

Research Article

การทบทวนร่างแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2564

THE REVIEW OF THE DRAFT OF THE CONSUMER PROTECTION STRATEGIC PLAN 2017-2021

ยุทธพงษ์ ลีลากิจไพศาล^{1*}

Yutthapong Leelakitpaisarn^{1*}

หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย^{1*}

Bachelor of Public Administration Program, Faculty of Humanities and Social Sciences,

Suan Dusit University Bangkok, Thailand^{1*}

Y16767@hotmail.com^{1*}

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ทบทวนร่างแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับปีงบประมาณ 2555 (ฉบับเดิม) 2) เสนอร่างแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ พ.ศ. 2560 – 2564 3) แปลงแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ พ.ศ. 2560 – 2564 ไปสู่การปฏิบัติ โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพเก็บข้อมูลจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค และ 21 หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ด้วยการประชุมสัมมนา การสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมเชิงปฏิบัติการ ผลการวิจัยมีดังนี้

1. จากการศึกษาพบว่าแผนยุทธศาสตร์ฯ มีความสอดคล้องกับแผนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยมีเป้าหมายเพื่อการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภคทุกภาคส่วนและให้การคุ้มครองผู้บริโภคในภาพรวมเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และยั่งยืน

2. ร่างแผนยุทธศาสตร์ฯ มีรูปแบบการดำเนินงานของหน่วยงานต่าง ๆ ที่สำคัญที่สอดคล้องกับร่างแผนฯ คือ 1) งานการให้ความรู้ 2) งานออกตรวจและกำกับดูแล 3) งานรับเรื่องราวร้องทุกข์ 4) งานพัฒนากฎหมาย สำหรับการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน คือการพัฒนากระบวนการบูรณาการและกลไกต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

3. ตัวอย่างตัวชี้วัดสำคัญตามแผนยุทธศาสตร์ฯ ประกอบไปด้วย 1.จำนวนของสินค้าและบริการที่ได้รับการตรวจสอบคุณภาพและความปลอดภัย 2.มีฐานข้อมูลเรื่องร้องเรียน และสถานการณ์ปัญหาของผู้บริโภค 3.จำนวนกิจกรรม องค์ความรู้ หรือเนื้อหาด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีการเผยแพร่สู่สังคม 4.ร้อยละของจำนวนสมาชิกเครือข่ายที่มีความรู้ผ่านตามเกณฑ์ 5.ความสำเร็จของการดำเนินงานตามแผนบูรณาการ

คำสำคัญ: แผนยุทธศาสตร์ การคุ้มครองผู้บริโภค ผู้บริโภค

ABSTRACT

This study aims to 1) review the former Consumer Protection Strategic Plan 2012 and make amendments to ensure its suitability with the current circumstances; 2) make the draft of Consumer Protection Strategic Plan 2016 – 2020; and 3) put the Consumer Protection Strategic Plan 2016 - 2020 into practice by implementing a qualitative research approach. A purposive sampling was used to select participants from the Office of the Consumer Protection Board and 21 relevant government agencies. Brainstorming, in-depth interview, and workshop were employed for data collection. The first research result revealed that the draft of the new Consumer Protection Strategic Plan was in accordance with the others relevant government plan and its objective is to integrate all consumer protection units to protect consumers with fairness, equilibrium, and sustainability. Regarding the second research objective, it was found the types of operation could be classified into 4 categories: (1) providing knowledge and information (2) inspecting and monitoring (3) reviewing complaints from consumers, and (4) developing laws relating to consumer protection. As for the approaches to enhance the efficiency of the plan is to develop the integration system and other relevant consumer protection mechanisms. The example for KPIs were (1) the number of products and services tested for quality and safety, (2) the consumer complaint and problem database to record consumers' problems, (3) the number of publicized activities, body of knowledge or content relating to consumer protection in various issues, (4) the percentage of the members with required knowledge, and (5) the operational achievements as stated in the action plan.

Keywords: strategic plan, consumer protection, consumer

บทนำ

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นองค์กรภาครัฐ ทำหน้าที่หลักในการคุ้มครองผู้บริโภคที่ถูกละเมิดสิทธิด้านการบริโภค เป็นหน่วยงานกลางในการดำเนินการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค เป็นศูนย์กลางข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ และประโยชน์สูงสุดอย่างโปร่งใส เป็นธรรมแก่ประชาชนชาวไทย

ในฐานะผู้บริโภคทุกคน ตามสิทธิขั้นพื้นฐานของประชาชนทุกคนที่พึงได้รับในการคุ้มครอง ทั้งนี้พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 ได้กำหนดสิทธิของผู้บริโภคที่จะได้รับความคุ้มครอง ได้แก่ 1) สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้อง และเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ 2) สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ 3) สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้

สินค้าหรือบริการ 4) สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา และ 5) สิทธิที่จะได้รับการพิจารณา และชดเชยความเสียหาย

นอกจากนี้ ในปัจจุบันภาคส่วนอื่น ๆ อาทิ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สื่อสารมวลชน องค์กรพัฒนาเอกชน องค์กรชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และภาคประชาสังคมต่างมีบทบาทและการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพิทักษ์และคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ในระดับต่าง ๆ มากขึ้น หลายหน่วยงานเข้ามาเป็นภาคีเครือข่ายที่สำคัญในการสร้างพื้นที่การรับเรื่องร้องเรียน ให้ข้อมูลข่าวสาร และช่วยเหลือผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตาม สถานการณ์ด้านการคุ้มครองบริโภคในประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงไปตามกระแสโลกาภิวัตน์และการค้าเสรีซึ่งส่งผลให้ผู้บริโภคต้องเผชิญกับปัญหาเรื่องการละเมิดสิทธิผู้บริโภคที่หลากหลายและรุนแรงมากยิ่งขึ้น ขณะที่ประเทศไทยแม้จะมีหน่วยงานและองค์กรที่ดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคอยู่จำนวนมากไม่น้อย แต่เนื่องจากหน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคต่าง ๆ ยังมีลักษณะการดำเนินงานแยกส่วน และดำเนินงานตามนโยบายของหน่วยงานหรือองค์กรของตนเองเป็นหลัก ทำให้การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคยังขาดทิศทางที่ชัดเจน ดังนั้นเพื่อให้การทำงานคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทยเป็นไปในทิศทางเดียวกัน จึงจำเป็นต้องมีการร่วมมือและใช้ศักยภาพของหน่วยงานและองค์กรการคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศในการดำเนินงานเพื่อจัดการกับปัญหาการละเมิดสิทธิผู้บริโภคอย่างเข้มแข็งภายใต้สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของสังคม

ทิศทางการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ จึงควรมีเป้าหมายเพื่อให้เกิดแนวทางการบูรณาการงานคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศที่เป็นระบบ มีมาตรฐาน เพื่อให้เกิดการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีความต่อเนื่อง มั่นคง และยั่งยืน นอกจากนี้การวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเป็นความพยายามในการเปลี่ยนแปลงทางการบริหารของประเทศ โดยเฉพาะการดำเนินการของภาครัฐ ซึ่งต้องอาศัยการจัดการเชิงยุทธศาสตร์ด้วยการมองปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องให้ทั่วทุกด้าน (Intasame, 2012) เพื่อส่งผลต่อผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียให้ได้รับประโยชน์อย่างสมดุลและเป็นธรรม อันจะส่งผลให้การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคของภาคีเครือข่ายต่าง ๆ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้บริโภคในประเทศไทย

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค จึงได้มีการจัดทำร่างแผนแม่บทการคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ โดยดำเนินการศึกษาตั้งแต่ปีงบประมาณ พ.ศ. 2555 แต่เนื่องจาก คณะรัฐมนตรีมีมติเมื่อวันที่ 21 ตุลาคม 2557 ด้านการบริหารราชการแผ่นดินและอื่น ๆ เกี่ยวกับการกำหนดให้ทุกส่วนราชการพิจารณาทบทวนแผนยุทธศาสตร์ระยะยาวต่าง ๆ ที่อยู่ในความรับผิดชอบ โดยให้ปรับกรอบระยะเวลาของแผนหรือยุทธศาสตร์ให้สอดคล้องกับกรอบระยะเวลาของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ที่มีระยะเวลาสิ้นสุดในปี 2559 และฉบับที่ 12 จะเริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560-2564 ทั้งนี้ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้พิจารณาทบทวนกรอบระยะเวลาของแผนแม่บทดังกล่าวให้สอดคล้องกับกรอบ

ระยะเวลาของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เพื่อให้เกิดความชัดเจน และให้เกิดการผลักดันเร่งด่วน จึงมีการปรับชื่อเป็นร่างแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ซึ่งเป็นยุทธศาสตร์เร่งด่วนในการขับเคลื่อนให้เป็นรูปธรรม ในช่วง ปี พ.ศ. 2560-2564 ตามนัยของแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ให้ความสำคัญในเรื่อง การพัฒนากลไกการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค การผลักดันนโยบายหรือมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคสู่สากล ส่งเสริม สนับสนุนการดำเนินงานของภาคีเครือข่ายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค การส่งเสริมความรู้ความเข้าใจให้แก่ประชาชน รวมถึง การพัฒนาการบริหารจัดการองค์กรให้มีความทันสมัยและมีประสิทธิภาพ โดยมีกลไกเน้นการบูรณาการระหว่างหน่วยงานในการขับเคลื่อนการดำเนินงาน นอกจากนี้ยังเกิดการเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์ บริบทของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีการเปลี่ยนแปลง จึงมีผลกระทบให้ทำให้เกิดการทบทวนรายละเอียดของแผน เพื่อให้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติสามารถขับเคลื่อนและสะท้อนให้เห็นประสิทธิผลของนโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศ รวมทั้งประสิทธิผลของการดำเนินการตามนโยบายต่าง ๆ ที่ได้กำหนดขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อทบทวนร่างแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติฉบับปีงบประมาณ 2555 (ฉบับเดิม)
2. เพื่อเสนอร่างแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ พ.ศ. 2560 – 2564

3. เพื่อแปลงแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ พ.ศ. 2560 – 2564 ไปสู่การปฏิบัติ

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ความสมบูรณ์ของร่างแผนแม่บทคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ เพื่อนำไปสู่การกำหนดแนวทางปฏิบัติต่าง ๆ ของผู้ที่เกี่ยวข้องให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน
2. ทำให้ได้แผนปฏิบัติการที่ชัดเจน ครอบคลุมภารกิจของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
3. ทำให้เกิดแนวทางในการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในทิศทางที่ชัดเจนตลอดจนสามารถบูรณาการความร่วมมือของหน่วยงานและงบประมาณในกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

1. ศึกษาเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในเรื่องของแนวความคิดการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค ทบทวนเอกสารการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค และวิเคราะห์ปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค
2. ทบทวนร่างแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ (เดิม) ด้วยการรับฟังและรวบรวมข้อคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ ในเรื่องของนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
3. ศึกษาแนวทางสู่การปฏิบัติ ด้วยรับฟังแนวทางการขับเคลื่อนความคิดเห็นของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภาครัฐ เอกชน

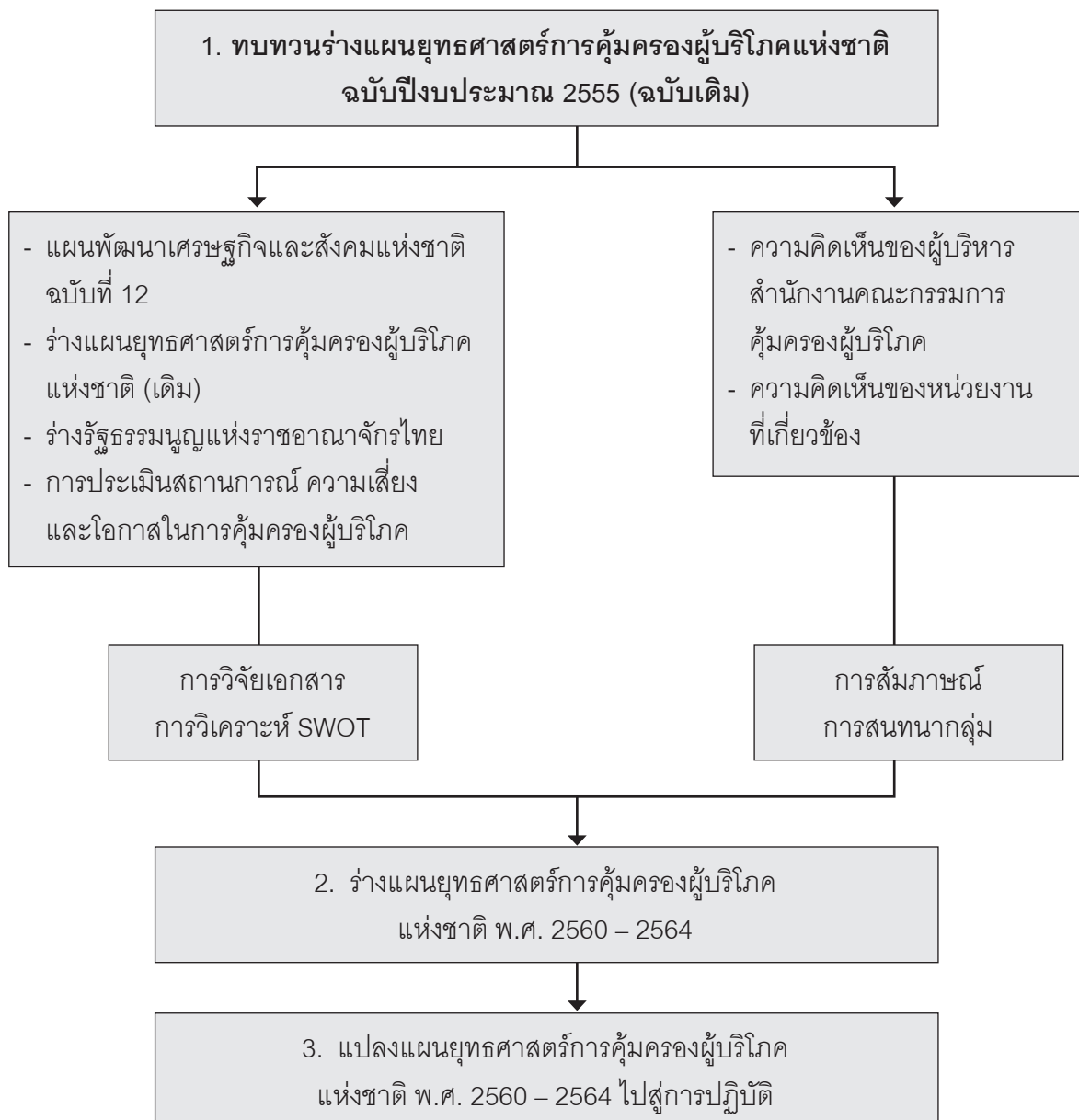
ขอบเขตด้านประชากร

ประชากร คือ ผู้บริหารของสำนักงาน
คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคซึ่งหมายถึงระดับ
ผู้อำนวยการขึ้นไป และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

กับการคุ้มครองผู้บริโภค จำนวน 21 หน่วยงาน

ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาดำเนินการทั้งสิ้นจำนวน 8 เดือน
(เริ่มตั้งแต่เดือนมกราคม – สิงหาคม 2559)

กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษารายละเอียดของแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ โดยการทบทวนรายละเอียดของแผน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ สำหรับในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ใช้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค และส่วนราชการที่เกี่ยวข้องจำนวน 21 หน่วยงานเป็นเขตพื้นที่เป้าหมายในการดำเนินการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ซึ่งมีระเบียบวิธีวิจัยดังนี้

1. การประชุมสัมมนาเพื่อระดมความคิดเห็นของผู้บริหารภายในของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
2. การสัมภาษณ์เชิงลึก โดยมีแนวทางการสัมภาษณ์ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากผู้บริหารของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคและผู้แทนจากส่วนราชการที่เกี่ยวข้องจำนวน 21 หน่วยงาน โดยใช้วิธีเลือกตัวอย่างที่ศึกษาแบบเจาะจง เพื่อให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัยครั้งนี้
3. การประชุมกลุ่มโดยใช้รูปแบบการประชุมเชิงปฏิบัติการ โดยเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มแสดงความคิดเห็น เพื่อหาข้อสรุปในการกำหนดยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการ

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

1. การทบทวนร่างแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับปีงบประมาณ 2555

(ฉบับเดิม) จากการทบทวน ร่างแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติฉบับใหม่พบว่า ร่างแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติมีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) ร่างกรอบยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2558 - 2577) และร่างรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2559 นอกจากนี้ประเด็นสำคัญจากการศึกษาพบว่าผู้บริหารสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีความคิดเห็นเพิ่มเติม ในแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์ของแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ โดยเน้นการสะท้อนผลลัพธ์ความสำเร็จตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ที่ประกอบด้วย

1.1 การสร้างกระบวนการที่ให้ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคร่วมมือกันดำเนินการ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับประโยชน์สูงสุด และทำให้ภาครัฐลดการทำงานซ้ำซ้อน เกิดความรวดเร็วในการทำงาน

1.2 ผู้บริโภคได้รับการคุ้มครองอย่างเป็นธรรมซึ่งเป็นการลดปัญหาในเรื่องของการร้องเรียนของผู้บริโภค

1.3 การมีฐานข้อมูลที่หลากหลายและเป็นปัจจุบันของแต่ละหน่วยงาน รวมถึงศักยภาพในส่วนของการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค

1.4 หน่วยงานภาครัฐดำเนินการป้องกันและแก้ไขอย่างมีประสิทธิภาพ ขณะที่หน่วยงานภาคเอกชนจะต้องมีการปฏิบัติตามกฎหมายและมีส่วนรับผิดชอบต่อสังคม

1.5 ผู้บริโภคได้รับการแก้ไขปัญหาย่อยๆ อย่างเป็นระบบและมีความรวดเร็ว จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1.6 ความสำเร็จที่เป็นรูปธรรมของแผนยุทธศาสตร์ซึ่งจะสามารถแก้ไขปัญหให้กับผู้บริโภคได้อย่างแท้จริงรวดเร็วและเป็นธรรมชาติตลอดจนสร้างความตระหนักรู้ให้ผู้บริโภครักษาสติของตนเอง และเกิดการรวมกลุ่มของผู้บริโภคที่เข้มแข็งโดยวิสัยทัศน์ของแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติใหม่ ภายหลังจากการทบทวนประกอบไปด้วยประเด็นหลักที่มุ่งเน้นคือ การบูรณาการ และความยั่งยืนของระบบ โดยมีการปรับเปลี่ยนดังนี้ “บูรณาการการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคของทุกภาคส่วนเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคให้เกิดความเป็นธรรม สมดุล และยั่งยืน” โดยมีเป้าหมายที่สำคัญคือ

1) เพื่อให้เกิดการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภคทุกภาคส่วนอย่างเป็นระบบมีมาตรฐาน และ

2) เพื่อให้เกิดการคุ้มครองผู้บริโภคในภาพรวมเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และยั่งยืนซึ่งประกอบไปด้วย

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งจากการศึกษาพบว่าผลลัพธ์สำคัญที่สะท้อนความสำเร็จควรประกอบด้วยประกอบด้วยผลลัพธ์ที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. การสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนเพื่อการร่วมมือกัน ในเรื่องของการเยียวยาความเสียหาย และการพัฒนากฎหมายซึ่งในส่วนนี้จะเป็นการสร้างระบบและกลไกที่สามารถตอบสนองทุกภาคส่วนได้อย่างทั่วถึง

2. มีกระบวนการแจ้งเตือนภัยต่อสังคมหรือองค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องซึ่งถือเป็นแนวทางในเชิงป้องกัน

3. สินค้าและบริการที่เป็นอันตรายมีการควบคุมจากหน่วยงานที่รับผิดชอบอย่างเข้มงวด โดยเป็นแนวทางการใช้มาตรการหรือในทางกฎหมายแล้วยังมีส่วนช่วยให้ลดผลกระทบที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภค

4. ผู้บริโภคได้รับความปลอดภัยในการบริโภคสินค้ามากขึ้น เนื่องจากการมีระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคที่ดี

5. การมีระบบและกลไกในการคุ้มครองผู้บริโภคให้ครอบคลุมทั่วประเทศ

6. การรวมตัวเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค โดยอาศัยกลไกการดำเนินงานที่เข้มแข็งตั้งแต่ระดับท้องถิ่นจะเป็นตัวแบบที่สำคัญหนึ่งในการสร้างระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างยั่งยืน

7. มีการพัฒนาและปรับปรุงนโยบายในการคุ้มครองผู้บริโภคและบังคับใช้กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคอย่างจริงจัง

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาระบบฐานข้อมูลในการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งจากการศึกษาพบว่าผลลัพธ์สำคัญที่สะท้อนความสำเร็จควรประกอบด้วยประกอบด้วยผลลัพธ์ที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถเข้าถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการร้องเรียนได้อย่างรวดเร็วจากระบบฐานข้อมูลที่เชื่อมโยงกับหน่วยงานต่าง ๆ รวมถึงสามารถเข้าถึงเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการแก้ไขและป้องกันได้

2. ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงการบริการอย่างรวดเร็วขึ้น มีระบบการเชื่อมโยงฐานข้อมูล

เป็นประโยชน์สำหรับผู้บริโภคและผู้ประกอบการ สามารถเป็นข้อมูลที่แจ้งเตือนและตัดสินใจให้กับ ผู้ที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาองค์ความรู้ และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งจากการศึกษาพบว่าผลลัพธ์สำคัญที่สะท้อนความสำเร็จควรประกอบด้วยประกอบด้วยผลลัพธ์ที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. การให้ความรู้และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคจะเป็นการช่วยให้เกิดความเข้มแข็งต่อผู้บริโภคเป็นแนวทางที่สำคัญในการป้องกันการถูกละเมิดสิทธิของผู้บริโภคและทำให้ไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบจากผู้ประกอบการ

2. การให้ความรู้และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างทั่วถึงจะเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคที่ยั่งยืนและส่งผลกระทบต่อปริมาณเรื่องร้องทุกข์ที่ลดลงในภาพรวม

3. การให้ความรู้และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคกับผู้ประกอบการเพื่อสร้างความตระหนักถึงหน้าที่และความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ซึ่งในประเด็นดังกล่าวจากการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความประสงค์ให้ความร่วมมืออยู่แล้ว เพียงแต่ในบางครั้งยังขาดความรู้ความเข้าใจ หากมีการให้ความรู้ความเข้าใจอย่างทั่วถึงก็จะเป็นการสร้างระบบการคุ้มครองผู้บริโภคที่ดีอีกทางหนึ่ง

4. ผู้บริโภคมีความเข้มแข็งและเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิของตนเอง มีภูมิคุ้มกันและมีการรับข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายและทันต่อเหตุการณ์

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างและการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งจากการ

ศึกษาพบว่าผลลัพธ์สำคัญที่สะท้อนความสำเร็จควรประกอบด้วยประกอบด้วยผลลัพธ์ที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. การสร้างเครือข่ายให้ครอบคลุมกลุ่มและพื้นที่ต่าง ๆ ในการทำงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค โดยภาครัฐและภาคประชาชนมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างความเข้มแข็งได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. การมีกิจกรรมการอบรมการให้ความรู้และพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพ โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้จะต้องมีการบูรณาการโครงการระหว่างหน่วยงานเพื่อลดความซ้ำซ้อนในเรื่องต่าง ๆ เช่น เนื้อหาหรือกิจกรรมการใช้งบประมาณ ภาระของเครือข่ายที่ต้องเข้าร่วมหลายกิจกรรม เป็นต้น

3. เครือข่ายมีศักยภาพในการคุ้มครองผู้บริโภค มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกิจกรรมกันอย่างสม่ำเสมอ สามารถต่อยอดความรู้ และขยายผลจากการเข้าร่วมกิจกรรม

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริม การบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งจากการศึกษาพบว่าผลลัพธ์สำคัญที่สะท้อนความสำเร็จควรประกอบด้วยประกอบด้วยผลลัพธ์ที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. มีกระบวนการจัดทำความร่วมมือร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและดำเนินการติดตามอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะเป็นหัวใจสำคัญที่ทำให้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติดำเนินการสำเร็จตามเป้าหมาย

2. การให้ทุกเครือข่ายได้มีการประสานงานและร่วมมือกัน โดยการส่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งถือเป็นเป้าหมาย

ที่สำคัญหนึ่งของแผนรวมถึงการคุ้มครองผู้บริโภคให้เกิดประสิทธิภาพ

3. การมีแผนงานส่งเสริมการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างชัดเจน เป็นรูปธรรมของหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง จะส่งผลโดยตรงต่อการทำให้แผนดังกล่าวสามารถขับเคลื่อนและดำเนินการได้อย่างเป็นรูปธรรม

4. มีการสนับสนุนการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคกับเครือข่ายอย่างเป็นระบบและสม่ำเสมอจากผลการศึกษาข้างต้นสามารถวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทบทวนและจัดทำร่างแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2564 โดยมีเป้าหมายเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วม รวมถึงใช้เป็นข้อมูลประกอบการวิเคราะห์และจัดทำแผนปฏิบัติการภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2564 โดยการพัฒนาระบบการบูรณาการและกลไกต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการดำเนินงานการคุ้มครองผู้บริโภค ควรมีหน่วยงานหลักเป็นศูนย์กลางเพื่อการประสานงานกับส่วนราชการต่าง ๆ รวมถึงคณะกรรมการที่เกี่ยวข้อง ควรประกอบด้วยหน่วยงานทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อบูรณาการร่วมกันทั้งระบบอย่างทั่วถึงและรวดเร็ว สอดคล้องกับกนิษฐา สายดี (Saidee, 2011) ศึกษาพบว่า แม้ว่าการจัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนพัฒนาสามปีขององค์การบริหารส่วนตำบลพนมทวน จะมีกิจกรรมการดำเนินงานตามกรอบมาตรฐานที่ได้กำหนดไว้ แต่ก็มีประเด็นที่สำคัญต่อเทคนิคในกระบวนการจัดทำแผนหลายประการ กล่าวคือ ในด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน การจัดเตรียม

ข้อมูลเพื่อที่จะชี้แจงต่อประชาชนที่เข้าร่วมประชุม และเป็นปัจจุบัน พร้อมทั้งการมีส่วนร่วมในการติดตามผลการปฏิบัติงานตามแผนยุทธศาสตร์และแผนพัฒนาสามปี

สำหรับการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์และทำการกำหนดนโยบายของหน่วยงานต่างๆให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค มีการสร้างความรู้ ความเข้าใจ และจิตสำนึก ในสิทธิและหน้าที่ของตนเองในด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้แก่ผู้บริโภคและผู้ประกอบการ ซึ่งรวมถึงการขยายผลไปถึงเครือข่ายต่างๆ และควรมีการประเมินผลการการให้ความรู้กับผู้บริโภคและผู้ประกอบการ โดยมุ่งเน้นการนำผลการประเมินดังกล่าวไปใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาการดำเนินการต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิรัช นิภาวรรณ (Niphawan, 2006) ผลการศึกษาพบว่า กระบวนการบริหารยุทธศาสตร์ ของหน่วยงานภาครัฐแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ที่มีความสัมพันธ์และสอดคล้องกัน ได้แก่ 1) การวิเคราะห์สถานการณ์หรือสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกหน่วยงาน 2) การวางแผนยุทธศาสตร์ ด้วยการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย ยุทธศาสตร์ และแผนที่ทางยุทธศาสตร์และตัวชี้วัด 3) การดำเนินยุทธศาสตร์ด้วยการแปลงยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติ หรือการนำยุทธศาสตร์ไปปฏิบัติ 4) การควบคุมและการประเมินผลยุทธศาสตร์ ขณะที่ สืบวงศ์ กาฬวงศ์ (Kalawong, 2017) ได้กล่าวถึงการนำ balanced scorecard เป็นเครื่องมือในการติดตามและรายงานผลทางยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาและปรับปรุงการดำเนินงานให้สำเร็จตามเป้าหมายของยุทธศาสตร์ โดยมีประเด็นที่สำคัญ

หนึ่งคือ การทำให้ยุทธศาสตร์เป็นกระบวนการต่อเนื่อง ภายหลังจากนำยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติแล้วมักจะเกิดปัญหาการดำเนินการที่ไม่เป็นไปตามแผน ข้อจำกัดทางสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ดังนั้นความต่อเนื่องในการขับเคลื่อนดำเนินการตามยุทธศาสตร์ การติดตามและการประเมินผลจึงเป็นกิจกรรมที่สำคัญต่อความสำเร็จของแผนยุทธศาสตร์

2. เพื่อเสนอร่างแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ พ.ศ. 2560 - 2564 โดยกำหนดรูปแบบการดำเนินงาน และแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานให้สนองประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันเป็นประเด็นสำคัญที่อยู่ในเนื้อหาของร่างแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ พ.ศ. 2560 - 2564 ซึ่งสามารถสรุปประเด็นที่สำคัญได้ดังต่อไปนี้

2.1 งานด้านการให้ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

2.2 งานด้านการออกตรวจและกำกับดูแลการคุ้มครองผู้บริโภค

2.3 งานด้านการรับเรื่องราวร้องทุกข์ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

2.4 งานด้านการพัฒนากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค ทั้งนี้หากมีการดำเนินงานทางด้านการคุ้มครองผู้บริโภคตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติควรสะท้อนความสำเร็จที่ประกอบไปด้วย

1. ด้านการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ

2. ด้านการปรับปรุงแบบการดำเนินงาน

3. ด้านการบังคับใช้กฎหมาย

4. ด้านการสร้างเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค

5. ด้านการให้ความรู้ หรือการสร้างความรู้ให้กับผู้บริโภค

6. การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติให้เป็นรูปธรรมสำหรับแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานให้สนองประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ประกอบไปด้วยแนวทางที่สำคัญดังนี้

6.1 การพัฒนากระบวนการบูรณาการและกลไกต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีการบูรณาการร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่ทำงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อลดความซ้ำซ้อนในการสร้างเครือข่ายและยังเป็นการลดภาระของเครือข่าย มีการหารือระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อกำหนดกิจกรรมต่าง ๆ ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน สามารถสะท้อนผลลัพธ์ของแผนยุทธศาสตร์อย่างชัดเจน ควรดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์อย่างจริงจัง และต่อเนื่อง มีการกำหนดให้เป็นนโยบาย โดยผู้บริหารระดับสูงเป็นผู้กำหนดและส่งมอบนโยบายลงสู่หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดการดำเนินการตามทิศทางของแผนและสะท้อนความสำเร็จของแผนจากตัวชี้วัดสำคัญต่าง ๆ ที่กำหนดขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทศพร ศิริสัมพันธ์ (Sirisumpan, 2009) กล่าวว่า การวางแผน

ยุทธศาสตร์เป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์ต่อเนื่องกันไป เริ่มตั้งแต่การกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ/ภารกิจหลักขององค์กร การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและภายใน รวมถึงการจัดวางกลยุทธ์ขององค์กร กล่าวอีกนัยหนึ่ง กระบวนการวางแผนเชิงกลยุทธ์เป็นเรื่องของการตอบคำถามหลักรวม 3 ประการ 1. องค์กรกำลังจะก้าวไปทางไหน 2. สภาพแวดล้อมเป็นอย่างไร และ 3. องค์กรจะไปถึงจุดมุ่งหมายปลายทางได้อย่างไร

6.2 การพิจารณาประเด็นปัญหาเร่งด่วนที่ควรแก้ไขเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจุฑามาศ ไอยะ (Aiya, 2011) ผลการศึกษา พบว่า กระบวนการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาขององค์กรบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอบางพลี โดยมีการรวบรวม จัดเก็บฐานข้อมูลข่าวสาร และปัญหาสำคัญจากการจัดทำประชาคม เพื่อนำมาประเมินสภาพภาพการพัฒนาของ อบต. มีการนำแผนชุมชนมาประกอบการพิจารณาและมีการจัดลำดับความสำคัญของโครงการและกิจกรรมตามความเห็นของประชาคมหมู่บ้าน โดยคำนึงถึงความจำเป็นเร่งด่วนและความต้องการของประชาชนเป็นหลักแล้วจึงนำข้อมูลพื้นฐานและปัญหาความต้องการของประชาชนมาร่วมกันพิจารณาเพื่อกำหนดเป็นวิสัยทัศน์ จุดมุ่งหมาย วัตถุประสงค์ ยุทธศาสตร์ และเป้าหมายการพัฒนา

3. การแปลงแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ พ.ศ. 2560 - 2564 ไปสู่การปฏิบัติ

จากการศึกษาร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องพบว่าแนวทางในการกำหนดการดำเนินงานและแผนงานหรือโครงการสำคัญเพื่อให้การดำเนินงานมีความสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ประกอบไปด้วยรายละเอียดที่สำคัญ และสอดคล้องระหว่างยุทธศาสตร์กลยุทธ์ ซึ่ง B. Guy Peters (Sirisumpan, 2009; Peters, 2001) ให้ทัศนะว่า การวางแผนกลยุทธ์เป็นกระบวนการซึ่งองค์การพยายามที่จะมองไปข้างหน้าหรือสร้างอนาคตภาพของตน รวมถึงการพัฒนาแนวทางการดำเนินงานและกรรมวิธีการปฏิบัติงานในด้านต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุผลตามที่ต้องการโดยมีตัวชี้วัด (KPI) เป็นแนวทางเพื่อการกำหนดแผนปฏิบัติงาน (action plan) ในอนาคตดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบไปด้วยกลยุทธ์และตัวชี้วัด คือ

กลยุทธ์ 1 พัฒนาระบบการป้องกันควบคุม กำกับดูแลสินค้าและบริการให้มีความปลอดภัย

กลยุทธ์ 2 พัฒนาระบบการเรียกคืนสินค้า การยกเลิกการใช้ การชดเชย และเยียวยาความเสียหายให้กับผู้บริโภค

กลยุทธ์ 3 พัฒนานโยบาย และปรับปรุงมาตรฐาน และกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

กลยุทธ์ 4 พัฒนามาตรการสนับสนุน และการบังคับใช้ต่าง ๆ ในการส่งเสริมการบริโภคอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์ 5 ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

ตัวชี้วัด

1. จำนวนของสินค้าและบริการที่ได้รับ

การตรวจสอบคุณภาพและความปลอดภัย

2. ร้อยละของจำนวนผู้บริโภคที่ได้รับ

ประโยชน์จากการชดเชยและเยียวยาความเสียหาย

3. จำนวนกฎหมาย มาตรการตลอดจน

ระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ที่ได้รับการพิจารณาและมีข้อสรุป

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาระบบฐานข้อมูลในการคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบไปด้วย กลยุทธ์และตัวชี้วัด คือ

กลยุทธ์ 1 พัฒนาระบบรวบรวม และ เชื่อมโยงข้อมูลการร้องเรียน และสถานการณ์ ปัญหาของผู้บริโภค

กลยุทธ์ 2 พัฒนาระบบฐานข้อมูลเรื่องร้องเรียนสู่การดำเนินงานเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภค

ตัวชี้วัด

1. มีฐานข้อมูลเรื่องร้องเรียน และ สถานการณ์ปัญหาของผู้บริโภคของหน่วยงานต่าง ๆ โดยจำแนกตามประเด็นปัญหาช่วงเวลา และพื้นที่

2. มีฐานข้อมูลเรื่องร้องเรียนและ สถานการณ์ปัญหาของผู้บริโภคของแรงงานต่าง ๆ ที่ถูกนำมาใช้อ้างอิง เพื่อกำหนดนโยบาย มาตรการ กฎหมาย

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาองค์ความรู้ และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบไปด้วยกลยุทธ์และตัวชี้วัด คือ

กลยุทธ์ 1 เสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการ

คุ้มครองผู้บริโภคให้สอดคล้องกับสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภค

กลยุทธ์ 2 การให้ความรู้ผ่านช่องทาง และวิธีการที่หลากหลาย

กลยุทธ์ 3 การติดตามตรวจสอบ และ สนับสนุนการทำงานของสื่อ

กลยุทธ์ 4 เสริมสร้างความรู้แก่ผู้บริโภค ในการบริโภคอย่างยั่งยืน

ตัวชี้วัด

1. จำนวนกิจกรรม สื่อบทความ องค์ความรู้ บทเรียน คู่มือ หรือเนื้อหาด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในประเด็นต่าง ๆ ที่มีการเผยแพร่สู่สังคม

2. ระดับการรับรู้จากสื่อเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคของประชาชน

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างและการพัฒนา ศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบไปด้วยกลยุทธ์และตัวชี้วัด คือ

กลยุทธ์ 1 การสร้างเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค

กลยุทธ์ 2 การพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค

ตัวชี้วัด

1. ร้อยละของจำนวนสมาชิกเครือข่ายที่มีความรู้ผ่านตามเกณฑ์ที่กำหนด

2. ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของจำนวนเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค

3. ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานของเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากหน่วยงานต่าง ๆ ในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค

4. ร้อยละของจำนวนเครือข่ายที่มีผลการประเมินผลตนเองผ่านตามเกณฑ์ที่กำหนด

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบไปด้วยกลยุทธ์และตัวชี้วัด คือ

กลยุทธ์ 1 การส่งเสริม และสนับสนุนให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภค

กลยุทธ์ 2 ส่งเสริมการพัฒนาเครือข่ายระหว่างกลุ่มผู้ผลิต ผู้บริโภค ภาครัฐ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างยั่งยืน

ตัวชี้วัด

1. ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินกิจกรรมตามแผนปฏิบัติการบูรณาการคุ้มครองผู้บริโภค

2. ร้อยละของจำนวนกิจกรรมที่มีการบูรณาการระหว่างหน่วยงาน

ข้อเสนอแนะ

1. การพัฒนากระบวนการบูรณาการและกลไกต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการดำเนินงานการคุ้มครองผู้บริโภค ควรมีหน่วยงานหลักเป็นศูนย์กลาง เช่น สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อการประสานงานกับส่วนราชการต่าง ๆ รวมถึงคณะกรรมการที่เกี่ยวข้อง ควรประกอบด้วยหน่วยงานทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อบูรณาการร่วมกันอย่างทั่วถึงและรวดเร็ว เช่น สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กรมการค้าภายใน สำนักงานปศุสัตว์ เป็นต้น สำหรับการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์

และทำการกำหนดนโยบายของหน่วยงานต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค โดยการจัดทำแผนการดำเนินงานรวมทั้งแนวทางปฏิบัติงานให้เป็นทิศทางเดียวกัน เพื่อการบรรลุเป้าหมายของแผนยุทธศาสตร์

2. ควรมีการพัฒนาความรู้และทักษะที่จำเป็นในการปฏิบัติงานของบุคลากรทางด้านการคุ้มครองผู้บริโภค โดยเฉพาะการพัฒนาในเรื่องของความรู้ความเข้าใจในกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค รวมถึงเทคนิคต่าง ๆ ในการเจรจาไกล่เกลี่ย

3. การพัฒนาความยั่งยืนที่สำคัญ คือ การสร้างความรู้ ความเข้าใจ และจิตสำนึกในสิทธิและหน้าที่ของตนเองในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ให้แก่ผู้บริโภคและผู้ประกอบการ ซึ่งรวมถึงการขยายผลไปถึงเครือข่ายต่าง ๆ โดยบูรณาการการทำงานระหว่างหน่วยงาน เช่น สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กระทรวงศึกษาธิการ เป็นต้น และควรมีการประเมินผลการทำให้ความรู้กับผู้บริโภคและผู้ประกอบการ โดยมุ่งเน้นการนำผลการประเมินดังกล่าวไปใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาการดำเนินการต่อไป

4. การขับเคลื่อนการพัฒนาเครือข่าย ควรมีการบูรณาการร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่ทำงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อลดความซ้ำซ้อนในการสร้างเครือข่ายและยังเป็นการลดภาระของเครือข่าย โดยมีการหารือระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น เป็นต้น เพื่อกำหนดกิจกรรมต่างๆ กับเครือข่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นไปในทิศทางเดียวกันสามารถสะท้อนผลลัพธ์ของแผนยุทธศาสตร์อย่างชัดเจน

5. นอกเหนือจากการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคให้เป็นรูปธรรมแล้ว ในด้านการบังคับใช้กฎหมาย และการแก้ไขกฎหมาย ควรมีการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคหรือประชาชนอย่างเคร่งครัด และมีความเป็นธรรม โดยกำหนดบทลงโทษให้ชัดเจน โดยมีการปรับปรุงกฎหมาย หรือระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ให้เป็นปัจจุบันและทันต่อเหตุการณ์

6. การดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์ จะต้องดำเนินการอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ซึ่งต้องมีการกำหนดให้เป็นนโยบายหรืองานสำคัญระดับชาติ โดยผู้บริหารระดับสูงสุดคือ นายกรัฐมนตรี หรือรัฐมนตรีที่ได้รับมอบหมาย จะต้องเป็นผู้

กำหนดและส่งเสริมนโยบายลงสู่หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดการดำเนินการตามแผนและสะท้อนความสำเร็จของแผนจากตัวชี้วัดสำคัญต่าง ๆ ที่กำหนดขึ้น

7. ระบบการติดตามและการประเมินผลความสำเร็จของแผนจะต้องดำเนินการควบคู่ไปกับการขับเคลื่อนแผน ซึ่งต้องมีการประเมินในระดับภาพรวมของแผนรวมถึงในระดับของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หน่วยงานที่ดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ จะต้องมีการกำกับ ติดตามการดำเนินงานอย่างจริงจัง และมีการกำหนดตัวชี้วัดที่สามารถวัดผลการดำเนินงานของแต่ละหน่วยงาน โดยหน่วยงานเจ้าภาพจะทำหน้าที่ติดตามหน่วยงานต่างๆ ที่ร่วมขับเคลื่อน และของบประมาณบูรณาการภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ และประเมินผลการดำเนินงานของหน่วยงาน รวมถึงการใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการดำเนินงานต่อไป

REFERENCES

- Aiya, J. (2011). **Analysis of strategic plan process of subdistrict administration organization in Bangplee district, Samutprakan province.** Independent study of Master of Public Administration program in local government. College of Local Administration, Khon Kaen University. (in Thai)
- Intasame, S. (2012). The strategy of sustainable tourism development in Phachupkhirikhan province: the case study of Paknampran sub-district. **Rajabhat Phranakhon Research Journal, Humanities and Social Sciences**, 7(1), 11-23. (in Thai)
- Kalawong, S. (2017). The strategy-focused organization: how balanced scorecard companies thrive in the new business environment. **Rajabhat Phranakhon Research Journal, Humanities and Social Sciences**, 12(1), 12-25. (in Thai)
- Pierre, Jon., & Peters B.G. (2001). **Governance, politics and the state.** NY: St. Martin's Press.
- Saidi, K. (2011). **Developing approaches to strategic planning and Three-years planning: a case study of sub-district administrative organization Phanomthuan, Phanomthuan district, Kanchanaburi province.** Khon Kaen: Public Administration. Khon Kaen University. (in Thai)
- Sirisumpan, T. (2009). **Development of the Thai bureaucratic system: application of Public Administration practically.** Special lecture on the occasion of home-coming event Chao Ror Por Mor Chonburi, Burapha University. (in Thai)
- Wirachaniphawan, W. (2006). **Management administration and strategic administration of the state agencies.** Bangkok: Forepace publishing house. (in Thai)