



รายงานการศึกษาส่วนบุคคล
(Individual Study)

เรื่อง การพัฒนาองค์กรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ
ในการรองรับบทบาทภารกิจของ
สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาค

จัดทำโดย นายศรัณย์ รักษ์เฝ้า
รหัส 89002

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม
หลักสูตรนักบริหารระดับสูง : ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และคุณธรรม รุ่นที่ 89
วิทยาลัยนักบริหาร สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน สำนักงาน ก.พ.

ประจำปี 2562

ลิขสิทธิ์ของสำนักงาน ก.พ.



รายงานการศึกษาส่วนบุคคล (Individual Study)

เรื่อง การพัฒนาองค์กรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ
ในการรองรับบทบาทภารกิจของ
สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาค

จัดทำโดย นายศรัณย์ รักษาเผ่า
รหัส 89002

หลักสูตรนักบริหารระดับสูง : ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และคุณธรรม รุ่นที่ 89
วิทยาลัยนักบริหาร สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน สำนักงาน ก.พ.
ประจำปี 2562

รายงานนี้เป็นความคิดเห็นเฉพาะบุคคลของผู้ศึกษา



(หน้าอนุมัติ)

สำนักงาน ก.พ.

เอกสารรายงานการศึกษาส่วนบุคคลนี้ อนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม
หลักสูตรนักบริหารระดับสูง : ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และคุณธรรมของสำนักงาน ก.พ.

ลงชื่อ

(นายอภิชาติ จงสกุล)

อาจารย์ที่ปรึกษา

ลงชื่อ

(รองศาสตราจารย์ ดร.มนตรี โสคติยานุรักษ์)

อาจารย์ที่ปรึกษา

ลงชื่อ

(นางสาวสุชาดา ไทยบรรเทา)

อาจารย์ที่ปรึกษา

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย มาตรา 65 กำหนดให้รัฐพึงจัดให้มียุทธศาสตร์ชาติเป็นเป้าหมายการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน ตามหลักธรรมาภิบาลเพื่อใช้เป็นกรอบในการจัดทำแผนต่างๆให้สอดคล้องและบูรณาการกันเพื่อให้เกิดเป็นพลังผลักดันร่วมกันไปสู่เป้าหมายดังกล่าว โดยให้เป็นไปตามที่กำหนดในกฎหมายว่าด้วยการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติ และต่อมาได้มีการตราพระราชบัญญัติการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2560 มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 1 สิงหาคม พ.ศ. 2560 โดยได้กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม การลดความเหลื่อมล้ำ สร้างความเป็นธรรมในทุกมิติ ในการปฏิรูประบบภาษีและการคุ้มครองผู้บริโภค โดยเน้นการแก้ไขกฎหมายที่ไม่เป็นธรรม ปรับปรุงระบบและกลไกในการคุ้มครองผู้บริโภค สนับสนุนองค์กรของผู้บริโภคให้มีความเข้มแข็ง ป้องกันการละเมิดสิทธิผู้บริโภค และอำนวยความสะดวกให้ผู้บริโภค สนับสนุนการบริโภคอย่างยั่งยืน และส่งเสริมให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีบทบาทในการคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้กำหนดไว้ในประเด็นยุทธศาสตร์ด้านพัฒนาศักยภาพเครือข่ายและส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่นเพื่อให้สอดคล้องกับประเด็นยุทธศาสตร์ชาติดังกล่าว และที่ผ่านมา คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้มีคำสั่งแต่งตั้งคณะอนุกรรมการโดยให้มีอำนาจและหน้าที่เฉพาะ เพื่อให้การดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่นให้มีประสิทธิภาพ ดังนี้

1. คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด
2. คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำกรุงเทพมหานคร
3. คณะอนุกรรมการผู้มีอำนาจเปรียบเทียบความผิดที่เกิดขึ้นในจังหวัดอื่นนอกจากกรุงเทพมหานคร
4. คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี
5. คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำเทศบาล
6. คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำองค์การบริหารส่วนตำบล
7. คณะอนุกรรมการไกล่เกลี่ยเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคประจำจังหวัด
8. คณะอนุกรรมการไกล่เกลี่ยเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคประจำอำเภอ

แต่การดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่นยังคงประสบปัญหาทั้งในด้านบุคลากร งบประมาณ การแก้ไขปัญหาเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคที่ไม่สามารถดำเนินการได้ตามระยะเวลาที่ส่วนกลางกำหนด และการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ประชาชนในภูมิภาคและท้องถิ่นได้รับข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่เป็นปัจจุบัน ผู้จัดทำรายงานจึงมีแนวคิดในการจัดตั้งสำนักประสานและส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัด และสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภคเขตขึ้น เพื่อเป็นหน่วยงานในการดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์และจัดทำแผนปฏิบัติการไปสู่การปฏิบัติการระดับท้องถิ่น ระดับจังหวัด และระดับภาคให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติและแผนยุทธศาสตร์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

รายงานการศึกษาฉบับนี้ ผู้จัดทำรายงานได้แสดงให้เห็นถึง สภาพปัญหาของ การดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น การจัดสรรงบประมาณด้านการ คุ้มครองผู้บริโภคสู่ภูมิภาค และสถิติการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องทุกข์จากผู้บริโภคในอดีตที่ผ่านมา จนผู้จัดทำรายงานได้เสนอให้มีการจัดตั้งสำนักประสานและส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัด และ สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภคเขตขึ้น และกำหนดรูปแบบของการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น โดยเสนอให้มีการปรับปรุงองค์ประกอบของคณะอนุกรรมการคุ้มครอง ผู้บริโภคประจำจังหวัด คณะอนุกรรมการใกล้เคียงเรื่องราวร้องทุกข์ประจำจังหวัด โดยให้มี ผู้อำนวยการสำนักประสานและส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดเป็นอนุกรรมการ ในทุกจังหวัด เพื่อเข้าร่วมประชุม เสนอแนะแนวทางการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและ ท้องถิ่น ตลอดจน ให้ความเห็นประกอบการพิจารณาดำเนินคดีแทนผู้บริโภคตามมาตรา 39 ต่อที่ประชุมคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด ซึ่งจะส่งผลให้การดำเนินงานด้านการ คุ้มครองผู้บริโภคคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่นมีประสิทธิภาพ ลดความเหลื่อมล้ำ บรรลุเป้าประสงค์ของยุทธศาสตร์ชาติในด้านการคุ้มครองผู้บริโภคต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณอาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์อภิชาติ จงสกุล และคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ตลอดระยะเวลาที่ได้เข้ารับการฝึกอบรม ตลอดจนเจ้าหน้าที่โครงการฯ ทุกท่าน

รายงานการศึกษานี้สามารถสำเร็จและบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้เป็นอย่างดี แต่หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้ศึกษาขออภัยมา ณ โอกาสนี้

ศรัณย์ รักษ์เฝ้า

พฤษภาคม 2562

สารบัญ

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
สารบัญ	ค
สารบัญตาราง	ง
สารบัญภาพ	จ
1. วิสัยทัศน์ของตำแหน่งเป้าหมาย	1
1.1 การวิเคราะห์บริบทและทิศทางเชิงยุทธศาสตร์ของส่วนราชการ	1
1.2 ตำแหน่งรองอธิบดีที่เป็นเป้าหมาย	3
1.3 กำหนดวิสัยทัศน์ของตำแหน่งเป้าหมาย	6
2. ข้อเสนอโครงการพัฒนางาน	10
2.1 การกำหนดประเด็นการศึกษา	10
2.2 การกำหนดข้อเสนอเชิงนโยบาย	14
2.3 ภาวะผู้นำเพื่อการขับเคลื่อนข้อเสนอ	23
3. แผนพัฒนาตนเอง	28
3.1 การวิเคราะห์ตนเอง	28
3.2 การวางแผนพัฒนาตนเอง	33
บรรณานุกรม	40
ประวัติผู้เขียนรายงานการศึกษาส่วนบุคคล	41

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1. สถิติการได้รับจัดสรรงบประมาณในการดำเนินงาน ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาค	7
ตารางที่ 2. สถิติการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องทุกข์ในส่วนภูมิภาคจากผู้บริโภค ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2559-2561	8
ตารางที่ 3. เรื่องค้างค้ำ จากสถิติการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องทุกข์ในส่วนภูมิภาค ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2557-2561	12
ตารางที่ 4. การวิเคราะห์ปริมาณงานย้อนหลังและเป้าหมายล่วงหน้า	23
ตารางที่ 5. กรอบค่าใช้จ่ายล่วงหน้า	24
ตารางที่ 6. กรอบอัตรากำลัง	24

สารบัญภาพ

	หน้า
รูปที่ 1. การวิเคราะห์ภารกิจ (business analysis)	14
รูปที่ 2. โครงสร้างการแบ่งส่วนราชการที่เสนอขอปรับปรุงใหม่	20

1. วิสัยทัศน์ของตำแหน่งเป้าหมาย

(ข้อมูลส่วนบุคคล ไม่เผยแพร่)

2. ข้อเสนอโครงการพัฒนางาน

2.1 การกำหนดประเด็นการศึกษา

2.1.1 ความสำคัญของปัญหา

การดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคนั้น สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้จัดสรรงบประมาณเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายสนับสนุนการดำเนินงานภารกิจด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของจังหวัด รวมถึงได้จัดสรรงบประมาณในการจ้างเหมาเจ้าหน้าที่จ้างเหมาบริการจังหวัดละ 2 คน ในการปฏิบัติงานสนับสนุนการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของจังหวัด ทั้ง 76 จังหวัดโดยมอบอำนาจให้สำนักงานจังหวัดเป็นผู้ดำเนินการสรรหาทำสัญญาจ้างและควบคุมการปฏิบัติงานซึ่งทำให้เจ้าหน้าที่จ้างเหมาบริการของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคซึ่งปฏิบัติงานอยู่ในส่วนภูมิภาคอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของผู้อำนวยการกลุ่มงานศูนย์ดำรงธรรมจังหวัด สำนักงานจังหวัดของทั้ง 76 จังหวัด ต้องทำงานทั้งในส่วนของสำนักงานจังหวัด งานของกลุ่มงานศูนย์ดำรงธรรมจังหวัด และงานของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค อีกทั้งในบางครั้งได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติหน้าที่ในส่วนงานอื่น ๆ ที่ไม่ได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องทุกข์ของประชาชน เช่น งานเลขานุการของผู้ว่าราชการจังหวัด งานเลขานุการของรองผู้ว่าราชการจังหวัดงานอำนวยการ หรืองานด้านทรัพยากรบุคคลของสำนักงานจังหวัด เป็นต้น

การดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาค เป็นการดำเนินงานในรูปแบบของคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด ตามมติคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคอันมีองค์ประกอบไปด้วย ผู้ว่าราชการจังหวัด เป็นประธานอนุกรรมการ อัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายแก่ประชาชนและการบังคับคดีจังหวัด และหัวหน้าส่วนราชการต่างๆ เป็นอนุกรรมการ และผู้อำนวยการกลุ่มงานศูนย์ดำรงธรรมจังหวัด เป็นอนุกรรมการและเลขานุการ มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัด เพื่อร่วมพิจารณาดำเนินคดีแทนผู้บริโภค และพิจารณาเห็นชอบในการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

อย่างไรก็ตาม การที่คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด ประกอบด้วย หัวหน้าส่วนราชการ ซึ่งมีภารกิจประจำหน่วยงานค่อนข้างมาก ทำให้ไม่สามารถดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพได้ เนื่องจากไม่ใช่ภารกิจหลักที่ต้องปฏิบัติตามกฎหมายของหัวหน้าส่วนราชการในแต่ละส่วนราชการ ส่งผลให้คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัดไม่มีการประชุมในการกำหนดนโยบาย หรือทิศทางการดำเนินงานการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัดในแต่ละปี และจากการที่คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้กำหนดให้คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด มีอำนาจและหน้าที่ในการรับและพิจารณากลับกรองคำร้องทุกข์จากผู้บริโภคที่ได้รับความเสียหายอันเนื่องมาจากการกระทำของผู้ประกอบธุรกิจ ไม่ได้ได้รับความเป็นธรรมในการซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อนำเสนอต่อคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคพิจารณาใช้อำนาจดำเนินคดีแทนผู้บริโภคตามมาตรา 39 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ติดตามสอดส่องพฤติการณ์

ของผู้ประกอบธุรกิจเพื่อป้องกันมิให้มีการกระทำใดๆ อันจะเป็นการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคได้ เผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจแก่ประชาชน และสร้างเครือข่ายความเข้มแข็งของประชาชนเพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค จึงเป็นภารกิจที่จะต้องใช้งบประมาณ และอัตรากำลังในการดำเนินงาน ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้จัดสรรงบประมาณให้จังหวัดทุกจังหวัดจ้างเหมาบุคลากรเพียง 2 คนเท่านั้น ประกอบกับ การพิจารณาเรื่องร้องทุกข์จากผู้บริโภคเพื่อนำเสนอคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคพิจารณาใช้อำนาจดำเนินคดีแทนผู้บริโภคนั้น จะต้องมีเงื่อนไขในการพิจารณาประกอบด้วย

1. ผู้ร้องเป็นผู้บริโภคตามคำนิยามในมาตรา 3 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 หรือไม่
2. มีการกระทำอันเป็นการเข้าข่ายละเมิดสิทธิของผู้บริโภคหรือไม่ และ
3. การดำเนินคดีจะเป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภคโดยส่วนรวมหรือไม่

ซึ่งเป็นเรื่องที่ยุ่งยาก ซับซ้อน และไม่เกี่ยวข้องกับอำนาจหน้าที่ในการดำเนินงานของหัวหน้าส่วนราชการอื่นๆ ที่เป็นคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด ส่งผลให้การแก้ไขปัญหาเยียวยาความเสียหายของผู้บริโภคเป็นไปอย่างล่าช้า ไม่ทันต่อสถานการณ์ และความเสียหายอันเกิดขึ้นแก่ประชาชนในส่วนภูมิภาค รวมทั้ง ไม่สามารถดำเนินการตรวจสอบผู้ประกอบธุรกิจให้ดำเนินการตามที่กฎหมายได้กำหนดให้ต้องปฏิบัติตามได้ ซึ่งในปัจจุบันคณะกรรมการเฉพาะเรื่องอันได้แก่ คณะกรรมการว่าด้วยฉลาก คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา และคณะกรรมการว่าด้วยสัญญาได้ออกประกาศคณะกรรมการเฉพาะเรื่อง กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจต้องปฏิบัติตามเป็นจำนวนมาก ซึ่งบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคที่ปฏิบัติงานอยู่ในส่วนภูมิภาคไม่มีสถานะเป็นพนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 จึงต้องอาศัยหัวหน้าส่วนราชการต่างๆ ที่คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคแต่งตั้งให้เป็นพนักงานเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายปฏิบัติหน้าที่แทน จึงทำให้ไม่สามารถตรวจสอบผู้ประกอบธุรกิจได้อย่างทั่วถึง ประกอบกับผู้ประกอบธุรกิจในพื้นที่จะมีความสนิทสนมคุ้นเคยกับหัวหน้าส่วนราชการในพื้นที่ จึงทำให้เกิดความเกรงใจในการบังคับใช้กฎหมาย ซึ่งต่อมากกระทรวงมหาดไทยมีการจัดตั้งศูนย์ดำรงธรรมทั้งในระดับจังหวัด อำเภอ รวมถึงให้เทศบาล และองค์การบริหารส่วนตำบล จัดตั้งศูนย์ดำรงธรรมประจำพื้นที่มีหน้าที่ในการรับเรื่องร้องทุกข์และแก้ไขปัญหาให้กับประชาชนในพื้นที่ ดังนั้น การดำเนินการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องทุกข์ของผู้บริโภคจึงเป็นส่วนหนึ่งที่อยู่ในความรับผิดชอบของศูนย์ดำรงธรรมและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น แต่บางแห่งไม่มีการดำเนินกิจกรรมการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องทุกข์ของผู้บริโภคเลย

ในปี พ.ศ. 2551 – 2553 คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้มีคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ดังนี้

- (1) คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำกรุงเทพมหานคร
- (2) คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำเมืองพัทยา ชลบุรี
- (3) คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำเทศบาล
- (4) คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำองค์การบริหารส่วนตำบล
- (5) คณะกรรมการไกล่เกลี่ยเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคประจำอำเภอ

เพื่อให้มีอำนาจหน้าที่ในการรับเรื่องร้องทุกข์จากผู้บริโภคและเจรจาไกล่เกลี่ยระงับข้อพิพาทในเบื้องต้น ก่อนนำเสนอคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัดพิจารณาต่อไป

2.1.2 สภาพปัญหาที่ผ่านมา

การดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น ภายหลังจากได้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคทั้งในระดับจังหวัดและท้องถิ่น ยังพบปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานในเรื่องบุคลากร งบประมาณ ตลอดจน เจ้าหน้าที่ยังขาดความรู้ ความเข้าใจ ความเชี่ยวชาญในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ ประกาศคณะกรรมการเฉพาะเรื่องอันส่งผลกระทบต่อการทำงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น โดยดูได้จาก

- (1) เรื่องค่าง จากสถิติการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องทุกข์ในส่วนภูมิภาคในปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 – 2561 แสดงได้ ดังนี้

ตารางที่ 3 เรื่องค่าง จากสถิติการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องทุกข์ในส่วนภูมิภาคในปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 – 2561

ปี พ.ศ.	จำนวนผู้ร้อง (ราย)	แก้ไขเป็นที่ยุติ (ราย)	อยู่ระหว่างดำเนินการ (ราย)	คิดเป็นร้อยละ
2557	1,808	1,009	799	55.81
2558	5,057	2,956	2,101	58.45
2559	7,694	6,067	1,627	79.56
2560	4,752	3,919	833	82.47
2561	3,616	2,925	691	80.89

ที่มา : สำนักประสานและส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัด สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (2562)

จากตารางที่ 3 สถิติการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องทุกข์ในปี 2557 – 2558 พบว่าปริมาณจำนวนเรื่องร้องทุกข์ที่สามารถดำเนินการแก้ไขจนได้ข้อยุติมีเพียงร้อยละ 55.81 จากจำนวนเรื่องที่ร้องทุกข์ทั้งหมด และจากสถิติจำนวนผู้ร้องที่ได้รับความเดือดร้อนจากผู้ประกอบธุรกิจในปี พ.ศ. 2557 – 2561 จะมีผู้ร้องมากขึ้นไม่เท่ากันในแต่ละปีทำให้ไม่สามารถคาดการณ์ได้ว่าปริมาณผู้บริโภคที่ได้รับความเดือดร้อนจากการถูกละเมิดสิทธิจะมีจำนวนเพิ่มขึ้นหรือลดลงเท่าใดในปีต่อไป

(2) การตรวจสอบผู้ประกอบการไม่ครอบคลุมในทุกพื้นที่ และการบังคับใช้กฎหมายในการลงโทษผู้ประกอบการที่ไม่ปฏิบัติตามกฎหมายยังไม่มีประสิทธิภาพ ภายหลังจากที่คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้มีคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด โดยได้กำหนดให้มีอำนาจหน้าที่ในการติดตามและสอดส่องพฤติการณ์ของผู้ประกอบธุรกิจ ซึ่งกระทำการใดๆ อันมีลักษณะเป็นการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค และอาจจัดให้มีการทดสอบหรือพิสูจน์สินค้าหรือบริการใดๆ ตามที่เห็นสมควร และจำเป็นเพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค รวมทั้งให้มีอำนาจในการแต่งตั้ง

คณะทำงานเพื่อการนี้ตามที่เห็นสมควร ซึ่งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด ได้มีคำสั่งแต่งตั้งคณะทำงานตรวจสอบฉลากสินค้าที่ควบคุมฉลาก คณะทำงานตรวจสอบโฆษณา และคณะทำงานตรวจสอบสัญญาธุรกิจที่ควบคุมสัญญาและหลักฐานการรับเงิน โดยมีหัวหน้าส่วนราชการในจังหวัดซึ่งเป็นพนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 เป็นหัวหน้าคณะทำงานส่งผลให้ไม่สามารถปฏิบัติการได้อย่างเต็มที่ เนื่องจากต้องให้ความสำคัญกับภารกิจในหน่วยงานของตนก่อน ซึ่งจากรายงานการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในส่วนภูมิภาค พบว่า ส่วนภูมิภาคมีการตรวจสอบ/ให้คำแนะนำแก่ผู้ประกอบการธุรกิจ ดังนี้ ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 จำนวน 3,179 ราย ปีงบประมาณ พ.ศ. 2558 จำนวน 2,956 ราย ปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 จำนวน 2,221 ราย ปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 จำนวน 3,693 ราย และปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 จำนวน 2,176 ราย ซึ่งการตรวจสอบผู้ประกอบการธุรกิจของคณะทำงาน ส่วนใหญ่ยังไม่ครอบคลุมธุรกิจที่กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคได้บัญญัติไว้ เพียงแต่มีการตรวจสอบผู้ประกอบการธุรกิจบางประเภท เช่น ผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์ใช้แล้ว และจากการรายงานยังพบว่าการดำเนินคดีผู้ประกอบการที่ปฏิบัติไม่ถูกต้องในปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 มีเพียงจำนวน 44 ราย และปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 มีเพียงจำนวน 116 ราย เท่านั้น

(3) การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาค จะดำเนินการเผยแพร่ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ในจังหวัด จัดประชุมสัมมนาให้ความรู้ผู้ประกอบการและผู้บริโภค โดยส่วนใหญ่กลุ่มเป้าหมายจะเป็นผู้ประกอบการรถยนต์ใช้แล้ว และธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งจะไม่ครอบคลุมธุรกิจทุกประเภทตามที่คณะกรรมการเฉพาะเรื่องได้ออกประกาศไว้ และจากรายงานผลการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 มีการจัดงานวันคุ้มครองผู้บริโภคในวันที่ 30 เมษายน ของทุกปี ในส่วนภูมิภาค จำนวน 70 จังหวัด แต่ไม่สามารถดำเนินการจัดงานวันคุ้มครองผู้บริโภค ได้ตรงตามวันที่ คณะรัฐมนตรีกำหนด เนื่องจาก สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ไม่มีเงินงบประมาณสนับสนุนที่เพียงพอ จึงทำให้จังหวัดต่างๆต้องไปร่วมขอส่วนราชการอื่นจัดรวมเข้าไว้ด้วยกัน อาทิเช่น จัดพร้อมกับงานกาชาดจังหวัดงานของพาณิชย์จังหวัด ฯลฯ เป็นต้น เพื่อให้จังหวัดสามารถจัดงานวันคุ้มครองผู้บริโภคได้ตามมติคณะรัฐมนตรีเท่านั้น

2.1.3 แนวโน้มของปัญหาในอนาคต

สภาพเศรษฐกิจและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในปัจจุบัน ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องทำการตลาดผ่านช่องทางต่างๆ ที่สามารถเข้าถึงตัวผู้บริโภคได้ง่ายไม่ว่าจะเป็น smartphone notebook โดยอาศัยเทคโนโลยีที่เรียกว่า application หรือการโฆษณาโดยอาศัยสื่อต่างๆ ซึ่งในบางครั้งผู้บริโภคอาจได้รับข้อมูลที่ไม่น่าเชื่อถือ หรืออาจเป็นข้อมูลที่ผิดตรงต่อความเป็นจริง เป็นเท็จเกินความเป็นจริง หรือทำให้เข้าใจผิดในสาระสำคัญของสินค้าและบริการได้ เช่น การโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่อวดอ้างสรรพคุณว่าเป็นยารักษาโรค การโฆษณาเครื่องสำอางที่อวดอ้างสรรพคุณว่าจะเห็นผลภายในระยะเวลาอันรวดเร็ว ซึ่งวิธีการและการใช้ข้อความในลักษณะดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อสุขภาพอนามัย หรือในบางกรณีอาจส่งผลให้ผู้บริโภคนั้นเสียชีวิตได้ นอกจากนี้ยังมี

สินค้าและบริการอื่นๆ อีกเป็นจำนวนมากที่ใช้ข้อความโฆษณาที่ไม่เป็นธรรมกับผู้บริโภค ถึงแม้ว่ากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคจะกำหนดให้มีการคุ้มครองผู้บริโภคด้านฉลาก โดยผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าเพื่อขายจะต้องจัดทำฉลากสินค้าติดไว้ที่ตัวสินค้าเพื่อให้ผู้บริโภคทราบถึงรายละเอียดของสินค้านั้น การคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณาโดยผู้ประกอบการจะต้องใช้ข้อความในการโฆษณาที่ตรงต่อความเป็นจริง ไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญของสินค้า ไม่ก่อให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน ไม่สนับสนุนให้มีการกระทำผิดกฎหมายหรือศีลธรรม รวมไปถึงข้อความต่างๆ ที่กำหนดไว้ในกฎกระทรวง ซึ่งมีแนวโน้มว่าในอนาคตจะมีผู้ประกอบการที่ละเมิดสิทธิผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น แต่ผู้บริโภคในภูมิภาคส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพเกษตรกรรมหรือค้าขาย ทำให้ไม่อยากเสียเวลาในการร้องทุกข์เพื่อขอความเป็นธรรม ประกอบกับกระบวนการดำเนินงานแก้ไขปัญหาเรื่องร้องทุกข์ให้กับผู้บริโภคมีระเบียบให้ดำเนินการโดยยึดหลักการให้ความเป็นธรรมของทั้งสองฝ่าย จึงมีความจำเป็นที่เจ้าหน้าที่สืบสวนสอบสวน จะต้องดำเนินการสืบสวนสอบสวนหาข้อเท็จจริงให้ครบถ้วน ถูกต้อง เพื่อนำเสนอคณะอนุกรรมการฯ ชุดต่างๆ ตามขั้นตอนต่างๆ ที่คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคและกฎหมายที่เกี่ยวข้องได้กำหนดไว้ อีกทั้ง ผู้ประกอบการจะอยู่ในฐานะที่มีความได้เปรียบทั้งทางเศรษฐกิจ ความรู้ และความเชี่ยวชาญทางด้านกฎหมาย ซึ่งหากไม่มีการแก้ไขปัญหา ก็จะส่งผลกระทบต่อการละเมิดสิทธิของประชาชนในส่วนภูมิภาคได้

2.2 การกำหนดข้อเสนอเชิงนโยบาย

2.2.1 หลักการและแนวคิด

ปัจจุบันโครงสร้างของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคยังไม่มีหน่วยงานในส่วนภูมิภาค ที่จะทำหน้าที่ในการติดตาม ตรวจสอบ ดำเนินคดี ตลอดจนบังคับใช้กฎหมายได้อย่างเต็มที่ ทำให้ผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคยังไม่ได้รับการคุ้มครองอย่างรวดเร็วและเป็นธรรมตามสมควร ถึงแม้ว่าคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจะมีคำสั่งแต่งตั้งคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด ซึ่งมีองค์ประกอบโดยมีหัวหน้าส่วนราชการภายในจังหวัดและมีผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นประธาน แต่ก็เป็นการดำเนินการในรูปแบบของคณะกรรมการทำให้ประชาชนไม่สามารถเข้าถึงได้โดยง่าย และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคยังไม่มีที่ตั้งของหน่วยงานในระดับภูมิภาค ซึ่งในปัจจุบันใช้ที่ตั้งของศูนย์ดำรงธรรมจังหวัดในการรับเรื่องร้องทุกข์จากผู้บริโภค อีกทั้งเจ้าหน้าที่ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัดมีสถานะเป็นเจ้าหน้าที่จ้างเหมาบริการซึ่งไม่ใช่พนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 โดยสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้มอบอำนาจให้จังหวัดเป็นผู้สรรหา และทำสัญญาจ้าง จำนวน 2 คน ซึ่งในบางจังหวัดก็จะนำเจ้าหน้าที่ไปปฏิบัติราชการงานเลขานุการของผู้ว่าราชการจังหวัด งานเลขานุการของรองผู้ว่าราชการจังหวัด หรือหัวหน้าสำนักงานจังหวัดแล้วแต่กรณี ส่งผลให้ไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างเต็มที่ ผู้จัดทำรายงานจึงได้มีแนวคิดริเริ่มจัดทำโครงสร้างของกองคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดและสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภคกลุ่มขึ้น จำนวน 9 กลุ่ม

โดยให้มีอำนาจและหน้าที่ประสานนโยบายและดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์และจัดทำแผนปฏิบัติการไปสู่การปฏิบัติในระดับจังหวัดและท้องถิ่น ให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ชาติ แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ รวมทั้งเร่งรัดติดตามประเมินผลการปฏิบัติงานในพื้นที่รับผิดชอบ บริหารจัดการเรื่องร้องทุกข์ สนับสนุนการทำหน้าที่ฝ่ายเลขานุการของคณะกรรมการในระดับจังหวัด และท้องถิ่น ตลอดจน การสนับสนุนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมรณรงค์การคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคให้กับประชาชนในพื้นที่ที่รับผิดชอบ โดยมีสำนักประสานและส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนบทบาทภารกิจของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัด และเป็นไปตามแนวทางการปรับปรุงโครงสร้างองค์กรตามความหมายของการพัฒนาระบบราชการ ซึ่งการปรับปรุงการทำงานของส่วนราชการกรณีที่ทำให้ต้องมีการปรับปรุงโครงสร้างตามขั้นตอนของสำนักงาน ก.พ.ร. จะต้องมีการปรับปรุงที่มีผลให้มีการปรับแก้กฎกระทรวง แบ่งส่วนราชการ ประกอบด้วย

(1) ในภาพรวมของส่วนราชการ มีการแก้ไขภารกิจ หรืออำนาจหน้าที่

(2) ในส่วนของหน่วยงานในสังกัด มีการแก้ไขอำนาจหน้าที่ หรือเปลี่ยนชื่อหน่วยงาน จากการปรับปรุงขอยกฐานะ หรือขอจัดตั้งใหม่

ส่วนราชการ หมายถึง หน่วยงานที่รับผิดชอบการให้บริการสาธารณะทางปกครอง ซึ่งเป็นภารกิจหลักของรัฐ ให้บริการเป็นการทั่วไป และไม่มุ่งกำไร โดยมีความสัมพันธ์กับรัฐ ประกอบด้วย

(1) รัฐจัดตั้ง

(2) รัฐปกครองบังคับบัญชา

(3) ใช้งบประมาณแผ่นดิน

(4) ใช้อำนาจฝ่ายเดียวของรัฐเป็นหลักในการดำเนินกิจกรรม

(5) บุคลากรมีสถานะเป็นข้าราชการ

(6) รัฐต้องรับผิดชอบแต่เพียงผู้เดียวในการกระทำของหน่วยงาน

ซึ่งในการดำเนินงานผู้จัดทำรายงานได้วิเคราะห์ภารกิจของหน่วยงานและกำหนดยุทธศาสตร์หน่วยงาน เป้าหมายการให้บริการหน่วยงาน กลยุทธ์หน่วยงาน และผลผลิต/โครงการ ดังนี้

รูปที่ 1 การวิเคราะห์ภารกิจ (business analysis)

การวิเคราะห์ภารกิจ (business analysis)

ภารกิจหลักของกองคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัด

1. จัดทำแผนปฏิบัติการระดับท้องถิ่น ระดับจังหวัด และระดับภาคให้สอดคล้องกับแผนแม่บทฯ
2. บริหารจัดการงานคดีผู้บริโภคในส่วนภูมิภาค
3. บังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และที่แก้ไขเพิ่มเติม
4. นำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการจัดทำข้อมูลพื้นฐานและเป็นการเชื่อมข้อมูลการแก้ไขปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค
5. เป็นศูนย์ข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาค

1. เป็นงานที่จำเป็นต้องปฏิบัติอยู่หรือไม่

จำเป็น

เป็นภารกิจที่ต้องปฏิบัติเนื่องจาก

- เป็นการดำเนินการตามอำนาจหน้าที่ตามกฎหมายที่รับผิดชอบ ได้แก่ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และที่แก้ไขเพิ่มเติม
- หน่วยงานภาครัฐ ต้องการใช้ความรู้ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และที่แก้ไขเพิ่มเติมเพื่อติดตามสอดส่องพฤติการณ์ผู้ประกอบการ และบูรณาการบังคับใช้กฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภคให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด
- ผู้บริโภคต้องการข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ทันต่อเหตุการณ์ เพื่อให้รู้เท่าทันพฤติการณ์ที่เป็นการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค

2. เป็นงานที่มีการปฏิบัติซ้ำซ้อนอยู่ที่ใดหรือไม่

ไม่

คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้มอบอำนาจให้คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด ดำเนินการพิจารณาถ้อยแถลงร้องทุกข์จากผู้บริโภค ติดตามสอดส่องพฤติการณ์ผู้ประกอบการ และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในจังหวัด ซึ่งที่ผ่านมาพบว่าคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัดยังไม่สามารถปฏิบัติภารกิจบรรลุตามวัตถุประสงค์ รวมถึงไม่มีหน่วยงานควบคุมกำกับดูแล และบังคับใช้กฎหมายที่ สคบ. รับผิดชอบอย่างเคร่งครัด เนื่องจากจังหวัดจะมีความใกล้ชิดกับผู้ประกอบการในพื้นที่ ทำให้ไม่สามารถดำเนินการบังคับใช้กฎหมายได้อย่างจริงจัง

3. เป็นงานที่ถือเป็นหน้าที่หลักใช่หรือไม่

ใช่

เป็นหน้าที่หลักในการบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และที่แก้ไขเพิ่มเติม

4. เป็นงานที่มอบ/กระจายอำนาจไปให้ภูมิภาค/ท้องถิ่นได้หรือไม่

ไม่

เนื่องจากเป็นลักษณะงานซึ่งต้องใช้ผู้ปฏิบัติงานที่มีความรู้ทางวิชาการเฉพาะด้าน ที่ต้องอาศัยทักษะ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ของบุคลากร รวมถึงศักยภาพและความพร้อมขององค์กรตลอดจนมีลักษณะของการบังคับใช้กฎหมาย และมีบทลงโทษผู้กระทำ ความผิด ซึ่งส่วนภูมิภาคและส่วนท้องถิ่นยังขาดความรู้ ความเชี่ยวชาญ อีกทั้งส่วนราชการในภูมิภาคและท้องถิ่นจะมีความใกล้ชิดกับผู้ประกอบธุรกิจในลักษณะพึ่งพาอาศัย

5. เป็นงานที่ดำเนินการโดยจัดตั้งเป็นองค์กรของรัฐรูปแบบอื่นได้หรือไม่

ไม่

ไม่เหมาะสมที่จะดำเนินการโดยจัดตั้งเป็นองค์กรของรัฐรูปแบบอื่น เนื่องจากเป็นการปฏิบัติงานเพื่อช่วยแก้ไขปัญหาของประชาชนซึ่งเป็นผู้บริโภค นอกจากนี้ยังเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการควบคุม กำกับดูแล และบังคับใช้ตามกฎหมาย

6. เป็นงานที่จำเป็นต้องดำเนินการโดยรัฐทั้งหมดหรือไม่

ใช่

เนื่องจากเป็นงานบริการโดยไม่มุ่งหวังผลกำไรและผู้รับบริการจะต้องเป็นผู้บริโภค นอกจากนี้ยังเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการควบคุม กำกับดูแล และบังคับใช้ตามกฎหมาย

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (2562)

2.2.2 การวิเคราะห์ SWOT

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมเป็นการวิเคราะห์สภาพองค์กร หรือหน่วยงานในปัจจุบัน เพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค หรือสิ่งทีอาจเป็นปัญหาสำคัญในการดำเนินงานสู่สภาพที่ต้องการในอนาคต SWOT Analysisเป็นการวิเคราะห์สภาพองค์กร หรือหน่วยงานในปัจจุบัน เพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดเด่น จุดด้อย หรือสิ่งทีอาจเป็นปัญหาสำคัญในการดำเนินงานสู่สภาพที่ต้องการในอนาคต SWOTเป็นตัวย่อของข้อความที่มีความหมายดังนี้

- Strengths หมายถึง จุดแข็งหรือข้อได้เปรียบ
- Weaknesses หมายถึง จุดอ่อนหรือข้อเสียเปรียบ
- Opportunities หมายถึง โอกาสที่จะดำเนินการได้
- Threats หมายถึง อุปสรรค ข้อจำกัด หรือปัจจัยที่คุกคามการดำเนินงานขององค์กร

หลักการสำคัญของ SWOT ก็คือการวิเคราะห์โดยการสำรวจสภาพแวดล้อม ๒ ด้าน ได้แก่ สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งเป็นการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน เพื่อให้รู้ตนเอง (รู้เรา) รู้จักสภาพแวดล้อม (รู้เขา) ชัดเจน และวิเคราะห์โอกาส-อุปสรรค การวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ทั้งภายนอกและภายในองค์กร ซึ่งจะช่วยผู้บริหารขององค์กรทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายนอกองค์กร ทั้งสิ่งที่ได้เกิดขึ้นแล้วและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมทั้งผลกระทบของ การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ที่จะมีผลต่อองค์กร และจุดแข็ง จุดอ่อน และความสามารถด้านต่าง ๆ ที่องค์กรมีอยู่ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการกำหนด วิสัยทัศน์ การกำหนดกลยุทธ์และกิจกรรมดำเนินการขององค์กรที่เหมาะสมต่อไป ประโยชน์ ของการวิเคราะห์ SWOT จะช่วยให้เข้าใจได้ว่ามีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างไร จุดแข็งขององค์กรจะเป็นความสามารถภายในที่ถูกใช้ประโยชน์เพื่อการบรรลุเป้าหมาย ในขณะที่จุดอ่อนขององค์กรจะเป็นคุณลักษณะภายในที่อาจจะทลาย ผลการดำเนินงาน โอกาสทาง สภาพแวดล้อมจะเป็นสถานการณ์ที่ให้โอกาสเพื่อการบรรลุเป้าหมายขององค์กรในทางกลับกันอุปสรรค ทางสภาพแวดล้อมจะเป็นสถานการณ์ที่ขัดขวางการบรรลุเป้าหมายขององค์กร ผลจากการวิเคราะห์ SWOT นี้จะใช้เป็นแนวทางในการกำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดกลยุทธ์ เพื่อให้องค์กรเกิดการพัฒนา ไปในทางที่เหมาะสม

ผู้จัดทำรายงานได้วิเคราะห์สภาพแวดล้อม และสภาพองค์กร ตามหลักการสำคัญของ SWOT แล้วพบว่า การดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาค มีดังนี้

- จุดแข็ง (Strengths)

มีโครงสร้างในรูปแบบคณะกรรมการหรือคณะกรรมการเฉพาะด้านต่างๆที่ชัดเจน ทำให้สามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- จุดอ่อน (Weaknesses)

คือ เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในส่วนภูมิภาคมีฐานะเป็นเพียงพนักงานจ้างเหมาบริการ ไม้มีความมั่นคงในอาชีพจึงทำให้เกิดการสับเปลี่ยนหมุนเวียนเจ้าหน้าที่ส่งผลให้เกิดงานค้าง อีกทั้งเจ้าหน้าที่ยังขาดความน่าเชื่อถือจากบุคคลภายนอก และขาดการส่งเสริมประสานงานในอาชีพ

- โอกาส (Opportunities)

พบว่า รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. ๒๕๖๐ แผนยุทธศาสตร์แห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๘๐ และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560 – 2564 ได้ส่งเสริมการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคไทยโดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนภูมิภาคจึงเป็นโอกาส ในการขอรับการสนับสนุนงบประมาณและอัตรากำลังเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานด้านการคุ้มครอง ผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่นได้

-อุปสรรค (Threats)

โดยการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่นยังคงมีอุปสรรค ที่สำคัญคือผู้ประกอบการในพื้นที่มักเป็นผู้มีอิทธิพลและเป็นผู้สนับสนุนการดำเนินงานในด้านต่างๆ ของจังหวัด หรือในบางกรณีนักการเมืองท้องถิ่นก็จะเป็นผู้ประกอบการเอง ทำให้เกิดอุปสรรค ในการแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภคได้ อีกทั้ง ยังเกิดความเกรงใจในการตรวจสอบเพื่อบังคับใช้

กฎหมายได้ นอกจากนั้นยังพบว่า การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเป็นการเปิดโอกาสให้สินค้าที่ไม่มีมาตรฐานผ่านเข้าสู่ตลาดได้ง่าย

ซึ่งจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน และภายนอก ของหน่วยงานแล้ว สามารถจัดวางทิศทางองค์กร โดยกำหนดยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ของหน่วยงาน และเป้าหมายการให้บริการของหน่วยงาน ได้ดังนี้

2.2.2 ยุทธศาสตร์หน่วยงาน

- (1) ปราบปรามผู้ประกอบการธุรกิจซึ่งมีพฤติกรรมอันเป็นการละเมิดสิทธิผู้บริโภค ตลอดจนสินค้าอันตรายที่คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีคำสั่งห้ามขาย
- (2) ป้องกันมิให้มีการกระทำอันอาจเป็นการละเมิดสิทธิผู้บริโภค
- (3) ประสานความร่วมมือทุกภาคส่วนในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคใน ส่วนภูมิภาคให้มีความเข้มแข็ง

2.2.3 เป้าหมายการให้บริการหน่วยงาน

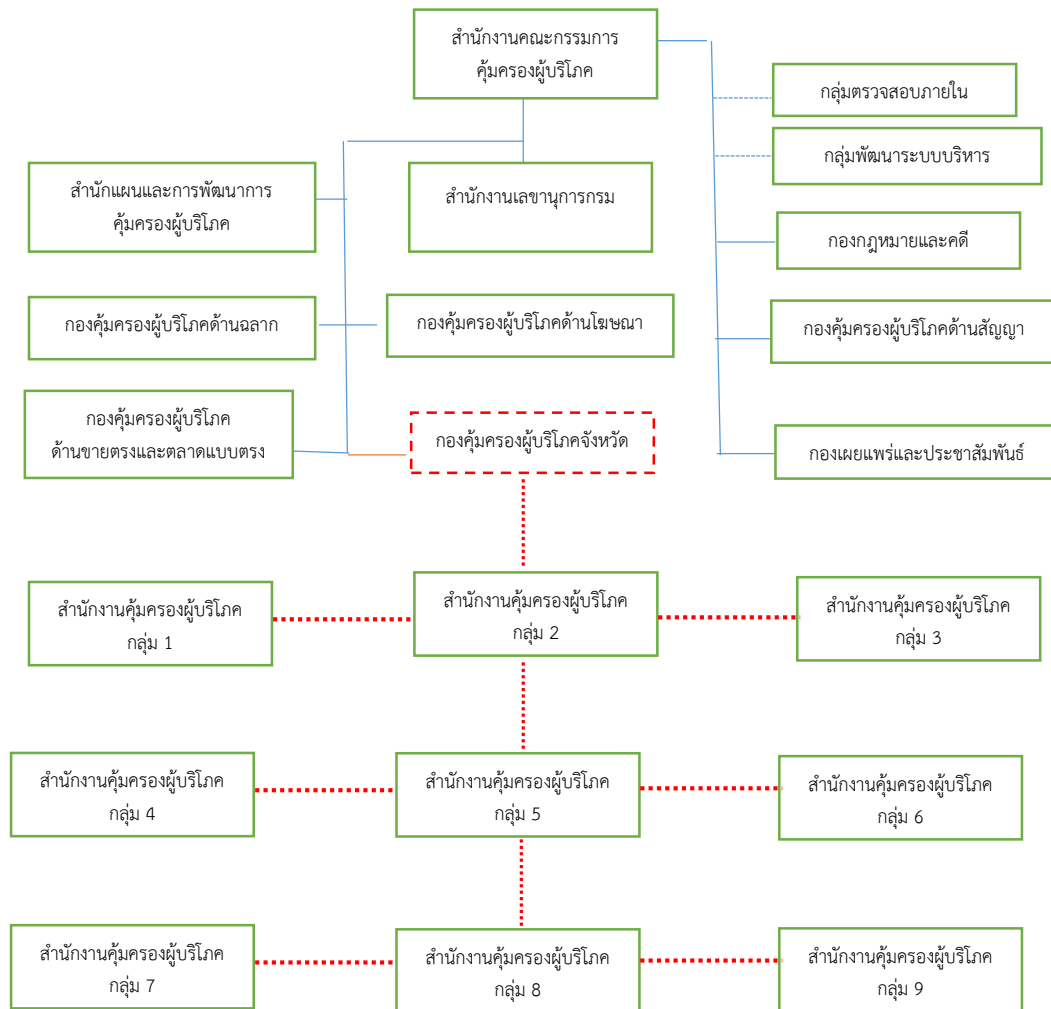
- (1) พัฒนาระบบงานด้านการรับเรื่องร้องทุกข์และการดำเนินคดีแทนผู้บริโภคให้สามารถตอบสนองความคาดหวังของประชาชนในพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- (2) เพิ่มประสิทธิภาพในด้านกระบวนการเจรจาไกล่เกลี่ยระงับข้อพิพาทระหว่างผู้บริโภคกับผู้ประกอบธุรกิจในส่วนภูมิภาคโดยให้เกิดเป็นธรรมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย
- (3) บริหารจัดการให้เกิดความเป็นธรรมทางการค้า
- (4) พัฒนางานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทุกระดับในส่วนภูมิภาคสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
- (5) ปรับปรุงระบบบริหารจัดการองค์กรให้เป็นศูนย์ข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาค

2.2.4 กลยุทธ์หน่วยงาน

- (1) พัฒนาระบบงานด้านการรับเรื่องร้องทุกข์และการดำเนินคดีแทนผู้บริโภคให้สามารถตอบสนองความคาดหวังของประชาชนในพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- (2) เพิ่มประสิทธิภาพให้กระบวนการเจรจาไกล่เกลี่ยระงับข้อพิพาทระหว่างผู้บริโภคกับผู้ประกอบธุรกิจโดยคำนึงถึงความเป็นธรรม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- (3) บริหารจัดการให้เกิดความเป็นธรรมทางการค้าให้มีความยั่งยืน
- (4) พัฒนางานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทุกระดับในส่วนภูมิภาคสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
- (5) ปรับปรุงระบบบริหารจัดการองค์กรให้เป็นศูนย์ข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาค

ซึ่งในการจัดตั้งกองคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัด โดยมีสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภคกลุ่มทั้ง 9 กลุ่ม และกำหนดให้เจ้าหน้าที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัดอยู่ภายใต้การบังคับบัญชาของสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภคกลุ่ม เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการบังคับบัญชา และปรับปรุงให้เจ้าหน้าที่สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัดเป็นข้าราชการเพื่อให้มีสถานะเป็นพนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 อยู่ภายใต้การบังคับบัญชาของสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภคกลุ่ม ซึ่งจะเป็นการแก้ไขระบบการบังคับบัญชาไม่ให้เกิดความสับสน และมีความคล่องตัวในการปฏิบัติงานและทำหน้าที่ในการส่งเสริมและสนับสนุนงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้กับคณะอนุกรรมการชุดต่างๆ ที่คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้มีการแต่งตั้ง ให้สามารถดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น โดยขอให้ม็อดตรากำลังเป็นข้าราชการจังหวัดละ 1 คน รับผิดชอบการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และทำหน้าที่เป็นฝ่ายเลขานุการคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด คณะอนุกรรมการใกล้เคียงเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคประจำจังหวัด และคณะอนุกรรมการเปรียบเทียบความผิดที่เกิดขึ้นในจังหวัดอื่น นอกเขตกรุงเทพมหานคร โดยขอความอนุเคราะห์สถานที่ตั้งในศาลากลางจังหวัด รวมทั้งจัดให้มีรถยนต์ 1 คัน เพื่อใช้เป็นพาหนะในการเดินทางไปปฏิบัติราชการในจังหวัดพื้นที่ที่รับผิดชอบ และปัจจุบันผู้จัดทำรายงานได้เสนอให้มีการปรับปรุงองค์ประกอบของคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัดตามมติคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค โดยให้ผู้อำนวยการสำนักประสานและส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัดเป็นอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด เพื่อให้มีส่วนร่วมในการพิจารณาเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคในส่วนภูมิภาค ซึ่งภายหลังที่มีการจัดตั้งสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภคเขต และสำนักประสานและส่งเสริมคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัด ทำให้สำนวนเรื่องราวร้องทุกข์ที่ยังคงค้างอยู่ในภูมิภาคมีปริมาณที่ลดลง จากสถิติการแก้ไขปัญหาเรื่องราวร้องทุกข์ให้กับผู้บริโภคในส่วนภูมิภาค ตั้งแต่ปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 - 2561 คิดเป็นร้อยละ 55.81 , 58.45 , 79.56 , 82.47 และ ร้อยละ 80.89 ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าการแก้ไขปัญหาเรื่องราวร้องทุกข์ในส่วนภูมิภาคประสบความสำเร็จมากขึ้น แต่เนื่องจากงานคุ้มครองผู้บริโภคยังเป็นงานฝากรอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกลุ่มงานศูนย์ดำรงธรรมจังหวัด ทำให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคไม่สามารถกำหนดค่าเป้าหมายของตัวชี้วัดการแก้ไขปัญหาเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคได้ ซึ่งหากมีการจัดตั้งกองคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดและสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภคกลุ่มขึ้น สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจะสามารถกำหนดตัวชี้วัดในด้านการแก้ไขปัญหาเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคได้ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 80 ซึ่งจะช่วยให้กลไกการขับเคลื่อนงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่นสามารถตอบสนองยุทธศาสตร์ของชาติในด้านการสร้างโอกาส ลดความเหลื่อมล้ำ และความเสมอภาคทางสังคม โดยมุ่งเน้นการแก้ไขกฎหมายที่ไม่เป็นธรรม ปรับปรุงระบบและกลไกในการคุ้มครองผู้บริโภค สนับสนุนการบริโภคอย่างยั่งยืน และส่งเสริมให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีบทบาทในการคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งโครงสร้างการแบ่งส่วนราชการที่จะเสนอขอปรับปรุงใหม่ แสดงได้ดังนี้

รูปที่ 2 โครงสร้างการแบ่งส่วนราชการที่เสนอขอปรับปรุงใหม่



ที่มา : สำนักประสานและส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัด สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (2562)

โดยกำหนดพื้นที่ที่รับผิดชอบ ดังนี้

กลุ่ม 1 พระนครศรีอยุธยา รับผิดชอบพื้นที่ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จังหวัดนนทบุรี จังหวัดปทุมธานี จังหวัดสระบุรี จังหวัดชัยนาท จังหวัดลพบุรี จังหวัดสิงห์บุรี และ จังหวัดอ่างทอง

กลุ่ม 2 จังหวัดชลบุรี รับผิดชอบพื้นที่ จังหวัดชลบุรี จังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดนครนายก จังหวัดปราจีนบุรี จังหวัดสระแก้ว จังหวัดสมุทรปราการ จังหวัดจันทบุรี จังหวัดชลบุรี จังหวัดตราด และจังหวัดระยอง

กลุ่ม 3 จังหวัดนครปฐม รับผิดชอบพื้นที่ จังหวัดนครปฐม จังหวัดกาญจนบุรี จังหวัดราชบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดเพชรบุรี จังหวัดสมุทรสงคราม จังหวัดสมุทรสาคร

กลุ่ม 4 จังหวัดสุราษฎร์ธานี รับผิดชอบพื้นที่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี จังหวัดชุมพร จังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดพัทลุง จังหวัดกระบี่ จังหวัดตรัง จังหวัดพังงา จังหวัดภูเก็ต และ จังหวัดระนอง

กลุ่ม 5 จังหวัดสงขลา รับผิดชอบพื้นที่ จังหวัดสงขลา จังหวัดนราธิวาส จังหวัดปัตตานี จังหวัดยะลา และจังหวัดสตูล

กลุ่ม 6 จังหวัดอุดรธานี รับผิดชอบพื้นที่ จังหวัดอุดรธานี จังหวัดบึงกาฬ จังหวัดเลย จังหวัดหนองคาย จังหวัดหนองบัวลำภู จังหวัดนครพนม และจังหวัดมุกดาหาร

กลุ่ม 7 จังหวัดเชียงใหม่ รับผิดชอบพื้นที่ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดแม่ฮ่องสอน จังหวัดลำปาง จังหวัดลำพูน จังหวัดเชียงราย จังหวัดน่าน จังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่

กลุ่ม 8 จังหวัดพิษณุโลก รับผิดชอบพื้นที่ จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดตาก จังหวัดเพชรบูรณ์ จังหวัดสุโขทัย จังหวัดอุตรดิตถ์ จังหวัดกำแพงเพชร จังหวัดนครสวรรค์ จังหวัดพิจิตร และ จังหวัดอุทัยธานี

กลุ่ม 9 จังหวัดนครราชสีมา รับผิดชอบพื้นที่ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดกาฬสินธุ์ จังหวัดขอนแก่น จังหวัดมหาสารคาม จังหวัดร้อยเอ็ด จังหวัดยโสธร จังหวัดศรีสะเกษ จังหวัดอำนาจเจริญ จังหวัดอุบลราชธานี จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดบุรีรัมย์ และจังหวัดสุรินทร์

โดยให้มีอำนาจและหน้าที่ ดังนี้

1. ประสานนโยบายและดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์และจัดทำแผนปฏิบัติการไปสู่การปฏิบัติในระดับจังหวัดและท้องถิ่น ให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ชาติ รวมทั้งเร่งรัดติดตามประเมินผลการปฏิบัติงานในพื้นที่ที่รับผิดชอบ

2. บริหารจัดการเรื่องร้องทุกข์

3. สนับสนุนการทำหน้าที่ฝ่ายเลขานุการของคณะกรรมการในระดับจังหวัดและท้องถิ่น

4. สนับสนุนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมรณรงค์การคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค

ให้กับประชาชนในพื้นที่ที่รับผิดชอบ

5. ปฏิบัติงานอื่นที่คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคและสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมอบหมาย

2.3 การวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

การปรับปรุงโครงสร้างส่วนราชการ ครอบคลุมการดำเนินงานตั้งแต่ส่วนราชการผู้รับผิดชอบจัดทำคำชี้แจงประกอบคำขอจัดตั้งส่วนราชการ การนำเสนอคำชี้แจงฯ ต่อที่ประชุมคณะทำงานแบ่งส่วนราชการภายในกรม กลั่นกรองคำชี้แจงประกอบการปรับปรุงการแบ่งส่วนราชการของส่วนราชการเสนอต่อที่ประชุมกลุ่มภารกิจและคณะกรรมการพัฒนาโครงสร้างระบบราชการของสำนักนายกรัฐมนตรี เพื่อพิจารณาให้ความเห็นชอบ นำเสนอผลการพิจารณาต่อผู้บริหารระดับสูงของกระทรวง และนำเสนอสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ รวมทั้งติดตามผลการพิจารณาจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจนถึงการประกาศใช้กฎหมาย

การขอจัดตั้งหน่วยงานของรัฐทั้งที่เป็นส่วนราชการและไม่เป็นส่วนราชการ คณะรัฐมนตรีในการประชุมเมื่อวันที่ 24 กรกฎาคม 2550 ได้พิจารณามิมีมติเห็นชอบเกี่ยวกับขั้นตอนการจัดตั้งหน่วยงานของรัฐตามที่สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ เสนอ โดยกรณีการขอจัดตั้งส่วนราชการระดับต่ำกว่ากรม จะต้องดำเนินการตามมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 19 ธันวาคม 2549 ซึ่งจะต้องดำเนินการตามขั้นตอนการเสนอร่างกฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการภายในกรม ตามหนังสือสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ ที่ นร 1200/ว 18 ลงวันที่ 1 ตุลาคม 2550 เรื่อง แนวทางการจัดส่วนราชการในภูมิภาค ซึ่งผู้จัดทำรายงานได้ทำการวิเคราะห์ปริมาณงานย้อนหลังและเป้าหมายล่วงหน้า กรอบค่าใช้จ่ายล่วงหน้า และอัตรากำลังเจ้าหน้าที่ ดังนี้

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ปริมาณงานย้อนหลังและเป้าหมายล่วงหน้า

งาน/ กิจกรรม	ตัวชี้วัด	หน่วย นับ	ปริมาณงานย้อนหลัง			เป้าหมายล่วงหน้า		
			ปี 59	ปี 60	ปี 61	ปี 63	ปี 64	ปี 65
การ แก้ไข ปัญหา เรื่อง ร้อง ทุกข์	ร้อยละ ความสำเร็จ ในการแก้ไข ปัญหาเรื่อง ร้องทุกข์	จำนวน เรื่อง	6,376	4,308	3,355	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 80	ไม่ น้อยกว่า ร้อยละ 80	ไม่ น้อยกว่า ร้อยละ 80
การ ตรวจ สอบ ผู้ ประกอบ ธุรกิจ	จำนวนผู้ ประกอบ ธุรกิจที่ ได้รับการ ตรวจสอบ	จำนวน ราย	3,765	-	116	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 40 ของผู้ ประกอบ ธุรกิจ ใน จังหวัดที่ จดทะเบียน การค้า	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 50 ของผู้ ประกอบ ธุรกิจ ใน จังหวัดที่ จดทะเบียน การค้า	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 60 ของผู้ ประกอบ ธุรกิจ ใน จังหวัดที่ จดทะเบียน การค้า

ที่มา : สำนักประสานและส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัด สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค(2562)

ตารางที่ 5 กรอบค่าใช้จ่ายล่วงหน้า

แหล่งเงิน	งบประมาณ ปัจจุบัน	ประมาณการรายจ่ายล่วงหน้า		
	ปี 62	ปี 63	ปี 64	ปี 65
เงินงบประมาณ				
- งบบุคลากร (ส่วนภูมิภาค)	1,286,500	1,329,000	1,371,500	1,414,000
- งบดำเนินงาน	51,426,300	98,223,300	93,307,100	93,307,100
- งบลงทุน	21,480,400	5,935,600	-	-
- งบรายจ่ายอื่น	69,002,100	110,278,000	60,790,000	60,790,000
รวมทั้งสิ้น	219,280,800	309,478,300	253,736,700	257,431,200

ที่มา : สำนักประสานและส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัด สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (2562)

ตารางที่ 6 กรอบอัตรากำลัง

โครงสร้างอัตรากำลังบุคลากร กองคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัด			
บุคลากรของกอง	กรอบอัตรา (คน)	อัตรากำลังปัจจุบัน	อัตราขอตั้งใหม่
ข้าราชการ	11	11	46
พนักงานราชการ	9	9	45
พนักงานจ้างเหมาบริการ (ส่วนกลาง)	5	5	-
พนักงานจ้างเหมาบริการ (เขต 1-9)	36	4	-
พนักงานจ้างเหมาบริการส่วนภูมิภาค (จังหวัดละ 2 คน)	152	152	-
รวมจำนวน	213	213	91

ที่มา : สำนักประสานและส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัด สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (2562)

การจัดตั้งกองคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัด และสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภคกลุ่ม ตามตารางที่ 6 กรอบอัตรากำลัง เป็นการขออัตรากำลังตั้งใหม่ให้แก่สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภคเขต ทั้ง 9 กลุ่ม โดยแบ่งเป็นข้าราชการประเภทอำนวยการระดับต้น จำนวน ๑ อัตรากำลัง ข้าราชการปฏิบัติการ/ชำนาญการ/ชำนาญการพิเศษ จำนวน 9 กลุ่ม ๆ ละ 4 อัตรากำลัง รวมเป็นจำนวน 45 อัตรากำลัง รวมจำนวนทั้งสิ้น 46 อัตรากำลัง และพนักงานราชการ 9 กลุ่ม ๆ ละ 5 อัตรากำลัง รวมเป็นจำนวน 45 อัตรากำลัง รวมจำนวนที่ขออัตรากำลังตั้งใหม่ทั้งสิ้น 91 อัตรากำลัง โดยจะได้มีการกำหนดให้สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภคกลุ่ม มีการกำหนดให้มีตัวชี้วัดตามคำรับรองการปฏิบัติราชการ โดยร้อยละความสำเร็จในการแก้ไขปัญหา เรื่องร้องทุกข์จากผู้บริโภคต้องไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 และต้องเป็นไปตามมาตรฐานข้อตกลงระดับ การให้บริการการตรวจสอบผู้ประกอบการธุรกิจจะต้องไม่น้อยกว่าร้อยละ 40 ของผู้ประกอบการที่ จดทะเบียนการค้าในพื้นที่ และเพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 10 ในปีต่อไป ซึ่งกรอบโครงสร้างและอัตรากำลัง ของกองคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัด จะทำให้การดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาค และท้องถิ่นบรรลุเป้าประสงค์ของยุทธศาสตร์ชาติในการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องทุกข์ ลดความเหลื่อมล้ำ และบังคับใช้กฎหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ประกอบกับ ตามหนังสือสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ ที่ นร 1200/ว 18 ลงวันที่ 27 ธันวาคม 2549 เรื่อง การปรับปรุงมติคณะรัฐมนตรี เรื่อง กฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการ โดยคณะรัฐมนตรีในการประชุม เมื่อวันที่ 19 ธันวาคม 2549 ได้มีมติเห็นชอบแนวทางปฏิบัติในการ เสนอร่างกฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการภายในกรม ดังนี้

(1) ให้กรมเจ้าของเรื่อง แต่งตั้งคณะทำงานแบ่งส่วนราชการภายในกรม โดยมีผู้แทน หน่วยงาน)กลาง ประกอบด้วย สำนักงาน ก.พ. สำนักงาน ก.พ.ร. สำนักงบประมาณ กระทรวงการคลัง สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และสำนักงานคณะกรรมการ กฤษฎีกา เข้าร่วมเป็นคณะทำงานดังกล่าว และมีเจ้าหน้าที่ของกรมเป็นฝ่ายเลขานุการ และกระทรวง แต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาโครงสร้างระบบราชการของกระทรวง โดยมีองค์ประกอบ ดังนี้ รัฐมนตรีว่าการกระทรวง เป็นประธาน ปลัดกระทรวง เลขาธิการ ก.พ.ร. เลขาธิการ ก.พ. ผู้อำนวยการ สำนักงบประมาณ ปลัดกระทรวงการคลัง เลขาธิการคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติ เลขาธิการคณะกฤษฎีกา เลขาธิการคณะรัฐมนตรี เป็นกรรมการ และมีเจ้าหน้าที่ของ กระทรวง กับเจ้าหน้าที่ของสำนักงาน ก.พ.ร. เป็นฝ่ายเลขานุการ

(2) ให้คณะทำงานแบ่งส่วนราชการภายในกรม เสนอเรื่องต่อคณะกรรมการพัฒนา โครงสร้างระบบราชการของกระทรวงแล้วให้ส่งร่างกฎหมายแบ่งส่วนราชการที่คณะกรรมการพัฒนา โครงสร้างระบบราชการของกระทรวงพิจารณาแล้ว ให้ ก.พ.ร. พิจารณา และเมื่อ ก.พ.ร. พิจารณาให้ ความเห็นชอบแล้ว ให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงส่งร่างกฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการดังกล่าว ให้สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกาตรวจพิจารณา แล้วให้สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกาส่งร่าง กฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการที่ได้ตรวจพิจารณาเสร็จแล้วให้สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี เพื่อเสนอ คณะรัฐมนตรีทราบ และสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรีดำเนินการเพื่อประกาศในราชกิจจานุเบกษา ต่อไป อนึ่ง ในกรณีที่ ก.พ.ร. และคณะกรรมการพัฒนาโครงสร้างระบบราชการของกระทรวง มีความเห็นไม่สอดคล้องกัน ให้สำนักงาน ก.พ.ร. ส่งร่างกฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการ ให้สำนักงาน

เลขาธิการคณะรัฐมนตรีนำเสนอคณะรัฐมนตรีพิจารณา แล้วส่งให้สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกาตรวจพิจารณาแล้วดำเนินการต่อไปได้

นอกจากนี้ สำนักงานตรวจเงินแผ่นดิน ได้ตรวจติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาค และได้มีความเห็นในเชิงนโยบายในการที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจำเป็นต้องปรับปรุงโครงสร้างเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน รวมทั้งตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

อีกทั้ง ตามนโยบายของรัฐบาลตามยุทธศาสตร์การปรับขนาดกำลังคนภาครัฐ ที่ไม่ต้องการเพิ่มอัตรากำลังบุคลากรภาครัฐ ดังนั้น การที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจะเสนอเพื่อขอรับการพิจารณากรอบอัตรากำลังตั้งใหม่คงเป็นไปได้ยากในสถานการณ์ปัจจุบัน ตามตารางที่ 6 ดังนั้น เพื่อให้การคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาค สามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็ว เป็นธรรม ลดความเหลื่อมล้ำ ครอบคลุมทุกพื้นที่ ตามวิสัยทัศน์ที่ได้นำเสนอไว้ และสอดคล้องตามนโยบายและยุทธศาสตร์ของรัฐบาล ผู้จัดทำรายงานจึงขอเสนอแนวคิดในการขอรับการจัดสรรกรอบอัตรากำลังตั้งใหม่เบื้องต้นในการจัดตั้งกองคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัด จำนวน 10 อัตรา ประกอบด้วย ตำแหน่งผู้อำนวยการกองคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัด 1 อัตรา และตำแหน่งข้าราชการปฏิบัติกร/ชำนาญการ/ชำนาญการพิเศษ จำนวน 9 กลุ่ม ๆ ละ 1 อัตรา รวม 9 อัตรา เพื่อให้สามารถปฏิบัติหน้าที่ในฐานะพนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ในการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคได้อย่างมีประสิทธิภาพและลดความเหลื่อมล้ำในสังคมได้อย่างเป็นรูปธรรม

2.3 ภาวะผู้นำเพื่อการขับเคลื่อนข้อเสนอ

เพื่อให้สามารถดำเนินการตามข้อเสนอเชิงนโยบายในการพัฒนาองค์กรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการรองรับบทบาทภารกิจของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาค สามารถขับเคลื่อนสู่เป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ต้องอาศัยผู้นำที่มีภาวะ ดังนี้

2.3.1 มีวิสัยทัศน์มองการณ์ไกล โดยมุ่งความสำเร็จขององค์กร สามารถมองเห็นภาพความสำเร็จในอนาคตอย่างชัดเจน ก้าวทันต่อเหตุการณ์และสถานการณ์ปัจจุบัน ตลอดจน คาดคะเนเห็นการเปลี่ยนแปลงในอนาคต สามารถกำหนดทิศทางและกลยุทธ์ขององค์กรไปสู่เป้าหมาย โดยวางแผนการทำงาน จัดกำลังคน ทรัพยากร และลงมือปฏิบัติเพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์

2.3.2 เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีบทบาทในการวางแผน บริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ สร้างและขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในองค์กร สามารถประสานงานกับบุคคลทั้งระดับบนและระดับล่าง รวมถึงการควบคุมและดูแลกิจกรรมต่าง ๆ ให้ดำเนินไปได้ด้วยดี โดยต้องเป็นเสมือนคนกลางที่ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชา

2.3.3 เป็นผู้นำกลยุทธ์ที่มีความคิดเชิงกลยุทธ์ในการกำหนดแนวทางที่ดีที่สุดภายใต้สภาวะต่างๆ เพื่อบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ มีความยืดหยุ่นพลิกแพลงเพื่อการบรรลุเป้าหมาย สามารถสื่อสารเจรจาต่อรอง และแก้ปัญหา รวมทั้งตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยรวบรวมปัญหาสำคัญหรือปัญหา

เพื่อใช้ในการแก้ปัญหาและการตัดสินใจอย่างมีประสิทธิภาพ มีการใช้เทคนิคในการแก้ปัญหาสามารถเลือกใช้แนวทางที่ดีที่สุดในการแก้ปัญหา โดยเน้นการตัดสินใจอย่างรวดเร็วเป็นระบบและต่อเนื่อง รวมถึงมีการตรวจสอบ ปรับปรุงการแก้ปัญหาและการตัดสินใจทุกครั้ง เพื่อให้เกิดความรอบคอบในการบริหาร

2.3.4 มีความรู้และความเชี่ยวชาญ โดยการนำความรู้ความเชี่ยวชาญในแต่ละเรื่องมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานขององค์กร สามารถให้คำแนะนำปรึกษา แสวงหาโอกาสในการเรียนรู้ทางด้านวิชาการและวิชาชีพของตน รวมทั้งเฝ้าหาความรู้เพิ่มเติมในด้านอื่น ๆ ให้ทันต่อสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงและสร้างให้เกิดกระบวนการและบรรยากาศในการเรียนรู้ ตลอดจนการคาดการณ์แนวโน้มของการนำความรู้ที่จำเป็นไปประยุกต์ใช้ในการทำงานให้เกิดประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล

2.3.5 เป็นผู้นำที่กล้าคิด มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และสร้างนวัตกรรมเพื่อการเปลี่ยนแปลงการพัฒนาปรับปรุงการทำงานให้ดียิ่งขึ้น โดยการนำเสนอความริเริ่มใหม่ๆ รวมถึงการประยุกต์และพัฒนาวิธีการการเปลี่ยนแปลงที่ดีกว่า และคิดค้นวิธีการใหม่ๆ เพื่อนำมาใช้ในการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมาย

2.3.6 มีคุณธรรม จริยธรรม ในการครองตนและการประพฤติ ปฏิบัติตนให้ถูกต้องเหมาะสมทั้งตามหลักกฎหมาย และหลักคุณธรรม จริยธรรม ตลอดจน หลักการในวิชาชีพของตน โดยมุ่งประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตน เพื่อสนับสนุนและผลักดันให้ภารกิจหลักขององค์กรบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้

3.แผนพัฒนาตนเอง

(ข้อมูลส่วนบุคคล ไม่เผยแพร่)

บรรณานุกรม

ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561-2580. (2562). กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการ

ยุทธศาสตร์ชาติ

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

คู่มือการปฏิบัติงานการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาค. กรุงเทพฯ: สำนักประสานและส่งเสริม
การคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัด สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค.

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค.//(2562).//รายงานผลตามแผนปฏิบัติการประจำปี.//
สืบค้นเมื่อวันที่ 25 มีนาคม 2562,/จาก/ [http:// www.ocpb.go.th/more_news.php?cid=313](http://www.ocpb.go.th/more_news.php?cid=313)

กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข.//(2560).//คู่มือการปฏิบัติงาน
กระบวนการปรับปรุงโครงสร้างส่วนราชการ.//สืบค้นเมื่อวันที่ 25 มีนาคม 2562,/จาก/
<https://opdc.moph.go.th>

ประวัติผู้เขียนรายงานการศึกษาส่วนบุคคล

นายศรัณย์ รัชเฝ้า

ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรี	บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยรังสิต	2539
	นิติศาสตรบัณฑิต	มหาวิทยาลัยรามคำแหง 2555
ปริญญาโท	เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต 2543
ปริญญาเอก	ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์	มหาวิทยาลัยรามคำแหง 2550

ประสบการณ์การรับราชการ

เจ้าหน้าที่วิเคราะห์งานบุคคล 4	สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (ก.พ.)
นักพัฒนาระบบราชการ 5	สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (ก.พ.ร.)
นักพัฒนาทรัพยากรบุคคล 6ว	สำนักพัฒนาบุคลากรกระทรวงยุติธรรม กระทรวงยุติธรรม
บุคลากร 7ว	กองการเจ้าหน้าที่ สำนักงานปลัดกระทรวงยุติธรรม
นักทรัพยากรบุคคลชำนาญการ	สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตในภาครัฐ
นักสืบสวนสอบสวนชำนาญการพิเศษ	สำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภค
	สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
ผู้อำนวยการกองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง	สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

รางวัลหรือทุนการศึกษา (เฉพาะที่สำคัญ)

ข้าราชการพลเรือนดีเด่น ปี 2558

ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบันและสถานที่ทำงาน

ผู้อำนวยการกองคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา	สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
รักษาราชการแทนผู้อำนวยการสำนักประสานและส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัด	สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
รักษาราชการแทนผู้อำนวยการศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค