องถิ่น ผู้นำชุมชน โดยให้ภาคท้องถิ่นวางแผนกระบวนการขับเคลื่อน และมีวิทยุชุมชนเพื่อสะท้อนปัญหาและประสานเครือข่ายออกอากาศไปสู่สาธารณะ

ส่วนด้านกิจกรรมเพื่อส่งเสริมให้มีการคุ้มครองผู้บริโภคและการพิทักษ์สิทธิของตนเอง เช่น ทางองค์การบริหารส่วนตำบลมีการสนับสนุนให้ปลูกผักสวนครัว เลี้ยงปลา เลี้ยงไก่ เลี้ยงวัว รวมกลุ่มกันทำสบู่ น้ำยาล้างจาน น้ำยาเอนกประสงค์ใช้เองในครัวเรือน

การมีแหล่งทุน เช่น กองทุนส่งเสริมอาชีพและกลุ่มกลุ่มออมทรัพย์ที่เข้มแข็ง

(ที่มา: <http://www.thakham.go.th> เมื่อ 6-9-53)

(2) องค์การบริหารส่วนตำบลควนรู อำเภอรัตภูมิ จังหวัดสงขลา

การเกิดศูนย์พิทักษ์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคในระดับชุมชน คณะกรรมการศูนย์ฯ การดำเนินกิจกรรมตามแผนงานคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วย 3 ด้าน คือ

1) รับเรื่องร้องเรียน / โกล่เกลี่ย ทำหน้าที่รับเรื่องร้องเรียนจากประชาชนที่ถูก ละเมิดสิทธิจากการบริโภคสินค้าและบริการ การให้คำปรึกษา คำแนะนำ ด้านการบริโภคของ ประชาชนในพื้นที่ และการไกล่เกลี่ยเพื่อแก้ไขปัญหาเบื้องต้นของผู้บริโภค

2) ฝ่ายเฝ้าระวังสินค้า/บริการไม่ปลอดภัยไม่เป็นธรรม โดยมีหน้าที่เฝ้าระวัง สินค้าที่ไม่ปลอดภัยในพื้นที่เสี่ยง เช่น ตลาดนัด ร้านค้าชุมชน การให้คำแนะนำ ปรึกษาด้านการ บริโภคของประชาชนในพื้นที่ ร่วมกันวิเคราะห์และร่วมแก้ปัญหาผู้บริโภคในระดับพื้นที่

3) ฝ่ายประชาสัมพันธ์ มีหน้าที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านปัญหาผู้บริโภคใน พื้นที่ เพื่อเป็นการเตือนภัยแก่ผู้บริโภค พัฒนาศักยภาพผู้บริโภคในพื้นที่ให้มีความเข้มแข็ง รวมทั้ง สร้างเครือข่ายสื่อในระดับพื้นที่ เพื่อการเชื่อมโยงข่าวสาร เช่น วิทยุชุมชนพุทธศาสนา หอกระจาย ข่าวหมู่บ้าน วิทยุกู้ภัย สื่อ แผ่นพับ ใบปลิว

(ที่มา: www.khuanru.go.th/ เมื่อ 6-8-53)

การจัดตั้งคณะทำงานของศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคตำบลควนรู โดยคณะทำงาน ที่จัดตั้งจะเป็นตัวแทนที่มาจากหลายภาคส่วน เช่น โรงเรียน สถานีอนามัย อาสาสมัคร สาธารณสุข ภาคประชาสังคม ด้านภาคประชาสังคม

ตำบลควนรูมีจุดเด่นในการดำเนินงานพัฒนาชุมชน ในรูปแบบ “สภาองค์กร ชุมชน” คณะทำงานที่จัดตั้งจะมีการแบ่งบทบาทในการดำเนินงานเรื่องศูนย์พิทักษ์สิทธิ ผู้บริโภค โดยมีปลัด อบต. ทำหน้าที่ให้คำปรึกษาด้านกฎหมาย และตัวแทนของภาคประชาชน จำนวน 2 ท่าน มีบทบาทหลักดำเนินงานไกล่เกลี่ยเรื่องร้องเรียนในระดับพื้นที่

(3) องค์การบริหารส่วนตำบลท่าม่วง อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา

จัดตั้งศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคที่ไม่ได้รับความเป็นธรรมในการซื้อ สินค้าหรือบริการและแต่งตั้งคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำองค์การบริหารส่วนตำบล

ท่าม่วง โดยมีอำนาจหน้าที่ในการรับเรื่องร้องทุกข์จากประชาชนผู้บริโภคที่ไม่ได้รับความเป็นธรรมในการซื้อสินค้าหรือบริการ และดำเนินการไกล่เกลี่ยได้ตามอำนาจหน้าที่ที่ไม่ขัดต่อกฎหมาย

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

(4) โครงการหมู่บ้านต้นแบบพิทักษ์สิทธิและคุ้มครองผู้บริโภคอำเภอนครไทย โดยมีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อบต.) เป็นภาคีเครือข่ายการดำเนินงานเรื่องของการใช้มาตรการทางกฎหมายที่ในส่วนท้องถิ่นสามารถดำเนินการ

(5) องค์การบริหารส่วนตำบลโนนคำ อ.สูงเนิน จ.นครราชสีมา ดำเนินโครงการอาหารปลอดภัยในสถานประกอบการ ร้านค้า ร้านอาหาร แผงลอยจำหน่ายอาหารในเขตตำบลโนนคำ โดยการตรวจหาตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่ต้องเก็บตัวอย่างเพื่อตรวจวิเคราะห์สารปนเปื้อนในอาหาร

(6) องค์การบริหารส่วนตำบลหนองรี อำเภอเมือง ชลบุรี ได้จัดตั้งแกนนำ เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค ลงพื้นที่ เป้าหมายคือ อบต. หนองรี โดยความร่วมมือจากนายกองค์การบริหารส่วนตำบลหนองรีร่วมเป็นภาคีหลัก ในการสนับสนุนกิจกรรมของศูนย์คุ้มครองสิทธิเพื่อผู้บริโภคฯ ของจังหวัดชลบุรี

สรุปการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นของประเทศ ไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการปกป้อง พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค และของตนเอง แต่การดำเนินงานยังไม่ชัดเจนเนื่องจากการถ่ายโอนภารกิจจากคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักนายกรัฐมนตรี ให้เทศบาลและองค์การบริหารส่วนตำบลที่กำหนดรูปแบบ โครงสร้างคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำองค์การบริหารส่วนตำบลยังเป็นรูปแบบที่รวมอำนาจไว้ที่ภาครัฐ (องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น) โดยโครงสร้างถูกกำหนดในรูปแบบที่ตายตัว และมีกลไกที่ยังต้องขึ้นกับภาครัฐเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นเพื่อให้การดำเนินคุ้มครองผู้บริโภคในระดับองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นที่มีวัตถุประสงค์ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการเข้ามามีบริหารจัดการ โดยการสร้างกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพ เหมาะสมกับพื้นที่ จึงจำเป็นต้องมีการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาระบบการบริหารจัดการขององค์การบริหารส่วนตำบล ในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค

5.3 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในต่างประเทศ

ตัวอย่างขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในต่างประเทศ พบว่าบทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่องานคุ้มครองผู้บริโภคมีหลากหลายขึ้นอยู่กับกฎหมายระดับประเทศ และ

สภาพปัญหาของแต่ละพื้นที่ ซึ่งทางผู้วิจัยได้ทบทวนมาเพื่อเป็นต้นแบบในการเปรียบเทียบและพัฒนารูปแบบองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

(1) คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับตำบลของ The State of Tamil Nadu ประเทศอินเดีย

เป็นองค์กรพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคในระดับท้องถิ่น ที่ก่อตั้งภายใต้คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศอินเดียในปี 1986 มี ภาระหน้าที่

- 1) ตรวจสอบตลาดในชุมชน / ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร
- 2) เป็นตัวแทนกลางในการร้องเรียนกับศาล หรือหน่วยงานยุติธรรม ให้กับผู้บริโภค
- 3) สนับสนุนกิจกรรมส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคในวันสำคัญของท้องถิ่น
- 4) กิจกรรมเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในโรงเรียนในสังกัดของตำบลทุกวันพฤหัสบดี

(ที่มา: <http://consumer.tn.gov.in/faq.htm> เมื่อ 8-8-53)

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

- 1) การส่งเสริมความรู้ให้แก่ผู้บริโภค
- 2) การแก้ปัญหาผู้บริโภค จากการบริโภคสินค้าที่ไม่ปลอดภัย
- 3) สร้างศูนย์รับเรื่องร้องเรียนปัญหาจากผู้บริโภค ได้แก่
 - ศูนย์ข้อมูลเพื่อผู้บริโภค
 - ระบบติดต่อรับเรื่องร้องเรียน ผ่าน Hot line (785) 330-2849 และการร้องเรียนผ่านแบบฟอร์มยื่นมาที่ศูนย์รับเรื่องร้องเรียน
 - ผ่านทนายความของศูนย์

คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเมืองดักลาส ยังสร้างความร่วมมือเป็นเครือข่ายกับเมืองแคนซัส (Kansas Consumer Protection)

(ที่มา: http://www.douglas-county.com/depts/da/da_cpu.aspx เมื่อ 8-8-53)

(3) คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคของ เมือง City of Bonn ประเทศเยอรมันนี

ดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในรูปแบบ การป้องกัน การจำกัดความเสี่ยง นำเสนอข้อมูลและแนะนำ เพื่อป้องกันสิทธิผู้บริโภคจากอุตสาหกรรมในเมือง โดยความร่วมมือกับเมืองโคโลญจน์ และ เลเวอร์คูเซิน มีกิจกรรมคือรับเรื่องร้องเรียนจากปัญหาของผู้บริโภค และการจัดการส่งต่อข้อมูล ไปแก่กลีขระหว่างผู้บริโภคและผู้ประกอบการอุตสาหกรรม

ที่มา: http://www.bonn.de/umwelt_gesundheit_planen_bauen_wohnen/verbraucherschutz/index.html?lang=en เมื่อวันที่ 8-8-53)

(4) การคุ้มครองผู้บริโภคด้านความเป็นธรรม ของ Eric County, Pennsylvania USA.

Eric County Bar Association เป็นหน่วยงานหนึ่งขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยมีบทบาทดูแลเรื่องความเป็นธรรมในเรื่องราคาและบริการที่ควรได้รับเช่น แนะนำผู้บริโภคในการจัดหาผู้รับเหมาก่อสร้างบ้าน เพื่อให้ประชาชนได้ป้องกันก่อนที่จะถูกเอาเปรียบ

(5) การคุ้มครองผู้บริโภคของ Camden County, New Jersey, USA.

มีการตรวจสอบและเผยแพร่ข้อมูลแก่ผู้บริโภค รับคำร้องเรียนเกี่ยวกับความไม่ เป็นธรรมของสินค้าการบริการและคุณภาพรวมทั้งเทศบาลยังมีบทบาทด้านการวิจัยและค้นคว้า และ ยังควบคุมดูแลด้านความเป็นธรรมในเรื่องน้ำหนักสินค้าและการชั่งวัด โดยจะมีเครื่องมือชั่งวัดที่มี ประสิทธิภาพสูงในการตรวจสอบสินค้าที่อยู่ในหีบห่อตามตลาด ตรวจสอบน้ำหนักและชั่งวัดสินค้า ในโกดังสินค้า เป็นต้น มีหน่วยงานใกล้เคียงและช่วยเหลือด้านความเป็นธรรมและความยุติธรรม

(6) การคุ้มครองผู้บริโภคของมลรัฐ Massachusetts, USA.

เสนอแนวทางการคุ้มครองโดยเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคที่ไม่พึงพอใจต่อสินค้า และบริการที่ได้รับมีแนวทางแก้ไขปัญหาตามแนวทางที่ได้เสนอดังนี้

1) ผู้บริโภคต้องรู้สิทธิของตนเอง(Educate yourself) โดยรู้สิทธิทางกฎหมาย เช่น จาก website และมีช่องทางที่สามารถติดต่อขอข้อมูลจากทางหน่วยงานภาครัฐได้โดยตรง

2) การเรียกร้องจากผู้ขาย (Call the Seller) โดยผู้บริโภคต้องมีบันทึกเกี่ยวกับการเจรจาหากแก้ปัญหาในขั้นตอนนี้ไม่ได้ ขึ้นต่อมาให้ติดต่อผู้บริหารของบริษัทนั้นๆ พบว่าหลาย บริษัทสามารถแก้ไขปัญหาให้ผู้บริโภคได้เพราะต้องการรักษาลูกค้าเอาไว้

3) การเขียนจดหมายร้องเรียน (Write a complaint letter to the seller) หาก ร้องเรียน โดยตรงกับผู้ขายไม่ได้ผล ผู้บริโภคสามารถเขียนจดหมายร้องเรียนโดยข้อความต้องชัดเจน ตรงประเด็น ครอบคลุมข้อเท็จจริง หากผู้บริโภคเตรียมเอกสารได้ครบถ้วน สามารถยื่นเอกสารต่อ สารเพื่อเรียกร้องความเป็นธรรม

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

(9.1) นโยบายเกี่ยวกับผู้บริโภคในประเทศญี่ปุ่น

เนื่องจากการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างมากของประเทศญี่ปุ่น ระบบการผลิตสินค้ามีความซับซ้อนมากขึ้น ส่งผลให้ผู้บริโภคไม่ได้รับข้อมูลเพียงพอสำหรับการตัดสินใจ จึงต้องรับภาระเสี่ยงภัยจากการบริโภคสินค้า รวมทั้งธุรกิจบางรายมีการผูกขาดทำให้ผู้บริโภคขาดอำนาจต่อรอง 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

(9.2) ศูนย์ผู้บริโภคเมืองโอซาก้า (The Osaka Municipal Consumer Center)

มีการดำเนินกิจกรรมได้แก่ การจัดฝึกอบรมด้านการคุ้มครองผู้บริโภค แก่องค์กรต่างๆ การจัดนิทรรศการที่ศูนย์เพื่อประชาชนได้เข้ามาศึกษาหาความรู้ การรวบรวมและ

การเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการบริโภค การให้คำปรึกษาและการจัดการคำร้องทุกข์และการจัดการทดสอบสินค้าเพื่อจัดการคำร้องทุกข์ต่างๆ

เพื่อให้สอดคล้องและเป็นไปตามวัตถุประสงค์และเจตนารมณ์ของกฎหมาย ว่าด้วยการคุ้มครองพื้นฐานรัฐบาลท้องถิ่นหรือจังหวัด จัดตั้งองค์กรบริหารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคทั้งนี้เพื่อรักษาและเพิ่มพูนผลประโยชน์ของผู้บริโภคทำให้ความเป็นอยู่ของประชาชนในจังหวัดมีความมั่นคงและดีขึ้น นอกจากนี้ยังได้กำหนดนโยบายของนครโอซาก้า เพื่อให้สอดคล้องกับเจตนารมณ์ดังกล่าว เช่น

- 1) กิจกรรมการตรวจสอบสินค้า การสนับสนุนกิจกรรมขององค์กรผู้บริโภคต่างๆ การให้ความร่วมมือภาคผู้ประกอบการ
- 2) การสนับสนุนการเปิดช่องทางให้คำปรึกษาทางโทรศัพท์และ Email มีการบันทึกข้อความคำปรึกษาลงในแบบร้องเรียนผ่านจอคอมพิวเตอร์โดยตรงและมีฐานข้อมูลในระบบ PIO-NET

(ที่มา: <http://gotoknow.org/blog/akrapong/144700> เมื่อวันที่ 13-8-53)

(10) การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศอินเดีย

มีการจัดตั้งสภาท้องถิ่นเพื่อพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค มีรูปแบบของการตั้งคณะกรรมการของแต่ละท้องถิ่น คณะกรรมการดังกล่าวมีหน้าที่ส่งเสริม และปกป้องสิทธิของผู้บริโภค ได้แก่

- 1) ป้องกันอันตรายจากสารปนเปื้อนในอาหาร อันตรายจากสินค้าและบริการ
- 2) สนับสนุนสิทธิของผู้บริโภคที่จะรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ได้รับรู้ราคาสินค้าก่อนการตัดสินใจบริโภค
- 3) สร้างกลไกการชดเชยค่าเสียหายกรณีได้รับความเสียหายของผู้บริโภค
- 4) พัฒนาความรู้แก่ผู้บริโภค เช่นการจัดอบรมปีละ 2 ครั้ง เรื่องสิทธิผู้บริโภค และการคุ้มครองผู้บริโภค

(ที่มา: <http://dcnorth.delhigovt.nic.in/disttconsumerprotection.htm>

เมื่อวันที่ 11-8-53)

โดยสรุปการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในระดับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นของต่างประเทศ พบว่า มีรูปแบบการดำเนินงานที่มีความหลากหลายทั้งนี้ขึ้นกับกฎหมายและนโยบายของแต่ละประเทศ แต่การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อการป้องกัน ควบคุมและการกำกับดูแลแก้ไขปัญหาของผู้บริโภค ความเป็นธรรมในเรื่องสินค้าและ

บริการ โดยการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนในแต่ละท้องถิ่น เป็นรูปแบบหลักที่แต่ละประเทศส่วนใหญ่นำมาปรับใช้กับนโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศ ทั้งนี้เพื่อให้การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคสามารถเข้าถึงประชาชนในระดับท้องถิ่น โดยการให้ประชาชนมีส่วนร่วมกำหนดนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของท้องถิ่น และยังเป็นการเพิ่มศักยภาพผู้บริโภคให้เท่าทันกับสถานการณ์คุ้มครองผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

6. การตรวจสอบความถูกต้องเทคนิคตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation Technique)

การตรวจสอบความถูกต้องแบบสามเส้าของงานวิจัย (Triangulation Technique)

หมายความว่า การยืนยันความน่าเชื่อถือของข้อค้นพบ

Triangulation เป็นศัพท์ที่มาจากวิชาการสำรวจทางภูมิศาสตร์ (Physical Survey) และการนำร่องในการเดินเรือหรือขับเครื่องบิน (Navigation) โดยการหาพิกัดตำแหน่งที่ต้องการ โดยการวัดมุมระหว่างตำแหน่งที่อยู่กับจุดอ้างอิงที่ทราบพิกัดอย่างน้อย 2 จุด จุดตัดของมุมทั้ง 2 จะเป็นจุดพิกัดที่ทำให้เราทราบตำแหน่งที่อยู่ หากจุดอ้างอิงทั้ง 2 จุดไม่มีพิกัด ตำแหน่งที่ต้องการจะไม่สามารถบอกจุดที่แน่นอนได้บอกได้เพียงความสัมพันธ์ของตำแหน่งที่ต้องการกับจุดอ้างอิงทั้ง 2 เท่านั้น

ในทางสังคมศาสตร์ Triangulation หมายถึง การเปรียบเทียบข้อค้นพบ (Finding) ของปรากฏการณ์ที่ทำการศึกษา (Phenomenon) จากแหล่งและมุมมองที่แตกต่างกัน นักวิจัยจำนวนมากคาดหมาย (Assume) ว่า Triangulation เป็นแนวทางการยืนยันความน่าเชื่อถือ (Credibility, validity) ของข้อมูลหรือสิ่งที่ค้นพบ สามารถแบ่งเป็น 7 รูปแบบได้แก่

(1) Data Triangulation หมายถึง การเปรียบเทียบและตรวจสอบความแน่นอนของข้อมูล โดยนำข้อมูลที่ได้จากแหล่งต่างๆ มาเปรียบเทียบกัน

(2) Multiple Investigator Triangulation หมายถึง การใช้นักวิจัยหลายคนในสนามแทนการใช้นักวิจัยเพียงคนเดียวเก็บข้อมูลเก็บข้อมูลเดียวกันในสถานะเดียวกัน

(3) Multiple Analyst Triangulation หมายถึง การใช้ผู้วิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บจากสนามมากกว่า 2 คนขึ้นไป ต่างคนต่างวิเคราะห์ให้ข้อค้นพบแล้วนำข้อค้นพบมาเปรียบเทียบ

(4) Reviews Triangulation หมายถึง การให้บุคคลต่างๆ ที่ไม่ใช่ นักวิจัยทำการทบทวนข้อค้นพบจากการวิเคราะห์ของคณะนักวิจัย

(5) Methods Triangulation หมายถึง การเปรียบเทียบข้อมูลที่ได้มาจากการเก็บข้อมูลหลายวิธีการ

(6) Theory Triangulation หมายถึง การใช้มุมมองของทฤษฎีต่างๆ มาพิจารณาข้อมูลชุดเดียวกัน

(7) Interdisciplinary Triangulation หมายถึง การใช้สหวิทยาการร่วมวาทกรรม อธิบายข้อค้นพบต่างๆ

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้ทำวิจัยจะใช้วิธีการตรวจสอบความถูกต้องข้อมูลแบบ Data Triangulation Technique เป็นการอาศัยข้อมูลจากตัวอย่าง(ผู้ให้ข้อมูล) หลายแหล่งข้อมูล เพื่อประกอบการตัดสินใจเรื่องความถูกต้องของข้อมูลที่สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง

7. การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

เป็นวิธีที่นักวิจัยใช้พิจารณาการติดต่อสื่อสารทางสังคมของมนุษย์ ประเภทที่มีการเขียน เป็นเอกสารหรือการติดต่อสื่อสารแบบใช้ถ้อยคำภาษา (Verbal Communication) ซึ่งมันเป็นคำนิยาม กว้าง ๆ อย่างไรก็ตาม การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) เป็นเทคนิคการสรุปผลอย่างเป็นระบบ (systematically) และใช้สิ่งที่ถ่ายทอดไว้ มาให้ความหมายลักษณะพิเศษของสาร (messages) จากสิ่งที่เห็นภาพได้ เช่น ภาพถ่าย วิดีโอเทป หรืออื่นๆ ซึ่งสามารถทำเป็นบริบทที่ยอมรับได้ในการ วิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) การวิเคราะห์สารโดยปราศจากอคติเป็นสิ่งที่นำไปสู่ความสำเร็จ โดยต้องมีกฎเกณฑ์ที่ชัดเจน ที่เรียกว่า เกณฑ์การคัดสรร (criteria of selection) ซึ่งเป็นรูปแบบที่ต้อง กำหนดขึ้นก่อนการวิเคราะห์

เกณฑ์การคัดสรร (criteria of selection) ที่ใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ต้องมีความละเอียดเพียงพอที่จะอธิบายความแตกต่างของเนื้อหาสาร (messages) แต่ละตัวต้อง แน่นอน และนักวิจัยหรือผู้อ่านคนอื่นๆ สามารถนำไปปรับใช้ได้ การพิจารณาสาร (messages) ที่ เหมือนกัน ก็จะต้องมีผลหรือการเปรียบเทียบผลเหมือนกัน โดยอาจพิจารณาจากความเที่ยงตรงของ เครื่องมือวัด และความน่าเชื่อถือของผลที่พบ

การกำหนดกลุ่มเนื้อหา (categories) ที่ถูกนำมารวมเข้าไว้ในการพัฒนาเกณฑ์การคัดเลือก ควรมีผลกระทบต่อกรยอมรับและรักษามันไว้ให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ คำที่ถูกต้องที่ถูก นำไปใช้ในถ้อยคำหรือแถลงการณ์ (statement) ไม่ควรปราศจากเหตุผลมากเกินไปหรือใช้แบบ ผิดเพี้ยน โดยไม่เกี่ยวข้องกับการจำแนกประเภท (categories)

Holsti อธิบายกระบวนการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ไว้ว่า “การนำเนื้อหา มา รวมหรือแยกเนื้อหาออกไปเป็นการกระทำเพื่อปรับใช้กับเกณฑ์การคัดสรร หรือเพื่อต้องการที่จะ แยกแยะการวิเคราะห์เฉพาะวัตถุติบ (material) ที่สนับสนุนการพิสูจน์สมมติฐานของนักวิจัย”

สรุปการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) เป็นวิธีการประเมินคำพูดจากถ้อยคำ หรือสรุป ข้อเรื่องราวของสิ่งที่เราศึกษาแสดงออกมา ในการศึกษาเรื่องรูปแบบองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครอง ผู้บริโภคจะเป็นการสอบถามมุมมองของผู้ถูกถาม (Subjects) ในหลักการเกี่ยวกับ

- (1) โครงสร้างและการจัดองค์กร
- (2) บทบาทหน้าที่ขององค์กร
- (3) สถานภาพทางกฎหมาย
- (4) งบประมาณ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง รูปแบบขององค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหารูปแบบที่เหมาะสมขององค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งจัดตั้งขึ้นในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยผู้ศึกษาได้กำหนดแนวทางในการศึกษาประกอบด้วย

รูปแบบการศึกษา

เป็นการศึกษาแบบ การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR: Participatory Action Research) คือ เป็นการวิจัยที่มีจุดเริ่มต้นจากชุมชนท้องถิ่นเป้าหมาย ให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ ร่วมกันแสวงหาปัญหา วิเคราะห์สาเหตุของปัญหา คิดค้นทางออกเพื่อแก้ไขปัญหา และร่วมกันพัฒนาด้วยการจัดกิจกรรมกลุ่มที่เป็นฉันทามติของชุมชน(ผ่านกระบวนการตัดสินใจแบบมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น) ตลอดจนร่วมรับผลประโยชน์และติดตามเพื่อประเมินผลของการพัฒนา

ขอบเขตการวิจัย

พื้นที่

ประชากร คือ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเฉพาะประเภทองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) และเทศบาลตำบล (ทต.) เท่านั้น ซึ่งมีความพร้อมด้านการทำงานคุ้มครองผู้บริโภค

ซึ่งในการศึกษารั้งนี้เป็นการศึกษาโดยผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (**purposive sampling**) ในกลุ่มตัวอย่าง คือ เลือกเฉพาะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่สนใจและมีความพร้อมด้านการทำงานคุ้มครองผู้บริโภคในจังหวัดสงขลา จำนวน 3 แห่งด้วยกัน ประกอบด้วย

1. เทศบาลตำบลปรีก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา
2. องค์การบริหารส่วนตำบลท่าข้าม อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
3. องค์การบริหารส่วนตำบลควนรู อำเภอรัตนภูมิ จังหวัดสงขลา

ผู้ให้ข้อมูล

ผู้วิจัยเลือกเฉพาะผู้ที่มีความสำคัญต่อการรับผิดชอบและเกี่ยวข้องโดยตรง (Key Informants) กับการพัฒนางานคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นผู้ให้ข้อมูล ประกอบด้วย

คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น รายละเอียด

- ประธานคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 1 คน
- เลขานุการคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 1 คน
- กรรมการคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 2 คน

ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค ประจำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น รายละเอียด

- หัวหน้าศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค 1 คน
- กรรมการศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค 2 คน
- ผู้ประสานงานศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค 1 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบบันทึกข้อมูล เรื่องบริบทชุมชนและข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ด้วยการลงพื้นที่เพื่อสอบถามจากหัวหน้าฝ่ายนโยบายและแผนหรือผู้แทนที่สามารถให้ข้อมูลประจำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นประกอบด้วย

1.1 บริบทของชุมชน ประกอบด้วย

1.1.1 ทิศทางสังคมของชุมชน แบ่งเป็น ทุนทรัพยากรธรรมชาติ ทุนความรู้ นวัตกรรม ภูมิปัญญา ทุนวัฒนธรรมและวิถีชีวิต ทุนเศรษฐกิจชุมชน และทุนคน กลุ่มและเครือข่ายของชุมชน

1.2 ข้อมูลที่เกี่ยวกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ประกอบด้วย

- 1.2.1 ขนาดขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
- 1.2.2 โครงสร้างการบริหารงานและจำนวนเจ้าหน้าที่
- 1.2.3 วิสัยทัศน์ นโยบาย และทิศทางองค์กร
- 1.2.4 การดำเนินงานด้านคุ้มครองผู้บริโภคที่ผ่านมา

2. แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) เพื่อเตรียมและทำความเข้าใจแก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการงานคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป้าหมาย แบ่งเป็น 2 ส่วนประกอบด้วย

2.1 สถานการณ์คุ้มครองผู้บริโภค แบ่งเป็น

2.2.1 ปัญหาเกี่ยวกับอาหารและยา

2.2.2 ปัญหาที่เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์ทั่วไปและบริการ

2.2.3 ปัญหาที่เกี่ยวกับสัญญาไม่เป็นธรรม

2.2.4 ปัญหาที่เกี่ยวกับระบบกลไกด้านคุ้มครองผู้บริโภค

2.2 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์คุ้มครองผู้บริโภค ให้วิเคราะห์สาเหตุของปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นอันเป็นสาเหตุที่ทำให้สภาพของปัญหายังคงอยู่

สำหรับแบบสัมภาษณ์ได้ผ่านการตรวจสอบความตรงทางเนื้อหาของข้อความ (Content Validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน และผ่านการทดสอบความเที่ยงโดยนำมาสัมภาษณ์ผู้ที่มีความสำคัญต่อการรับผิดชอบและเกี่ยวข้องโดยตรง (Key Informants) กับการพัฒนางานคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นของพื้นที่เทศบาลเมืองสตูลและเทศบาลเมืองนาสารจังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงให้เหมาะสมยิ่งขึ้น

3. คู่มือการจัดสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อการเรียนรู้ การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหาและการหาแนวทางแก้ไขปัญหาของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการงานคุ้มครองผู้บริโภคในชุมชนท้องถิ่นตามหลักเกณฑ์ของสำนักงานสุขภาพแห่งชาติ (สช.)

ขั้นตอนการจัดสัมภาษณ์เชิงลึก

3.1 แต่งตั้งคณะทำงานสัมภาษณ์เชิงลึก โดยมีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป้าหมายคือ เทศบาลตำบลปริง อปต.ควนรู และ อปต.ท่าข้าม ทำหน้าที่เป็นเลขานุการ

3.2 เชิญผู้มีส่วนที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมกระบวนการสัมภาษณ์ ซึ่งมีองค์ประกอบจาก 3 ภาคส่วน คือ

1) ภาคการเมือง/ราชการ/องค์กรของรัฐ ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้นำชุมชน เจ้าหน้าที่สาธารณสุขจากสำนักงานสาธารณสุขอำเภอ สถานีอนามัย โรงเรียน เป็นต้น

2) ภาคประชาสังคมและเอกชน ประกอบด้วย กลุ่มอาชีพ กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารและแผงลอยจำหน่ายอาหาร ตัวแทนผู้บริโภคจากหมู่บ้าน ชุมชน อย.น้อย นักจัดรายการวิทยุชุมชน เป็นต้น

3) ภาควิชาการ ประกอบด้วย นักวิชาการจากสถาบันการจัดการระบบสุขภาพ ม.สงขลานครินทร์ ปรารชญ์ชาวบ้าน เป็นต้น

3.3 พัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายสาธารณะ จากข้อมูลวิชาการและหลักฐานเชิงประจักษ์ (Evidence-based) จัดทำเป็นร่างข้อเสนอโยบายสาธารณะว่าด้วยการพัฒนาระบบงานคุ้มครองผู้บริโภค อันมีความสอดคล้องกับสถานการณ์ และมีความเป็นไปได้ในแง่ของการปฏิบัติ

3.4 ผู้เข้าร่วมกิจกรรมสมัชชาฯ ร่วมแสดงความคิดเห็น แสดงข้อมูล อย่างกว้างขวาง และร่วมกันแสดงฉันทามติ เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติและการเผยแพร่สู่สาธารณะ

3.5 การขับเคลื่อนข้อเสนอเชิงนโยบายสู่การปฏิบัติและร่วมกันติดตามผลในทางปฏิบัติ

4. การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

4.1 แนวคำถามการระดมความคิดเห็น มีดังต่อไปนี้

4.1.1 ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เป็นรูปแบบองค์การอิสระฯ ควรมีโครงสร้างและการจัดองค์การอย่างไร

- 1) ที่มาของคณะกรรมการ
- 2) สัดส่วนของคณะกรรมการ
- 3) คุณสมบัติของคณะกรรมการ

4.1.2 บทบาทและหน้าที่ขององค์การอิสระในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควร มีอะไรบ้าง และมี ลักษณะอย่างไร

4.1.3 วิธีการทำงานขององค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ควรเป็นอย่างไร

4.1.4 สถานภาพขององค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ควรเป็นอย่างไร

4.1.5 งบประมาณขององค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ควรเป็นอย่างไร

- 1) สัดส่วนงบประมาณ
- 2) ระบบการบริหารงบประมาณ
- 3) การตรวจสอบงบประมาณ

4.1.6 เปรียบเทียบรูปแบบขององค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคของแต่ละ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

4.2 โปรแกรมแผนที่ความคิด เครื่องฉายภาพและจอภาพ ใช้บันทึกการสนทนากลุ่ม

4.3 เครื่องมือบันทึกเสียงและภาพการสนทนากลุ่ม

ขั้นตอนการวิจัย

1. การเก็บข้อมูลพื้นฐาน เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดรูปแบบองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วย

1.1 ข้อมูลบริบทของพื้นที่

1.1.1 สถานการณ์ปัญหาผู้บริโภคในพื้นที่

ก) โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานคุ้มครองผู้บริโภค ในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จาก 2 ภาคส่วน คือ คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อนุ สคบ. ประจำ อปท.) และคณะทำงานศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคประจำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ขั้นตอนการสัมภาษณ์ มีดังนี้

1) ติดต่อและส่งหนังสือราชการเพื่อขออนุญาตเข้าสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้อง โดยเริ่มจากผู้บริหารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นก่อนพร้อมแนบแบบสัมภาษณ์เพื่อผู้ให้ข้อมูล ได้มีเวลาเตรียมข้อมูลและทราบแนวทางการสัมภาษณ์ โดยส่งล่วงหน้าก่อนสัมภาษณ์ประมาณ 1-2 สัปดาห์ก่อนที่ผู้วิจัยจะเข้าสัมภาษณ์จริง

2) เตรียมความพร้อมในเรื่องการเดินทาง การนัดหมายวัน เวลากับผู้ให้ข้อมูลโดยทางโทรศัพท์หรือเดินทางไปนัดหมายด้วยตนเอง สำหรับผู้ให้ข้อมูลจากผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้วิจัยจะติดต่อและประสานไปยังเลขานุการหรือเจ้าหน้าที่ผู้รับหนังสือก่อน แล้วจึงกำหนดวัน เวลาที่เหมาะสมในการเข้าสัมภาษณ์อีกครั้ง

สำหรับผู้ปฏิบัติงานด้านคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลหลังจากสัมภาษณ์ผู้บริหารแล้ว เพื่อให้ทราบว่า มีผู้ปฏิบัติงานท่านใดที่มีส่วนเกี่ยวข้อง แล้วจึงดำเนินการตามข้อ 1) และ 2) ตามลำดับเช่นเดียวกับผู้บริหาร สำหรับผู้ให้ข้อมูลจากศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคประจำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะเก็บข้อมูลเช่นเดียวกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

3) ผู้วิจัยเข้าพบผู้ให้ข้อมูลในเวลาราชการและตามเวลาที่นัดหมาย ณ หน่วยงานของผู้ให้ข้อมูลทำงาน ผู้วิจัยแนะนำตนเอง ซึ่งแจ้งวัตถุประสงค์และรายละเอียดต่างๆ ของการทำวิจัย ดังนี้

“สวัสดีครับ กระผม เกศักรสมชาย ละอองพันธุ์ ปัจจุบันทำงานเป็นเภสัชกรประจำอยู่ที่ โรงพยาบาลระโนด ขณะนี้เป็นนักศึกษาปริญญาโท สาขาเภสัชศาสตร์ สังคมและการบริหาร คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง รูปแบบองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยมีวัตถุประสงค์

เพื่อศึกษารูปแบบขององค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคที่เป็นไปได้ในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การเก็บข้อมูลครั้งนี้เพื่อนำข้อมูลที่ได้ประกอบการเปรียบเทียบลักษณะรูปแบบการคุ้มครองผู้บริโภคขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จนนำมาสู่การปรับปรุงให้มีลักษณะการทำงานแบบองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค กระผมจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการให้สัมภาษณ์ โดยคาดว่าจะใช้เวลาในการสัมภาษณ์ไม่เกิน 30 นาที ในการสัมภาษณ์ครั้งนี้ กระผมจะใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลโดย การจดบันทึก เอกสารและขออนุญาตให้เทปบันทึกเสียง กระผมขอขอบคุณที่ท่านเสียสละเวลาในการให้ข้อมูลและอนุญาตให้เข้าสัมภาษณ์ครั้งนี้ครับ” หลังจากนั้นผู้วิจัยพูดคุยกับผู้ให้ข้อมูลอย่างเป็นกันเอง เพื่อสร้างสัมพันธภาพที่ดีแล้วจึงดำเนินการสัมภาษณ์ตามแนวคำถามที่กำหนดไว้และตั้งคำถามเพิ่มเติมเพื่อให้ได้คำตอบที่ชัดเจน

4) ผู้วิจัยใช้แนวทางวิเคราะห์ข้อมูลพร้อมกับการเก็บข้อมูล โดยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาถอดเทปทุกวันหลังการสัมภาษณ์ โดยบันทึกเป็นข้อความเชิงบรรยายจากสิ่งที่ได้รับการบอกกล่าวตามลำดับเนื้อหาในแบบสัมภาษณ์ หลังจากการวิเคราะห์ข้อมูลเสร็จแล้ว ผู้วิจัยจึงเริ่มเก็บข้อมูลในตัวอย่างรายต่อไป แต่ในเก็บข้อมูลจริงผู้วิจัยไม่สามารถกำหนดความพร้อมเรื่อง วัน เวลาในการให้สัมภาษณ์ได้เองตามแนวทางที่ระบุไว้ได้ ดังนั้น บางครั้งจำเป็นต้องสัมภาษณ์ 2 คนใน 1 วัน

5) การสิ้นสุดการเก็บข้อมูลเมื่อผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่ปฏิบัติที่รับผิดชอบงานหลักจนครบทุกคน หลังจากนั้นรวบรวมข้อมูลทั้งหมดจากทุกหน่วยงานบันทึกเป็นตารางรวม

ข) รวบรวมสถิติการรับเรื่องร้องเรียนปัญหาผู้บริโภค โดยการสอบถามผู้ที่มีหน้าที่โดยตรงที่รับผิดชอบด้านงานร้องเรียนปัญหาผู้บริโภค

1.2 ข้อมูลปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยการลงพื้นที่ใช้แบบสอบถามหัวหน้าฝ่ายแผนและนโยบาย และส่วนหนึ่งที่เป็นเอกสารของขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น แผนแม่บท แผนสุขภาวะระดับพื้นที่ เป็นต้น

1.2.1 ทูทางสังคมของพื้นที่ (Social Capitals) โดยวิธีการลงพื้นที่และใช้แบบสอบถามเพื่อรวบรวมข้อมูลจากเอกสารของพื้นที่จำแนกเป็น

- ก) ทูทางพยากรณ์ธรรมชาติ
- ข) ทูทางวัฒนธรรม วิธีการดำเนินชีวิต
- ค) ทูทางนวัตกรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น
- ง) ทูทางเศรษฐกิจ
- จ) ทูทางกลุ่มคน เครือข่ายและหน่วยงาน

ซึ่งจะเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการทำงานและจัดรูปแบบขององค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

1.2.2 บริบทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

- ก) ขนาดขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
- ข) โครงสร้าง จำนวนเจ้าหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
- ค) วิสัยทัศน์ และแผนงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
- ง) ประสิทธิภาพการทำงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

2. การจัดกิจกรรม (Intervention) เพื่อสร้างกระบวนการเรียนรู้และมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วย

2.1 การจัดสมัชชาผู้บริโภคฉลาดซื้อ (Smart Consumer Assembly) เพื่อให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่ระดมความคิดเห็นร่วมกันเกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์ปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค แนวโน้มความรุนแรง และความต้องการของชุมชนในการแก้ไขปัญหา อันจะพัฒนาไปเป็นนโยบายสาธารณะด้านคุ้มครองผู้บริโภคของพื้นที่ การจัดสมัชชาผู้บริโภค เริ่มต้นจากการจัดตั้งคณะทำงานสมัชชาของพื้นที่ ประกอบด้วย ภาคส่วนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้นำชุมชน สื่อมวลชน ตัวแทนผู้บริโภคจากกลุ่มต่างๆ และนักวิชาการในพื้นที่ร่วมกันเตรียมกิจกรรม ข้อมูลด้านคุ้มครองผู้บริโภคของพื้นที่ และร่วมกันกำหนดวันจัดสมัชชา ที่เหมาะสมของแต่ละพื้นที่ กระบวนการจัดสมัชชาผู้บริโภคฉลาดซื้อ มีดังนี้

2.1.1 นายองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งแจ้งวัตถุประสงค์การจัดสมัชชาผู้บริโภค ทิศทางขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่องานคุ้มครองผู้บริโภค

2.1.2 แบ่งผู้เข้าร่วมออกเป็นกลุ่มโดยให้มีสัดส่วนของผู้นำชุมชน ตัวแทนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สื่อมวลชน ตัวแทนผู้บริโภค

2.1.3 ให้แต่ละกลุ่มระดมความเห็น ในประเด็น ลักษณะปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคที่เคยมีประสบการณ์ซึ่งแบ่งเป็น 3 ลักษณะ คือ

- 1) ปัญหาจากกิน
- 2) ปัญหาจากการใช้บริการ
- 3) ปัญหาจากความไม่เป็นธรรมจากสัญญา โดยมีตัวแทนกลุ่มเป็นผู้นำ

กระบวนการ และคนที่ทำหน้าที่บันทึกผลการระดมความคิดเห็น ใช้เวลา 45 นาที

2.1.4 นักวิชาการนำเสนอสถานการณ์ปัญหาผู้บริโภคจากการสำรวจในระดับจังหวัด เพื่อร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน

2.1.5 ตัวแทนนำเสนอผลการระดมความคิดเห็นของแต่ละกลุ่ม 15 นาที ผู้วิจัยทำหน้าที่รวบรวมโดยใช้แผนที่ความคิด(Mind Mapping) ด้วยโปรแกรม Mind Manager Pro 7

2.1.6 แต่ละกลุ่มระดมความคิดเห็น วิเคราะห์สาเหตุและแนวทางร่วมเพื่อแก้ไขปัญหาผู้บริหาร โภคในพื้นที่ใช้เวลา 45 นาที

2.1.7 ตัวแทนกลุ่มนำเสนอผลการระดมความคิดเห็น ผู้วิจัยทำหน้าที่รวบรวมโดยใช้แผนที่ความคิด (Mind Mapping) ด้วยโปรแกรม Mind Manager Pro 7

2.1.8 ผู้วิจัยสรุปผลการระดมความคิดเห็นจากทั้งสองส่วน และนำเสนอข้อมูลคืนกลับแก่ผู้เข้าร่วมประชุม

2.2 การจัดลงนามในบันทึกความร่วมมือร่วมกัน (MOU) ว่าด้วยการพัฒนาระบบงาน **คุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น** เพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องทำงานคุ้มครองผู้บริโภคทั้งในระดับพื้นที่และระดับจังหวัด ประกอบด้วย ตัวแทนสำนักงานจังหวัดสงขลา รองนายกเทศมนตรีนครหาดใหญ่ นายกเทศมนตรีตำบลปริง นายกองจัดการบริหารส่วนตำบลท่าข้าม นายกองจัดการบริหารส่วนตำบลควนรู นายกสมาคมเกษตรอินทรีย์วิถีไท นายกสมาคมอาสาสมัครสาธารณสุขจังหวัดสงขลา (อสม.) มีจุดมุ่งหมายร่วมกันขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นประกอบด้วย 2 ขั้นตอน คือ

2.2.1 การร่างรายละเอียดเนื้อหาบันทึกความร่วมมือ (MOU) โดยเชิญผู้เกี่ยวข้องกับงานคุ้มครองผู้บริโภคทั้งในระดับพื้นที่และระดับจังหวัด ประกอบด้วย ตัวแทนสำนักงานจังหวัดสงขลา รองนายกเทศมนตรีนครหาดใหญ่ นายกเทศมนตรีตำบลปริง นายกองจัดการบริหารส่วนตำบลท่าข้าม นายกองจัดการบริหารส่วนตำบลควนรู นายกสมาคมเกษตรอินทรีย์วิถีไท นายกสมาคมอาสาสมัครสาธารณสุขจังหวัดสงขลา (อสม.)

2.2.2 พิธีลงนามบันทึกความร่วมมือ (MOU) ว่าด้วยการพัฒนาระบบงานคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

2.3 การประชุมวางแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการ เพื่อให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วย คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อนุ สคบ. ประจำ อปท.) คณะทำงานศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคประจำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ได้ร่วมกันวางแผน การจัดสรรทรัพยากร (คน เงินทุน วัสดุ) อันปัจจัยที่จำเป็นต่อการดำเนินกิจกรรมให้บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ ขั้นตอนการวางแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการด้านคุ้มครองผู้บริโภค มีดังนี้

2.3.1 การนำเสนอข้อมูลสถานการณ์คุ้มครองผู้บริโภคจากการจัดสัมมนา
ผู้บริโภคฉลาดซื้อ

2.3.2 การนำเสนอทุนทางสังคมของพื้นที่

2.3.3 การกำหนดเป้าหมายของการทำงานคุ้มครองผู้บริโภค

2.3.4 ระดมความคิดเห็น (Brain Storming) เรื่อง แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการ
การด้านคุ้มครองผู้บริโภค พร้อมแบ่งหน้าที่รับผิดชอบตามความถนัดและสนใจ

3. การพัฒนารูปแบบองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วน ท้องถิ่น

3.1 การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเกี่ยวกับงานคุ้มครอง
ผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจาก 2ภาคส่วนประกอบด้วยคณะอนุกรรมการคุ้มครอง
ผู้บริโภคประจำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อนุ สคบ. ประจำ อปท.) และคณะทำงานศูนย์พิทักษ์
สิทธิผู้บริโภคประจำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น วิธีการระดมความคิดเห็น มีดังนี้

3.1.1 ผู้ดำเนินรายการ (Modulator) กำหนดประเด็น และชี้แจงวัตถุประสงค์
เป้าหมาย กติกาของการจัดระดมความคิดเห็นแก่ผู้เข้าร่วมกำหนดให้สมาชิกแสดงความคิดเห็นคน
ละไม่เกิน 5 นาที ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ใช้การฟรีรอลวง (Freewheeling) คือ สมาชิกสามารถเสนอ
เมื่อไรก็ได้เมื่อต้องการ ถ้าไม่มีความเห็นก็สามารถเฉาผ่านได้

3.1.2 ผู้ดำเนินรายการ (modulator) จะทำหน้าที่คอยจุดประเด็นในการสนทนา
ตามแนวทางการระดมความคิดเห็น เพื่อชักจูงให้กลุ่มเกิดแนวคิดและแสดงความคิดเห็นต่อประเด็น
หรือแนวทางการสนทนาอย่างกว้างขวางละเอียดลึกซึ้ง สำหรับประเด็นที่ใช้ในการระดมความ
คิดเห็น ประกอบด้วย 5 ประเด็น คือ

- 1) โครงสร้างและการจัดการ
- 2) บทบาทหน้าที่
- 3) วิธีการทำงาน
- 4) สถานภาพทางกฎหมาย
- 5) งบประมาณ

จะมีผู้บันทึก (Note taker) จะใช้โปรแกรมแผนที่ความคิดบันทึกการสนทนา
กลุ่ม โดยการ จับประเด็นสำคัญจากการอภิปรายฉายแสงบนจอภาพในขณะที่สนทนากลุ่ม เพื่อให้
ผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มได้เห็นภาพรวมและประเด็นที่สำคัญในการอภิปรายตลอดการสนทนา

กลุ่ม ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการอภิปรายและเพื่อให้ผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มได้ตรวจสอบข้อมูลสำคัญที่ถูกลบทิ้งได้ตลอดการสนทนา

3.2 การสังเคราะห์รูปแบบที่เหมาะสม องค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยวิธีการ

3.2.1 การเปรียบเทียบรูปแบบในปัจจุบันขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป้าหมาย กับรูปแบบขององค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศและต่างประเทศ

3.2.2 การปรับรูปแบบขององค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคใน อปท. ให้มีความสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ อันเป็นปัจจัยส่งผลต่อความยั่งยืนต่อการพัฒนา

3.2.3 าระบบงานคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ตัวแปรต้น (ตัวแปรอิสระ)

1. บริบทของพื้นที่
 - 1.1 สถานการณ์ปัญหาผู้บริโภคในพื้นที่
 - 1.2 ทูทางสังคมของพื้นที่ ประกอบด้วย
 - ทูด้านทรัพยากรธรรมชาติ
 - ทูด้านวัฒนธรรม วิธีการดำเนินชีวิต
 - ทูด้านนวัตกรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น
 - ทูด้านเศรษฐกิจ
 - กลุ่มคน เครือข่ายและหน่วยงาน
2. ลักษณะทางกายภาพขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
 - 2.1 ประเภทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
 - 2.2 ขนาดขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
 - 2.3 วิสัยทัศน์และนโยบายขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
 - 2.4 การจัดโครงสร้างของการทำงานคุ้มครองผู้บริโภค
 - 2.5 จำนวนเจ้าหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
 - 2.6 ปฏิสัมพันธ์กับองค์กร เครือข่าย กลุ่ม ชมรมหรือหน่วยบริการในชุมชน
 - 2.7 ประสิทธิภาพการทำงานด้านคุ้มครองผู้บริโภค
 - 2.8 รูปธรรมความสำเร็จด้านคุ้มครองผู้บริโภค

ตัวแปรตาม

รูปแบบที่เหมาะสมขององค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นประกอบด้วย

1. โครงสร้างและการจัดการองค์การ

- ลักษณะการจัดโครงสร้างขององค์การ
- สัดส่วนองค์ประกอบของคณะกรรมการ
- เกณฑ์การคัดเลือกคณะกรรมการ
- การตรวจสอบคุณสมบัติ
- ความรู้ความสามารถของกรรมการ

2. บทบาทหน้าที่

- ประเภทบทบาทหน้าที่
- จุดหมาย วิสัยทัศน์
- แผนงานด้านคุ้มครองผู้บริโภค
- การจัดระบบความสัมพันธ์ระหว่างองค์การ กลุ่ม เครือข่ายและหน่วยงานในพื้นที่
- การกำกับดูแล

3. วิธีการทำงาน

- กลไกการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคและเครือข่าย
- กลไกการรับเรื่องร้องเรียน
- กลไกการไกล่เกลี่ย
- กลไกการชดเชยความเสียหาย
- กลไกการเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์และภัยผู้บริโภค
- กลไกการสื่อสารสาธารณะ
- กลไกการประสานงาน
- กลไกการพัฒนานโยบายสาธารณะ

4. สถานภาพทางกฎหมาย

- การรับรองสถานภาพการปฏิบัติหน้าที่
- การยกแก่การแทรกแซงของฝ่ายการเมือง

5. งบประมาณ

- สัดส่วนงบประมาณ
- การจัดตั้งกองทุน

- ระบบการบริหารงบประมาณ
- การตรวจสอบงบประมาณ

ระยะเวลาในการรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลระหว่าง เดือน มิถุนายน 2553 - กุมภาพันธ์ 2554 รวมเป็นระยะเวลา 9 เดือน

การพิทักษ์สิทธิ์ผู้ให้ข้อมูล

ในการวิจัยนี้ต้องอาศัยการสัมภาษณ์เจาะลึกและการสังเกตต่างๆที่อาจรบกวนผู้ให้ข้อมูล ผู้วิจัยจึงคำนึงถึงจรรยาบรรณของนักวิจัยอย่างเคร่งครัด โดย

1. ก่อนการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยแนะนำตัวเอง อธิบายวัตถุประสงค์ รวมทั้งรายละเอียดของการสัมภาษณ์และขออนุญาตบันทึกเทปเพื่อความถูกต้องในการรวบรวมข้อมูล พร้อมทั้งบอกให้ทราบถึงระยะเวลาการสัมภาษณ์โดยประมาณ 30- 60 นาที
2. สอบถามความสมัครใจของผู้ให้ข้อมูลในการเข้าร่วมการวิจัยตลอดจนขออนุญาตในการใช้เครื่องบันทึกเสียงในการเก็บข้อมูล
3. ผู้วิจัยไม่เปิดเผยชื่อ สกุล ตำแหน่งของผู้ให้ข้อมูล และทำลายเทปบันทึกเสียงหลังจากวิเคราะห์ข้อมูลแล้วเสร็จ

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลบริบทของพื้นที่และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพในกลุ่มข้อมูลที่ได้จากเล่าเรื่อง การสัมภาษณ์เชิงลึก การจัดสัมภาษณ์ผู้บริโภคนคราตชื่อ และการระดมความคิดเห็นแบบกลุ่ม ผู้วิจัยจะวิเคราะห์แยกย่อยเป็นประเด็นสำคัญโดยใช้โปรแกรมแผนที่ความคิด และใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยมีขั้นตอนการศึกษาดังนี้

- 1.1 วิเคราะห์แยกแยะรายละเอียดของเหตุการณ์หรือประเด็นที่ศึกษา ว่ามีตัวแปรย่อยหรือส่วนประกอบอะไรบ้าง
- 1.2 จัดหมวดหมู่ของส่วนประกอบหรือตัวแปรเหล่านั้น โดยจำแนกประเภท (Categories) ตามกรอบแนวคิดในการวิจัย เป็นรายประเด็นที่เป็นหน่วยในการวิเคราะห์
- 1.3 วิเคราะห์ถึงความเชื่อมโยงของตัวแปรหรือส่วนประกอบเหล่านั้น

2. วิเคราะห์รูปแบบองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคกับความสอดคล้องของบริบทของพื้นที่

เปรียบเทียบรายละเอียดของการจัดรูปแบบองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นว่ามีความสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ โดยรายละเอียดของรูปแบบจะแบ่งเป็น 5 ประเด็นได้แก่

- โครงสร้างและการจัดโครงสร้างองค์การ
- บทบาทหน้าที่
- วิธีการทำงาน
- สถานภาพทางกฎหมาย
- งบประมาณ

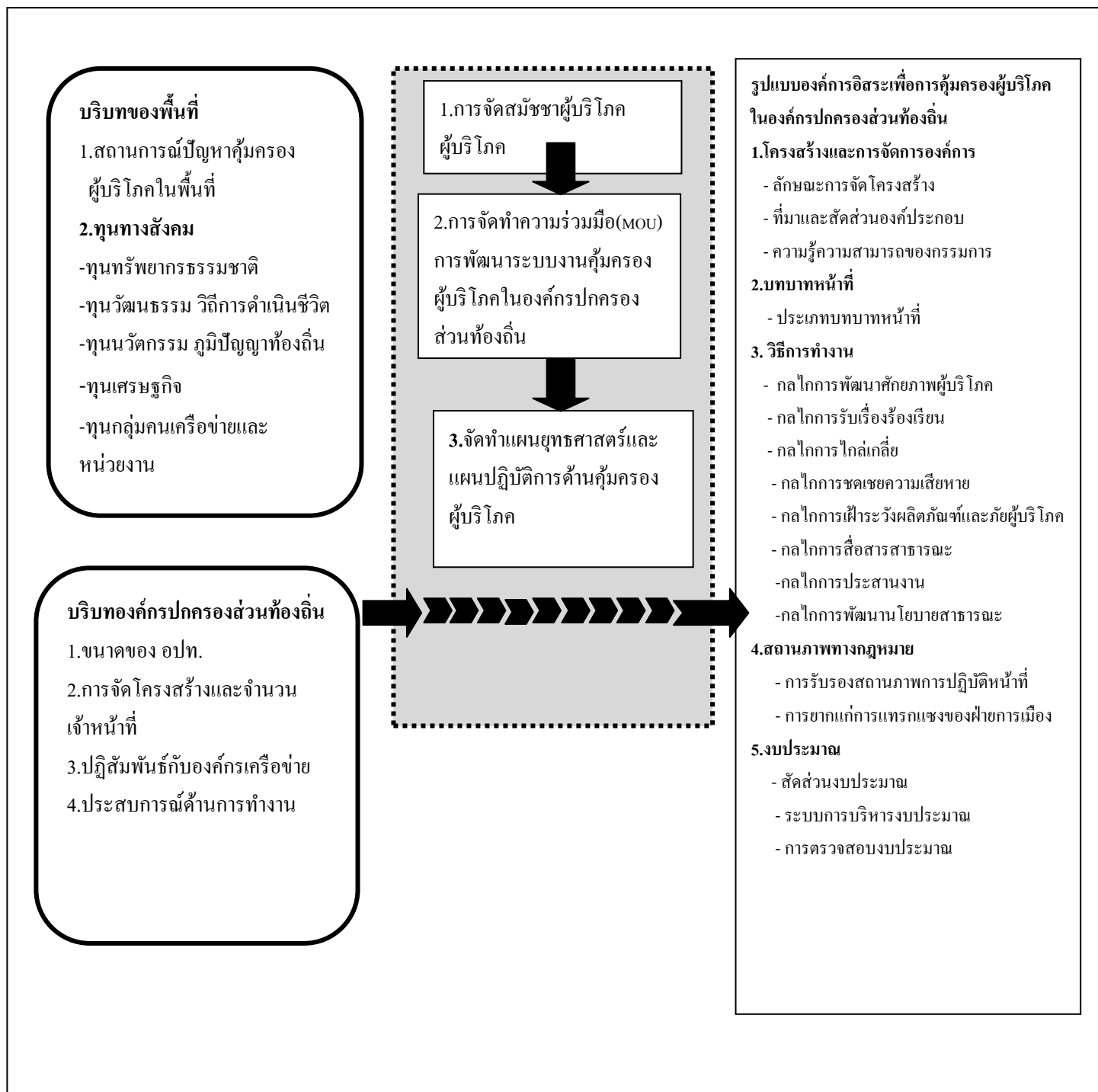
พิจารณารูปแบบของการองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคว่ามีความสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่แต่ละแห่งหรือไม่ หากสามารถตอบสนองกับสถานการณ์ปัญหาผู้บริโภค ขนาดโครงสร้างและจำนวนเจ้าหน้าที่ วิทยุทัศน์ นโยบาย ตลอดจนประสบการณ์การทำงานที่ผ่านมา ก็จัดได้ว่ามีความสอดคล้องกัน

การแสดงผลข้อมูล

แสดงผลข้อมูลเชิงพรรณนาและใช้ตารางสรุปผล

ความน่าเชื่อถือของงานวิจัย

การวิจัยนี้ใช้วิธีการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลโดยการตรวจสอบข้อมูลสามเส้า (Data Triangulation Technique) ซึ่งใช้ข้อมูลการจากการสัมภาษณ์เชิงลึกบุคคลที่เกี่ยวข้องกับงานคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป้าหมายแล้ว โดยมีการสัมภาษณ์ข้อมูล 8 ท่านต่อแห่ง แล้วสรุปเป็นข้อมูลหลักที่สำคัญของแต่ละประเด็น ทำตรวจสอบกับข้อมูลที่ได้จากการทำระดมความคิดเห็น เพื่อเปรียบเทียบว่ามีความเหมือนกันหรือไม่ ซึ่งในกระบวนการทำถ้าทุกแหล่งข้อมูลพบว่าได้ข้อค้นพบมาเหมือนกัน แสดงว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มามีความถูกต้อง



ภาพที่ 3.1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 4

ผลการศึกษาวิจัยและการอภิปรายผล

ผลการศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น แบ่งเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลบริบทของพื้นที่และองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น อันเป็นปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

- 1.1 สถานการณ์ปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่
- 1.2 ทูทางสังคมของพื้นที่ (Social capital)
- 1.3 ข้อมูลพื้นฐานของพื้นที่
- 1.4 การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคที่ผ่านมา

ส่วนที่ 2 ข้อมูลจากการจัดกิจกรรมเพื่อการมีส่วนร่วม (Participatory Activities)

2.1 การจัดสมาชิกผู้บริโภคฉลาดซื้อ (Smart Consumer Assembly)
2.2 การจัดลงนามในบันทึกความร่วมมือร่วมกัน (MOU) ว่าด้วยการพัฒนาระบบงานคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

2.3 การประชุมวางแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการด้านคุ้มครองผู้บริโภค ร่วมกับคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคระดับท้องถิ่น และศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ส่วนที่ 3 รูปแบบปัจจุบันของการทำงานคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ส่วนที่ 4 การจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เรื่องรูปแบบองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ส่วนที่ 1 ข้อมูลบริบทของพื้นที่และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อันเป็นปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบองค์กร อีสาระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

1.1 สถานการณ์ปัญหาผู้บริโภคในพื้นที่

ผลการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเกี่ยวกับระบบงานคุ้มครองผู้บริโภคของเทศบาลตำบลปริก องค์การบริหารส่วนตำบลควนรู และองค์การบริหารส่วนตำบลท่าข้าม โดยผู้วิจัยได้แบ่งประเภทของสถานการณ์ผู้บริโภคซึ่งได้จากการสัมภาษณ์ออกเป็น 4 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) ปัญหาเกี่ยวกับอาหารและยา 2) ปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทั่วไปและการรับบริการ 3) ปัญหาเกี่ยวกับสัญญาไม่เป็นธรรม และ 4) ปัญหาเกี่ยวกับระบบกลไกด้านคุ้มครองผู้บริโภค รายละเอียดแสดงตามตารางที่ 4.1

1) **ปัญหาเกี่ยวกับอาหารและยา** ได้แก่ ปัญหาการปนเปื้อนของสารเคมีทางเกษตรในผัก ผลไม้ (อบต. ควนรู มีความกังวลมากในประเด็นดังกล่าว สืบเนื่องจากการมีเกษตรกรจากภายนอกพื้นที่ เข้ามาเช่าที่ดินเพื่อเพาะปลูกผักซึ่งใช้สารเคมีทางการเกษตรเป็นจำนวนมากเพื่อส่งไปจำหน่ายให้กับผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ ตลอดจนจังหวัดใกล้เคียง) ปัญหาความสะอาดของร้านอาหาร แผงลอย และอาหารพร้อมบริโภค ปัญหาการไม่มีฉลากและฉลากไม่ถูกต้องของอาหาร ปัญหาการมีสารสเตียรอยด์ในยาสมุนไพรแผนโบราณ

2) **ปัญหาเกี่ยวกับใช้ผลิตภัณฑ์ทั่วไปและการรับบริการ** ได้แก่ ปัญหาการจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ไม่มีคุณภาพจากประเทศจีน ตลอดจนปัญหาสินค้าด้อยคุณภาพ หรือสินค้ามือสอง ด้อยคุณภาพ ปัญหาการใช้เครื่องสำอางที่มีสารเคมีที่เป็นอันตรายต่อใบหน้าผู้บริโภค ปัญหาการจำหน่ายภาชนะจาน ชามไม่มีคุณภาพ

ส่วนปัญหาจากการใช้บริการ ได้แก่ ปัญหาการไม่มีคุณภาพของรถโดยสารสาธารณะ ปัญหาการมีข้อความสั้น (SMS) รบกวน และการโทรศัพท์มาหลอกลวงจากขบวนการมิจฉาชีพ

3) **ปัญหาเกี่ยวกับสัญญาไม่เป็นธรรม** ได้แก่ ปัญหาการไม่ปฏิบัติตามกรรมธรรม์ของผู้แทนขายประกันชีวิต ปัญหาการไม่ปิดป้ายแสดงราคา ปัญหาการโกงตาชั่งของแม่ค้าในตลาดสด และตลาดนัด ปัญหาการถูกเรียกเก็บค่าธรรมเนียม 107 บาทกรณี ชำระค่าไฟฟ้าล่าช้า

4) **ปัญหาเกี่ยวกับระบบกลไกด้านคุ้มครองผู้บริโภค** ได้แก่ ปัญหาการไม่รู้จักช่องทางร้องเรียน ปัญหาการขาดความตระหนักเรื่องสิทธิของตนเองในฐานะผู้บริโภค ปัญหาการขาดทักษะในการวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลข่าวสาร ปัญหาการขาดความสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้านคุ้มครองผู้บริโภค ปัญหาการขาดระบบรับเรื่องร้องเรียนในชุมชน

ผู้ให้ข้อมูลจากทั้งสามแห่ง ได้ให้ข้อมูลสอดคล้องกันเกี่ยวกับสถานการณ์ปัญหา ผู้บริโภคทั้งสามพื้นที่ พบว่า มีแนวโน้มความรุนแรงจะมากขึ้นในอนาคต โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเอาเปรียบเกี่ยวกับสัญญาที่ไม่เป็นธรรม ความวิตกกังวลเรื่องการปนเปื้อนของอาหารที่บริโภค

ตารางที่ 4.1 แสดงสถานการณ์ปัญหาคู่ครองผู้บริโภคในพื้นที่

สถานการณ์ ปัญหา	ตำบลท่าข้าม	ตำบลควนรู	ตำบลปริก
1.ปัญหาเกี่ยวกับ อาหารและยา	<ul style="list-style-type: none"> ■ ผัก ผลไม้ มียาฆ่าแมลงตกค้างที่อาจเกิดอันตรายต่อสุขภาพ ■ อาหารสำเร็จรูปไม่มีฉลากและเครื่องหมาย อย. ■ ยาสมุนไพรแผนโบราณที่มีสารสเตียรอยด์ 	<ul style="list-style-type: none"> ■ หมูใส่สารเร่งเนื้อแดง ■ แกงลุงไม่มีสะอาด ■ ข้าวสารถุงมีการปนเปื้อนยา ฆ่าแมลง ■ มีฟาร์มปลูกผักใช้สารเคมีเพื่อส่งขายในหาดใหญ่ 	<ul style="list-style-type: none"> ■ อาหารสดไม่มีคุณภาพและสะอาด ■ ความสะอาดของร้านอาหารและแผงลอยจำหน่ายอาหาร
2.ปัญหาเกี่ยวกับ การใช้ผลิตภัณฑ์ และการรับ บริการ	<ul style="list-style-type: none"> ■ เครื่องสำอางที่มีสารที่เป็นอันตรายต่อใบหน้า ■ เครื่องใช้ไฟฟ้าไม่มีคุณภาพจากประเทศจีน ■ เครื่องนวดและเครื่องไถ่ยุ่ง หลอกหลวง ■ เจ้าหน้าที่ขณะงาน ชาม ไม่มีคุณภาพ ■ เจ้าหน้าที่จักรยานปลอม 	<ul style="list-style-type: none"> ■ เครื่องสำอางมีสารที่ก่อให้เกิดอันตรายต่อใบหน้า ■ เครื่องใช้ไฟฟ้า หลอกหลวงไม่มีคุณภาพ ■ รถโดยสารสาธารณะ ขับขี่ไม่ปลอดภัย ■ ป้ายเคมีและป้ายชีวภาพปลอม ■ สินค้ามือสองและสินค้าจากจีนเข้ามาขายเร็วในพื้นที่ 	<ul style="list-style-type: none"> ■ เครื่องสำอางมีสารห้ามใช้จำหน่ายในพื้นที่ ■ โทรศัพท์มือถือมีข้อความ (SMS) รบกวน ■ มีโทรศัพท์หลอกหลวงของกลุ่มมิจฉาชีพ ■ คุณภาพการให้บริการของสถานีตำรวจในพื้นที่ ■ คุณภาพการให้บริการของรถโดยสารสาธารณะ ■ แชมพูปลอมไม่มีคุณภาพ

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

สถานการณ์ ปัญหา	ตำบลท่าข้าม	ตำบลควนรู	ตำบลปริก
3.ปัญหาเกี่ยวกับ สัญญาไม่เป็น ธรรม	<ul style="list-style-type: none"> ■ การโกงตาชั่งแม่ค้าตามตลาดสดและตลาดนัดเร่ ■ การไม่ปิดป้ายราคาสินค้า ■ ประกันชีวิตไม่ทำตามเงื่อนไขของกรมธรรม์ ■ สัญญาบ้านเอื้ออาทรของการเคหะแห่งชาติไม่เป็นธรรม 	<ul style="list-style-type: none"> ■ การโกงตาชั่งของแม่ค้า ■ การไม่ปิดป้ายราคาสินค้า ■ สัญญาประกันชีวิตไม่ทำตามเงื่อนไขของกรมธรรม์ 	<ul style="list-style-type: none"> ■ ถูกเรียกเก็บค่าธรรมเนียม 107 บาท เมื่อผิคนัดชำระค่าไฟฟ้า
4.ปัญหาด้าน ระบบกลไก ด้าน คบ.	<ul style="list-style-type: none"> ■ ผู้บริโภคไม่ทราบช่องทางร้องเรียน ■ ผู้บริโภคไม่ตระหนักถึงสิทธิ ■ ผู้บริโภคขาดการรวมกลุ่ม ■ ผู้บริโภคขาดแหล่งข้อมูลทางวิชาการด้านคุ้มครองผู้บริโภค ■ ผู้บริโภคขาดทักษะการวิเคราะห์ข้อมูล 	<ul style="list-style-type: none"> ■ ผู้บริโภคไม่ทราบช่องทางร้องเรียนปัญหา ■ ผู้บริโภค ■ ผู้บริโภคไม่ตระหนักถึงสิทธิ ■ ขาดระบบ/กลไกเฝ้าระวังระบบเตือนภัยและระบบร้องเรียนในพื้นที่ 	<ul style="list-style-type: none"> ■ ผู้บริโภคยังขาดความรู้เรื่องสิทธิผู้บริโภคและบทบาทของงานคุ้มครองผู้บริโภค ■ ผู้บริโภคไม่ตระหนักถึงสิทธิตนเอง

1.2 ทูทางสังคมของพื้นที่

ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่เป้าหมายประกอบด้วย 1) เว็บไซต์ขององค์การบริหารส่วนตำบลท่าข้าม องค์การบริหารส่วนตำบลควนรูและเทศบาลตำบลปริก 2) เอกสารถอดบทเรียน Healthy Planet: สุขคติท่องเที่ยวชุมชนเพื่อการเรียนรู้ กรณี ปริก 3) เพื่อให้เห็นลักษณะพื้นฐานปรากฏผล ดังนี้

1.2.1 ตำบลท่าข้าม อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เป็น อบต. ขนาดเล็ก ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกของอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ห่างจากที่ทำการอำเภอหาดใหญ่ประมาณ 21 กิโลเมตร ถือเป็นพื้นที่ต้นแบบด้านการพัฒนาท้องถิ่นของจังหวัดสงขลา หลายด้าน เพราะโครงการเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นร่วมกับหลายหน่วยงาน อาทิเช่น พลังงานจังหวัด กรมส่งเสริมและอนุรักษ์พลังงาน กรมส่งเสริมและพัฒนาท้องถิ่นมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ เป็นต้น

ปัจจุบันมี นายสินทพ อินทร์ดี ดำรงตำแหน่งเป็น นายกองค์การบริหารส่วนตำบล และถือเป็นผู้ที่มีวิสัยทัศน์กว้างไกล เป็นคนหนุ่ม จบปริญญาโท เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสังคมทั้งในระดับจังหวัด ภาคใต้และระดับประเทศ ไม่เน้นการสร้างความสัมพันธ์อย่างทั่วถึงทั้งชาวบ้านในพื้นที่เพียงเท่านั้น แต่ยกประเด็นการสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้นายก อบต. และคณะบริหาร อบต. ทุกแห่ง เกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนที่มีได้มุ่งเน้นที่การใช้อำนาจและการจัดสรรผลประโยชน์เพียงอย่างเดียว

อบต.ท่าข้าม มีผลงานโดดเด่น เรื่องการออมทรัพย์สะสมทุนโดยชาวบ้านเอง ทั้งตำบลมีเงินมากกว่า 85 ล้านบาท บางหมู่บ้านมีถึง 35 ล้านบาท มีชมรมท่าข้ามใจดี ดูแลคนพิการทุกประเภท มีชมรมผู้สูงอายุ 1,500 คนดูแลกันแบบเพื่อนช่วยเพื่อนในลักษณะคนท่าข้ามไม่ทอดทิ้งกัน และสำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ ประจำปีเวทีรับฟังสุขทุกข์ สายด่วนสุขภาพมทกรมสุขภาพตำบล กองร้อย อส.สำรอง ออกกำลังกายทุกเดือน สมุนไพร ปุ๋ยชีวภาพ น้ำดื่มสมุนไพร ผักปลอดสารพิษ ศูนย์สุขภาพตำบล 3 ตำบลทำงานร่วมกันระหว่าง เทศบาลตำบลน้ำน้อย องค์การบริหารส่วนตำบลทุ่งใหญ่

มีสภาวัฒนธรรมเมือง ใช้เป็น เวทีมีส่วนร่วมและจัดทำแผนร่วมกันในเวลาตอนค่ำ เนื่องจากเป็นพื้นที่ขอบเมือง ชาวบ้านบางส่วนมีอาชีพรับจ้าง กิจกรรมด้านสุขภาพะทั้งหมด ดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหาสุขภาพร่างกาย ที่ชาวบ้านเป็นโรคเรื้อรัง ปวดเมื่อย สุขภาพจิตใจของผู้สูงอายุ ผู้พิการที่มีความเครียดและขาดความอบอุ่น ให้ได้รับการดูแลซึ่งกันและกัน สุขภาพสังคมที่มีปัญหา ยาเสพติด สุราในหมู่บ้านและวัยทำงาน สุขภาพทางปัญญาที่ขาดผู้นำในตำบล

มี 8 หมู่บ้าน งบประมาณ เพียงแค่ปีละ 15 ล้านบาท มีสถานีนามัมย 1 แห่ง ศูนย์เด็ก 4 แห่ง วัด 6 แห่ง มัสยิด 1 แห่ง มีสภาวัฒนธรรมเชื่อมร้อยการอยู่ร่วมกันของสองศาสนา โดยไม่ขัดแย้งกัน

อบต. ยังเป็นความหวังและสร้างผลงานดีเพื่อชาวบ้าน/พื้นที่ได้ ถ้า อบต. เรียนรู้ซึ่งกันและกัน ร่วมกันทำความดีทำประโยชน์ด้วยการบริหารงานแบบมีส่วนร่วมและกระจาย

อำนาจสู่ชุมชน ไม่ใช่ขอเพียงแค่ให้การบริหารส่วนกลางและภูมิภาคกระจายอำนาจให้กับตัว อบต. เองเท่านั้น แต่ อบต. ต้องกระจายอำนาจไปถึงกลุ่ม/องค์กรชาวบ้านที่แท้จริงด้วย

1.2.2 ตำบลควนรู อ.รัตภูมิ จังหวัดสงขลา เป็น อบต.ขนาดเล็ก ตั้งอยู่ทางทิศเหนือของอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ห่างจากที่ว่าการอำเภอหาดใหญ่ ประมาณ 30 กิโลเมตร นับเป็นพื้นที่ต้นแบบด้านการพัฒนาท้องถิ่นอีกแห่งของจังหวัดสงขลา มีเนื้อที่ประมาณ 24,394 ไร่ หรือ 44.13 ตารางกิโลเมตร ยกฐานะจากสภาตำบลเป็นองค์การบริหารส่วนตำบลควนรู เมื่อวันที่ 29 มีนาคม พ.ศ. 2539 มีทั้งหมด 9 หมู่บ้าน อาชีพหลักคือ การทำนา ทำสวนยาง รองลงมาคือ เลี้ยงสัตว์ ที่ค่อนข้างนิยมคือ การเลี้ยงวัวชนและเลี้ยงไก่ เป็ด แพะ และเลี้ยงปลา การปลูกพืชผัก รูปแบบเกษตรผสมผสาน

องค์การบริหารส่วนตำบลควนรู ปัจจุบันได้รับการพัฒนาจากอดีตเข้าสู่ยุคต่อยุค จนถึงปัจจุบัน โดยมีนายกองค์การบริหารส่วนตำบล คือ นายถัน จุลนวล และนายกศักดิ์ชัย พลูผล ซึ่งเคยได้รับรางวัลกำนันดีเด่น ปี 2550 และบุคคลที่สำคัญในการจัดทำแผนแม่บทชุมชนคือ คุณอัครชัย ทศกุล (อดีตผู้นำนักศึกษายุคเหตุการณ์ 14 ตุลาคม 2516) เป็นประธานแผนแม่บทชุมชนตำบลควนรูและเป็นประธานเครือข่ายแผนแม่บทชุมชนจังหวัดสงขลา

องค์การบริหารส่วนตำบลควนรู เคยผ่านร้อนผ่านหนาว ล้มลุก ล้มเหลว ขัดแย้ง แยกแยก แบ่งฝ่ายกันมาแล้วมากมายในอดีตเช่น การเลือกตั้งในทุกระดับจะมีการแข่งขันและต่อสู้กันอย่างรุนแรงไม่แพ้ในที่อื่นๆ แม้กระทั่งในเครือญาติกัน

ในปี 2544 เกิดจุดเปลี่ยนที่สำคัญ คือ หลายฝ่ายเริ่มวิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดขึ้นมากมายหลายด้าน เกิดประสบการณ์ที่สั่งสมหลายอย่าง ว่าที่ผ่านมาแล้วแล้วแพ้ทั้งสองฝ่ายคือฝ่ายชนะ และฝ่ายที่แพ้ มีการจุดประกายวิพากษ์บนเวทีต่างๆ จนเกิดเครื่องมือหรือกลไกที่สำคัญคือ การมีผู้นำที่ดี มีลักษณะผู้นำที่ดี มีการคัดสรรผู้นำในแต่ละระดับโดยผ่านกระบวนการจากวงต่างๆ ทั้งวงคุยธรรมดา และบนเวทีแบบมีส่วนร่วม เช่นจาก พระสงฆ์ ครู ผู้นำชุมชน ชาวบ้านที่สำนึกสาธารณะรักถิ่นฐาน สร้างโอกาสให้ทุกๆ คน เข้ามาร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ สิ่งสำคัญที่ต้องมีให้ครบ คือ บ้าน วัด โรงเรียน และส่วนราชการ โดยเฉพาะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

องค์การบริหารส่วนตำบลควนรู มีพัฒนาการด้านรูปแบบการปกครองในระบบประชาธิปไตยโดยแท้จริง กลไกหลักของการขับเคลื่อน คือ การจัดตั้งสภาองค์กรชุมชนท้องถิ่นตำบลควนรู ซึ่งประกอบด้วยการคัดสรรผู้นำมาจากชุมชนของทุกคนหมู่บ้านละ 5 คน รวมเป็น 45 คน ทำหน้าที่จัดฝึกอบรม ศึกษาดูงาน มอบหมายภารกิจแต่ละคณะฯ โดยการศึกษาดูงานของผู้นำชุมชนตำบลควนรู และกลุ่มองค์กรต่างๆ ได้ออกไปศึกษาเรียนรู้ยังนอกพื้นที่ของตนเองทั้ง

ภายนอกและภายในมาอย่างมากมาย เกือบเกี่ยวประสบการณ์โดยตรงจากหมู่บ้านและตำบล ต้นแบบอย่างตำบลไม้เรียง อำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

องค์การบริหารส่วนตำบลควนรู มีแหล่งทุนพื้นที่รูปแบบกลุ่มออมทรัพย์จำนวน 13 กลุ่ม เงินทุนหมุนเวียนกว่า 120 ล้านบาทจนพัฒนาสู่การเป็นสถาบันการเงินชุมชนตำบลควนรู นอกจากนี้ยังมีองค์กรทางการศึกษา องค์กรสตรี อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อ.ส.ม.) องค์กรศาสนาและศิลปวัฒนธรรม องค์กรผู้นำ องค์กรเยาวชน องค์กรสื่อ องค์กรเกษตรอินทรีย์ องค์กรแม่บ้าน และองค์กรอาชีพ ในส่วนของสภาองค์กรชุมชนมีการบริหารจัดการระบบโครงสร้างการบริหารสภาและมีคณะกรรมการปฏิบัติการกิจร่วมกันทุกด้าน มีการจัดประชุมทุกวันที่ 20 ของเดือน สรุบบทเรียน ถอดบทเรียน ทบทวน กำหนดทิศทาง และแนวทางการจัดทำแผนพัฒนาครบทุกด้านเป็นยุทธศาสตร์สำคัญของชุมชนตำบลควนรู

โครงการที่ดำเนินการอยู่กว่า 17โครงการ เช่น โครงการคนดีศรีควนรู โครงการจัดตั้งสถานีวิทยุชุมชน (ซึ่งได้รับความนิยมนมากที่สุดคลื่นหนึ่งของจังหวัดสงขลาและใกล้เคียง คือ คลื่น 101.00 MHz มีนักจัดรายการวิทยุมากถึง 76 คน) โครงการพิพิธภัณฑสถานตำบล โครงการองค์การบริหารส่วนตำบลสัญจร เป็นต้น ผลิตผลหรือผลิตภัณฑ์ที่สำคัญของตำบล เช่น ข้าวซ้อมมือ จักรสาน เย็บผ้า ดอกไม้จันทร์ น้ำพริกสมุนไพร ขนมไทย กลุ่มเลี้ยงโคขุนเลี้ยงจระเข้ ขนมปั้นสิบ ผลิตภัณฑ์จากกาบมะพร้าว โดยได้รับงบประมาณจากการทำแผนชุมชน โครงการขอรับงบประมาณจากองค์การบริหารส่วนตำบลควนรู และส่วนราชการภายนอกด้วย

ผลสัมฤทธิ์และความพึงพอใจที่สามารถแก้ปัญหาได้ของผู้มารับบริการและผู้มาเยือนจนกระทั่งได้รับ รางวัลเชิดชูเกียรติมากมาย เช่น รางวัลชนะเลิศตำบลพัฒนาดีเด่น ประจำปี 2546 และปีก่อนเช่น การรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยประจำปี 2540 ปี 2541 ตลอดจนชนะเลิศการจัดการเลือกตั้งองค์การบริหารส่วนตำบลเรียบร้อยที่สุด เมื่อปี 2547 และรางวัลอื่นๆ อีก ทั้งในด้านปัจเจกบุคคล และโดยชุมชน

1.2.3 ตำบลปริก อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา เป็นตำบลขนาดเล็ก อยู่ทางตอนใต้ของอำเภอหาดใหญ่ บนทางหลวงหมายเลข 4 (ถนนกาญจนวนิช) ซึ่งเป็นถนนสายยุทธศาสตร์จากอำเภอหาดใหญ่ผ่านเขตเทศบาลตำบลปริก มุ่งหน้าไปยังอำเภอสะเตา มีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติอุดมด้วยพืชพรรณ มีประวัติศาสตร์ยาวนาน มีพื้นที่ติดต่อกับประเทศมาเลเซีย เทศบาลปริกถูกยกฐานะจากสุขาภิบาลปริกเมื่อ พ.ศ. 2542 ผู้บริหารของเทศบาลตำบลปริกเริ่มวางนโยบายการบริหารจัดการที่ต้องการเน้นคนเป็นจุดศูนย์กลางของการพัฒนา เร่งขยายนโยบายการพัฒนาคุณภาพชีวิตให้สอดคล้องกับประชาชนทุกกลุ่มในเทศบาลตำบลปริก ทางผู้บริหารของ

ท้องถิ่นจึงเริ่มจากการทำความเข้าใจและหาทุนทางสังคมของตำบลปริกที่มีวิถีชีวิตแบบเรียบง่าย แต่มีอุปสรรคคือข้อจำกัดด้านงบประมาณ บุคลากรไม่เพียงพอต่อการทำงาน แต่ต้อง ดังนั้น ทางเทศบาลตำบลปริกจึงประสานกับมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ซึ่งเป็นเครือข่ายวิชาการระดับพื้นที่เข้ามาร่วมกันศึกษาปัญหาของชุมชน

การพัฒนาชุมชนของเทศบาลเริ่มต้นจัดเวทีรับฟังความคิดเห็นจากประชาชนเพื่อค้นหาปัญหา ตลอดจนความต้องการพัฒนาชุมชน เทศบาลได้นำข้อมูลที่ได้รับมากำหนดเป็นแผนงาน โครงการ และกิจกรรมเพื่อการพัฒนาชุมชน

ผลงานเด่นที่ถือว่า สร้างชื่อเสียงให้กับเทศบาลตำบลปริก คือ การแก้ปัญหาขยะภายในชุมชน เนื่องจากในพื้นที่มีขยะเป็นจำนวนมาก เช่น เศษกระดาษ พลาสติก และเศษวัสดุเหลือใช้ต่างๆ จนได้รับรางวัลลูกโลกสีเขียว เป็นแหล่งศึกษาดูงานของหน่วยงานภายในและภายนอกจำนวนมาก

เพื่อให้จากการศึกษาเกี่ยวกับทุนทางสังคม (Social capitals) ของพื้นที่ แบ่งออกเป็น 5 ประเภท ประกอบด้วย

- 1) ทุนด้านทรัพยากรธรรมชาติ
- 2) ทุนด้านวัฒนธรรมประเพณี วิธีการดำเนินชีวิต และประวัติศาสตร์
- 3) ทุนด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น นวัตกรรม
- 4) ทุนด้านระบบเศรษฐกิจ และ
- 5) ทุนด้านกลุ่ม คน เครือข่ายในพื้นที่

จากการศึกษาวิจัย พบว่า แต่ละแห่งมีทุนทางสังคมแต่ละประเภทเป็นจำนวนมาก ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 แสดง ข้อมูลทุนทางสังคมด้านทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ภูมิปัญญา นวัตกรรมท้องถิ่นและระบบเศรษฐกิจ ที่เอื้อต่อการทำงานคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ประเภททุนทางสังคม	ตำบลท่าข้าม	ตำบลควนรู	ตำบลปริก
1. ทรัพยากรธรรมชาติ	<ul style="list-style-type: none"> ■ เป็นสังคมเกษตรกรรม ประกอบด้วยทำสวนยางพารา ทำนา แต่รับจ้างทำงานในโรงงานอุตสาหกรรมและมีบริการขายตัวในเมือง หมู่บ้านจัดสรรเข้ามาตั้งในพื้นที่ 	<ul style="list-style-type: none"> ■ เป็นสังคมเกษตรกรรม ทำสวนยางพารา และทำนา แต่มีการทำการปลูกสัตว์แบบคู่สัญญา (Contact Farming) และการเข้ามาเช่าที่ของเกษตรกรจากนอกพื้นที่เพื่อปลูกผักแบบใช้สารเคมี ก่อนส่งออกไปจำหน่ายยัง นครศรีธรรมราชและ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา การรับจ้างในโรงงานอุตสาหกรรม 	<ul style="list-style-type: none"> ■ เป็นสังคมเกษตรกรรม แต่มีการรับจ้างทำงาน โรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราตั้งในพื้นที่
	<ul style="list-style-type: none"> ■ อยู่ไม่ไกลจากตัวเมืองหาดใหญ่ (6 กม.) ไม่อยู่บนเส้นทางสายหลัก แต่สามารถเดินทางเข้าตัวเมืองหาดใหญ่ ได้ภายในเวลา 10 นาที 	<ul style="list-style-type: none"> ■ ห่างจากตัวเมืองหาดใหญ่ 30 กม. ไม่อยู่บนเส้นทางสายหลัก 	<ul style="list-style-type: none"> ■ มีพื้นที่ติดกับชายแดนประเทศเพื่อนบ้าน ทำเลที่ตั้งอยู่บนเส้นทางสายหลัก ระหว่าง อำเภอหาดใหญ่และประเทศเพื่อนบ้าน
	<ul style="list-style-type: none"> ■ ประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำสวนยาง (ใช้ปุ๋ยเคมี) ทำนาและปลูกผลไม้ 	<ul style="list-style-type: none"> ■ ประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำสวนยาง ทำนาและปลูกผัก 	<ul style="list-style-type: none"> ■ ประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพสวนยาง (ใช้ปุ๋ยเคมี) ทำสวนผลไม้ลงกองเป็นผลไม้ขึ้นชื่อมาก

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ประเภททุนทางสังคม	ตำบลท่าข้าม	ตำบลควนรัฐ	ตำบลปรีก
2. วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต	<ul style="list-style-type: none"> ■ มีลักษณะเป็นเครือญาติเดียวกัน ทำให้เกิดความรู้สึกเป็นพี่น้องกัน แต่เริ่มการจัดตั้งโครงการหมู่บ้าน จัดสรร มีคนจากภายนอกมาอยู่ในพื้นที่มากขึ้น (ชุมชนเกาะ) ■ ส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ และบางส่วนนับถือศาสนาอิสลาม 	<ul style="list-style-type: none"> ■ มีลักษณะเป็นเครือญาติเดียวกัน ส่งผลให้เกิดความรู้สึกเป็นพี่น้องกัน ■ ส่วนใหญ่ นับถือศาสนาพุทธที่เคร่งครัด ศาสนา ยึดมั่นในประเพณีแบบดั้งเดิม 	<ul style="list-style-type: none"> ■ มีลักษณะเป็นเครือญาติทำให้เกิดความรู้สึกเป็นพี่น้องกัน แต่มีแรงงานต่างต่างเข้ามาอยู่อาศัยแฝง ในพื้นที่ ■ ส่วนใหญ่ นับถือศาสนาอิสลามและดำเนินชีวิตตาม วิถีมุสลิมแบบฉบับดั้งเดิม แม้มีความเชื่อทางศาสนาที่แตกต่างกัน
	<ul style="list-style-type: none"> ■ ดำรงชีวิตแบบเกษตรกรรม แต่คนรุ่นใหม่ออกไปเรียนและทำงานนอกพื้นที่ จึงรับวัฒนธรรมแบบบริโภคนิยมเข้ามา เช่น ความต้องการผิวขาว .การขายตรง อาหารเสริม ■ พื้นที่ตั้งอยู่ใกล้ตัวเมืองหาดใหญ่ สามารถเข้าไปซื้อหาสินค้าอุปโภคบริโภคได้ง่าย เช่น โทรศัพท์ เครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น 	<ul style="list-style-type: none"> ■ ดำรงชีวิตแบบเกษตรกรรม แต่คนรุ่นใหม่ทำงานนอกพื้นที่ อาทิเช่น ตัวเมืองหาดใหญ่ เนื่องจากอยู่ไกลหาดใหญ่เพียง 30 กม. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ ดำรงชีวิตแบบเกษตรกรรมและรับจ้าง ในโรงงานอุตสาหกรรม มีแรงงานพม่า กัมพูชา และลาว เข้ามาอยู่รับจ้าง ตลอดจนเพิ่มรับจ้างกรีดยางเป็นจำนวนมาก ■ อยู่ติดชายแดนประเทศเพื่อนบ้านมีสินค้าที่มีอิทธิพลจากประเทศเพื่อนบ้านมาจำหน่าย

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ประเภททุนทางสังคม	ตำบลท่าข้าม	ตำบลควนรู	ตำบลปริก
3. นวัตกรรม	<ul style="list-style-type: none"> ■ มีแหล่งเรียนรู้หลายประเภทในชุมชน เพื่อให้ศึกษาดูงานของหน่วยงานรัฐภายในและนอกพื้นที่ เช่น <ul style="list-style-type: none"> - แปลงสาธิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง - การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร - พลังงานทดแทน - ระบบสุขภาพผู้สูงอายุ - ระบบสุขภาพผู้พิการ ■ มีกิจกรรมเกี่ยวกับการสร้างเครือข่ายองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในนาม “ตำบล 23 กลอด” 	<ul style="list-style-type: none"> ■ มีแหล่งเรียนรู้หลายประเภทในชุมชน เพื่อให้ศึกษาดูงานของหน่วยงานรัฐภายในและนอกพื้นที่ เช่น <ul style="list-style-type: none"> - แปลงสาธิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง - วิสาหกิจชุมชน - ระบบประชาธิปไตย(การเลือกตั้งแบบ สमानันท์) สภาองค์กรชุมชนที่เข้มแข็ง ■ มีกิจกรรมเกี่ยวกับการสร้างเครือข่ายองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในนาม “ตำบล 23 กลอด” 	<ul style="list-style-type: none"> ■ มีแหล่งเรียนรู้หลายประเภทในชุมชน เพื่อให้ศึกษาดูงานของหน่วยงานรัฐภายในและนอกพื้นที่ เช่น <ul style="list-style-type: none"> - การจัดการขยะถึงศูนย์ - พลังงานทดแทน - ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค โภคเทศบาลตำบลปริก ■ มีกิจกรรมเกี่ยวกับการสร้างเครือข่ายองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในนาม “ตำบล 23 กลอด”และกิจกรรมใต้ต้นติตุง

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ประเภททุนทางสังคม	ตำบลท่าข้าม	ตำบลควนรู	ตำบลปรีก
4. เศรษฐกิจ	<ul style="list-style-type: none"> ■ ประกอบอาชีพทำสวนยางพารา ราคาขายสูง ประชาชนมีรายได้สูงขึ้นด้วย แต่ก็มีอาการจำเป็น ไม่นั่นความชุ่มเพื่อ ■ ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน เช่น ปลูกผักปลอดสารพิษ การแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร (มันสำปะหลังทอดเส้นผอย) เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ น้ำยาล้างจาน เป็นต้น ร้านค้าชุมชนในบริเวณ หมู่ที่ 1 ■ แหล่งเงิน:กองทุนสุขภาพถ้วนหน้า กองทุนสังคม ออมทรัพย์ 	<ul style="list-style-type: none"> ■ ประกอบอาชีพทำสวนยางพารา ราคาขายสูง ประชาชนมีรายได้สูงขึ้นด้วย แต่ก็มีอาการจำเป็น ไม่นั่นความชุ่มเพื่อ ■ ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน เช่น ปลูกผักปลอดสารพิษ การแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร (น้ำพริก เครื่องแกง) น้ำยาล้างจาน เป็นต้น ■ แหล่งเงิน :กองทุนสุขภาพถ้วนหน้า กองทุนสังคม ออมทรัพย์ 	<ul style="list-style-type: none"> ■ ประกอบอาชีพสวนยาง ราคาขายสูง ประชาชนมีรายได้สูงขึ้นด้วย ■ ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน เช่น ปลูกผักปลอดสารพิษ การแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรเครื่องแกง (น้ำพริก เครื่องแกง) สร้างห้างค้าปลีกข้ามชาติ (ระหว่างการชะลุด) ■ แหล่งเงิน : กองทุนสุขภาพถ้วนหน้า กองทุนสังคม ออมทรัพย์

ผลการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับทุนทางสังคมที่มีผลต่อระบบคุ้มครองผู้บริโภค พบว่า

1) **ทุนด้านทรัพยากรธรรมชาติ** พบว่า พื้นที่ทั้งสามแห่ง ยังมีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ จึงส่งผลต่อการประกอบอาชีพของประชาชนส่วนใหญ่ยังคงดำเนินชีวิตด้วยการ ประกอบอาชีพทางการเกษตรเป็นส่วนใหญ่คือ ทำสวนยาง ทำนา การปลูกผัก และสวนผลไม้ เป็นต้น

ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ ย่อมมีผลต่อระบบคุ้มครองผู้บริโภค เพราะการดำรงชีวิตที่เน้นความพอเพียงของประชาชน ย่อมมีผลต่อรูปแบบของวิถีชีวิตของประชาชนเน้นความเรียบง่าย และไม่เน้นการบริโภคนิยม

แต่อย่างไรก็ตามทั้งสามพื้นที่เริ่มเปลี่ยนแปลงของบริบทแวดล้อมภายในชุมชนประกอบด้วย

1.1) **ตำบลท่าข้าม** มีแรงงานต่างด้าวเข้ามาอยู่อาศัยและทำงานในพื้นที่ การจัดตั้งหมู่บ้านการเคหะชุมชนสงขลาและ โครงการบ้านจัดสรร มีโรงงานอุตสาหกรรมอาหารเข้ามาตั้ง

1.2) **ตำบลควนรู** มีแรงงานต่างด้าวเข้ามาอยู่อาศัยและทำงานในพื้นที่ การมีโรงงานอุตสาหกรรมผลิตอาหารและแปรรูปยางพารา

1.3) **ตำบลปริก** มีแรงงานต่างด้าวเข้ามาอยู่อาศัยและทำงานในพื้นที่ มีโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา และโครงการจะจัดตั้งห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ในพื้นที่

การเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ย่อมส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของประชาชนในพื้นที่ทั้งสามแห่ง จะเน้นการแข่งขันไม่มีเวลาที่จะพิถีพิถันในการบริโภค ส่งผลให้เกิดการเอาเปรียบตามมามากยิ่งขึ้น

2) **ทุนด้านวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิต** พบว่า ทั้งสามแห่งประชาชนส่วนใหญ่ยังคงดำเนินชีวิตแบบสังคมเกษตรกรรม ประชาชนส่วนใหญ่ยังคงมีความรู้สึกเป็นพี่น้องกัน เคารพนับถือผู้ใหญ่ ส่งผลให้การทะเลวิวาทหรือขัดแย้งระหว่างประชาชนด้วยกันมีน้อย หากเกิดความขัดแย้งก็สามารถแก้ไขด้วยวิธีการเชิงสันติวิธีหรือใช้การเจรจาไกล่เกลี่ยได้ ลักษณะบริบทความเป็นพี่น้องกัน ย่อมเอื้อต่อระบบคุ้มครองผู้บริโภค คือ การเอาเปรียบ แข่งขัน ย่อมน้อยลง และหากมีปัญหาผู้บริโภคการเจรจาไกล่เกลี่ยย่อมง่ายต่อการนำมาใช้แก้ไขปัญหา

แต่จากการวิจัยก็พบการเปลี่ยนแปลงทางสังคมหลายอย่าง คือ

2.1) **ประชาชนในชุมชนจะออกจากพื้นที่** เพื่อทำงานรับจ้างในโรงงานอุตสาหกรรม ส่งผลให้ความสัมพันธ์เชิงเครือญาติจะค่อยลดความสำคัญลง การร่วมมือ ร่วมใจในการปฏิบัติตามประเพณี ย่อมมีแนวโน้มลดลง

2.2) การขยายของตัวเมืองมากยิ่งขึ้น มีการจัดตั้งหมู่บ้านจัดสรรของการเคหะแห่งชาติและการขยายตัวของโครงการบ้านจัดสรรในเขต อบต.ท่าข้าม จึงมีคนต่างถิ่นเข้ามาอาศัยเป็นชุมชนใหม่มากยิ่งขึ้น

2.3) มีแรงงานต่างด้าวที่เข้ามาทำงานในโรงงานหรือรับจ้างในสวนยาง ข้อมูลเห็นชัดเจนจากกรณีของเทศบาลตำบลปริก ส่งผลต่อปัญหาโรคระบาดที่ตามมาจากการมีแรงงานต่างด้าว ปัญหาอาชญากรรม และยาเสพติดจะมีมากยิ่งขึ้น

2.4) เด็กรุ่นใหม่ que เริ่มออกไปศึกษาและทำงานในสังคมเมืองมากขึ้น ซึ่งจะรับเอาแนวคิดและวิถีดำเนินชีวิตแบบสังคมเมืองมาใช้ ตามไปด้วย เช่น การบริโภคสินค้าฟุ่มเฟือย (บริโภคนิยม) ชอบสินค้าที่ทำให้มองดูแล้วทันสมัย เครื่องใช้ไฟฟ้า สินค้าเกี่ยวกับเทคโนโลยีด้านการสื่อสาร ความเชื่อและแนวคิดเรื่องนิยมความขาวในกลุ่มวัยรุ่น การบริโภคอาหารเสริม หรือ เข้าร่วมในธุรกิจขายตรง เป็นต้น

2.5) การเข้ามาของห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ ส่งผลให้เกิดความขัดแย้งของประชาชนในชุมชนเนื่องจากผู้บริโภคและผู้ประกอบการร้านค้ามีความเห็นที่แตกต่างกันถึงผลประโยชน์หรือผลเสียที่จะได้รับจึงส่งผลให้มีการประท้วงแสดงความไม่เห็นด้วยของกลุ่มต่างๆ ในชุมชน

3) ทูнд้านภูมิปัญญาท้องถิ่น และนวัตกรรม พบว่า องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั้งสามแห่ง มีศูนย์เรียนรู้ต้นแบบภายในพื้นที่เป็นจำนวนมาก เนื่องจากมีการทำงานกับร่วมหน่วยงานรัฐหลายหน่วยงาน ในลักษณะเครือข่าย ที่สำคัญ คือ มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันอย่างต่อเนื่องด้วยเครื่องมือ คือ การศึกษาดูงาน จัดเวทีพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับทิศทางการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น

นอกจากนี้พบว่า ทั้งสามพื้นที่ได้รับเข้าร่วมโครงการ 23 กลอดตำบลสุขภาวะของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ(สสส.) ส่งผลให้เกิดจากการรวมตัวเป็นเครือข่ายขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั้ง 23 แห่งของจังหวัดสงขลา เป็นภาควิธีร่วมในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นสู่การมีสุขภาวะของคนในพื้นที่

4) ทูнд้านเศรษฐกิจ พบว่าประชาชนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั้งสามแห่งมีความมั่นคงด้านรายได้ เนื่องจากราคาพืชผลทางการเกษตรที่สำคัญ คือ ยางพารามีราคาสูงขึ้น ส่งผลต่อรายได้ของคนในชุมชน การมีรายได้สูงขึ้น

การมีทูнд้านเศรษฐกิจที่ดี ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคของคนในชุมชน เช่น การซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า รถยนต์ เทคโนโลยีการสื่อสารมีปริมาณเพิ่มขึ้นด้วย ย่อมมีโอกาสได้รับการเอาเปรียบจากการบริโภคสินค้าและบริการ

แต่พื้นที่ที่มีตัวอย่างที่ดีของการมุ่งหาผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นต้องใช้ในชีวิตประจำวัน มาจำหน่ายภายในชุมชน คือ องค์การบริหารส่วนตำบลท่าข้าม ได้จัดตั้งร้านค้าชุมชนขึ้น เพื่อส่งเสริมให้เกิดการซื้อขายสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็น แต่เงินและกำไรสามารถนำกลับมาใช้ในการจัดสวัสดิการให้กับคนในชุมชน

แต่อย่างไรก็ตาม พบว่า องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น มีการออมเงินโดยประชาชนเองเพื่อเป็นแหล่งเงินทุนภายในพื้นที่ ทั้งรูปแบบ กองทุนสัจจะออมทรัพย์ อันสามารถเกื้อหนุนการทำงานด้านคุ้มครองผู้บริโภค และทุกแห่งก็สมัครเข้าร่วมกองทุนหลักประกันสุขภาพระดับพื้นที่กับสำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ (สปสช.) กองทุนหมู่บ้าน เป็นต้น แหล่งทุนเหล่านี้สามารถเอื้ออำนวยต่อการสร้างความเข้มแข็งให้กับการพัฒนาระบบงานคุ้มครองผู้บริโภคของท้องถิ่น

ส่วนแหล่งทุนจากภายนอกพื้นที่ พบว่า องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นมีการได้รับงบประมาณสนับสนุนจากแหล่งทุนและสถาบันวิชาการอีกหลายแห่ง เช่น คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัดสงขลา สถาบันการจัดการระบบสุขภาพ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ (สจรส.ม.อ.) แผนงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพ (คคส.) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

5) **ทุนด้าน คน ชุมชน และเครือข่าย** ทางผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลประเภท กลุ่มคน ชุมชน และเครือข่ายที่เข้ามามีส่วนร่วมการทำงานคุ้มครองผู้บริโภคของชุมชนท้องถิ่น ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งประเภทของความสัมพันธ์กับองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นเป็น 6 ประเภท ประกอบด้วย

- 5.1) การทำงานร่วมกันโดยไม่เกี่ยวข้องกับงบประมาณ
- 5.2) การร่วมลงทุน
- 5.3) อปท. เป็นผู้สนับสนุนงบประมาณการทำงาน
- 5.4) กลุ่ม องค์กร เป็นผู้สนับสนุนงบประมาณให้แก่ อปท.
- 5.5) เป็นคณะทำงานหรือคณะบริหารให้แก่ อปท.
- 5.6) อปท.เป็นคณะบริหารให้แก่กลุ่ม องค์กร

รายละเอียดตามตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 แสดงการปฏิสัมพันธ์กับองค์กร เครือข่าย กลุ่มชมรม หรือหน่วยงานบริการสุขภาพในชุมชน

พื้นที่	รายชื่อองค์กร เครือข่าย กลุ่ม ชมรม	บทบาทหลัก	ลักษณะความสัมพันธ์
1. อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.)	<ol style="list-style-type: none"> 1. เป็นคณะทำงานของศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค 2. แก้ไขปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่ 3. การรณรงค์เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ด้านคุ้มครองผู้บริโภค 4. ฝ่ายระวังด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพและปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค 		1,3,5
2. อนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำตำบล	<ol style="list-style-type: none"> 1. เป็นคณะทำงานของศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค 2. การรณรงค์เผยแพร่ประชาสัมพันธ์คุ้มครองผู้บริโภค 		1,5
3. ชมรม อย.น้อย	<ol style="list-style-type: none"> 1. เป็นคณะทำงานของศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค 2. แก้ไขปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่ 3. การรณรงค์เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ด้านคุ้มครองผู้บริโภค 		1
4. สถานีวิทยุชุมชนคนท่าข้าม F.M.101.75 MHz.	<ol style="list-style-type: none"> 1. การรณรงค์เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ด้านคุ้มครองผู้บริโภค 		1,5
5. โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพระดับตำบล	<ol style="list-style-type: none"> 1. เป็นคณะทำงานของศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค 2. แก้ไขปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่ 3. การรณรงค์เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ด้านคุ้มครองผู้บริโภค 4. ฝ่ายระวังด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพและปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค 		1,5

องค์การบริหารส่วนตำบลท่าข้าม

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พื้นที่	รายชื่อองค์กร เครือข่าย กลุ่ม ชมรม	บทบาทหลัก	ลักษณะความสัมพันธ
	1. อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.)	<ol style="list-style-type: none"> 1. เป็นคณะทำงานของศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค 2. แก้ไขปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่ 3. การรณรงค์เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ด้านคุ้มครองผู้บริโภค 4. ให้ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพและปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค 	1,3,5
	2. กลุ่มผู้นำชุมชน ผู้นำหมู่บ้าน	<ol style="list-style-type: none"> 1. เป็นคณะทำงานของศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค 2. การรณรงค์เผยแพร่ประชาสัมพันธ์คุ้มครองผู้บริโภค 	1,5
	3. องค์การบริหารส่วนตำบลควนรู	<ol style="list-style-type: none"> 1. เป็นที่ปรึกษาและเจ้าหน้าที่ประสานงานของศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค 2. การเฝ้าระวังความสะอาดในเรื่องโครงสร้าง สาธารณูปโภคของศูนย์ 3. แก้ไขปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่ 4. จัดวางระบบงานด้านคุ้มครองผู้บริโภค 5. การเฝ้าระวังความสะอาดในเรื่องโครงสร้างสาธารณูปโภคของศูนย์ 	2,6,7 (สนับสนุนเชิงโครงสร้าง)
	4. สถานีวิทยุชุมชนพระพุทธศาสนา F.M.101.0 MHz	<ol style="list-style-type: none"> 1. เฝ้าระวังโครงสร้างสาธารณูปโภค เป็นช่องทางเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ 2. เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารปัญหาผู้บริโภค 	1,3,5
	5. สภาองค์กรชุมชน	<ol style="list-style-type: none"> 1. คณะทำงานของศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค 2. แก้ไขปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่ 	2,5

๑๒๓๔๕๖๗๘๙๑๐๑๑๑๒๑๓๑๔๑๕๑๖๑๗๑๘๑๙๒๐

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

พื้นที่	รายชื่อองค์กร เครือข่าย กลุ่ม ชมรม	บทบาทหลัก	ลักษณะความสัมพันธ
	1. อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.)	1. เป็นคณะทำงานของศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค	1,3,5
		2. แก้ไขปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่	
		3. การรณรงค์เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ด้านคุ้มครองผู้บริโภค	
		4. เข้าร่วมเวทีด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพและปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค	
	2. กลุ่มผู้นำชุมชน ผู้นำหมู่บ้าน	1. เป็นคณะทำงานของศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค	1,5
		2. การรณรงค์เผยแพร่ประชาสัมพันธ์คุ้มครองผู้บริโภค	
	3. เทศบาลตำบลปริก	1. เป็นคณะทำงานที่ปรึกษาของศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค	1,6
		2. การสนับสนุนเจ้าหน้าที่ประสานงานศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค	
		3. แก้ไขปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่	
	4. สถานีวิทยุชุมชนต้นปริกเรดิโอ F.M. 97.25 MHz.	1. รณรงค์เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ด้านคุ้มครองผู้บริโภค	1
		2. สนับสนุนสารธารณูปโภคพื้นฐาน เพื่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์	
	5. กลุ่ม อย.น้อย	1. รณรงค์เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ด้านคุ้มครองผู้บริโภค	1,5
		2. เป็นคณะทำงานให้แก่อุทยานพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค	

หมายเหตุ

ลักษณะความสัมพันธ์แสดงเป็นตัวเลขตามความหมายดังนี้

- 1 แทน การทำงานร่วมกันโดยไม่เกี่ยวข้องกับงบประมาณ
- 2 แทน การร่วมลงทุน
- 3 แทน อปท. เป็นผู้สนับสนุนงบประมาณการทำงาน
- 4 แทน กลุ่มองค์กร เป็นผู้สนับสนุนงบประมาณให้แก่อปท.
- 5 แทน เป็นคณะทำงานหรือคณะกรรมการให้แก่อปท.
- 6 แทน อปท. เป็นคณะบริหารให้แก่กลุ่มองค์กร

ผลการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับทุนด้านคน ชุมชน และเครือข่าย ในชุมชนท้องถิ่น พบว่า องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั้ง 3 แห่ง ได้เปิดโอกาสหรือเปิดพื้นที่สาธารณะให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการกิจกรรมเพื่อการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นมาเป็นระยะเวลาที่ยาวนาน ส่งผลให้มีเครือข่ายอาสาสมัครที่มีจิตอาสา (Volunteer) จำนวนมากและหลากหลายกลุ่มเข้ามาร่วมทำงาน ถือเป็นปัจจัยสำคัญยิ่งต่อการพัฒนาระบบงานคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้เกิดความเข้มแข็ง

หากวิเคราะห์ลักษณะของคน ชุมชน และเครือข่าย พบว่า กลุ่มคนที่อิทธิพลหรือเป็นภาคีหลักด้านงานคุ้มครองผู้บริโภคของทั้งสามพื้นที่ คือ

- 1) กลุ่มอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.)
- 2) กลุ่มผู้นำชุมชน ได้แก่ สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล ผู้ใหญ่บ้าน
- 3) กลุ่มแกนเยาวชน ได้แก่ นักเรียน ชุมชนหรืออาสาสมัครเยาวชน

หากวิเคราะห์การแสดงบทบาทของสมาชิกของแต่ละกลุ่มคน ส่วนใหญ่ พบว่า ประชาชนมีการเป็นสมาชิกของกลุ่มเครือข่ายมากกว่าหนึ่งกลุ่ม ลักษณะทับซ้อนกันของการทำงาน แต่อย่างไรก็ตาม ไม่เป็นอุปสรรคต่อการทำงานเนื่องจากสมาชิกของกลุ่ม เครือข่ายส่วนใหญ่มีระบบจิตอาสาเข้าร่วมทำงาน

ลักษณะที่คล้ายคลึงกันประการหนึ่ง คือ แต่ละชุมชนท้องถิ่นเป้าหมายจะมีวิถุชุมชนในพื้นที่เป็นของตนเอง นับว่า เป็นกลุ่ม เครือข่ายที่สำคัญที่จะมีส่วนช่วยสนับสนุนการทำงานคุ้มครองผู้บริโภคขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นแต่ละแห่ง

ส่วนทุนทางสังคมประเภท แหล่งทุนทางวิชาการ พบว่า มีทั้งหน่วยงานในพื้นที่ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่สาธารณสุขประจำโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพระดับตำบล เจ้าหน้าที่สำนักงานสาธารณสุขอำเภอ อันเป็นภาคส่วนสำคัญที่จะสนับสนุนการทำงานด้านคุ้มครองผู้บริโภคในการขับเคลื่อนด้วยการอาศัยฐานความรู้

หน่วยงานวิชาการจากภายนอก ประกอบด้วย แผนงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (คคส.) คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด (อนุ สคบ. จังหวัดสงขลา) สถาบันการจัดการระบบสุขภาพ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ (ศจรส.ม.อ.) ทั้งนี้ การที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ มีประสบการณ์การทำงานร่วมกับหน่วยงานวิชาการในพื้นที่มาเป็นระยะเวลาหนึ่งแล้ว ส่งผลทักษะและทุนทางวิชาการ ผู้นำท้องถิ่น และประชาชนมีแนวคิดและความต้องการสามารถขยายเนื่องงานประเภทพัฒนาคุณภาพชีวิตประชาชนในพื้นที่ไปในทิศทางเดียวกัน

ตารางที่ 4.4 แสดงข้อมูลพื้นฐานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป้าหมาย

ประเด็น	อบต. ท่าข้าม	อบต. ควนรู	เทศบาล ต.ปริก
ส่วนที่ 1 โครงสร้างและการจัดการ			
1. ประเภท	อบต.ขนาดเล็ก	อบต.ขนาดเล็ก	เทศบาล ขนาดเล็ก
2. จำนวนประชากรในพื้นที่ รับผิดชอบ(คน)	ทั้งหมด 7,864 คน -ชาย 3,736 คน -หญิง 4,128 คน	ทั้งหมด 6,075 คน -ชาย 2,919 คน -หญิง 3,156คน	ทั้งหมด 6,114 คน -ชาย 3,055 คน -หญิง 3,059 คน แรงงานแฝง 625 คน
3. จำนวนประชากร/ตร.กม.	0.00023 คน/ ตร.ม.	0.000142 คน/ ตร.ม.	0.00013 คน / ตร.ม.
4. ฝ่าย/หน่วยงานที่คุ้มครอง ผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์ สุขภาพ อาหารและยา	<ul style="list-style-type: none"> ■ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพระดับตำบลท่าข้าม (รพ.สต.) ■ องค์การบริหารส่วนตำบลท่าข้าม 	<ul style="list-style-type: none"> ■ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพระดับตำบลควนรู(รพ.สต.) ■ สำนักงานสาธารณสุข อ.รัตภูมิ 	<ul style="list-style-type: none"> ■ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพระดับตำบลปริก (รพ.สต.)
5. ฝ่าย/หน่วยงานคุ้มครอง ผู้บริโภคด้านบริการสุขภาพ	<ul style="list-style-type: none"> ■ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพระดับตำบลท่าข้าม (รพ.สต.) ■ สำนักงานสาธารณสุขอำเภอหาดใหญ่ 	<ul style="list-style-type: none"> ■ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพระดับตำบลควนรู(รพ.สต.) ■ สำนักงานสาธารณสุข อ.รัตภูมิ 	<ul style="list-style-type: none"> ■ กองสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม ■ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพระดับตำบลปริก(รพ.สต.) ■ สำนักงานสาธารณสุขอำเภอสะเดา
6. ฝ่าย/หน่วยงานคุ้มครอง ผู้บริโภคโดยทั่วไป	<ul style="list-style-type: none"> ■ คณะอนุกรรม สคบ. ■ ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค ต.ท่าข้าม 	<ul style="list-style-type: none"> ■ คณะอนุกรรม สคบ. ■ ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค ต.ควนรู 	<ul style="list-style-type: none"> ■ คณะอนุกรรม สคบ. ■ ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค ต.ปริก
7. สถานประกอบการในเขต	(*/**)	(*/**)	(*/**)
7.1 โรงพยาบาล	1/0 แห่ง	1/0 แห่ง	1/0 แห่ง
7.2 สถานีอนามัย (รพ.สต.)	1/1 แห่ง 1/1 แห่ง	1/1 แห่ง 0/0 แห่ง	1/1 แห่ง 0/0 แห่ง
7.3 ศูนย์บริการสุขภาพ ชุมชน(ศูนย์แพทย์)	1/1 แห่ง	0/0 แห่ง	0/0 แห่ง
7.4 คลินิกแผนปัจจุบัน	1/1 แห่ง	0/0 แห่ง	0/0 แห่ง
7.5 คลินิกแพทย์แผนไทย	0/0 แห่ง	2/0 แห่ง	2/0 แห่ง
7.6 ร้านขายยาแผน ปัจจุบัน	2/2 แห่ง	1/0 แห่ง	0/0 แห่ง
7.7 โรงงานผลิตอาหาร			

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ประเด็น	อบต. ท่าข้าม	อบต. กวนรู	เทศบาล ต.ปริก
7.8 ร้านอาหาร	1/1 แห่ง	10/10 แห่ง	23/23 แห่ง
7.9 แผงจำหน่ายอาหาร	1/1 แห่ง	0/0 แห่ง	0/0 แห่ง
7.10 ชูปเปอร์มาร์เก็ต	0/0 แห่ง	0/0 แห่ง	0/0 แห่ง
7.11 ตลาดสด	1/1 แห่ง	0/0 แห่ง	2/1 แห่ง
7.12 ตลาดนัด	3/3 แห่ง	5/0 แห่ง	3/3 แห่ง
8.จำนวนบุคลากร			
8.1 จำนวนทั้งหมด	37 คน	33 คน	95 คน
8.2 บุคลากรด้าน คบ.(คน)	4 คน	3 คน	4 คน
8.3 สัดส่วน (%)	10.81%	10.81%	4.20 %

หมายเหตุ สัญลักษณ์ (*/**) หมายถึง จำนวนสถานบริการในเขตและสถานบริการที่มีส่วนร่วมในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค ครอบคลุมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

1.3 ผลการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

พบว่า เทศบาลส่วนตำบลปริก จะมีการจัดโครงสร้างงานและแบ่งหน้าที่รับผิดชอบด้านคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพ โดยมี กองสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อมรับผิดชอบ เช่นเดียวกับองค์การบริหารส่วนตำบลท่าข้าม ส่วนองค์การบริหารส่วนตำบลกวนรู ยังไม่มียังไม่มีการสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม ทำให้หน้าที่รับผิดชอบด้านคุ้มครองผู้บริโภคยังอยู่ในความรับผิดชอบของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพระดับตำบล (รพ.สต.) เป็นภาคีหลักที่ทำงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์และบริการด้านสุขภาพ ส่วนกองสาธารณสุขประจำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทำหน้าที่ประสานงานและที่คล้ายกัน

ส่วนงานคุ้มครองผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ทั่วไปและสัญญา พบว่า ทั้งสามแห่งมีการแต่งตั้งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อนุ สคบ.) ตามคำสั่งถ่ายโอนภารกิจงานคุ้มครองผู้บริโภค ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

ในส่วนสถานประกอบการที่ตั้งในพื้นที่ เช่น ร้านอาหาร แผงลอยจำหน่ายอาหาร และตลาดสด เป็นต้น ยังอยู่ในความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่สาธารณสุข โดยมีเจ้าหน้าที่ประจำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทำหน้าที่ประสานงานกับกลุ่มเครือข่ายและการสนับสนุนงบประมาณดำเนินการกิจกรรมของหน่วยงานด้านสาธารณสุข

แต่อย่างไรก็ตาม พบว่า ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคประจำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ยังไม่ได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการดูแลระบบงานคุ้มครองผู้บริโภคตั้งแต่ต้น เช่นการวางแผนการทำงาน การลงมือปฏิบัติและร่วมประเมินผล ซึ่งการจะสร้างความเข้มแข็งให้กับศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค จำเป็นที่จะต้องมีการมอบอำนาจการจัดการและดูแลสถานประกอบการที่อยู่ในความรับผิดชอบ

ตารางที่ 4.5 แสดงวิสัยทัศน์ นโยบายหลัก นโยบายด้านคุ้มครองผู้บริโภคและผลงาน/กิจกรรมด้านคุ้มครองผู้บริโภคที่ผ่านมาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ประเด็น	อบต. ท่าข้าม	อบต. ควนรู	เทศบาล ต. ปริก
1.วิสัยทัศน์	ระบบสุขภาพพอเพียง เครือข่ายมีส่วนร่วมในการสร้างเสริมและดูแลสุขภาพแบบองค์รวมเพื่อประชาชนมีสุขภาพดี	ยึดชุมชนเป็นส่วนกลาง เปิดกว้างทางความคิด สร้างเสริมเศรษฐกิจเพียงพอ สานต่อภูมิปัญญา พัฒนาคุณธรรม	เศรษฐกิจพอเพียง ร้อยเรียงวิถีชุมชน คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา ประชาสังคมสันติสุข
2.นโยบายหลัก	1.ด้านเศรษฐกิจตามแนววิถีเศรษฐกิจพอเพียง 2.ด้านสังคมยกระดับคุณภาพชีวิต 3.ด้านพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน 4.ด้านการพัฒนาแหล่งน้ำ 5.ด้านการเมืองและการบริหาร 6.ด้านสาธารณสุข 7.ด้านการศึกษา 8.ด้านทรัพยากรธรรมชาติ พลังงานและแหล่งท่องเที่ยว 9.ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	1.ด้านการศึกษาและพัฒนาการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง 2.ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ 3.ด้านการพัฒนาอาชีพและเศรษฐกิจชุมชน 4.ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน 5.ด้านการเชิดชูภูมิปัญญาส่งเสริมศาสนาและศิลปวัฒนธรรม 6.ด้านการพัฒนากิจการสตรีเยาวชน ผู้สูงอายุ ผู้ด้อยโอกาสและผู้พิการ 7.ด้านการกีฬา นันทนาการและส่งเสริมสุขภาพอนามัย 8.ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน 9.ด้านการเชื่อมโยงประสานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและองค์กรอื่น	1.ด้านการเมืองและบริหาร 2.ด้านการพัฒนาสังคม 3.ด้านการศึกษา ศาสนา ศิลปะวัฒนธรรม 4.ด้านการสาธารณสุขและคุณภาพ ชีวิต 5.การจัดระเบียบชุมชน 6.การพัฒนาทางเศรษฐกิจ 7.การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน 8.การพัฒนา ทรัพยากรธรรมชาติ 9.สิ่งแวดล้อมและพลังงาน

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

ประเด็น	อบต. ทำข้าม	อบต. ควนรู	เทศบาล ต. ปริก
3.นโยบายด้าน คุ้มครองผู้บริโภค	ยังไม่มีเป็นการเฉพาะ	ยังไม่มีเป็นการเฉพาะ	ส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมที่ สอดคล้องกับการคุ้มครอง ผู้บริโภค (อันเป็นส่วนหนึ่งในนโยบาย ข้อที่ 4 นโยบายด้านการ สาธารณสุขและคุณภาพชีวิต)
4.ผลงานและการ ดำเนินงาน คุ้มครองผู้บริโภค ที่ผ่านมา	1.รับรางวัลชมเชย อสม.ดีเด่น ด้านงานคุ้มครองผู้บริโภค ระดับชาติ ปี 2553 2.จัดสมาชิกผู้บริโภค ผลิตซื้อ เพื่อค้นหาสถานการณืผู้บริโภค ในพื้นที่ 3.แต่งตั้งคณะอนุกรรมการ คุ้มครองผู้บริโภคประจำตำบล (อนุ สคบ.) 4.จัดตั้งศูนย์พิทักษ์สิทธิ ผู้บริโภคประจำ อบต. 5.อบรมพัฒนาศักยภาพ คณะทำงานด้านคุ้มครอง ผู้บริโภค 6.ร่วมเสวนาเรื่อง ทิศทางงาน คุ้มครองผู้บริโภค จ.สงขลา ปี 2552 7.ลงนามในบันทึกความร่วมมือ (MOU)ว่าด้วยการพัฒนา ระบบงาน จ.สงขลา 8.รับรางวัลเครือข่ายคุ้มครอง ผู้บริโภค เนื่องในงานคุ้มครอง ผู้บริโภค จ.สงขลา ประจำปี 2553	1.จัดสมาชิกคนควนรู รู้ทันเพื่อ ค้นหาสถานการณืผู้บริโภคในพื้นที่ 2.จัดทำยุทธศาสตร์ คบ.ของศูนย์ พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค 3.แต่งตั้งคณะอนุกรรมการคุ้มครอง ผู้บริโภคประจำตำบล(อนุ สคบ.) 4.จัดตั้งศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค ประจำ อบต. 5.อบรมพัฒนาศักยภาพคณะทำงาน ด้านคุ้มครองผู้บริโภค 6.ร่วมเสวนาเรื่อง ทิศทางงาน คุ้มครองผู้บริโภค จ.สงขลาปี 2552 7.ลงนามในบันทึกความร่วมมือ (MOU)ว่าด้วยการพัฒนาระบบงาน จ.สงขลา 8.ได้รับรางวัลเครือข่ายคุ้มครอง ผู้บริโภค เนื่องในงานคุ้มครอง ผู้บริโภค จ.สงขลา ประจำปี 2553 9.ศึกษาดูงานของ คณะกรรมการ กำกับทิศของ คคส.จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย	1.เป็นแหล่งศึกษาดูงานของ เครือข่าย คบ.จังหวัดสตูล 2.จัดสมาชิกผู้บริโภค ผลิตซื้อ เพื่อค้นหาสถานการณืผู้บริโภค ในพื้นที่ 3.แต่งตั้งคณะอนุกรรมการ คุ้มครองผู้บริโภคประจำตำบล (อนุ สคบ.) 4.จัดตั้งศูนย์พิทักษ์สิทธิ ผู้บริโภคประจำ อบต. 5.อบรมพัฒนาศักยภาพ คณะทำงานด้านคุ้มครอง ผู้บริโภค 6.ร่วมเสวนาเรื่อง ทิศทางงาน คุ้มครองผู้บริโภค จ.สงขลา ปี 2552 7.ลงนามในบันทึกความ ร่วมมือ (MOU) ว่าด้วยการ พัฒนาระบบงาน จ.สงขลา 8.ได้รับรางวัลเครือข่าย คุ้มครองผู้บริโภค เนื่องในงาน คุ้มครองผู้บริโภค จ.สงขลา ประจำปี 2553

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

ประเด็น	อบต. ทำขำ	อบต. ควนรัฐ	เทศบาล ต. ปริก
			9.สร้างเครือข่ายเฝ้าระวัง “ ตาสับประรด”
			10.โครงการ ลวดตัดฟัน แพร่ชั้น
			11.จัดทำวิทยุด้านคุ้มครอง ผู้บริโภค

1.4 ผลการศึกษาเกี่ยวกับ วิสัยทัศน์ นโยบายหลัก และนโยบายด้านคุ้มครองผู้บริโภค

เนื่องจากงานคุ้มครองผู้บริโภคเป็นงานใหม่สำหรับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีข้อแนวนโยบายที่ชัดเจน ย่อมเป็นปัจจัยที่เอื้อต่อการระบบงาน คุ้มครองผู้บริโภคด้วยผู้วิจัยเก็บข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในประเด็น วิสัยทัศน์ นโยบายหลัก และนโยบายด้านคุ้มครองผู้บริโภค พบว่า

สิ่งที่ลักษณะเหมือนกัน คือ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั้งสามแห่ง ต่างมีแนวคิด การพัฒนาชุมชนท้องถิ่นเน้นเรื่อง สุขภาวะของประชาชนมีความครอบคลุมทั้ง 4 มิติ ระดับปัจเจก บุคคล ครอบครัว และท้องถิ่น พร้อมได้นำแนวคิด เรื่องการสร้างชุมชนสุขภาวะ และความพอเพียง มาใช้ในการดำเนินการแผนชุมชน ทั้งนี้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั้งสามแห่งมีการทำงาน เชื่อมต่อกับเครือข่ายประชาสังคมภายในจังหวัดสงขลาที่มาเป็นระยะเวลาอันยาวนานแล้ว จึงส่งผลให้รับ แนวคิดดังกล่าว มาใช้เป็นแม่แบบของการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับชุมชนมาโดยตลอด ทั้งสามแห่งถูก กำหนดให้เป็นพื้นที่ต้นแบบของจังหวัดสงขลา หลายหน่วยงานทั้งภาครัฐและองค์กรพัฒนาเอกชน ต่างมีกิจกรรมที่ลงไปดำเนินการในพื้นที่ดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง แต่สำหรับในประเด็น วิสัยทัศน์ และนโยบายที่ชัดเจนเกี่ยวกับงานคุ้มครองผู้บริโภค นั้น ที่มีความเด่นชัดที่สุด คือ

เทศบาลตำบลปริก ได้กำหนดนโยบาย เรื่อง การส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมด้าน คุ้มครองผู้บริโภค ขึ้นโดยเฉพาะ และถูกรับรองเป็นส่วนหนึ่งนโยบายหลัก ด้านสาธารณสุขและการ พัฒนาคุณภาพชีวิต

ดังนั้น หากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีการกำหนด นโยบายเป็นการเฉพาะ เรื่อง การพัฒนางานคุ้มครองผู้บริโภค ย่อมจะทำให้การพัฒนาระบบงานคุ้มครองผู้บริโภคมีทิศทาง ร่วมกันที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

1.5 ผลงานและการดำเนินงานด้านคุ้มครองผู้บริโภคที่ผ่านมา

ผู้วิจัยศึกษาได้เรื่อง ผลงานและการดำเนินกิจกรรมด้านคุ้มครองผู้บริโภคที่ผ่านมา พบว่า องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั้งสามแห่ง มีกิจกรรมด้านคุ้มครองผู้บริโภคมาอย่างต่อเนื่อง กิจกรรมมีทั้งในรูปแบบดำเนินการเองภายในชุมชนท้องถิ่นเอง และการทำร่วมกันในลักษณะเครือข่ายร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หน่วยงานวิชาการทั้งในและนอกพื้นที่

แต่หากวิเคราะห์ลักษณะกิจกรรมที่ดำเนินการที่ผ่านมา คือ การทำกิจกรรมเพื่อการพัฒนาในลักษณะเชิงระบบ มุ่งการสร้างกลไกที่เอื้อต่อการทำงานคุ้มครองผู้บริโภคของพื้นที่ ประกอบด้วย

- 1) การจัดตั้งศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคขึ้นภายในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และให้มีคณะกรรมการของศูนย์ เป็นกลไกสำคัญเพื่อการขับเคลื่อนกิจกรรมด้านคุ้มครองผู้บริโภค
- 2) การพัฒนาแผนยุทธศาสตร์หรือแผนปฏิบัติการด้านคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่
- 3) การเป็นแหล่งเรียนรู้ด้านคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้เครือข่ายทั้งภายในและนอกพื้นที่ มาศึกษาข้อมูลแลกเปลี่ยนเรียนรู้สำหรับการนำกลับไปพัฒนาพื้นที่ของตนเอง

ลักษณะที่เด่นชัดอีกประการ คือ ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคเทศบาลตำบลปริก สามารถเชื่อมต่อกับหน่วยงานภายนอก เช่น สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัดสงขลา (อนุกรรมการ สคบ. ประจำจังหวัดสงขลา) ขอสนับสนุนงบประมาณการจัดกิจกรรม “ตาสับปรัดด้าน คบ.” เพื่อสร้างเครือข่ายอันจะเป็นกลไกด้านการเฝ้าระวังปัญหาผู้บริโภค และจากแผนงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพ (คคส.) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จัดกิจกรรม “ลวดจัดฟันแพร์ชั่น” เพื่อสร้างกระบวนการเรียนรู้และร่วมแก้ไขปัญหาการระบาดของลวดจัดฟันแพร์ชั่นในพื้นที่ เป็นต้น

นอกจากนี้ พบว่า องค์กรบริหารส่วนตำบลท่าข้าม มีปัจจัยด้านบุคลากรที่มีศักยภาพด้านคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งได้รับรางวัลชมเชยจากการประกวด อาสาสมัครสาธารณสุขดีเด่นระดับชาติ ด้านการพัฒนางานคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปี 2552 ของกระทรวงสาธารณสุข

ส่วนที่ 2 ผลการจัดกิจกรรมเพื่อการมีส่วนร่วม (Participatory Activities)

2.1 ผลการจัดสมาชิกผู้บริโภคฉลาดซื้อ

ผู้วิจัยและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่ได้นำกระบวนการสมาชิกสุขภาพเฉพาะประเด็น ภายใต้ชื่อ “สมาชิกผู้บริโภคฉลาดซื้อ (Smart Consumer Assembly)” มาใช้ในการร่วมกันค้นหาและเรียนรู้ร่วมกันของประชาชนเกี่ยวกับสถานการณ์คุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่ การจัดสมาชิกผู้บริโภคฉลาดซื้อจะร่วมกันทำงานในรูปแบบของคณะทำงานจัดสมาชิกผู้บริโภคระดับพื้นที่ โดยมีองค์ประกอบจาก 3 ภาคส่วน คือ ภาควิชาการ ภาคการเมือง และภาคประชาสังคม ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป้าหมายทั้งสามแห่ง คือ

- 2.1.1 เทศบาลตำบลปริก อำเภอสะเตาะ จังหวัดสงขลา
- 2.1.2 องค์การบริหารส่วนตำบลควนรู อำเภอรัตนบุรี จังหวัดสงขลา
- 2.1.3 องค์การบริหารส่วนตำบลท่าข้าม อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ประเด็นที่ใช้ในการค้นหาและเรียนรู้ร่วมกันเกี่ยวกับสถานการณ์ปัญหาผู้บริโภคได้แยกเป็น 3 ส่วน คือ ปัญหาการละเมิดสิทธิจากการกิน การใช้ การรับบริการ และความไม่เป็นธรรมจากสัญญา) และการร่วมกันเสนอแนะแนวทางการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ผลการจัดสมาชิกผู้บริโภค รายละเอียดตามตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 แสดงสถานการณ์ผู้บริโภคนำทางแก้ไข จากการศึกษาวิจัยผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป้าหมาย

พื้นที่	รายละเอียดปัญหาผู้บริโภค			แนวทางแก้ไข
	อาหารและยา	ผลิตภัณฑ์ทั่วไป	บริการ	
เทศบาลตำบลบึง	<ul style="list-style-type: none"> ■ การปนเปื้อนสารเคมีของอาหารสดที่จำหน่ายในพื้นที่ ■ การปนเปื้อนสารเมลามินจากสินค้าหัตถ์และสินค้าไม่มีคุณภาพจากชายแดน ■ การปนเปื้อนของตะกั่วในหม้อก๋วยเตี๋ยวและหม้อน้ำชา ■ แม่ค้าโก๋ทอดและปาต่องโก๋ใช้น้ำมันทอดซ้ำ 	<ul style="list-style-type: none"> ■ ใช้สารผสมแล้วเกิดอาการผื่นวงหนังศีรษะแห้ง ■ ยาลีฟีน หมดอายุ ■ ครีมหน้าแดง ใต้ใช้แล้วช่วงแรกหน้าขาวผิดปกติ ■ กลับหน้าดำถาวร ■ น้ำยาล้างจาน ไม่มีฟองและ โขยเมมาเกินจริง ■ ถูกดักแท็กแล้ว ทาแล้วไม่เห็นขาวดังที่โฆษณาไว้ ■ แป้งทาน้ำใช้แล้วหน้าแห้งและคัน ■ รองเท้า ไม่ได้คุณภาพ ■ เครื่องใช้ไฟฟ้า ไม่มีคุณภาพ ใช้ได้ไม่คุ้มค่า 	<ul style="list-style-type: none"> ■ โทรศัพท์มือถือ ■ ค่าบริการราคาแพง ■ ใจบริการรวดเร็ว ■ ใช้บริการรถประจำทางอย่างรวดเร็ว ■ ข้างแข่งกับคันอื่น ■ คุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลในพื้นที่ 	<ul style="list-style-type: none"> ■ จัดตั้งคณะทำงานสมาชิกผู้บริโภคเข้มแข็งเทศบาลตำบลบึง ■ การพัฒนาศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคปัญหาผู้บริโภคในพื้นที่ ■ การจัดทำยุทธศาสตร์ด้านคุ้มครองผู้บริโภค

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

พื้นที่	รายละเอียดปัญหา			แนวทางแก้ไข	
	อาหารและยา	ผลิตภัณฑ์ทั่วไป	บริการ		สัญญา
องค์การบริหารส่วนตำบล ควนรู	<ul style="list-style-type: none"> ■ อาหารปั่นเป็นก้อนของสารเคมี ยาฆ่าแมลง ■ เครื่องสังฆทานที่มินิม ■ หมดอายุ คุณภาพกับราคาไม่สมเหตุสมผล 	<ul style="list-style-type: none"> ■ เครื่องล้างจานที่เสียโดยสารถ ■ เครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีความ ■ ฟุ่มเพื่ออยู่ในชีวิตประจำวัน ■ เครื่องใช้ไฟฟ้าที่ไม่ได้มาตรฐาน ■ เครื่องล้างจานคริมหน้าตั้ง ■ ที่โฆษณาเกินจริงว่าเห็นผลภายใน 3-7 วัน ■ ชื่อ 1 แดม 1 คือของ ■ คุณภาพไม่ได้ มีตำหนิ ■ สารเคมีและบูยปลอม 	<ul style="list-style-type: none"> ■ การเก็บค่าโดยสารถ ■ การไม่เลิกตัวโดยสารถประจำทาง 	<ul style="list-style-type: none"> ■ สัญญาประกันชีวิตที่มีถูกตัวแทนขายประกัน ■ เอร์ดีเอาเบรียบ ■ การโกงตาชั่งของแม่ค้าในตลาด ■ การขายตรงและแชร์ลูกโซ่ 	<ul style="list-style-type: none"> ■ การจัดตั้งศูนย์รับเรื่องร้องเรียนในระดับพื้นที่ ■ การจัดตั้งคณะทำงานตัวแทนหมู่บ้านและ 1 คนและคนที่มิจิตอาสาสมัคร ■ การจัดเป็นเวทีสมัชชาเพื่อหา ■ วาระพูดคุยกันให้บ่อยๆเป็นประจำสม่ำเสมอ เพื่อออกแบบกรอบแนวคิด และจัดทำแผนที่ข้อมูลผู้บริโภคในพื้นที่

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

พื้นที่	รายละเอียดปัญหา			แนวทางแก้ไข
	อาหารและยา	ผลิตภัณฑ์ทั่วไป	บริการ	
องค์การบริหารส่วนตำบลท่าข้าม	<ul style="list-style-type: none"> ■ การจำหน่ายยาสมุนไพรในรูปแบบน้ำและยาผง ทั้งที่มีและไม่มีทะเบียนยา อาจมีผสมสารสเตียรอยด์ ■ การจำหน่ายยาชุด ■ อาหารมีการปนเปื้อนของสารตกค้าง เช่น สารเร่งเนื้อแดงในหมู การใช้สารเคมีในมันสำปะหลัง ■ อาหารไม่มีอย.หรือไม่มีฉลากอาหาร ■ การทะเลาะของสินค้าซื้อขายคุณภาพจากประเทศจีน 	<ul style="list-style-type: none"> ■ เครื่องสำอางมีการผสมสารห้ามใช้ที่เป็นอันตรายต่อใบหน้า ■ เครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น เครื่องกรองน้ำ เครื่องนวด เครื่องเสียง ไม่มีคุณภาพ ■ จักรยานไม่มีคุณภาพ ■ งาน ชาม ไม่มีคุณภาพจากประเทศจีน 	<ul style="list-style-type: none"> ■ ตัวแทนบริษัทประกันชีวิตบริการไม่ดีภายหลังประกัน ■ จากชักชวนให้ทำประกันชีวิตสำเร็จ 	<ul style="list-style-type: none"> ■ จัดตั้งศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค ทำข้าม ■ จัดให้มีคณะทำงานด้านคุ้มครองผู้บริโภคที่ชัดเจน ■ การจัดทำแผนปฏิบัติการด้านคุ้มครองผู้บริโภคของพื้นที่ ■ สถานะการทำงานด้านคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับหน่วยงานในพื้นที่
			<ul style="list-style-type: none"> ■ สัญญาประกันชีวิตเอาเปรียบเช่น ไม่จ่ายเงินประกันตามที่ระบุไว้ในกรมธรรม์ ■ การเอาเปรียบเรื่องสัญญาบ้านเอื้ออาทร ■ การเอาเปรียบจากสัญญาบ้านของการเคหะแห่งชาติ ■ ถูกเรียกเก็บ 107 บาทกรณี ถูกตัดสัญญา 	

ผลการศึกษาเกี่ยวกับสถานการณ์คุ้มครองผู้บริโภคจากการจัดสมัชชาผู้บริโภคตลาดซื้อ

พบว่า ประชาชนผู้บริโภคในพื้นที่ทั้งสามแห่งมีประสบการณ์ด้านการถูกละเมิดสิทธิผู้บริโภคและยังคงประสบกับปัญหาการละเมิดสิทธิผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง มีความรุนแรงของสถานการณ์มากยิ่งขึ้น และหากเปรียบเทียบกับผลการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานคุ้มครอง คือ คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำพื้นที่ และคณะทำงานศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค พบว่า **ปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคจากการสัมภาษณ์มีความสอดคล้องทั้งในลักษณะปัญหา และความรุนแรง** กับผลจากการจัดสมัชชาผู้บริโภค ที่สำคัญคือ สาเหตุของปัญหาเนื่องจาก ผู้บริโภคยังขาดความเข้าใจ และตระหนักถึงการใช้สิทธิเมื่อถูกละเมิดสิทธิ

ผลการวิเคราะห์ปัญหาร่วมด้านคุ้มครองผู้บริโภคของทั้งสามพื้นที่ ปรากฏผล ดังนี้

1) **ปัญหาเกี่ยวกับอาหารและยา** พบว่า ผู้บริโภคทั้ง 3 พื้นที่ ต่างเห็นว่า การมีสารปนเปื้อนในอาหารเป็นประเด็นสำคัญ เช่น สารเร่งเนื้อแดงในเนื้อหมู สารเคมีทางการเกษตรตกค้างในผักผลไม้ที่บริโภค เป็นต้น ส่วนผู้บริโภคเทศบาลตำบลปริก แสดงความคิดเห็นเรื่องปัญหาผู้บริโภคที่สอดคล้องกับบริบท พฤติกรรม และลักษณะภูมิศาสตร์ เช่น ปัญหาการทะเลาะของสินค้าหนีภาษีจากประเทศเพื่อนบ้าน ปัญหาสารโพลาร์ จากน้ำมันทอดซ้ำ ปัญหาสารตะกั่วตกค้างจากหม้อก๋วยเตี๋ยว/หม้อน้ำชา ที่เชื่อมด้วยตะกั่ว ส่วนผู้บริโภคในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลท่าข้าม ต่างแสดงความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับ ยาสมุนไพรไม่มีเลขทะเบียน

2) **ปัญหาเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์ทั่วไป** พบว่า ผู้บริโภคทั้ง 3 พื้นที่ ต่างมีความเห็นตรงกันในประเด็น ปัญหาเครื่องสำอางที่มีสารห้ามใช้ มีการโฆษณาเกินจริง ใช้แล้วหน้าขาวภายใน 3-7 วัน แต่หากใช้นานจะส่งผลกระทบต่อใบหน้า ปัญหาเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ด้อยคุณภาพมาเร่ขายตามบ้านเรือน

3) **ปัญหาเกี่ยวกับการใช้บริการ** พบว่า ปัญหาจากการใช้รถโดยสารสาธารณะ การใช้โทรศัพท์มือถือ การใช้บริการโรงพยาบาลของรัฐในพื้นที่ บริการภายหลังการขายของพนักงานบริษัทประกันชีวิตที่มีการเอาเปรียบไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขสัญญา

4) **ปัญหาเกี่ยวกับสัญญาที่ไม่เป็นธรรม** พบว่า ปัญหาความเป็นธรรมจากสัญญาประกันชีวิตและสัญญาเช่าซื้อรถยนต์และรถจักรยานยนต์

5) **ปัญหาเกี่ยวกับระบบหรือกลไกการแก้ไขปัญหา** พบว่า ผู้เข้าร่วมสมัชชาผู้บริโภคทั้ง 3 พื้นที่ เห็นตรงกันว่า ควรเร่งผลักดันนโยบายสาธารณะระดับพื้นที่ด้านคุ้มครองผู้บริโภค คือ การให้ความรู้และตระหนักเรื่องสิทธิผู้บริโภค พัฒนาศักยภาพของผู้บริโภค ผู้ประกอบการ เพื่อให้เป็นส่วนหนึ่งในการทำงานคุ้มครองผู้บริโภค การจัดตั้งศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค เพื่อเป็นกลไกรับเรื่องร้องเรียน ใกล้เคียงและแก้ปัญหาผู้บริโภคในพื้นที่ เปิดโอกาสหรือพื้นที่สาธารณะให้ประชาชนเข้า

ไปมีส่วนร่วมทำงานด้านคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ภายใต้แผนปฏิบัติการหรือแผนยุทธศาสตร์เป็นแนวทางในการขับเคลื่อนงานด้านคุ้มครองผู้บริโภค โดยใช้ทรัพยากรภายในพื้นที่

2.2 การจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาความร่วมมือในการพัฒนาระบบงานคุ้มครองผู้บริโภคในลักษณะเป็นบันทึกความร่วมมือ (MOU)

2.2.1 การพัฒนาความร่วมมือด้านการพัฒนาระบบงานคุ้มครองผู้บริโภค ทางผู้วิจัยได้ใช้การประชุมระดมความคิดเห็นจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานคุ้มครองผู้บริโภค คือ หัวหน้าสำนักงานจังหวัดสงขลา รองนายกเทศมนตรีนครหาดใหญ่ นายกเทศมนตรีตำบลปริก นายกองการบริหารส่วนตำบลท่าข้าม นายกองการบริหารส่วนตำบลควนรู นายกสมาคมอาสาสมัครสาธารณสุขจังหวัดสงขลา นายกสมาคมเกษตรอินทรีย์วิถีไท เกี่ยวกับรายละเอียดของความร่วมมือที่จะตกลงกันร่วมกัน เพื่อจัดทำเป็นบันทึกความร่วมมือ(MOU) เป็นเครื่องมือ

2.2.2 รายละเอียดของบันทึกความร่วมมือ (MOU) ว่าด้วยการพัฒนาระบบงานคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วย

ความร่วมมือที่ 1 เรื่อง การจัดรูปแบบเครือข่ายและวิธีการทำงาน

ให้มีโครงสร้างที่เรียกว่า “คณะทำงานเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดสงขลา” ซึ่งแต่งตั้งโดยผู้ว่าราชการจังหวัดสงขลา ประกอบด้วย ผู้แทนจากหน่วยงานและเครือข่ายต่อไปนี้เป็น สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัดสงขลา เทศบาลนครหาดใหญ่ เทศบาลตำบลปริก ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลท่าข้าม องค์การบริหารส่วนตำบลควนรู เครือข่ายอาสาสมัครสาธารณสุข สมาคมเกษตรอินทรีย์วิถีไท และสถาบันวิจัยระบบสุขภาพภาคใต้ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

คณะทำงานเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดสงขลา มีภารกิจหลัก คือ

- 1) ผลักดันและขับเคลื่อนกระบวนการมีส่วนร่วมในการพัฒนาระบบคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดสงขลา
- 2) เป็นกลไกในการเชื่อมประสานภาคที่เกี่ยวข้อง ทั้งในพื้นที่และนอกพื้นที่

ความร่วมมือที่ 2 ความร่วมมือในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค

- 1) พัฒนาระบบข้อมูลเพื่อการเชื่อมต่อข้อมูลข่าวสารด้านคุ้มครองผู้บริโภค และการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสาธารณะในความรับผิดชอบของแต่ละหน่วยงาน
- 2) การเสริมสร้างศักยภาพทั้งด้านความรู้ในการบริโภค และการพิทักษ์สิทธิอันเป็นธรรมของผู้บริโภค เช่น การจัดสัมมนา การจัดประชุม การจัดเสวนา การอบรม ตลอดจนการสร้างปฏิบัติการเพื่อการเรียนรู้ในระดับพื้นที่

3) การสร้างและขยายเครือข่ายการมีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภค เช่น การสร้างเครือข่ายอาสาสมัครผู้บริโภคในชุมชน การพัฒนาให้เกิดสภาผู้บริโภค

4) การพัฒนาระบบประสานงานการรับเรื่องร้องเรียนเพื่อพิจารณาความเป็นธรรม และชดเชยค่าเสียหายให้แก่ผู้บริโภค เช่น การจัดตั้งศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคระดับท้องถิ่น

2.2.3 จัดลงนามในบันทึกความร่วมมือ (MOU) ว่าด้วยการพัฒนาระบบงานคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องซึ่งปฏิบัติงานคุ้มครองผู้บริโภค คือ หัวหน้าสำนักงานจังหวัดสงขลา รองนายกเทศมนตรีนครหาดใหญ่ นายกเทศมนตรีตำบลปรัก นายกองจัดการบริหารส่วนตำบลท่าข้าม นายกองจัดการบริหารส่วนตำบลควนรู นายกสมาคมอาสาสมัครสาธารณสุขจังหวัดสงขลา นายกสมาคมเกษตรอินทรีย์วิถีไท ร่วมกันประกาศเจตนารมณ์ร่วมต่อสาธารณชน เมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน 2551 ณ เวทีเสวนา เรื่อง “ท้องถิ่นห่วงใย ใส่ใจผู้บริโภค” ณ โรงแรมเจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

2.3 การจัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ผู้วิจัยได้จัดกิจกรรมเพื่อสร้างเสริมการมีส่วนร่วมโดยการวางแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการด้านคุ้มครองผู้บริโภคของศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค ใช้เป็นเครื่องมือแก้ไขปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่ มีผู้เข้าร่วมประกอบด้วย คณะทำงานของศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคของเทศบาลตำบลปรัก องค์การบริหารส่วนตำบลท่าข้าม และองค์การบริหารส่วนตำบลควนรู คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สำนักงานสาธารณสุขอำเภอ และเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคภายในพื้นที่ ได้แก่ อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน ออ.น้อย วิทยุชุมชน ใช้เป็นเครื่องมือแก้ไขปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่ ขั้นตอนการวางแผนยุทธศาสตร์ประกอบด้วย

2.3.1 ผู้วิจัยเสนอข้อมูลสถานการณ์ปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคจากการจัดสัมภาษณ์ผู้บริโภคตลาดซื้อของพื้นที่ โดยสรุปให้เห็นแนวโน้มสถานการณ์ปัญหาตามประเภทของปัญหา

2.3.2 แบ่งกลุ่มเพื่อระดมความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในประเด็น กิจกรรมด้านคุ้มครองผู้บริโภคต้องดำเนินการในรอบปี

2.3.3 รวบรวมและสรุปเป็นแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น แบ่งเป็น 5 ด้าน

- 1) การจัดการข้อมูล ได้แก่ การผลิตสื่อและหรือเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค
- 2) การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค และเครือข่าย ทั้งในด้านความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค การจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ส่งเสริมการรวมกลุ่ม
- 3) การเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์ หรือสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค
- 4) การประสานงานในเรื่องการรับเรื่องร้องเรียน ไกล่เกลี่ย ชดเชยค่าเสียหาย
- 5) การสื่อสารสาธารณะ เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและการทำงานต่างๆ

รายละเอียดแผนงานคุ้มครองผู้บริโภคตั้งตารางแนบท้าย ภาคผนวก

ส่วนที่ 3 ลักษณะรูปแบบระบบงานคุ้มครองผู้บริโภคขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในปัจจุบัน

ผู้วิจัยได้ศึกษาลักษณะรูปแบบระบบงานคุ้มครองผู้บริโภคในปัจจุบันขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป้าหมายทั้งสามแห่ง คือ เทศบาลตำบลปริก องค์การบริหารส่วนตำบลท่าข้าม และ องค์การบริหารส่วนตำบลควนรู โดยประเด็นที่ผู้วิจัยได้ศึกษาครั้งนี้ ใน 4 ประเด็น ประกอบด้วย

1. โครงสร้างและการจัดองค์การ
2. บทบาทหน้าที่
3. สถานภาพทางกฎหมาย
4. งบประมาณและแหล่งที่มาของงบประมาณ

ตารางที่ 4.7 แสดงลักษณะรูปแบบงานคุ้มครองผู้บริโภคขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในปัจจุบัน

ประเด็น	องค์การบริหารส่วนตำบล ท่าข้าม	องค์การบริหารส่วนตำบล ควนรู	เทศบาลตำบลปริก
1. โครงสร้างและ การจัดองค์การ	<ul style="list-style-type: none"> ■ จัดตั้งศูนย์พิทักษ์สิทธิ ผู้บริโภคประจำ อบต. โดยมีได้ แยกการบริหารออกจาก องค์การบริหารส่วนตำบลท่า ข้าม ■ คณะทำงานของศูนย์ฯมาจาก องค์การบริหารส่วนตำบลซึ่งมี นายก อบต. ดำรงตำแหน่ง ประธานศูนย์ฯ 	<ul style="list-style-type: none"> ■ จัดตั้งศูนย์พิทักษ์สิทธิ ผู้บริโภคประจำ อบต. โดยแยก การบริหารแยกต่างหากจาก องค์การบริหารส่วนตำบลควน รู มีการสนับสนุนเรื่อง โครงสร้างพื้นฐานเพื่อเป็น สำนักงานของศูนย์พิทักษ์สิทธิ ผู้บริโภค ■ มีคณะทำงานจำนวน 1 ชุด ซึ่งมีที่มาจากภาคประชาชน -หัวหน้าศูนย์ฯมาจากตัวแทน ภาคประชาชน 	<ul style="list-style-type: none"> ■ จัดตั้งศูนย์พิทักษ์สิทธิ ผู้บริโภคประจำเทศบาล โดย แยกการบริหารกิจกรรม ออก ต่างหากจากเทศบาล แต่ยังไม่ ได้รับการสนับสนุน เรื่อง โครงสร้างพื้นฐานของ สำนักงานของศูนย์พิทักษ์ สิทธิผู้บริโภค ■ ระยะแรก: มีคณะทำงาน จำนวน 1 ชุด มีที่มาจาก เทศบาลตำบลปริก นายกเทศมนตรีดำรงตำแหน่ง ประธานศูนย์ฯ ระยะที่สอง: คณะทำงานมา จากภาคประชาชน ดำรง ตำแหน่งประธาน

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

ประเด็น	องค์การบริหารส่วนตำบล ท่าข้าม	องค์การบริหารส่วนตำบล ควนรู	เทศบาลตำบลปริก
2. บทบาทหน้าที่	<p>■ มีคำสั่งแต่งตั้งจากองค์การบริหารส่วนตำบลท่าข้าม</p> <p>■ แต่งตั้งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำตำบลตามคำสั่งการถ่ายโอนภารกิจงาน คบ.</p> <p>■ มีการจัดทำแผนปฏิบัติการคุ้มครองผู้บริโภคของศูนย์พิทักษ์สิทธิเพื่อเป็นตัวแบบในการทำงาน</p> <p>■ บทบาทหน้าที่แบ่งเป็น 5 ด้าน ประกอบด้วย</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การรับเรื่องร้องเรียน การไกล่เกลี่ยและส่งต่อปัญหาผู้บริโภค 2. การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค แกนนำ และเครือข่าย ผ่านการอบรม ประชุมเชิงปฏิบัติการ 3. การเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์และภัยผู้บริโภค 4. การสื่อสารสาธารณะ ผ่านวิทยุชุมชน สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น 5. การจัดการข้อมูลด้านคุ้มครองผู้บริโภค 	<p>■ ใช้วิธีการคัดเลือกจากผู้มีความสามารถเหมาะสมและจิตอาสาในการทำงาน</p> <p>■ แต่งตั้งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำตำบลตามคำสั่งการถ่ายโอนภารกิจงาน คบ.</p> <p>■ มีการจัดทำแผนปฏิบัติการคุ้มครองผู้บริโภคของศูนย์พิทักษ์สิทธิเพื่อเป็นตัวแบบในการทำงาน</p> <p>■ บทบาทหน้าที่แบ่งเป็น 5 ด้าน ประกอบด้วย</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การรับเรื่องร้องเรียน การไกล่เกลี่ยและส่งต่อปัญหาผู้บริโภค 2. การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค แกนนำ และเครือข่าย ผ่านการอบรม ประชุมเชิงปฏิบัติการ 3. การเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์และภัยผู้บริโภค 4. การสื่อสารสาธารณะ ผ่านวิทยุชุมชน สื่อสิ่งพิมพ์ 5. การจัดการข้อมูลด้านคุ้มครองผู้บริโภค 	<p>■ ใช้วิธีการคัดเลือกจากผู้มีความสามารถเหมาะสมและจิตอาสาในการทำงาน</p> <p>■ แต่งตั้งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำตำบลตามคำสั่งการถ่ายโอนภารกิจงาน คบ.</p> <p>■ มีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการคุ้มครองผู้บริโภคของศูนย์พิทักษ์สิทธิเพื่อเป็นตัวแบบในการทำงาน</p> <p>■ บทบาทหน้าที่แบ่งเป็น 6 ด้าน ประกอบด้วย</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การรับเรื่องร้องเรียน การไกล่เกลี่ยและส่งต่อปัญหาผู้บริโภค 2. การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค แกนนำ และเครือข่าย ผ่านการอบรม ประชุมเชิงปฏิบัติการ 3. การเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์และภัยผู้บริโภค 4. การสื่อสารสาธารณะ ผ่านวิทยุชุมชน สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น 5. การจัดการข้อมูลด้านคุ้มครองผู้บริโภค 6. การสร้างนโยบายสาธารณะด้านคุ้มครองผู้บริโภค

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

ประเด็น	องค์การบริหารส่วนตำบล ท่าข้าม	องค์การบริหารส่วนตำบล ควนรู	เทศบาลตำบลปริง
3.สถานภาพทาง กฎหมาย	<p>■ การบังคับใช้กฎหมายจะไม่สามารถทำได้ ต้องมีคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำ อบต. ดำเนินการบังคับใช้กฎหมาย</p> <p>■ ขาดความชัดเจน เรื่องการมอบหมายอำนาจและหน้าที่ด้านคุ้มครองผู้บริโภคจากคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำ อบต.</p>	<p>■ การบังคับใช้กฎหมายเป็นหน้าที่ของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำ อบต. ดำเนินการบังคับใช้กฎหมาย</p> <p>■ มีความชัดเจนเรื่องการมอบหมายอำนาจ ด้านการทำงานคุ้มครองผู้บริโภคจาก อบต. และคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำ อบต. โดยมีหนังสือคำสั่งแต่งตั้งเป็นลายลักษณ์อักษร จากองค์การบริหารส่วนตำบล</p>	<p>■ การบังคับใช้กฎหมายจะไม่สามารถทำได้ ต้องมีคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำ อบต. ดำเนินการบังคับใช้กฎหมาย</p> <p>■ มีความชัดเจนเรื่องการมอบหมายอำนาจ ด้านการทำงานคุ้มครองผู้บริโภคจาก อบต. และคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำ อบต. โดยมีหนังสือคำสั่งแต่งตั้งจากเทศบาลตำบลปริง</p>
4.งบประมาณ และการ ตรวจสอบภายใน	<p>■ ที่มาของแหล่งงบประมาณพบว่า <u>มาจากเพียงแหล่งเดียว</u> จากองค์กรภายนอก คือ สถาบันการจัดการระบบสุขภาพ ม.สงขลานครินทร์ (ศจร.ส.ม.อ.)</p> <p>■ ขาดความชัดเจนการร่วมลงทุน ด้านงบประมาณจาก อบต. ท่าข้าม ในการทำงานคุ้มครองผู้บริโภค</p>	<p>■ ที่มาของแหล่งงบประมาณพบว่า <u>มาจากองค์กรภายนอก 2 แหล่ง</u> คือ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. สถาบันการจัดการระบบสุขภาพ ม.สงขลานครินทร์ (ศจร.ส.ม.อ.) 2. สำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรม (พัฒนาโครงสร้าง สาธารณูปโภค พื้นฐานของศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค) <p>■ ขาดความชัดเจนการร่วมลงทุน ด้านงบประมาณจาก อบต. ควนรู ในการทำงานคุ้มครองผู้บริโภค</p>	<p>■ ที่มาของแหล่งงบประมาณพบว่า <u>มาจากองค์กรภายนอก 2 แหล่ง</u> ด้วยกัน ประกอบด้วย</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. สถาบันการจัดการระบบสุขภาพ ม.สงขลานครินทร์ (ศจร.ส.ม.อ.) 2. .คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด สงขลา <p>■ ขาดความชัดเจนการร่วมลงทุน ด้านงบประมาณจากเทศบาลตำบลปริง ในการทำงานคุ้มครองผู้บริโภค</p>

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

ประเด็น	องค์การบริหารส่วนตำบล ท่าข้าม	องค์การบริหารส่วนตำบลควนรู	เทศบาลตำบลปริก
	<p>■ วิธีการรับสนับสนุน งบประมาณ:พบว่ามี 2 แบบ แบบที่ 1 แหล่งทุนทำหน้าที่ บริหารจัดการการใช้ งบประมาณให้แต่พื้นที่ทำ หน้าที่จัดกิจกรรม</p> <p>แบบที่ 2 แหล่งทุนสนับสนุน ให้เป็นชุดโครงการ และจะ โอนเงินมา โดยพื้นที่ทำหน้าที่ บริหารจัดการเงินงบประมาณ</p> <p>■ เจ้าของแหล่งทุน เป็นผู้ ตรวจสอบการใช้งบประมาณ ด้วยวิธีการส่งรายงานผลการ ดำเนินกิจกรรมแก่แหล่งทุน</p> <p>■ ยังขาดกลไกการตรวจสอบ การใช้จ่ายงบประมาณ ตลอดจนการทำหน้าที่ภายใน ขององค์กร</p>	<p>■ วิธีการรับสนับสนุน งบประมาณ:พบว่ามี 2 แบบ แบบที่ 1 แหล่งทุนทำหน้าที่ บริหารจัดการการใช้ งบประมาณให้แต่พื้นที่ทำ หน้าที่จัดกิจกรรม</p> <p>แบบที่ 2 แหล่งทุนสนับสนุนให้ เป็นชุดโครงการ และจะโอน เงินมา โดยพื้นที่ทำหน้าที่บริหาร จัดการเงินงบประมาณ</p> <p>■ เจ้าของแหล่งทุน เป็นผู้ ตรวจสอบการใช้งบประมาณ ด้วยวิธีการส่งรายงานผลการ ดำเนินกิจกรรมแก่แหล่งทุน</p> <p>■ ยังขาดกลไกการตรวจสอบ การใช้จ่ายงบประมาณ ตลอดจนการทำหน้าที่ภายใน ขององค์กร</p>	<p>■ วิธีการรับสนับสนุน งบประมาณ :พบว่ามี 2 แบบ แบบที่ 1 แหล่งทุนทำหน้าที่ บริหารจัดการการใช้ งบประมาณให้แต่พื้นที่ทำ หน้าที่จัดกิจกรรม</p> <p>แบบที่ 2 แหล่งทุนสนับสนุน ให้เป็นชุดโครงการ และจะ โอนเงินมาให้ทั้งหมด โดยพื้นที่ทำหน้าที่บริหารจัดการ การเงินงบประมาณ</p> <p>■ เจ้าของแหล่งทุน เป็นผู้ ตรวจสอบการใช้งบประมาณ ด้วยวิธีการส่งรายงานผลการ ดำเนินกิจกรรมแก่แหล่งทุน</p> <p>■ ยังขาดกลไกการตรวจสอบ การใช้จ่ายงบประมาณ ตลอดจนการทำหน้าที่ภายใน ขององค์กร</p>

ผู้วิจัยได้ใช้สัญลักษณ์ตัวเลขแทนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นดังนี้ คือ

- 1 แทน องค์การบริหารส่วนตำบลท่าข้าม(อบต.ท่าข้าม)
- 2 แทน องค์การบริหารส่วนตำบลควนรู(อบต.ควนรู)
- 3 แทน เทศบาลตำบลปริก(ทต.ปริก)

ผลการศึกษาวิจัยลักษณะรูปแบบงานคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

พบว่า

3.1 โครงสร้างและการจัดองค์การ

แม้ทั้งสามแห่งเป็นพื้นที่นำร่องของการพัฒนาระบบงานคุ้มครองผู้บริโภคในองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นของจังหวัดสงขลาที่เริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ปี 2551 มีบันทึกความร่วมมือพัฒนาระบบงานคุ้มครองผู้บริโภคเป็นข้อตกลงร่วมกัน จากการวิเคราะห์ในประเด็นโครงสร้างและการจัดองค์การนั้น พบว่ามีประเด็นที่มีคล้ายคลึงกัน คือ ทุกแห่งได้แต่งตั้งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น อันเป็นองค์กรด้านคุ้มครองผู้บริโภค ตามคำสั่งถ่ายโอนภารกิจงานคุ้มครองผู้บริโภค คำสั่งที่ 3/2551 และ 4/2551 ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค และมีการจัดตั้งศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคประจำองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นขึ้น

อบต. ควนรู และ ทต.ปริก มีการแยกบทบาทหน้าที่ การบริหารจัดการของศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคออกจากองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ด้วยให้มี คณะทำงานของศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค อันมีที่มาจากภาคประชาชน ประกอบด้วย ประธานจะมีที่มาจากภาคประชาชน กรรมการศูนย์จะมีที่มาจากภาคประชาชนแต่ละท้องถิ่น หรือกลุ่มชมรม ในชุมชนท้องถิ่น ทั้งสองแห่ง ใช้การคัดเลือกจากบุคคลที่มีความเหมาะสม มีจิตอาสา คณะทำงานมีโอกาสเสนอชื่อ และแสดงฉันทามติ ร่วมควรรเลือกบุคคลใดบุคคลหนึ่งทำหน้าที่

อบต. ควนรู ได้จัดสาธารณูปโภคพื้นฐาน โดยการจัดสร้างอาคารอันเป็นที่ตั้งเป็นศูนย์ประสานงานของศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคขึ้น ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจาก สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด

แต่ส่วนของ อบต. ท่าข้าม พบว่า ได้จัดตั้งศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคขึ้นในองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น มีคณะทำงานประกอบด้วย ประธานมาจาก นายกองจัดการบริหารส่วนตำบลท่าข้าม และคณะทำงานของศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคจะประกอบด้วย สมาชิก เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานด้านคุ้มครองผู้บริโภคซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ประจำองค์การบริหารส่วนตำบลเป็นส่วนใหญ่ โดยมีคำสั่งแต่งตั้งจาก อบต.ท่าข้าม

ทั้งสามแห่งจะมีการมอบหมายหน้าที่ประสานด้านคุ้มครองผู้บริโภคแก่เจ้าหน้าที่ประจำองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ที่มีความเหมาะสมด้านความสามารถ

3.2 บทบาทหน้าที่

ได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านคุ้มครองผู้บริโภค (3) และมีแผนปฏิบัติการด้านคุ้มครองผู้บริโภค (1, 2, 3) เป็นแนวทางในการดำเนินกิจกรรมของศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค มีการแบ่งบทบาทหน้าที่ออกเป็นตามกลไกงานคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วย

3.2.1 การรับเรื่องร้องเรียนปัญหาผู้บริโภค การไกล่เกลี่ย และประสานส่งต่อเรื่องร้องเรียนไปยังหน่วยงานด้านคุ้มครองผู้บริโภคที่เกี่ยวข้อง

3.2.2 การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค แคนนำ และเครือข่าย ผ่านการอบรม ประชุมเชิงปฏิบัติการ และการปฏิบัติการชุมชนด้านคุ้มครองผู้บริโภค

3.2.3 การเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์และภัยผู้บริโภคในพื้นที่

3.2.4 การสื่อสารสาธารณะด้านคุ้มครองผู้บริโภค โดยใช้สื่อมวลชนและช่องทางที่มีอยู่ในชุมชนท้องถิ่น

3.2.5 การจัดการข้อมูลข่าวสารด้านคุ้มครองผู้บริโภค ส่วนของเทศบาลตำบลปริก ได้เพิ่มบทบาทของศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคในประเด็น

3.2.6 การพัฒนาและสร้างนโยบายสาธารณะด้านคุ้มครองผู้บริโภค

การบังคับใช้กฎหมายของศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จะไม่สามารถทำได้ เนื่องจากมีต้องอาศัยองค์กรที่มีอำนาจตามกฎหมายรับรอง คือ คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

3.3 สถานภาพทางกฎหมาย

อบต. ควนรัฐ และ ทต. ปริก มีความชัดเจนเรื่องการมอบหมายอำนาจและหน้าที่ด้านคุ้มครองผู้บริโภคจากคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค โดย องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีการทำหนังสือแต่งตั้งเป็นลายลักษณ์อักษร แต่ยังไม่มีความเป็นนิติบุคคล

3.4 แหล่งที่มาและการบริหารงบประมาณ

ขณะนี้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั้งสามแห่ง ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากองค์กรภายนอก เช่น สถาบันการจัดการระบบสุขภาพ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ (สจรส.ม.อ.) (1, 2, 3) สำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรม (2) แผนงานคุ้มครองผู้บริโภค จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (คคส.) (3) และคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัดสงขลา (3) ส่วนแหล่งงบประมาณจากภายในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ยังขาดความชัดเจนในเรื่องการร่วมลงทุน ทั้งในส่วนของจำนวนและแหล่งเงินที่จะให้การสนับสนุนการทำงานศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค แม้จะมีแหล่งทุนสำคัญที่สามารถนำมาใช้ได้ เช่น เงินอุดหนุนจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (ออกข้อบัญญัติจัดสรรงบประมาณประจำปี) กองทุนสุขภาพระดับพื้นที่ ซึ่งถือว่าเข้าหลักเกณฑ์ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เป็นการสนับสนุนกิจกรรมที่เป็นการส่งเสริมสุขภาพโดยภาคประชาชน

3. สถานภาพทางกฎหมาย
4. งบประมาณและแหล่งที่มา

ผลการศึกษา พบว่า

1 โครงสร้างและการจัดองค์การ

1.1 ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคควร แยกระบบการบริหารจัดการ ออกจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เน้นความเป็นอิสระ

1.2 คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควรมอบหมายภารกิจด้านคุ้มครองผู้บริโภคที่ชัดเจนแก่คณะทำงานของศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค และให้อำนาจในการบริหารจัดการกับปัญหาด้านคุ้มครองผู้บริโภคที่เกิดขึ้นในพื้นที่

1.3 ที่มาของคณะทำงานศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคมีแบบผสมผสานจาก 3 ภาคส่วน กล่าวคือ ประชาชน หรือ หัวหน้าศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค ควรมีที่มาจากตัวแทนผู้บริโภค ส่วนคณะกรรมการศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค มีที่มาจากตัวแทน กลุ่มองค์กรและ เครือข่ายผู้บริโภคจากทุกชุมชน ตลอดจนควรมีส่วนของผู้ประกอบการ ผู้ทำหน้าที่ประสานงานของศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค ทุกแห่งเห็นว่า ควรเป็นเจ้าหน้าที่ประจำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

1.4 วิธีการได้มาของคณะกรรมการ ไม่จำเป็นต้องมีระเบียบการคัดเลือก แต่เน้นจิตอาสา เสียสละเข้ามาทำงานด้านคุ้มครองผู้บริโภค เป็นที่ยอมรับในความสามารถของทุกคน ส่วนผู้ประสานงานอันเป็นเจ้าหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ต้องเน้นบุคลากรที่สนใจและสามารถเชื่อมประสานระหว่างศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

2. บทบาทหน้าที่

ผลการวิจัยพบว่า ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความเห็นเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่แตกต่างกัน โดยผู้วิจัยได้ใช้สัญลักษณ์แทนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นดังนี้

- 1 แทน องค์กรบริหารส่วนตำบลควนรู
- 2 แทน เทศบาลตำบลปริก
- 3 แทน องค์กรบริหารส่วนตำบลท่าข้าม

บทบาทหน้าที่ของศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคที่มีรูปแบบการทำงานในลักษณะองค์กรอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

2.1 บทบาทที่เห็นด้วย คือ

2.1.1 ให้ความเห็นเพื่อประกอบการพิจารณาของหน่วยงานรัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการตรา และบังคับกฎหมายเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค แต่วิธีการและลักษณะของการบังคับนั้นมีความแตกต่างกัน คือ ลักษณะเป็นกติกาทงสังคม ผ่านกลไกของสมาชิกผู้บริโภค (1, 3) และออกเป็นกฎหมายผ่าน 3 กลไกหลักที่มีอยู่แล้วของพื้นที่ คือ เสนอในนามศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค ประชาชนร่วมนำเสนอ ผ่านสมาชิกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (2)

2.1.2 สนับสนุนการใช้สิทธิร้องเรียนของผู้บริโภคและองค์กรผู้บริโภค ผ่านช่องทางต่างๆของศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค (1, 2, 3) และการเปิดโอกาสให้กลุ่ม องค์กรผู้บริโภคสามารถร้องเรียนเป็นลักษณะกลุ่มได้ (1, 2, 3)

2.1.3 การตรวจสอบการกระทำหรือละเว้นการกระทำของหน่วยงานอันเป็นการคุ้มครองผู้บริโภค จะมีกลไกที่ใช้ในการตรวจสอบคือ การประชุมประจำเดือนของศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค (1, 3) และการจัดสมาชิกผู้บริโภค (2, 3)

2.1.4 ส่งเสริมการศึกษาและวิจัยด้านคุ้มครองผู้บริโภค เน้นการวิจัยเชิงปฏิบัติการในชุมชนกับภาควิชาการอย่างน้อย 1 ประเด็นต่อปี (1,2,3)

2.1.5 การสนับสนุนและให้การช่วยเหลือแก่องค์กรผู้บริโภค ผ่าน 3 วิธีการ คือ สนับสนุนการรวมกลุ่มของผู้บริโภค (1,2,3) การสนับสนุนการทำกิจกรรมด้านคุ้มครองผู้บริโภคของกลุ่มและเครือข่ายผู้บริโภคในพื้นที่(1,2,3)การพัฒนาศักยภาพให้แก่กลุ่มผู้บริโภค(1,2)

2.1.6 การดำเนินการและสนับสนุนการเผยแพร่ข้อมูลข้อเท็จจริงหรือแจ้งโฆษณาข่าวสาร มีความเห็นแตกต่างแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ เห็นด้วยและไม่เห็นด้วย คือมีการเผยแพร่ผ่านสื่อที่มีในพื้นที่ แต่จำเป็นต้องมีการฝึกฝนเทคนิคการเปิดเผยข้อมูล (1,2)

2.1.7 การจัดประชุมสมาชิกผู้บริโภคประจำปี ควรเป็นกลไกค้นหาสถานการณ์และผลักดันนโยบายสาธารณะด้านคุ้มครองผู้บริโภค

2.2 บทบาทที่ไม่เห็นด้วย

2.2.1 การฟ้องร้องคดีต่อศาลยุติธรรมหรือศาลปกครองแทนผู้บริโภค เพราะยังไม่มีความพร้อม ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคควรทำหน้าที่รวบรวมพยานหลักฐาน ผู้บริโภคสามารถฟ้องร้องคดีได้ด้วยตนเองเนื่องจากกฎหมาย

3. สถานภาพทางกฎหมาย

3.1 ควรมีลักษณะเป็นกลุ่ม ชมรม ที่มีการรับรองสถานภาพที่ชัดเจน ผ่านวิธีการ คือ

- มีหนังสือแต่งตั้งและมอบหมายอำนาจหน้าที่

- การให้คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) รับรองสถานภาพเป็นกลุ่มหรือชมรม

3.2 ต้องอาศัยอำนาจหน้าที่ตามกฎหมายของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นส่วนที่สนับสนุนทางกฎหมาย

4. งบประมาณ

4.1 มีการสนับสนุนเงินงบประมาณจากกองทุนสุขภาพระดับพื้นที่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (โดยต้องออกเป็นข้อบัญญัติสนับสนุนงบประมาณ)

4.2 มีการสนับสนุนจากแหล่งทุนจากภายนอก เช่น สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค องค์กรอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค(กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคต)

4.3 รูปแบบการสนับสนุน ควรเป็นแบบชุดโครงการ สามารถบริหารงบประมาณเองได้

4.4 การตรวจสอบงบประมาณ มีคณะทำงานทำหน้าที่ประเมินผล และให้มีรายงานผลการปฏิบัติงานประจำปี

ตารางที่ 4.8 รูปแบบลักษณะองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น

ประเด็น	องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น		รูปแบบที่เหมาะสม
	อบต. ทำข้าม	อบต. ควนงู	
1. โครงสร้างและการจัดการองค์การ	มีศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค แต่อยู่ภายใต้บริหารของ อบต.	จัดตั้งศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค แยกต่างหาก จากองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น	จัดตั้งศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค โดยมีลักษณะองค์การอิสระ แยกต่างหากจาก อบต.
1.1 อำนาจทางกฎหมาย	ได้รับการรับรองอำนาจทางกฎหมาย จาก คณะอนุกรรมการ สคบ. ประจำ อบต.	ได้รับมอบหมายหน้าที่และมีอำนาจตามกฎหมาย หมายถึง คณะอนุกรรมการ สคบ. ประจำ อบต.	ได้รับการมอบหมายภารกิจงานและหน้าที่จาก อบต.
1.2 ที่มาของคณะทำงาน	ประธานมาจากภาคประชาชนหรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรรมการ มาจากภาคประชาชน	ประธาน ที่มาจากภาคประชาชน กรรมการ มาจากตัวแทนประชาชน ชุมชน	คณะทำงานควรมาจากภาคประชาชน ด้วยคัดเลือกกันเอง และระบบจิตอาสา
1.3 วิธีการของคณะทำงาน	วิธีการคัดเลือกกันเองและระบบจิตอาสา	วิธีการคัดเลือกกันเองและระบบจิตอาสา	มาจากประชาชนด้วยวิธีการคัดเลือกและระบบจิตอาสา
1.3 วิธีการของคณะทำงาน	เจ้าหน้าที่ของ อบต. ทำหน้าที่ประสานงาน ด้านคุ้มครองผู้บริโภค	เจ้าหน้าที่ของ อบต. ทำหน้าที่ประสานงาน ด้านคุ้มครองผู้บริโภค	มีเจ้าหน้าที่ของ อบต. ทำหน้าที่ประสานงาน ด้านคุ้มครองผู้บริโภค

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

ประเด็น	องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น		รูปแบบที่เหมาะสม
	อบต. ทำข้าม	อบต. ความรู้	
2. บทบาทหน้าที่			
2.1 การให้ความเห็นเพื่อประกอบการพิจารณาของหน่วยงานรัฐในการตราและบังคับใช้กฎหมายเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค	<ul style="list-style-type: none"> ■ เห็นด้วย แต่ให้เป็นกติกาท่างสังคมนั้นการมีส่วนร่วมของพื้นที่ผ่านกลไกเฉพาะเช่น สมัชชาผู้บริโภคในพื้นที่ 	<ul style="list-style-type: none"> ■ เห็นด้วย ผ่าน 3 กลไกของพื้นที่ <ol style="list-style-type: none"> 1) เสนอในนามศูนย์ฯ 2) ล่ารายชื่อ ประชาชน 3) ผ่าน สมัชชา อบต. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ มี 2 แบบ คือ <ol style="list-style-type: none"> 2.1 กติกาสังคม 2.2 กฎระเบียบของพื้นที่ ผ่านกลไก คือ เสนอในนามศูนย์ผ่านสมัชชา อบต. และผ่าน ประชาชนร่วมเสนอ
2.2 สนับสนุนการใช้สิทธิร้องเรียนของผู้บริโภค และองค์กรผู้บริโภค	<ul style="list-style-type: none"> ■ เห็นด้วย วิธีการ คือ ผ่านช่องทางรับเรื่องร้องเรียนต่างๆของศูนย์, ร้องเรียนเป็นกลุ่มผู้บริโภค 	<ul style="list-style-type: none"> ■ เห็นด้วย วิธีการ คือ ผ่านช่องทางรับเรื่องร้องเรียนต่างๆของศูนย์, ร้องเรียนเป็นกลุ่มผู้บริโภค 	<ul style="list-style-type: none"> ■ ควรสนับสนุนให้ร้องเรียนผ่านช่องทางร้องเรียนของศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค ร้องเรียนผ่านกลุ่มผู้บริโภคได้
2.3 การตรวจสอบการกระทำหรือละเว้นการกระทำของหน่วยงานอื่น เป็นการคุ้มครองผู้บริโภค	<ul style="list-style-type: none"> ■ เห็นด้วย วิธีการ คือ ผ่านการประชุมประจำเดือน และจัดสมัชชาผู้บริโภค 	<ul style="list-style-type: none"> ■ เห็นด้วย วิธีการ คือ ผ่านการประชุมประจำเดือนของศูนย์ฯ 	<ul style="list-style-type: none"> ■ ผ่านการประชุมประจำเดือนของศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค และการจัดสมัชชาผู้บริโภค

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

ประเด็น	องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น		รูปแบบที่เหมาะสม
	อบต. ทำข้าม	อบต. ความรู้	
2.4 ดำเนินคดีต่อศาลยุติธรรมหรือศาลปกครอง	<p>■ ไม่เห็นด้วย ต้องคำนึงถึงความพร้อม ทำหน้าที่เพียงรวบรวมพยานหลักฐานข้อเท็จจริงมากกว่า</p> <p>■ ไม่เห็นด้วย ต้องคำนึงถึงความพร้อม ทำหน้าที่เพียงรวบรวมพยานหลักฐานข้อเท็จจริงมากกว่า</p>	<p>■ ไม่เห็นด้วย ต้องคำนึงถึงความพร้อม ทำหน้าที่เพียงรวบรวมพยานหลักฐานข้อเท็จจริงมากกว่า</p> <p>■ ไม่เห็นด้วย เน้นวิจัยเชิงปฏิบัติการในชุมชนร่วมกับภาควิชาการปีละ 1 เรื่อง</p>	<p>■ ยังไม่จำเป็น ศูนย์ควรทำหน้าที่รวบรวมพยานหลักฐานหรือเป็นที่ปรึกษาแก่ผู้บริหาร เพราะ กม.เปิดโอกาสให้ฟ้องร้องได้เองอยู่แล้ว</p>
2.5 ส่งเสริมการศึกษาและวิจัยด้านคุ้มครองผู้บริโภค	<p>■ เห็นด้วย เน้นวิจัยเชิงปฏิบัติการในชุมชนร่วมกับภาควิชาการปีละ 1 เรื่อง</p>	<p>■ เห็นด้วย เน้นวิจัยเชิงปฏิบัติการในชุมชนร่วมกับภาควิชาการปีละ 1 เรื่อง</p>	<p>■ มีการวิจัยเชิงปฏิบัติการ ชุมชนร่วมกับภาควิชาการในพื้นที่อย่างน้อย 1 เรื่อง</p>
2.6 การสนับสนุนและการช่วยเหลือแก่องค์กรผู้บริโภค	<p>■ เห็นด้วย วิธีการ คือ สนับสนุนการรวมกลุ่มผู้บริโภค</p>	<p>■ เห็นด้วย วิธีการ คือ 1. ส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มผู้บริโภค 2. สนับสนุนการทำกิจกรรมด้าน คบ. 3. พัฒนาศักยภาพแก่กลุ่มผู้บริโภค</p>	<p>■ สนับสนุนให้ผู้บริหาร รวมกลุ่มกัน</p> <p>■ มีการ ให้กิจกรรมของกลุ่ม</p> <p>■ พัฒนาศักยภาพ ให้แก่กลุ่มผู้บริโภค</p>

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

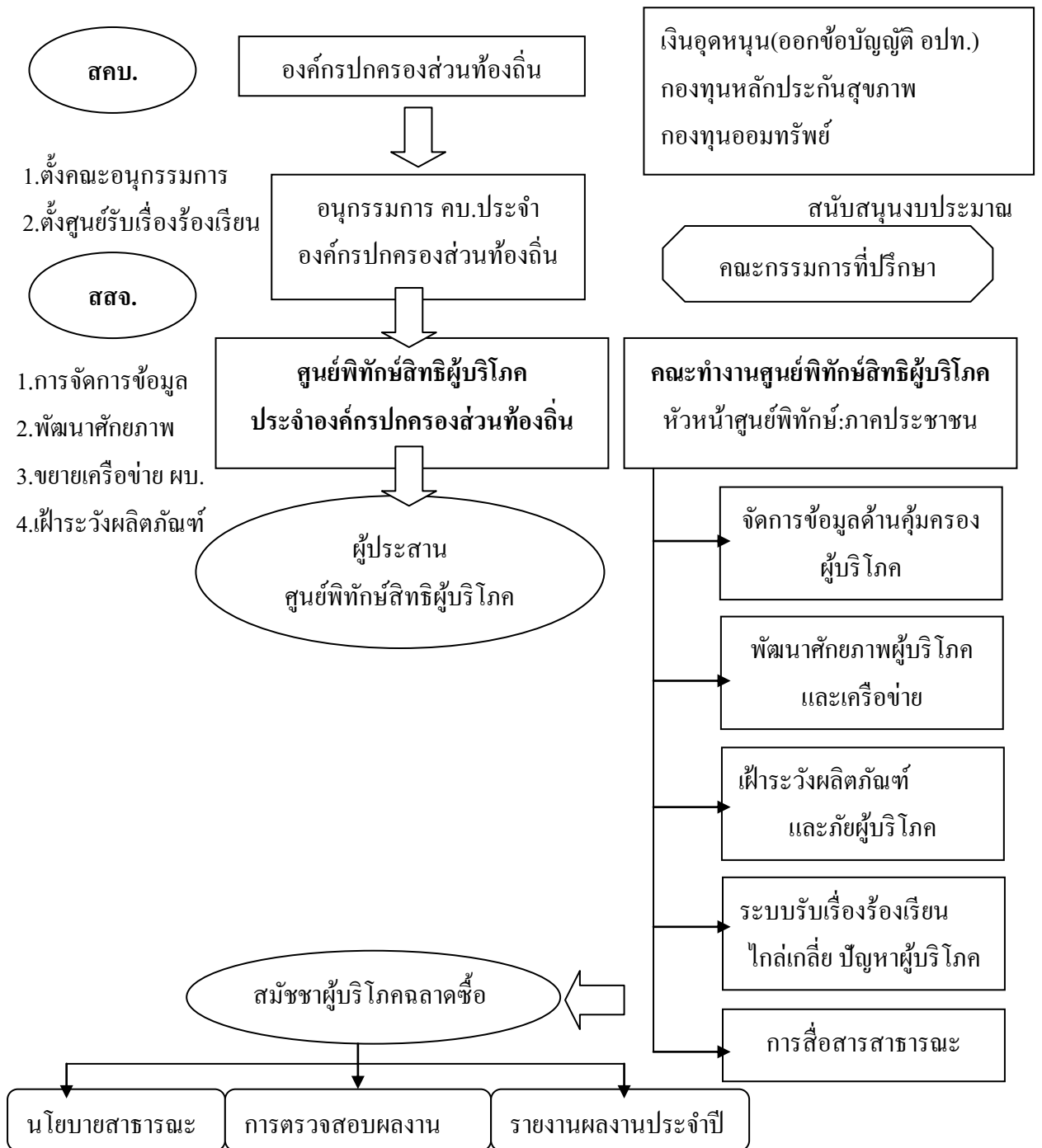
ประเด็น	องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น		รูปแบบที่เหมาะสม
	อบ.ทำขาม	อบ.ควนู	
2.7 ดำเนินการและสนับสนุนการเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นจริง หรือแจ้งหรือโฆษณาข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการแก่ผู้บริโภค	<p>■ ไม่เห็นด้วย กล่าวการที่องค์กรเป็นคดีเห็นว่า พ.ร.บ.รองรับอำนาจฟ้องไว้แล้ว</p> <p>** ควรสั่งให้ สคบ.รับรองการเป็นกลุ่มหรือชมรมด้านคุ้มครองผู้บริโภค</p> <p>** ควรสั่งให้ สคบ.รับรองการเป็นกลุ่มหรือชมรมด้านคุ้มครองผู้บริโภค</p>	<p>■ เห็นด้วย แต่กลัวถูกฟ้องร้อง ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยเทคนิคการเปิดเผย</p> <p>** ควรสั่งให้ สคบ.รับรองการเป็นกลุ่มหรือชมรมด้านคุ้มครองผู้บริโภค</p> <p>** ควรสั่งให้ สคบ.รับรองการเป็นกลุ่มหรือชมรมด้านคุ้มครองผู้บริโภค</p>	<p>■ มีบทบาทเปิดเผยข้อมูลข้อเท็จจริงเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค</p> <p>ต้องพัฒนาเทคนิคและช่องทาง การเปิดเผยข้อมูล</p>
2.8 จัดประชุมสมาชิก ผู้บริโภคปีละ 1 ครั้ง	<p>■ เห็นด้วย เพราะจะเป็นกลไกในการค้นหาสถานการณ์และผลักดันเป็นนโยบายสาธารณะด้านคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่</p>	<p>■ เห็นด้วย เพราะจะเป็นกลไกในการค้นหาสถานการณ์และผลักดันเป็นนโยบายสาธารณะด้านคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่</p>	<p>■ ต้องสมาชิกผู้บริโภคอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง อันเป็นเครื่องมือสำหรับการผลักดันนโยบายสาธารณะด้านคุ้มครองผู้บริโภค</p>
3. สถานภาพทางกฎหมาย	<p>ควรได้รับมอบหมายอำนาจและหน้าที่อย่างชัดเจนจาก อนุ สคบ.ประจำ อปท. ในรูปคำสั่งแต่งตั้ง</p>	<p>ควรได้รับมอบหมายอำนาจและหน้าที่อย่างชัดเจนจาก อนุ สคบ.ประจำ อปท. ในรูปคำสั่งแต่งตั้ง</p>	<p>ได้รับมอบหมายอำนาจและหน้าที่อย่างชัดเจน จาก อนุ สคบ.ประจำ อปท. ในรูปคำสั่งแต่งตั้ง</p>

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

ประเด็น	องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น		รูปแบบที่เหมาะสม
	อบต.ทำข้าม	อบต.คานวรุ	
4.งบประมาณ			
4.1 แหล่งที่มา			
งบประมาณ			
■ แหล่งทุนจากภายในพื้นที่	1) จาก อบต.ทำข้าม (โดยออกข้อบัญญัติสนับสนุนงบประมาณ) 2) กองทุนสุขภาพระดับพื้นที่	1) จาก อบต.คานวรุ (ออกข้อบัญญัติสนับสนุนงบประมาณ) 2) กองทุนสุขภาพระดับพื้นที่	■ ควรมีทุนจากหลายแหล่งทั้งภายในและภายนอกพื้นที่ ■ เน้นการลงทุนร่วมองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ■ ทุนจากภายนอกควร
■ แหล่งทุนจากภายนอก			
	1) สถาบันการจัดการระบบสุขภาพ ม.สงขลานครินทร์ (สจรส.ม.อ.) 2) สำนักงานกองทุนสนับสนุนการเสริมสุขภาพ (สสส.สำนัก 6) โครงการชุมชนเข้มแข็งและชุมชนนำอยู่	1) สถาบันการจัดการระบบสุขภาพ ม.สงขลานครินทร์ (สจรส.ม.อ.) 2) สำนักงานกองทุนสนับสนุนการเสริมสุขภาพ (สสส.สำนัก 6) โครงการชุมชนเข้มแข็งและชุมชนนำอยู่	สนับสนุนให้เกิดกลไก ความสัมพันธ์ในการทำงาน แบบใหม่ของเครือข่ายภายในพื้นที่ ■ รูปแบบการสนับสนุนทุนควรเป็นแบบ ชุดโครงการ ■ ตรวจสอบการใช้งบประมาณ 1) รายงานผลการปฏิบัติงานประจำปี 2) มีคณะทำงานประเมินผล

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

ประเด็น	องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น			รูปแบบที่เหมาะสม
	อบต.ท่าข้าม	อบต.ควนคู	เทศบาล ต.ปริง	
4.2 รูปแบบการสนับสนุนและบริหารงานงบประมาณ	<ol style="list-style-type: none"> 1. แบบชุดโครงการ 2. บริหารงบประมาณเอง 	<ol style="list-style-type: none"> 1. แบบชุดโครงการ 2. บริหารงบประมาณเอง 	<ol style="list-style-type: none"> 1. แบบชุดโครงการ 2. บริหารงบประมาณเอง 	<ol style="list-style-type: none"> 3) สมาชิกผู้บริโภคระงับปี
4.3 ตรวจสอบการใช้งบประมาณ	<ol style="list-style-type: none"> 1. คณะทำงานประเมินผล 	<ol style="list-style-type: none"> 1. คณะทำงานประเมินผล 2. รายงานผลการปฏิบัติงานประจำปี 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ผ่านสมาชิกผู้บริโภคระงับปี 2. รายงานผลประจำปี 3. คณะทำงานประเมินผล 	



แผนภูมิที่ 4.1 รูปแบบองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัย เรื่อง รูปแบบขององค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาลักษณะขององค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควรมีกลไกการทำงานและการจัดการด้านงานคุ้มครองผู้บริโภคเป็นอย่างไรในพื้นที่

สรุปผลการวิจัย

1. ประชาชนผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั้งสามแห่งยังคงประสบกับปัญหาคุ้มครองผู้บริโภค ทั้งด้านผลิตภัณฑ์อาหารและยา ผลิตภัณฑ์ทั่วไป การรับบริการและจากสัญญาที่ไม่เป็นธรรม ซึ่งมีต้นเหตุเอาเปรียบจากบุคคลภายในและภายนอกพื้นที่ ผู้ให้ข้อมูลต่างมีความเห็นร่วมกันว่า สถานการณ์ปัญหาดังกล่าว มีแนวโน้มรุนแรงมากขึ้น สอดคล้องกับข้อมูลสถานการณ์ซึ่งได้จากการจัดสัมภาษณ์เชิงประเด็น: สมัชชาผู้บริโภคตลาดซื้อของทั้งสามพื้นที่ แต่ยังคงกลไกหรือระบบงานด้านคุ้มครองผู้บริโภค แม้จะมีการแต่งตั้งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อนุกรรมการ สคบ.ประจำ อปท.) อันเป็นคณะทำงานตามที่กฎหมายได้ให้การรับรองอำนาจไว้ แต่ไม่สามารถดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพเท่าที่ควร

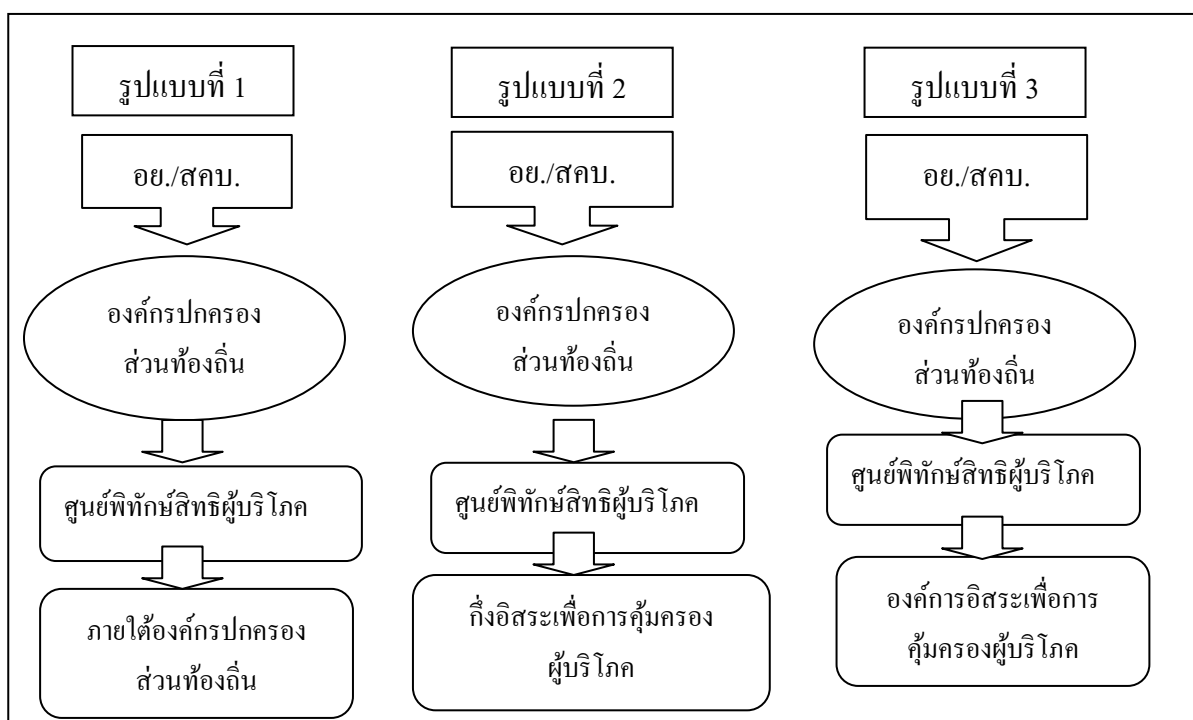
2. กระบวนการสมัชชาสุขภาพเชิงประเด็น:สมัชชาผู้บริโภคตลาดซื้อ ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานคุ้มครองผู้บริโภคในชุมชนท้องถิ่นทั้งในภาคส่วนของ ประชาสังคม ภาคการเมืองระดับท้องถิ่น และภาควิชาการ ส่งผลให้เกิดการร่วมรับรู้ ร่วมหาแนวทางสำหรับแก้ไขปัญหา เรียกว่า “การสร้างนโยบายสาธารณะด้านคุ้มครองผู้บริโภค” โดยเอาทุนทางสังคมซึ่งมีอยู่จำนวนมากในพื้นที่ มาเป็นปัจจัยสำหรับการพัฒนาระบบงานคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป้าหมายทั้งสามแห่ง

3. การบันทึกความร่วมมือ (MOU) ว่าด้วยการพัฒนาระบบงานคุ้มครองผู้บริโภคของจังหวัดสงขลา ถูกนำมาใช้ในการสร้างความร่วมมือร่วมกันระหว่างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั้งสามแห่ง

4. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั้งสามแห่ง ได้จัดตั้งศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคนั้น เพื่อเป็นกลไกในการแก้ปัญหาผู้บริโภคในพื้นที่ โดยอาศัยทุนทางสังคมของแต่ละแห่ง เพื่อหนุนเสริมการทำงานซึ่งมีแนวความคิดพัฒนาให้ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคมีลักษณะองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

5. จากการวิเคราะห์ลักษณะปัจจุบันของศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พบว่า ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคตำบลควนรูและศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคตำบลปรังมีลักษณะใกล้เคียงกับองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคมากที่สุด ส่วน ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคตำบลท่าข้ามมีลักษณะการทำงานคุ้มครองผู้บริโภค ภายใต้การกำกับขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

6. รูปแบบขององค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จากการจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นประกอบด้วย คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และคณะทำงานของศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคที่จัดตั้งขึ้น สามารถสังเคราะห์รูปแบบและจัดกลไกให้มีความสอดคล้องในพื้นที่ ดังภาพที่ 5.1



ภาพที่ 5.1 แสดงรูปแบบที่มีความเป็นไปได้ขององค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค
ในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

รูปแบบที่ 1 ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคภายใต้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (Under local government) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะแต่งตั้งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และมีหน้าที่ดำเนินงานตามกรอบภารกิจงานคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งได้รับการถ่ายโอนงานมาจากสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภคและสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา มีการสนับสนุนเงินงบประมาณจากกองทุนหลักประกันสุขภาพระดับพื้นที่ โดยคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะเป็นผู้ดำเนินการใช้มาตรการทางกฎหมาย

รูปแบบที่ 2 ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทำงานแบบกึ่งอิสระ (Partially independent organization) โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจัดตั้งศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคขึ้น มีคณะทำงานจากคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อันเป็นองค์กรด้านคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งได้รับการถ่ายโอนภารกิจงานคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

รูปแบบที่ 3 ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทำงานแบบอิสระสมบูรณ์แบบ (Absolutely independent organization) โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีการจัดตั้งศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคขึ้น และมีรูปแบบการทำงาน คือ

1) โครงสร้างและการจัดองค์การ

ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควรมีรูปแบบ องค์กรอิสระ โดยมีฐานะเทียบเท่า กลุ่มหรือชมรม หรือยกฐานะเป็นนิติบุคคล มีคณะทำงาน ซึ่งมีที่มาจากภาคประชาชน ต้องมีแยกระบบการบริหารจัดการออกจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอย่างสิ้นเชิง แต่กรอบภารกิจงานจะอยู่ภายใต้การรับรองจากคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อให้สามารถดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับการจัดการเรื่องร้องเรียนผู้บริโภคได้

2) บทบาทและหน้าที่

การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคของศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ได้รับมอบหมายอำนาจและหน้าที่จากคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อนุ สคบ.) การดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการด้านคุ้มครองผู้บริโภคของแต่ละแห่ง ซึ่งขอบเขตของภารกิจมีความครอบคลุมภารกิจที่ได้รับการถ่ายโอนจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) และสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) โดยมีภารกิจสร้างความชัดเจน ภารกิจจากหน่วยงานภาครัฐดังกล่าวด้วยการทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือกันระหว่าง 4 ภาคส่วนที่สำคัญ คือ สำนักงานจังหวัดสงขลา สถาบันการ

จัดการระบบสุขภาพ ม.สงขลานครินทร์ สมาคมเกษตรอินทรีย์วิถีไท เทศบาลนครหาดใหญ่
เทศบาลตำบลปริงค์การบริหารส่วนตำบลท่าข้าม และองค์การบริหารส่วนตำบลควนรู

กรอบภารกิจ และแผนงานการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค

ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั้งสามแห่ง มีกรอบภารกิจ
ครอบคลุมการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์และแผนงานคุ้มครองผู้บริโภค คือการสร้างและ
พัฒนาให้ผู้บริโภคสามารถพิทักษ์สิทธิตนเองได้ จึงได้กำหนดกรอบภารกิจและแผนงานการ
ดำเนินงาน ได้แก่

- 1) การจัดการข้อมูล ได้แก่ การผลิตสื่อและหรือเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสาร
เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค
- 2) การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค และเครือข่าย ทั้งในด้านความรู้ด้านการคุ้มครอง
ผู้บริโภค การจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ส่งเสริมการรวมกลุ่มเพื่อดำเนินกิจกรรมอันเป็นการคุ้มครอง
ผู้บริโภค
- 3) การเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์ หรือสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค
- 4) การประสานงานในเรื่องการรับเรื่องร้องเรียน โกล่เกลี่ย ชดเชยค่าเสียหาย
- 5) การสื่อสารสาธารณะ เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร และการดำเนินงาน
ของศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค

กลไกการทำงานด้านคุ้มครองผู้บริโภค

การพัฒนารูปแบบการดำเนินงานของศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วน
ท้องถิ่น เพื่อให้มีประสิทธิภาพ และมีกลไกที่สอดคล้องในพื้นที่ สรุปลงได้ดังนี้

1) การดำเนินงานภายใต้กฎหมาย

- การดำเนินงานของศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคอยู่ภายใต้คณะอนุกรรมการ
คุ้มครองผู้บริโภคประจำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อให้ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค สามารถ
ดำเนินงานได้โดยอาศัยอำนาจตามกฎหมายที่ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคและหรือ
สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ถ่ายโอนภารกิจมาให้

2) ความเป็นองค์การอิสระ

- เพื่อให้การทำงานมีความยืดหยุ่นจำเป็นต้องอาศัยทุนทางสังคม (Social Capital) โดยเฉพาะอย่างยิ่งพลังความร่วมมือจากผู้บริหาร โภค ชมรม กลุ่ม เครือข่ายในพื้นที่ เป็นต้นทุนในการขับเคลื่อนงาน โดยพลังทางสังคมจะสามารถทำให้การทำงานเป็นไปได้อย่างสะดวกและคล่องตัวมากกว่าการต้องรอรระบบงานของภาครัฐ

ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคแต่ละแห่งสามารถมีกลไกการด้านคุ้มครองผู้บริโภคที่แตกต่างกันไป ตามความเหมาะสมกับสภาพปัญหาและความสนใจของพื้นที่ แต่ทั้งสามแห่งได้ออกแบบกลไกร่วมกันคือ

- กลไกรับเรื่องร้องเรียน จะมีช่องทางรับเรื่องร้องเรียนผ่านศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค ทางจดหมาย ทางโทรศัพท์ ผู้แจ้งเรื่องร้องเรียนปัญหาผู้บริโภค และการปฏิบัติการลงชุมชนเพื่อรับเรื่องร้องเรียนของคณะทำงาน การประชุมประจำเดือน เป็นต้น

- กลไกใกล้เคียง จะมีคณะทำงานซึ่งมีที่มาจากภาคประชาชน ทำหน้าที่ใกล้เคียงปัญหาผู้บริโภคที่ถูกละเมิดสิทธิ โดยอาศัยอำนาจการดำเนินการจากคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำตำบล/เทศบาล

- กลไกพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคประจำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จะใช้เครื่องมือ คือ การอบรม สัมมนา อบรมเชิงปฏิบัติการ ให้แกนนำและผู้บริหารมีความรู้ และทักษะในการเลือกบริโภค นอกจากนี้ยังมีการลงพื้นที่ปฏิบัติการชุมชนด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อการพัฒนาศักยภาพแกนนำ ผู้บริโภค กิจกรรมการพัฒนาศักยภาพเหล่านี้ดำเนินการด้วยตนเองของพื้นที่ และจากการสนับสนุนทางวิชาการจากสถาบันการศึกษาในพื้นที่ในลักษณะหลักสูตรห้องเรียนคุ้มครองผู้บริโภค

- การส่งเสริมกลุ่มผู้บริโภคในการดำเนินกิจกรรมด้านคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่ เช่น สนับสนุนให้เกิดการรวมกลุ่มของผู้บริโภคกลุ่มต่างๆ เช่น กลุ่มเยาวชน นักเรียน กลุ่มอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ให้แต่ละกลุ่มเกิดปฏิบัติการชุมชนด้านคุ้มครองผู้บริโภคภายใต้การสนับสนุนของศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคในพื้นที่

- กลไกพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ การจะทำให้ผู้บริโภคได้รับความคุ้มครองนั้น จำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากผู้ประกอบการเพื่อให้สามารถดำเนินการผลิตสินค้าอย่างมีคุณภาพ ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคจึงกำหนดให้การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการเป็นภารกิจสำคัญ โดยใช้วิธีการอบรม การส่งเสริมการรวมกลุ่มเป็นเครื่องมือในการพัฒนา เป้าหมายของกลุ่มผู้ประกอบการ เช่น ชมรมร้านค้าของชำ ชมรมผู้ประกอบการร้านอาหารและแผงลอย กลุ่มแม่บ้าน และกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เป็นต้น

- **กลไกเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์และภัยผู้บริโภค** ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคมีการพัฒนา กลไกด้านการตรวจสอบ เฝ้าระวังสินค้าและภัยผู้บริโภค โดยอาศัยการลงพื้นที่ตรวจสอบเฝ้าระวัง แหล่งที่มีความเสี่ยง เช่น ตลาดนัดเปิดท้าย ร้านอาหาร ร้านชำ เป็นต้น ซึ่งจะมีคณะทำงานอันเป็น กลุ่มและเครือข่ายในพื้นที่ ดำเนินการตรวจสอบตามแผนงานคุ้มครองผู้บริโภคกำหนดไว้

- **กลไกการสื่อสารสาธารณะ** มีการใช้ช่องทางสื่อสารในพื้นที่เพื่อเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ข่าวสารเกี่ยวกับงานคุ้มครองผู้บริโภค เช่น วิทยุชุมชน วารสารขององค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่น แผ่นพับเอกสาร เป็นต้น

- **กลไกการชดเชยเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค** ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคเทศบาล ตำบลปรึก ได้พัฒนากองทุนคุ้มครองผู้บริโภคสำหรับชดเชยเยียวยาให้กับผู้บริโภค ส่งเสริมให้ ผู้บริโภคร้องเรียนปัญหามากขึ้น นอกจากนี้มีการพัฒนากองทุนหม้อก๋วยเตี๋ยวปลอดสารตะกั่ว สำหรับการแก้ปัญหาหม้อน้ำชาและหม้อก๋วยเตี๋ยวของพื้นที่

- **กลไกการประสานงาน** จะมีเจ้าหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทำหน้าที่ ประสานงานเต็มเวลา เชื่อมโยงระหว่างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค จัดการเรื่องเอกสารและงบประมาณที่ใช้ในการดำเนินกิจกรรม

3) งบประมาณของศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค

- จากงบประมาณของท้องถิ่น ผ่านการออกข้อบัญญัติท้องถิ่นจัดสรรงบประมาณ ประจำปีแก่ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคที่ตั้งขึ้น ลักษณะการสนับสนุนเงินจะเป็นแบบชุด โครงการ นอกจากนี้ควรได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากกองทุนหลักประกันสุขภาพระดับพื้นที่ ตลอดจน เงินจากกองทุนซึ่งเกิดจากการออมของประชาชนในพื้นที่ได้แก่ กองทุนสัจจะออมทรัพย์ เพื่อให้เกิด ความยั่งยืนในการทำงาน แต่อย่างไรก็ตามควรได้รับสนับสนุนงบประมาณจากภายนอกเช่นเดียวกัน เช่น สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด แผนงานคุ้มครองผู้บริโภคด้าน สุขภาพ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (คคส.) ให้การสนับสนุนในลักษณะรายกิจกรรม และสถาบันการ จัดการระบบสุขภาพ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์(สจส.ม.อ.) จะสนับสนุนงบประมาณแบบราย กิจกรรมและชุดโครงการ

4) ความครอบคลุมการดำเนินงาน

- บทบาทและภารกิจ ต้องครอบคลุมปัจจัยทุกปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน ได้แก่ 5 กรอบภารกิจ ไม่ควรทำงานเฉพาะบางประเด็น เช่นการรับเรื่องร้องเรียน แต่ควรทำให้ ครอบคลุมเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่

(1) การจัดการข้อมูล ได้แก่ การผลิตสื่อและหรือเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

- (2) การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค และเครือข่าย ทั้งในด้านความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค การจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ส่งเสริมการรวมกลุ่ม
- (3) การเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์ หรือสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค
- (4) การประสานงานในเรื่องการรับเรื่องร้องเรียน ใกล้เกลี่ย ชดเชยค่าเสียหาย
- (5) การสื่อสารสาธารณะ เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและการทำงานต่างๆ

โดยสรุป รูปแบบองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ยึดหลักเรื่อง ความมีอิสระในการดำเนินบทบาทหน้าที่ด้านคุ้มครองผู้บริโภค ด้วยการสร้างกลไกที่สำคัญด้านคุ้มครองผู้บริโภค ภายใต้การสนับสนุนการทำงานและงบประมาณจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ให้สามารถพึ่งตนเองได้ แต่อย่างไรก็ตาม จำเป็นต้องอาศัยการทำความเข้าใจกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคใช้ทัศนคติเชิงบวกเพื่อเป้าหมายในการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคในพื้นที่ โดยใช้กระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน และการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน เชื่อมประสานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกัน กำหนดรูปแบบการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคที่มีกลไกที่มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในพื้นที่

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการเริ่มต้นการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในลักษณะเชิงรุก (Proactive Consumer Protection) มุ่งสร้างความตระหนักในสิทธิของผู้บริโภค และพัฒนาศักยภาพของผู้บริโภคเอง มีปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สำคัญคือ การมีส่วนร่วมของชุมชน สร้างกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของหน่วยงานภาครัฐที่มีการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค กับพื้นที่องค์กรบริหารส่วนตำบลท่าข้าม องค์กรบริหารส่วนตำบลควนจรูญและเทศบาลตำบลปริก มีการวางแผนงานคุ้มครองผู้บริโภคโดยใช้ข้อมูลปัญหาผู้บริโภคในพื้นที่เป็นปัจจัยนำเข้าของการวางแผนงานโดยคนในชุมชนร่วมกันกำหนดเอง เพื่อมุ่งหวังให้เกิดการบูรณาการงานคุ้มครองผู้บริโภคในการทำงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กับองค์กรภาครัฐ ให้มีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เกิดการประสานงาน ให้มีการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนในระยะยาว ผลจากการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำไปใช้เป็นรูปแบบเบื้องต้นสำหรับการพัฒนาการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพสำหรับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หรือองค์กรบริหารส่วนตำบลที่ต้องการพัฒนางานคุ้มครองผู้บริโภคให้มีกลไกสอดคล้องกับสภาพปัญหาผู้บริโภคในแต่ละพื้นที่ต่อไป

1. การพัฒนารูปแบบการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในระดับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรอาศัยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนของผู้บริโภค กลุ่ม ชมรม และเครือข่ายผู้บริโภค เพื่อให้การวิเคราะห์ปัญหาที่ผู้บริโภคในพื้นที่กำลังประสบอยู่ ร่วมกันวางแผนงานคุ้มครองผู้บริโภค สอดคล้องกับสภาพปัญหา และความต้องการของผู้บริโภคในพื้นที่ ตั้งแต่กระบวนการค้นหาปัญหา เฉพาะประเด็นของพื้นที่ การร่วมกันวางแผนงาน และการบูรณาการงานคุ้มครองผู้บริโภคเข้าสู่ นโยบายขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อให้เกิดความยั่งยืน

2. การขยายผลการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อให้เกิดการดำเนินงานที่มี ประสิทธิภาพ และมีความยั่งยืนได้ต้องมีการประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐที่มีอำนาจและ ศักยภาพในการจัดการงานคุ้มครองผู้บริโภค แผนงานควรมีความชัดเจนเป็นรูปธรรม มีการกำหนด ผู้รับผิดชอบในแต่ละแผนงาน

3. การพัฒนารูปแบบการทำงานด้านคุ้มครองผู้สำหรับองค์การบริหารส่วนตำบลที่ ต้องการพัฒนางานคุ้มครองผู้บริโภค ควรอาศัยทุนทางสังคมที่มีอยู่ เช่น งบประมาณในท้องถิ่น อาสาสมัครในพื้นที่ แกนนำชุมชน ปราชญ์ชาวบ้าน เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนงานได้อย่างมี ประสิทธิภาพ

4. รูปแบบของการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้เป็นรูปแบบศูนย์ พัทธ์สิทธิ์ผู้บริโภคในลักษณะองค์การอิสระ อันเนื่องมาจากข้อจำกัดการรับรองสถานะจาก หน่วยงานภาครัฐ และข้อจำกัดในกลไกการรับเรื่องร้องเรียน ไกล่เกลี่ย ชดเชยค่าเสียหายของ ผู้บริโภค

5. ควรมีการถอดบทเรียนเป็นองค์ความรู้ทั้งประสบการณ์ที่ประสบความสำเร็จและ ประสบการณ์ที่เป็นปัญหาด้านคุ้มครองผู้บริโภคในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กมลทิพย์ แจ่มกระจ่าง. 2547. การศึกษาบทบาทและการดำเนินงานของเทศบาลในการคุ้มครอง
ผู้บริโภค. รายงานการวิจัย, วิทยาลัยพัฒนาการปกครองท้องถิ่น สถาบันพระปกเกล้า.
จันจิรา เอี่ยมมยุรา. 2547. เอกสารประกอบคำสัมภาษณ์ เมื่อวันที่ 23 พฤศจิกายน 2547 ณ คณะ
นิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ประสิทธิ์ อ่อนดี และ สุภสิทธิ์ พรรณนารุ โนนทัย. 2550. มุมมองของผู้บริโภคไทยที่สะท้อนถึงความ
ต้องการต่อการอิสระคุ้มครองผู้บริโภค. (วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). คณะ
แพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522.
- ยุพดี ศิริสินสุขม. ระบบคุ้มครองผู้บริโภคในระบบประกันสุขภาพไทย. (2548).
จาก http://library.hsri.or.th/abs/res/hs_1193t.doc
- รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 มาตรา 61 สืบค้นเมื่อวันที่ 28 มิถุนายน 2553.
จาก http://www.parliament.go.th/parcy/sapa_db/sapa13-upload/13-20070706154804_cons.pdf
- รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยปีพุทธศักราช 2540 pr@parliament.go.th
- รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยปีพุทธศักราช 2550 pr@parliament.go.th
- วิทยา กุลสมบูรณ์, วรรณ ศรีวิริยานุภาพ และ ไพศาล ลิ้มสถิตย์. 2548. แนวทางการจัดตั้งองค์การ
อิสระคุ้มครองผู้บริโภค ตามมาตรา 57 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย 2540.
กรุงเทพฯ: โครงการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพ หน่วยงานปฏิบัติการวิจัยเภสัชศาสตร์
สังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิชิมาрь เม่งช่วย. 2553. รูปแบบการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพในองค์การบริหารส่วน
ตำบล กรณีศึกษา: อบต.ปากพูน นครศรีธรรมราช. สารนิพนธ์. คณะเภสัชศาสตร์
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- สุภสิทธิ์ พรรณนารุ โนนทัย และประสิทธิ์ อ่อนดี. 2551. การพัฒนากลไกการคุ้มครองผู้บริโภค ตาม
เจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 . คณะแพทยศาสตร์
มหาวิทยาลัยนเรศวร.

บรรณานุกรม (ต่อ)

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานนายกรัฐมนตรี. มปป.. แนวทางการปฏิบัติกรับ
เรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภคและการเจรจาไกล่เกลี่ยของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
ประจำเทศบาลและคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำองค์การบริหารส่วนตำบล.
มปป.

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. 2538. คู่มือการคุ้มครองผู้บริโภค. สำนักเลขาธิการ
นายกรัฐมนตรี

ภาคผนวก



ภาพที่ 1 แสดงการระดมความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในสมัชชาผู้บริโภคนครราชสีมา ตลาดซื้อเทศบาลตำบลปรัก ในวันที่ 19 พฤศจิกายน 2551 ณ ตลาดสาธารณะเทศบาลตำบลปรัก



ภาพที่ 2 การนำเสนอข้อมูลสถานการณ์คุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในสมัชชาผู้บริโภคนครราชสีมา



ภาพที่ 3 การร่วมแสดงความคิดเห็นเรื่องสถานการณ์คุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในสมัชชาผู้บริโภค ฉลาดซื้อ อบอุ่น.ทำข้าม วันที่ 5 ตุลาคม 2551 ณ การเคหะชุมชนสงขลา



ภาพที่ 4 ประชาชนแสดงความคิดเห็นเรื่องสถานการณ์คุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องใน สมัชชาผู้บริโภค ฉลาดซื้อ อบอุ่น ณ การเคหะชุมชนสงขลา



ภาพที่ 5 การลงนามในบันทึกความร่วมมือ (MOU) การพัฒนาระบบงานคุ้มครองผู้บริโภค ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในเวทีเสวนา ท้องถิ่นห่วงใยใส่ใจผู้บริโภค วันที่ 29 พฤศจิกายน 2551



ภาพที่ 6 การลงนามในบันทึกความร่วมมือ (MOU) การพัฒนาระบบงานคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วย หัวหน้าสำนักงานจังหวัดสงขลา เทศบาลนครหาดใหญ่ เทศบาลตำบลปรีก อบต.ท่าข้าม อบต.ควนรู



ภาพที่ 7 การจัดตั้งศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภครวมขององค์การบริหารส่วนตำบลท่าข้าม เพื่อเป็นจุดรับเรื่อง ร้องเรียนปัญหาผู้บริโภค และเป็นจุดประสานงานด้านคุ้มครองผู้บริโภค



ภาพที่ 8 การประชุมคณะทำงานของศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภครวมขององค์การบริหารส่วนตำบลท่าข้าม เพื่อร่วมกันวางแผนและกำหนดบทบาทหน้าที่ด้านงานคุ้มครองผู้บริโภค



ภาพที่ 9 ประชุมเพื่อวางแผนปฏิบัติการของศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริ โภคตำบลควนรัฐ เพื่อเป็นแนวทางการทำงานแก้ไขปัญหาผู้บริ โภค โดยมีคณะกรรมการของศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริ โภค เข้าร่วม



ภาพที่ 10 ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริ โภคตำบลควนรัฐ เพื่อเป็นจุดรับเรื่องร้องเรียนและแก้ไขปัญหาผู้บริ โภค โดยมีคณะทำงานศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริ โภคเป็นผู้ดำเนินการ



บันทึกความร่วมมือเพื่อพัฒนาระบบงานคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดสงขลา

ปัจจุบัน สภาพเศรษฐกิจและสังคมเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ระบบการค้าเสรีที่มีการโยงโยงทั่วถึงกันทั่วโลก ก่อเกิดการเร่งและส่งเสริมวัฒนธรรมบริโภคนิยม ส่งผลให้มนุษย์มีพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่หลากหลาย ขณะเดียวกันสถานการณ์ปัญหาของผู้บริโภคที่ถูกละเมิดสิทธิก็ทวีความรุนแรงและซับซ้อนด้วยเช่นกัน แม้จะมีหน่วยงานหลายภาคส่วน เช่น หน่วยงานภาครัฐ องค์กรพัฒนาเอกชน องค์กรภาคประชาชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และสื่อมวลชน เป็นต้น ทำหน้าที่แก้ปัญหาดังกล่าว แต่ด้วยระบบทำงานที่เป็นลักษณะแบบรวมศูนย์อำนาจไว้ที่ส่วนกลาง ต่างคนต่างทำไม่สามารถประสานกันเป็นเครือข่ายได้ ทำให้ขาดพลังไม่สามารถคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพและตอบสนองกับปัญหาผู้บริโภคในพื้นที่ได้อย่างแท้จริง

เพื่อให้เกิดการพัฒนาระบบคุ้มครองผู้บริโภคที่บูรณาการพลังจากภาคีทุกภาคส่วนจังหวัดสงขลาโดยสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัดสงขลา ร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นโดยเทศบาลนครหาดใหญ่ เทศบาลตำบลปรีก องค์กรบริหารส่วนตำบลท่าข้าม องค์กรบริหารส่วนตำบลควนรู และ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ โดยสถาบันวิจัยระบบสุขภาพภาคใต้ ตลอดจนภาคีผู้บริโภคโดยเครือข่ายอาสาสมัครสาธารณสุข และสมาคมเกษตรกรอินทรีย์วิถีไท จึงมีข้อตกลงความร่วมมือดังต่อไปนี้

ความร่วมมือที่ 1 เรื่องการจัดรูปแบบเครือข่ายและวิธีการทำงาน

ให้มีโครงสร้างที่เรียกว่า “คณะทำงานเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดสงขลา” ซึ่งแต่งตั้งโดยผู้ว่าราชการจังหวัดสงขลา ประกอบด้วย ผู้แทนจากหน่วยงานและเครือข่ายต่อไปนี้ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัดสงขลา เทศบาลนครหาดใหญ่ เทศบาลตำบลปรีก ปลัดองค์กรบริหารส่วนตำบลท่าข้าม องค์กรบริหารส่วนตำบลควนรู เครือข่าย

อาสาสมัครสาธารณสุข สมาคมเกษตรอินทรีย์วิถีไท และสถาบันวิจัยระบบสุขภาพภาคใต้ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

คณะทำงานเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดสงขลา มีภารกิจหลักคือ

1. ผลักดันและขับเคลื่อนกระบวนการมีส่วนร่วมในการพัฒนาระบบคุ้มครองผู้บริโภค จังหวัดสงขลา
2. เป็นกลไกในการเชื่อมประสานภาคีที่เกี่ยวข้อง ทั้งในพื้นที่และนอกพื้นที่

ความร่วมมือที่ 2 ความร่วมมือในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค

1. พัฒนาระบบข้อมูลเพื่อการเชื่อมต่อข้อมูลข่าวสารด้านคุ้มครองผู้บริโภค และการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสาธารณะในความรับผิดชอบของแต่ละหน่วยงาน
2. การเสริมสร้างศักยภาพทั้งด้านความรู้ในการบริโภค และการพิทักษ์สิทธิอันเป็นธรรมชาติของผู้บริโภค เช่น การจัดสัมมนา การจัดประชุม การจัดเสวนา การอบรม ตลอดจนการสร้างปฏิบัติการเพื่อการเรียนรู้ในระดับพื้นที่
3. การสร้างและขยายเครือข่ายการมีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภค เช่น การสร้างเครือข่ายอาสาสมัครผู้บริโภคในชุมชน การพัฒนาให้เกิดสภาผู้บริโภค
4. การพัฒนาระบบประสานงานการรับเรื่องร้องเรียนเพื่อพิจารณาความเป็นธรรม และชดเชยค่าเสียหายให้แก่ผู้บริโภค เช่น การจัดตั้งศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคระดับท้องถิ่น

เพื่อยืนยันในหลักการความร่วมมือข้างต้น หัวหน้ากลุ่มงานส่งเสริมและพัฒนาท้องถิ่น สำนักงานท้องถิ่นจังหวัดสงขลา รองนายกเทศมนตรีนครหาดใหญ่ นายกเทศมนตรีตำบลปรีก นายกองการบริหารส่วนตำบลควนรู ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลท่าข้าม นายกสมาคมอาสาสมัครสาธารณสุขจังหวัดสงขลา และนายกสมาคมเกษตรอินทรีย์วิถีไท จึงได้ลงนามบันทึกความร่วมมือฉบับนี้ในวันที่ 29 พฤศจิกายน พ.ศ.2551 ณ โรงแรมเจบี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

.....

นายศิริศักดิ์ รุ่งเล็ก

หัวหน้ากลุ่มงานส่งเสริมและพัฒนาท้องถิ่น
รักษาการในตำแหน่งท้องถิ่นจังหวัดสงขลา

.....

นายสุริยา ยี่ขุน

นายกเทศมนตรีตำบลปริง
จังหวัดสงขลา

.....

นายฉันทน์ จุลนวน

นายกองค์การบริหารส่วนตำบลควนรู
จังหวัดสงขลา

.....

นายภาณุ พิทักษ์เผ่า

นายกสมาคมเกษตรอินทรีย์วิถีไท
จังหวัดสงขลา

.....

นายแพทย์รุ่งโรจน์ ก้วพานิช

รองนายกเทศมนตรีนครหาดใหญ่
จังหวัดสงขลา

.....

นายนิธิ พันธุ์มณี

ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลท่าข้าม
จังหวัดสงขลา

.....

นายหมัดคูเต็น สามารถ

นายกสมาคมอาสาสมัครสาธารณสุข
จังหวัดสงขลา

.....

ผศ.ดร.พงศ์เทพ สุธีรุฒิ

ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยระบบสุขภาพภาคใต้
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ตารางที่ 1 ยุทธศาสตร์ที่ 1 การจัดการความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของโครงการ)	ระยะเวลา ดำเนินการ	ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
1	กองทุนหม้อก๋วยเตี๋ยวปลอดสารตะกั่ว	เพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการใช้วัตถุดิบในการผลิตอาหารที่ปลอดภัยจากสารตะกั่ว เช่น หม้อก๋วยเตี๋ยว หม้อน้ำชา	จัดตั้งกองทุนหม้อก๋วยเตี๋ยว	ต.ค.53 - ก.ย.54 10,000 (งบ สจรส.)	ผู้บริโภคได้บริโภคอาหารที่ปลอดภัยจากสารตะกั่ว	งานคุ้มครองผู้บริโภค
2	อย.น้อยในโรงเรียน	เพื่อให้ความรู้ด้านการคุ้มครองบริโภค แก่แก่นักเรียนในโรงเรียนเทศบาลตำบลปabrik	อบรมให้ความรู้แก่แก่นักเรียนโรงเรียนเทศบาลตำบลปabrik จำนวน 15 คน	ต.ค.53 - ก.ย.54 15,000 (งบ สจรส.)	นักเรียน ๑ ได้รับความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และสามารถเป็นแกนนำเคลื่อนไหว	นักเรียน ๑ ผู้บริโภครอง
3	การสมัครสมาชิกวารสาร "ฉลาดซื้อ"	เพื่อให้ได้รับข้อมูลข่าวสาร และเป็นแนวทางในการปฏิบัติด้านงานคุ้มครองผู้บริโภค	จัดซื้อวารสาร "ฉลาดซื้อ" จำนวน 12 เล่ม	ต.ค.53 - ก.ย.54 1,000 (งบ กองทุนหลักประกันสุขภาพตำบล)	ดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภคในโรงเรียน	งานคุ้มครองผู้บริโภค

ตารางที่ 2 ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาภาคใต้ด้านคุ้มครองผู้บริโภค

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของโครงการ)	ระยะเวลา ดำเนินการ	ผลิตภัณฑ์ที่คาดว่า จะได้รับ	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
1	เฟ้รางวัลสินค้า	เพื่อเฟ้รางวัลสินค้าที่จำหน่าย โดยไม่ได้มาตรฐาน อย. ซึ่ง อาจจะก่อให้เกิดอันตรายแก่ ผู้บริโภค	จัดอาสาสมัครเฟ้รางวัล สินค้า ได้แก่ ร้านยา ร้านชำ ร้านแผงลอย จำหน่ายอาหาร สด ร้านอาหารปรุงสุก ร้านละ 2 ครั้งต่อปี	ต.ค.53 - ก.ย.54 10,000 (งบ สจรส.)	ผู้บริโภคได้รับโรค อาหารที่ปลอดภัย จากสารตะกั่ว	งานคุ้มครอง ผู้บริโภค กองวิชาการฯ เทศบาล ตำบลปริก
2	ปรับปรุงศูนย์พิทักษ์สิทธิ พร้อมจัดซื้อครุภัณฑ์	เพื่อจัดให้มีศูนย์พิทักษ์สิทธิ ในการอำนวยความสะดวกให้แก่ ผู้บริโภคในตำบลปริก และพื้นที่ ใกล้เคียง	ปรับปรุงศูนย์ฯ พร้อม จัดซื้อครุภัณฑ์จำเป็น	ต.ค.53 - ก.ย.54 50,000 (งบ กองทุนหลัก ประกันสุขภาพ ตำบล)	มีศูนย์พิทักษ์สิทธิ สำหรับอำนวยความสะดวก แก่ ผู้บริโภคในตำบลปริก และพื้นที่ใกล้เคียง	
3	เพิ่มช่องทางการรับเรื่องราวร้อง ทุกข์	เพื่อลดขั้นตอนการรับเรื่องราว ร้องทุกข์จากชุมชนมายังศูนย์ฯ ให้รวดเร็วขึ้น	ผู้บริโภคในตำบลปริก และพื้นที่ใกล้เคียง	ต.ค.53 - ก.ย.54 5,000 (งบ กองทุนหลัก ประกันสุขภาพ ตำบล)	ผู้บริโภคมีช่องทางใน การส่งผ่านเรื่องราว ร้องทุกข์ได้รวดเร็วขึ้น	

ตารางที่ 3 ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและเครือข่ายผู้ประกอบการ

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของโครงการ)	ระยะเวลา	ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
1	อบรมพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ ในการเฟ้นหาผู้ประกอบการ	เพื่อให้ความรู้แก่กลุ่มชน ในการเฟ้นหาผู้ประกอบการ และผู้ประกอบการ	อบรมให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ ในการเฟ้นหาผู้ประกอบการและผู้ประกอบการ และผู้ประกอบการจำนวน 50 คน	ก. พ. 54 30,000 (งบ สตส.)	แก่นำได้รับความรู้ ในงานคุ้มครอง ผู้บริโภค	งานคุ้มครอง ผู้บริโภค
2	แลกเปลี่ยนเรียนรู้งานด้านการ คุ้มครองผู้บริโภค	ศึกษาวិธีการทำงานด้านการ คุ้มครองผู้บริโภคที่ประสบความสำเร็จ เพื่อนำมาประยุกต์กับงาน คุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่ เทศบาลตำบลปริก	แก่นำด้านงานคุ้มครอง ผู้บริโภคจำนวน 50 คน	ก. พ. 54 30,000 (งบ สตส.)	แก่นำได้รับความรู้ ในงานคุ้มครองผู้ บริโภค และนำมา ประยุกต์ใช้ในพื้นที่ เทศบาลตำบลปริกได้	กองวิชาการ เทศบาล ตำบลปริก

ตารางที่ 4 ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนานโยบายสาธารณะด้านคุ้มครองผู้บริโภค

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของโครงการ)	ระยะเวลา ดำเนินการ	ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
1	ผลิตสื่อทุกรูปแบบเกี่ยวกับงานคุ้มครองผู้บริโภค	เพื่อประชาสัมพันธ์งานด้านคุ้มครองผู้บริโภคให้ครอบคลุมในพื้นที่ใกล้เคียง	จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์งานคุ้มครองผู้บริโภคทุกรูปแบบ	ต.ค.53 - ก.ย.54 15,000 (งบ กองทุนหลักประกันสุขภาพ ประชาชน ได้ถึงยอด ตำบลด)	ประชาชนในพื้นที่เทศบาลตำบลปริก และพื้นที่ใกล้เคียง สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ได้มากขึ้น	งานคุ้มครองผู้บริโภค ผู้บริโภค กองวิชาการฯ เทศบาล ตำบลดปริก
2	จัดซื้อเครื่องเขียน แบบพิมพ์ วัสดุ อุปกรณ์ ที่เกี่ยวกับงานคุ้มครองผู้บริโภค	เพื่อเป็นเครื่องมือในการดำเนินงาน ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	จัดซื้อเครื่องเขียน แบบพิมพ์ วัสดุ อุปกรณ์	ต.ค.53 - ก.ย.54 10,000 (งบ กองทุนหลักประกันสุขภาพ ประชาชน ตำบลด)	การทำงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคมีความสะดวก รวดเร็วขึ้น	เทศบาล ตำบลดปริก
3	กิจกรรมถอดบทเรียนด้านงานคุ้มครองผู้บริโภค	เพื่อสรุปบทเรียนด้านงานคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่เทศบาลตำบลปริก	กิจกรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่เทศบาลตำบลปริกด้านงานคุ้มครองผู้บริโภคกิจกรรม	ต.ค.53 - ก.ย.54 10,000 (งบ กองทุนหลักประกันสุขภาพ ประชาชน ตำบลด)	สามารถสรุปบทเรียนด้านงานคุ้มครองผู้บริโภค และนำไปเผยแพร่ ได้อย่างเป็นระบบ	สามารถสรุปบทเรียน ด้านงานคุ้มครองผู้บริโภค และนำไปเผยแพร่ ได้อย่างเป็นระบบ

ตารางที่ 5 ยุทธศาสตร์ที่ 5 การพัฒนานโยบายสาธารณะด้านคุ้มครองผู้บริโภค

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย (ผลผลิตของโครงการ)	ระยะเวลา ดำเนินการ	ผลิตภัณฑ์ที่คาดว่าจะได้รับ	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
1	กลไกการเยียวยาผู้บริโภค	เพื่อให้ความช่วยเหลือเยียวยา ผู้บริโภคที่ได้รับผลกระทบจาก การใช้สินค้าและบริการ	ผู้บริโภคในตำบลปริกและ พื้นที่ใกล้เคียง	ต.ค.53 - ก.ย.54 4,000 (งบ กองทุนหลัก ประกันสุขภาพ ตำบล)	ผู้บริโภคได้รับความ ช่วยเหลือ เยียวยา จากผลกระทบที่เกิด จากการใช้สินค้าและ บริการในเบื้องต้น	งานคุ้มครอง ผู้บริโภค กองวิชาการฯ เทศบาล ตำบลปริก

**แบบสอบถามผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับแผนงาน
เรื่อง ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น**

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับการลักษณะบริบทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ตอนที่ 1 มิติตัวแปรที่ศึกษาคือ **มิติเชิงโครงสร้างและการจัดการด้านโครงสร้างภายในที่เกี่ยวข้องกับ
สุขภาพ**

คำแนะนำ คุณลักษณะขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ท่านสังกัดมีลักษณะเป็นจริงตามข้อความใด

1. ปัจจุบัน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ท่านจัดอยู่ในประเภทใด
 เล็ก กลาง ใหญ่
 2. จำนวนประชากรในพื้นที่รับผิดชอบ คน (ในปีล่าสุด)
 3. จำนวนประชากรต่อตารางกิโลเมตร.....
 4. ใน อปท.ของท่านมีการแบ่งหน่วยงานภายในที่เกี่ยวข้องกับด้านคุ้มครองผู้บริโภคใดบ้าง ต่อไปนี้
 ฝ่ายหรือหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ อาหารและยา
 โปรตระบุญ.....
 - ฝ่ายหรือหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านการบริการสุขภาพ เช่น สปา นวดแผนไทย
 ศูนย์บริการสาธารณสุข โปรตระบุญ.....
 - อื่น ๆ โปรตระบุญ.....
 5. ใน อปท.ของท่านมีสถานประกอบการ ประเภทใดบ้าง จำนวนเท่าใด (โดยประมาณ)
- | | |
|---|----------------|
| <input type="checkbox"/> โรงพยาบาล | จำนวน.....แห่ง |
| <input type="checkbox"/> สถานีอนามัย(รพ.สต.) | จำนวน.....แห่ง |
| <input type="checkbox"/> ศูนย์บริการสุขภาพชุมชน(ศูนย์แพทย์) | จำนวน.....แห่ง |
| <input type="checkbox"/> คลินิกแผนปัจจุบัน | จำนวน.....แห่ง |
| <input type="checkbox"/> คลินิกแพทย์แผนไทย | จำนวน.....แห่ง |
| <input type="checkbox"/> ร้านขายยาแผนปัจจุบัน | จำนวน.....แห่ง |
| <input type="checkbox"/> ร้านขายยาแผนโบราณ | จำนวน.....แห่ง |
| <input type="checkbox"/> โรงงานผลิตอาหาร | จำนวน.....แห่ง |
| <input type="checkbox"/> ร้านอาหาร | จำนวน.....แห่ง |
| <input type="checkbox"/> แผงจำหน่ายอาหาร | จำนวน.....แห่ง |
| <input type="checkbox"/> ซุปเปอร์มาเก็ต | จำนวน.....แห่ง |
| <input type="checkbox"/> ตลาดสด | จำนวน.....แห่ง |
| <input type="checkbox"/> ตลาดนัด | จำนวน.....แห่ง |

6. จากข้อ 5. โปรดระบุจำนวนสถานประกอบการแยกตามประเภท ที่ อปท.มีส่วนร่วมในการ
ดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค

- | | | |
|-----|------------------------|----------------|
| () | โรงพยาบาล | จำนวน.....แห่ง |
| () | สถานีอนามัย | จำนวน.....แห่ง |
| () | ศูนย์บริการสุขภาพชุมชน | จำนวน.....แห่ง |
| () | คลินิกแผนปัจจุบัน | จำนวน.....แห่ง |
| () | คลินิกแพทย์แผนไทย | จำนวน.....แห่ง |
| () | ร้านขายยาแผนปัจจุบัน | จำนวน.....แห่ง |
| () | ร้านขายยาแผนโบราณ | จำนวน.....แห่ง |
| () | โรงงานผลิตอาหาร | จำนวน.....แห่ง |
| () | ร้านอาหาร | จำนวน.....แห่ง |
| () | แผงจำหน่ายอาหาร | จำนวน.....แห่ง |
| () | ซูเปอร์มาร์เกต | จำนวน.....แห่ง |
| () | ตลาดสด | จำนวน.....แห่ง |
| () | ตลาดนัด | จำนวน.....แห่ง |
| () | อื่น ๆ | โปรดระบุ..... |

7. ในหน่วยงาน อปท.ของท่านมีบุคลากรทั้งหมดจำนวน.....คน

8. ในหน่วยงานอปท. ของท่านมีบุคลากรที่มีบทบาทเกี่ยวข้องกับงานคุ้มครองผู้บริโภค

จำนวน.....คน

9. สัดส่วนจำนวนบุคลากรดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค ต่อจำนวนบุคลากรทั้งหมดในองค์กร

คิดเป็น..... %

วิสัยทัศน์และนโยบายองค์กร

1. วิสัยทัศน์ของ อปท.ของท่าน คือ

.....

.....

.....

.....

2. นโยบายหลักของ อปท. ของท่าน คือ

.....

.....

.....

3. นโยบายของ อปท. ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค คือ

.....

.....

.....

รูปธรรมความสำเร็จ

1. ผลการดำเนินงานของ อปท. ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค ที่ถือว่าเป็นรูปธรรมของความสำเร็จ มีอะไรบ้าง อย่างไร

.....

.....

.....

การจัดเก็บภาษี การจัดการรายได้ท้องถิ่น การติดต่อแหล่งทุนและสัดส่วนงบประมาณที่เกี่ยวข้องกับงานระบบคุ้มครองผู้บริโภค

1. ท่านคิดว่างบประมาณของ อปท. กับภารกิจทางด้านคุ้มครองผู้บริโภค มีความเพียงพอในระดับใด
 มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด
 งบประมาณที่เหมาะสมควรเป็นอย่างไร โปรดบรรยายละเอียด

.....

.....

.....

.....

.....

ตอนที่ 2 มิติตัวแปรที่ศึกษา คือ มิติเชิงสังคมการเมือง ความมั่นคงทางการเมืองและการยอมรับ
การเมืองท้องถิ่นของชุมชน

1. ผลคะแนนของการเลือกตั้ง อปท. ชุดนี้ได้รับคะแนนเสียงจากคนในชุมชน(จำนวนคะแนนเสียง)
เมื่อคิดเทียบกับคะแนนเสียงของคนในชุมชนที่ออกมาเลือกตั้งคิดเป็นร้อยละ.....
2. จำนวนคนในชุมชนที่ออกมาใช้สิทธิเลือกตั้งเมื่อเทียบกับจำนวนคนในชุมชนที่มีสิทธิเลือกตั้ง
ทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ.....

ตอนที่ 3 มิติตัวแปรที่ศึกษา คือ การมีส่วนร่วมของชุมชนกับกิจกรรมด้านคุ้มครองผู้บริโภค
ของ อปท.

คำแนะนำ โปรดระบุกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค และกรณาระบุคะแนนตามระดับ
การมีส่วนร่วมของชุมชนในแต่ละประเภท โดยให้คะแนนการมีส่วนร่วมของชุมชนจากจาก 1-5
โดย

- 1 = มีส่วนร่วมน้อยที่สุด
- 2 = มีส่วนร่วมน้อย
- 3 = มีส่วนร่วมปานกลาง
- 4 = มีส่วนร่วมมาก
- 5 = มีส่วนร่วมมากที่สุด

ตัวอย่างการกรอกข้อมูล

รายชื่อกิจกรรม	ประเภทของการมีส่วนร่วม						
	ร่วมรู้ ปัญหา	ร่วมคิด	ร่วม วางแผน	ร่วม ทุน	ร่วม ปฏิบัติ	ร่วม ประเมินผล	ร่วมรับ ประโยชน์
โครงการส่งเสริมการ เจริญเติบโตอย่าง สมวัยในเด็ก	3	5	4	1	4	3	5

ตารางคำตอบ

รายชื่อกิจกรรม	ประเภทของการมีส่วนร่วม						
	ร่วมรู้ ปัญหา	ร่วม คิด	ร่วม วางแผน	ร่วม ทุน	ร่วม ปฏิบัติ	ร่วม ประเมินผล	ร่วมรับ ประโยชน์
1.							
2.							
3.							
4.							
5.							
6.							
7.							
8.							
9.							
10.							

ปฏิสัมพันธ์กับองค์กร เครือข่าย กลุ่ม ชมรม หรือ หน่วยบริการสุขภาพในชุมชน

คำถามในส่วนนี้ เพื่อต้องการทราบว่า ในพื้นที่ของท่านมีองค์กร เครือข่าย กลุ่ม ชมรม ะไรบ้าง และมีบทบาทอย่างไรที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคและมีความสัมพันธ์กับ อปท. อย่างไร ขอให้ท่านตอบโดยการระบุ รายชื่อองค์กร เครือข่าย กลุ่ม ชมรม และบทบาทหลัก ในตาราง และในตารางช่อง ลักษณะความสัมพันธ์

ในช่อง **ลักษณะความสัมพันธ์** ตอบโดยเลือกตอบเป็น ตัวเลข (เลือกได้มากกว่าหนึ่งข้อ) ตามความหมายดังต่อไปนี้

- 1 แทน การทำงานร่วมกันโดยไม่เกี่ยวข้องกันงบประมาณ
- 2 แทน การร่วมลงทุน
- 3 แทน อปท. เป็นผู้สนับสนุนงบประมาณการทำงาน
- 4 แทน กลุ่ม องค์กร เป็นผู้สนับสนุนงบประมาณให้แก่ อปท.
- 5 แทน เป็นคณะทำงานหรือคณะบริหารให้แก่ อปท.
- 6 แทน อปท.เป็นคณะบริหารให้กับกลุ่ม องค์กร
- 7 แทน อื่นๆ และ โปรดระบุรายละเอียด

ตัวอย่าง

รายชื่อองค์กร เครือข่าย กลุ่ม ชมรม	บทบาทหลัก	ลักษณะ ความสัมพันธ์
ชมรมอาสาสมัคร สิ่งแวดล้อมหมู่บ้าน	1. จัดตั้งกองทุนอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม 2. รณรงค์การใช้ทรัพยากรและการทิ้งขยะอย่างถูกวิธี 3. แก้ไขปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อชุมชน	3, 5

ตารางคำตอบ

รายชื่อองค์กร เครือข่าย กลุ่ม ชมรม	บทบาทหลัก	ลักษณะ ความสัมพันธ์
1.	1. 2. 3.	
2.	1. 2. 3.	
3.	1. 2. 3.	
4.	1. 2. 3.	
5.	1. 2. 3.	
6.	1. 2. 3.	

รายชื่อองค์กร เครือข่าย กลุ่ม ชมรม	บทบาทหลัก	ลักษณะ ความสัมพันธ์
7.	1. 2. 3.	
8.	1. 2. 3.	
9.	1. 2. 3.	
10.	1. 2. 3.	

ปฏิสัมพันธ์กับสถาบันวิชาการ

คำถามในส่วนนี้ เพื่อต้องการทราบว่า ในการดำเนินงานของ อปท. เกี่ยวข้องกับสถาบันวิชาการใดบ้าง และมีความสัมพันธ์อย่างไรขอให้ท่านตอบ โดยการระบุ รายชื่อสถาบันวิชาการ บทบาทหลัก และ ลักษณะความสัมพันธ์ ในตาราง

ในช่อง **ลักษณะความสัมพันธ์** ตอบโดยเลือกตอบเป็น ตัวเลข ตามความหมายดังต่อไปนี้

- 1 แทน การทำงานร่วมกันโดยไม่เกี่ยวข้องกันงบประมาณ
- 2 แทน การร่วมลงทุน
- 3 แทน อปท. เป็นผู้สนับสนุนงบประมาณการทำงาน
- 4 แทน สถาบันวิชาการเป็นผู้สนับสนุนงบประมาณให้แก่ อปท.
- 5 แทน เป็นคณะทำงานหรือคณะบริหารให้แก่ อปท.
- 6 แทน อปท.เป็นคณะบริหารให้กับสถาบันวิชาการ
- 7 แทน อื่นๆ และโปรดระบุรายละเอียด

ตัวอย่าง

รายชื่อสถาบัน วิชาการ	บทบาทหลัก	ลักษณะความสัมพันธ์ (โปรดระบุ)
มหาวิทยาลัย สงขลา นครินทร์	1. ร่วมทำโครงการตรวจคัดกรองโรคเรื้อรังในผู้สูงอายุ 2. ร่วมจัดทำแผนสุขภาพระดับตำบล 3. ออกหน่วยบริการตรวจสุขภาพชุมชน	1 5,6

ตารางคำตอบ

รายชื่อสถาบันวิชาการ	บทบาทหลัก	ลักษณะความสัมพันธ์ (โปรดระบุ)
1.	1. 2. 3.	
2.	1. 2. 3.	
3.	1. 2. 3.	
4.	1. 2. 3.	
5.	1. 2. 3.	

รูปแบบการสนับสนุนกิจกรรมในงานคุ้มครองผู้บริโภค

กิจกรรมที่ อบรม.ให้การสนับสนุน	ประเภทของการสนับสนุน
ชื่อกิจกรรม..... รูปแบบกิจกรรมโดยย่อ	<input type="checkbox"/> 1. สนับสนุนงบประมาณ <input type="checkbox"/> 2. สนับสนุนบุคลากร <input type="checkbox"/> 3. สนับสนุน เชิงโครงสร้าง <input type="checkbox"/> 4. อื่นๆ (โปรดระบุ)
ชื่อกิจกรรม..... รูปแบบกิจกรรมโดยย่อ	<input type="checkbox"/> 1. สนับสนุนงบประมาณ <input type="checkbox"/> 2. สนับสนุนบุคลากร <input type="checkbox"/> 3. สนับสนุน เชิงโครงสร้าง <input type="checkbox"/> 4. อื่นๆ (โปรดระบุ)
ชื่อกิจกรรม..... รูปแบบกิจกรรมโดยย่อ	<input type="checkbox"/> 1. สนับสนุนงบประมาณ <input type="checkbox"/> 2. สนับสนุนบุคลากร <input type="checkbox"/> 3. สนับสนุน เชิงโครงสร้าง <input type="checkbox"/> 4. อื่นๆ (โปรดระบุ)
ชื่อกิจกรรม..... รูปแบบกิจกรรมโดยย่อ	<input type="checkbox"/> 1. สนับสนุนงบประมาณ <input type="checkbox"/> 2. สนับสนุนบุคลากร <input type="checkbox"/> 3. สนับสนุน เชิงโครงสร้าง <input type="checkbox"/> 4. อื่นๆ (โปรดระบุ)
ชื่อกิจกรรม..... รูปแบบกิจกรรมโดยย่อ	<input type="checkbox"/> 1. สนับสนุนงบประมาณ <input type="checkbox"/> 2. สนับสนุนบุคลากร <input type="checkbox"/> 3. สนับสนุน เชิงโครงสร้าง <input type="checkbox"/> 4. อื่นๆ (โปรดระบุ)

ตอนที่ 4 มิติตัวแปรที่ศึกษาคือ ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อ เทศบาล

1. ทรัพยากรธรรมชาติที่เอื้อต่อการมีสุขภาพที่ดีในพื้นที่ของท่านเป็นอย่างไร และท่านนำมาใช้
อย่างไร

.....
.....
.....
.....
.....

2. วัฒนธรรมประเพณี/ประวัติศาสตร์ที่เอื้อต่อการมีสุขภาพที่ดีในพื้นที่ของท่านเป็นอย่างไร และ
ท่านนำมาใช้อย่างไร

.....
.....
.....
.....
.....

3. ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เอื้อต่อการมีสุขภาพที่ดีในพื้นที่ของท่านเป็นอย่างไร และท่านนำมาใช้อย่างไร

.....
.....
.....
.....
.....

4. ระบบเศรษฐกิจที่เอื้อต่อการมีสุขภาพที่ดีในพื้นที่ของท่านมีอะไรบ้าง และท่านนำมาใช้อย่างไร

.....
.....
.....
.....
.....

สถานการณ์งานคุ้มครองผู้บริโภคในเขตเทศบาล**1. ปัญหาคุ้มครองผู้บริโภคที่สำคัญในเขต อปท.มีอะไรบ้าง (เรียงตามลำดับความสำคัญ)**

- 1)
- 2)
- 3)
- 4)
- 5)

2. นวัตกรรมในงานคุ้มครองผู้บริโภคที่สำคัญใน อปท.มีอะไรบ้าง

- 1)
- 2)
- 3)
- 4)
- 5)

แผนที่ความคิด (Mind Map) การจัดสนทนากลุ่ม Focus group discussion เรื่อง ลักษณะรูปแบบ
องค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2554
ณ ห้องประชุม สถาบันการจัดการระบบสุขภาพ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นายสมชาย ละอองพันธุ์	
รหัสประจำตัวนักศึกษา	5210720020	
วุฒิการศึกษา		
วุฒิ	ชื่อสถาบัน	ปีที่สำเร็จการศึกษา
เกศาสตรบัณฑิต	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	2546

ทุนการศึกษา (ที่ได้รับในระหว่างการศึกษา)

ทุนอุดหนุนการศึกษา ประเภททุนผู้ช่วยวิจัย จากกองทุนวิจัยคณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ประจำปีการศึกษา 2552

ทุนอุดหนุนการศึกษา ประเภททุนผู้ช่วยวิจัย จากกองทุนวิจัยคณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ประจำปีการศึกษา 2553