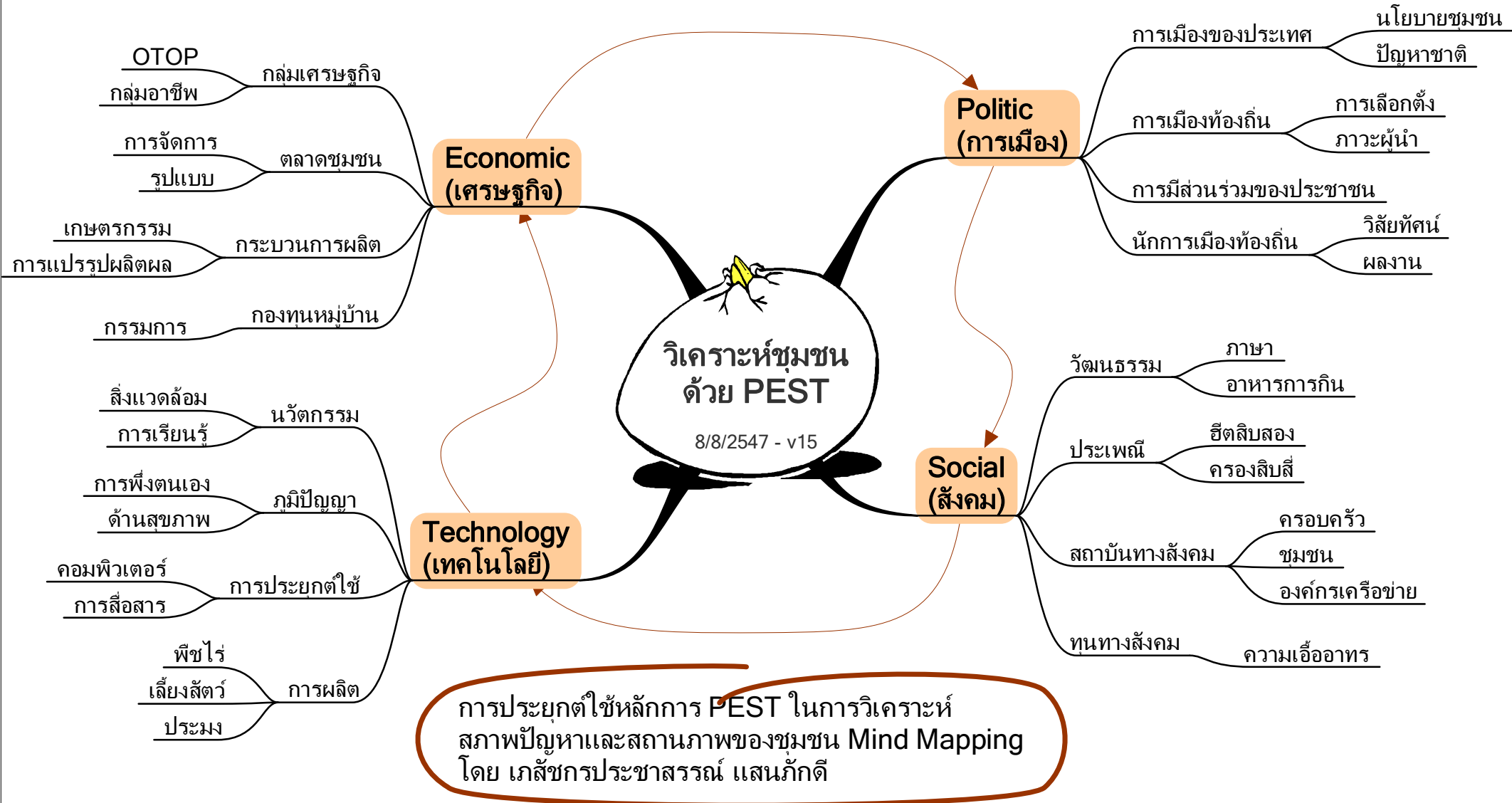
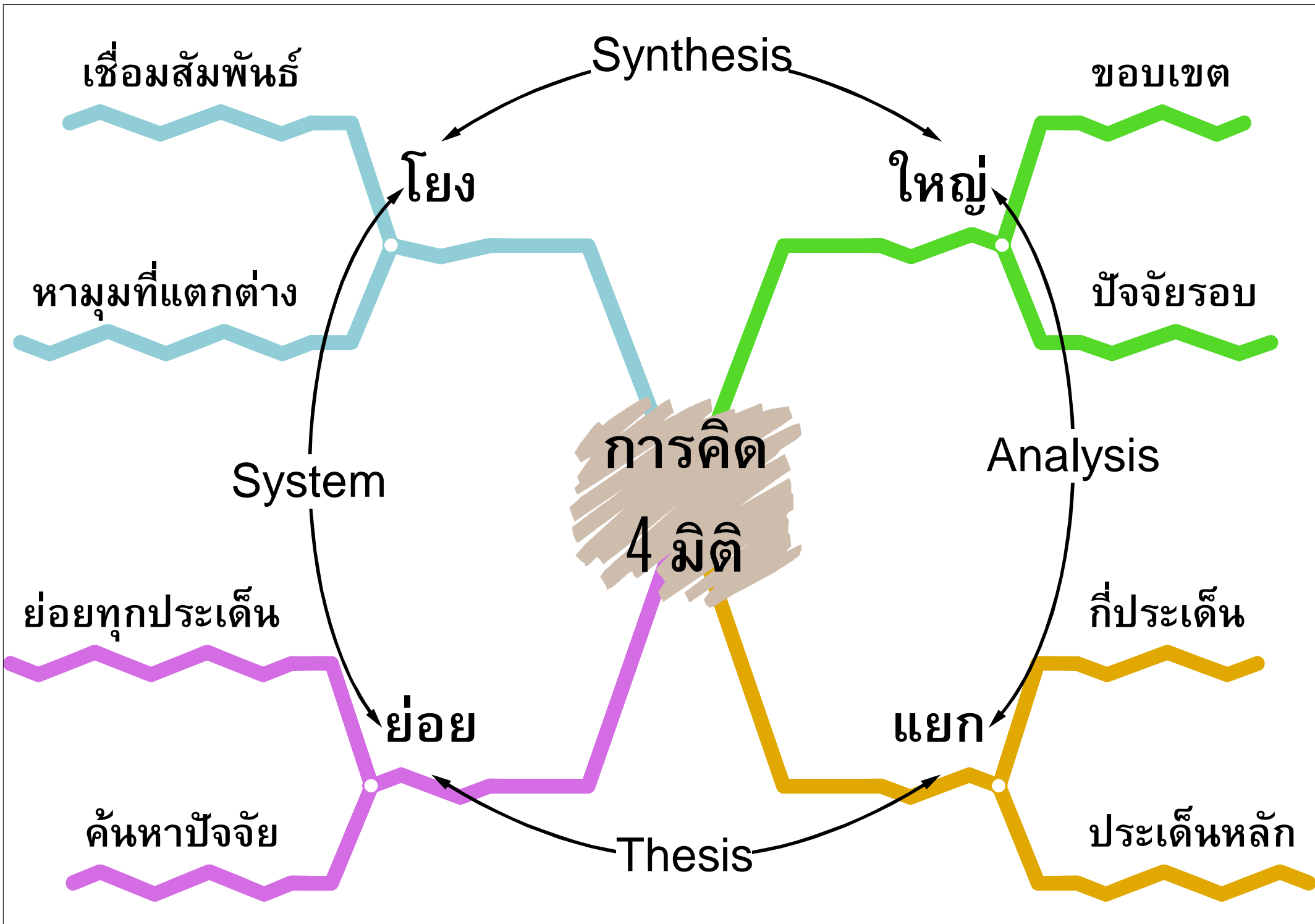


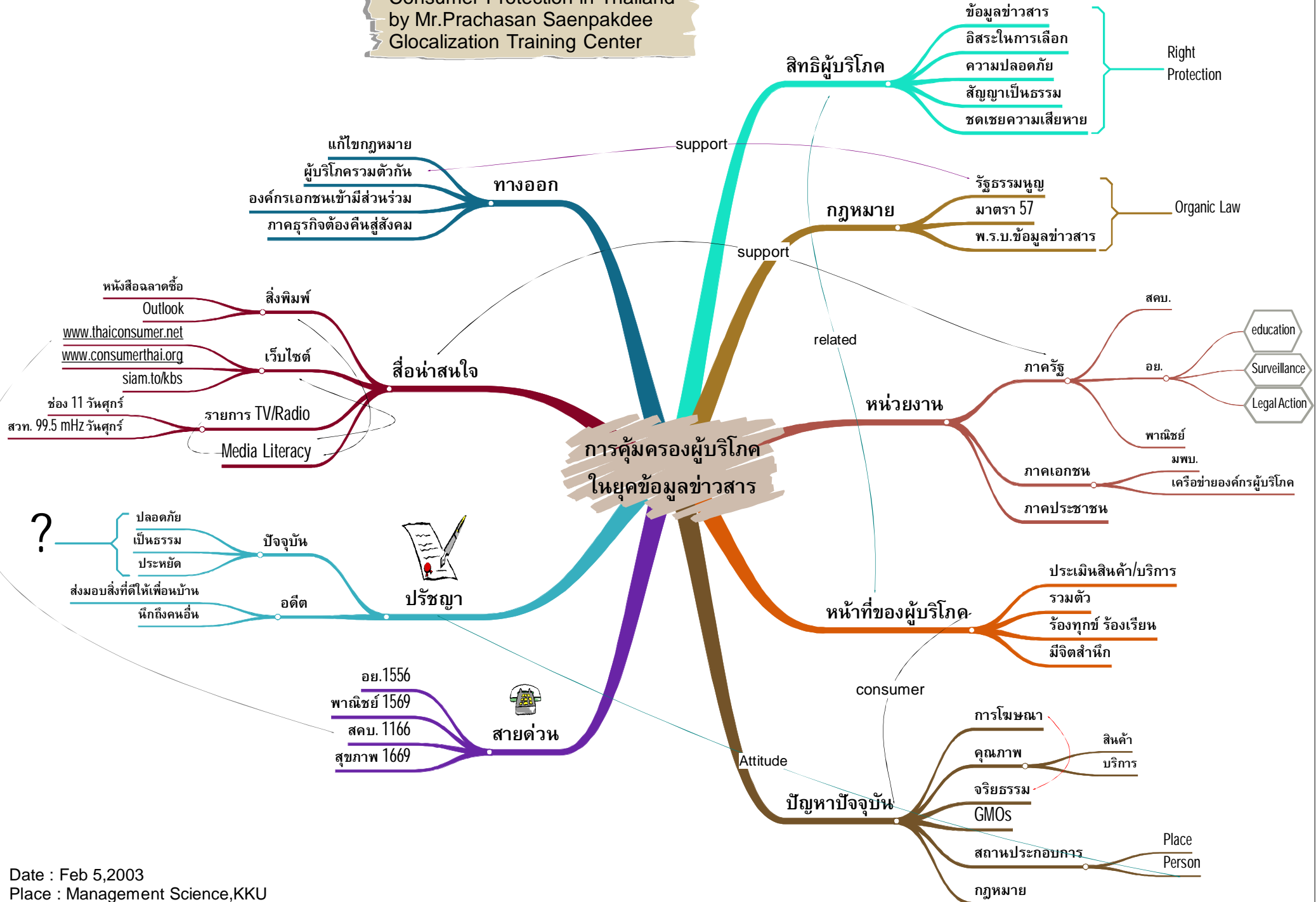
เอกสารประกอบการฝึกภาคสนาม  
มหาวิทยาลัยขอนแก่น พ.ศ. 2547





Consumer Protection in Thailand  
by Mr.Prachasan Saenpakdee  
Glocalization Training Center

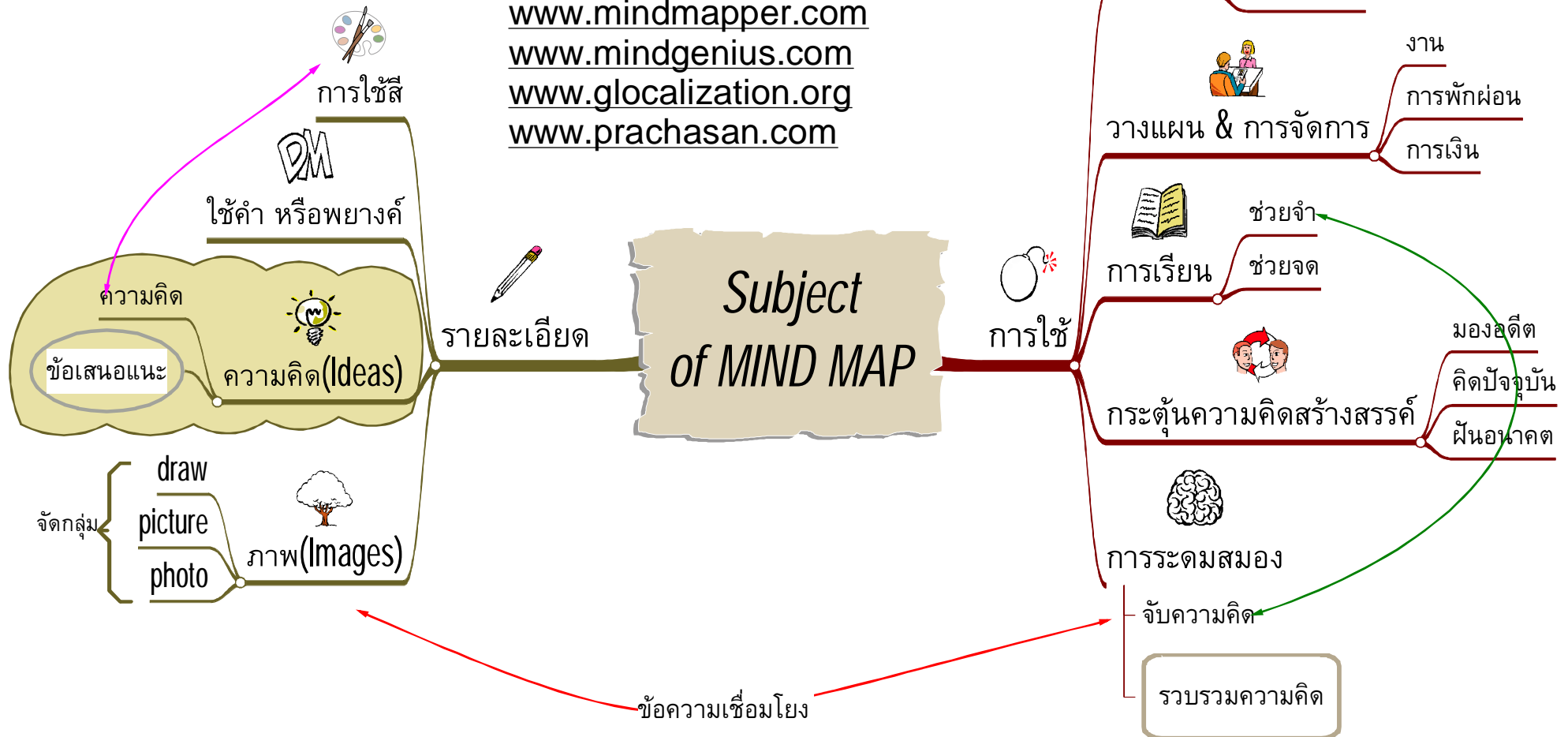
การคุ้มครองผู้บริโภค  
ในยุคข้อมูลข่าวสาร

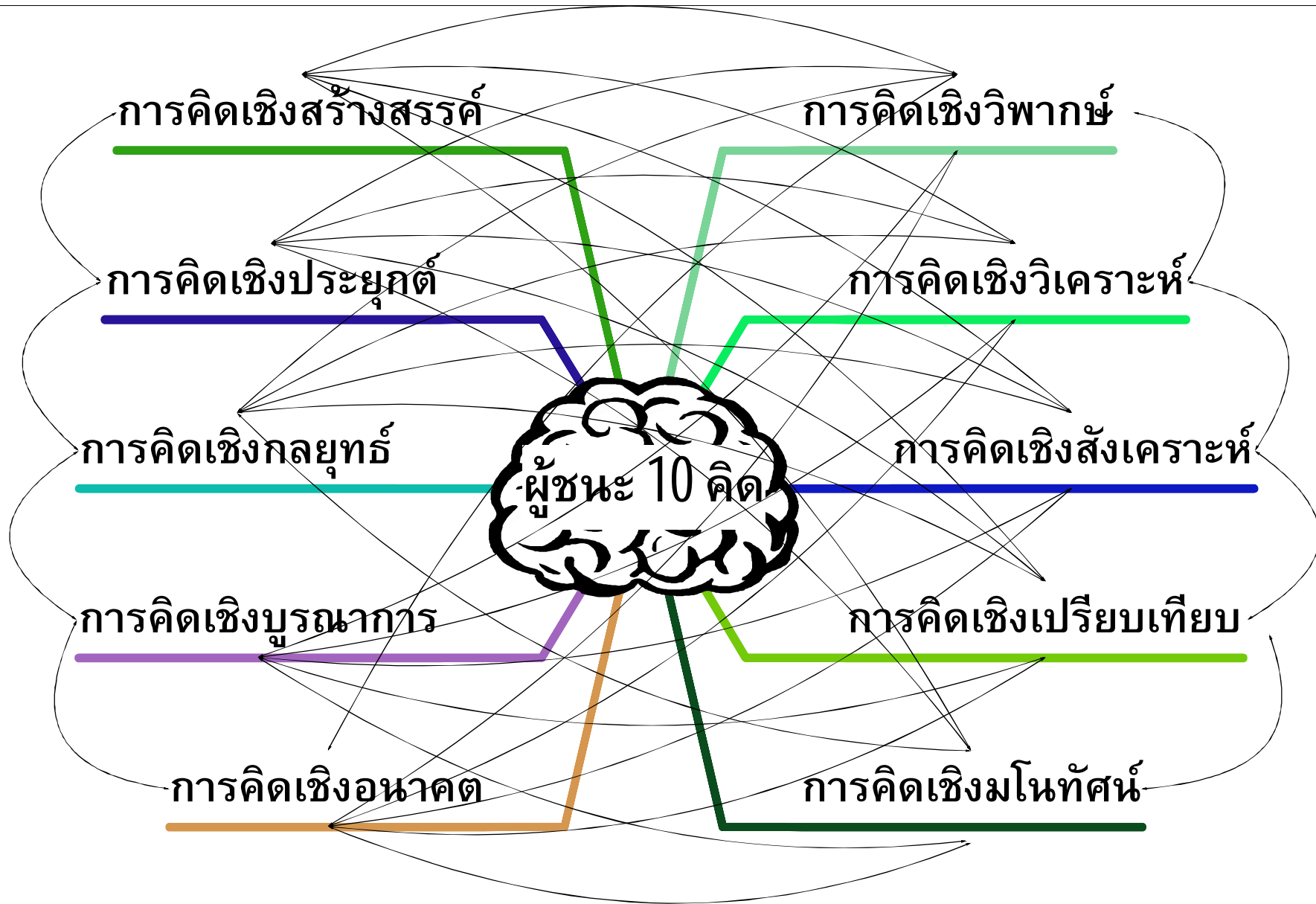


เอกสารประกอบการบรรยาย เรื่อง การประยุกต์ใช้แผนที่ความคิดในการบริหารจัดการ  
 (Mind Map for Management) โดย เกษัชกรประชาสวรรณ แสนภักดี M.P.H. CMU  
 ศูนย์ฝึกอบรมภูมิปัญญาสู่สากล - Globalization Training Center, Khon Kaen

concept of Mind Map (R)

- [www.mind-map.com](http://www.mind-map.com)
- [www.mindjet.com](http://www.mindjet.com)
- [www.mindmapper.com](http://www.mindmapper.com)
- [www.mindgenius.com](http://www.mindgenius.com)
- [www.glocalization.org](http://www.glocalization.org)
- [www.prachasan.com](http://www.prachasan.com)



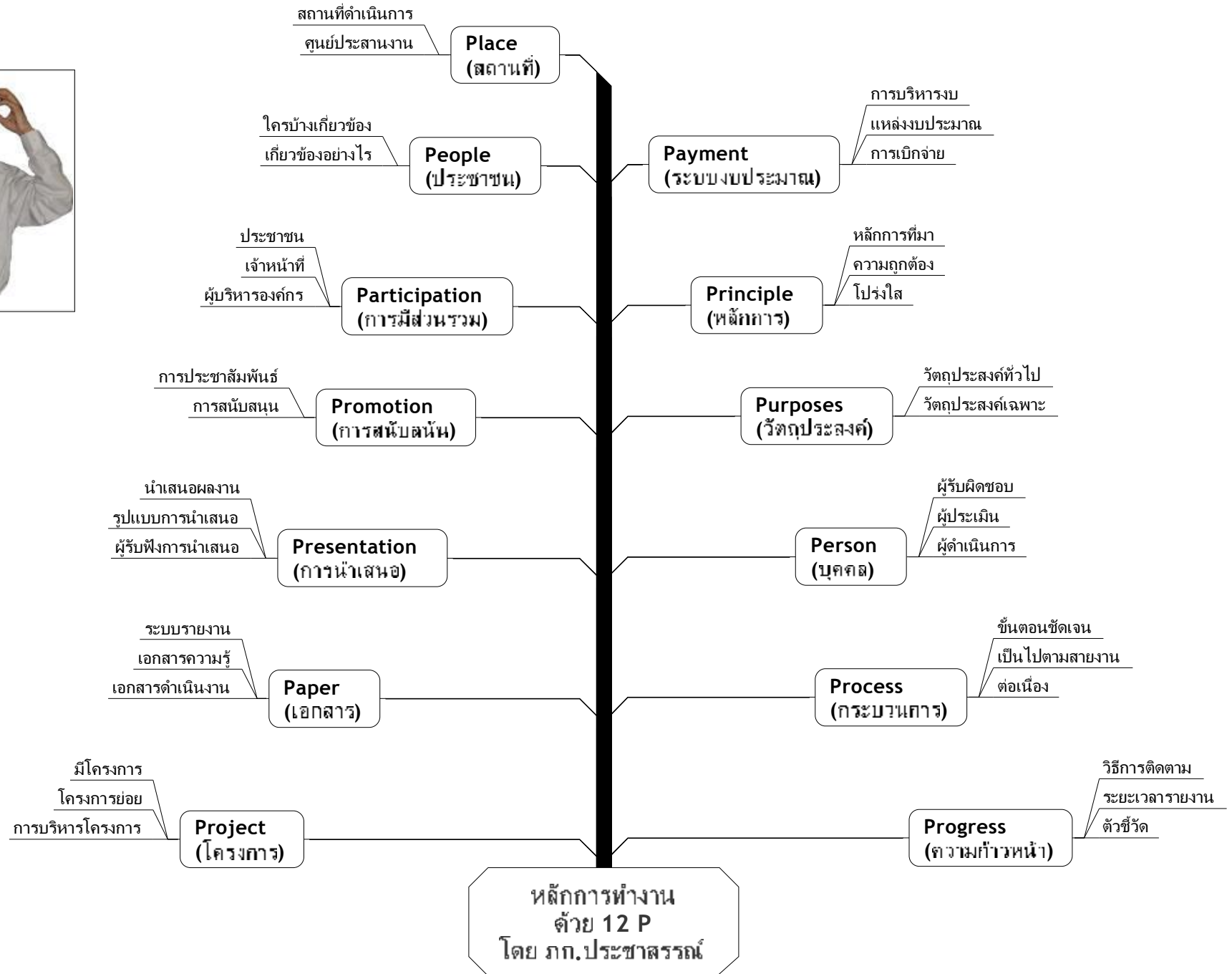


เครื่องมือความคิด เพื่อการเป็นผู้ชนะทางความคิด

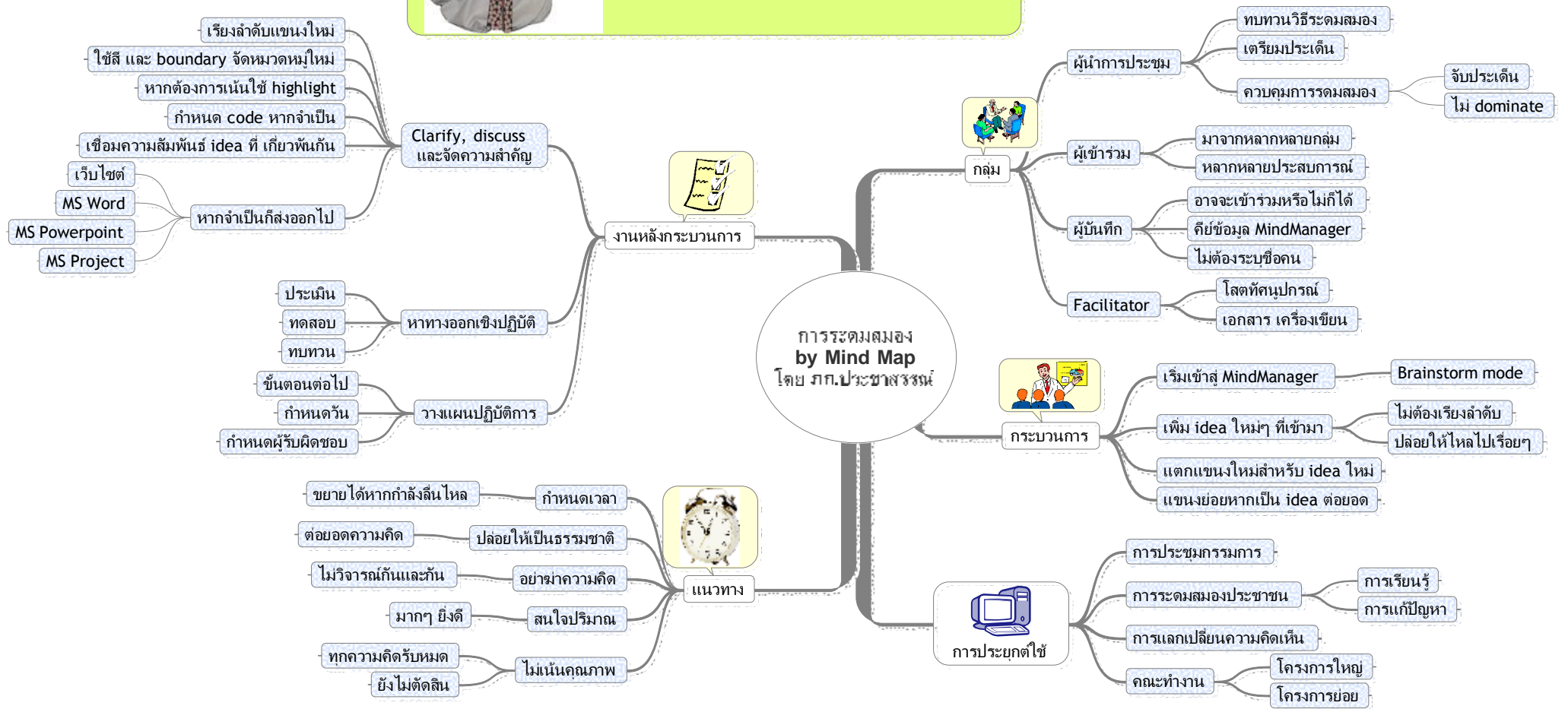
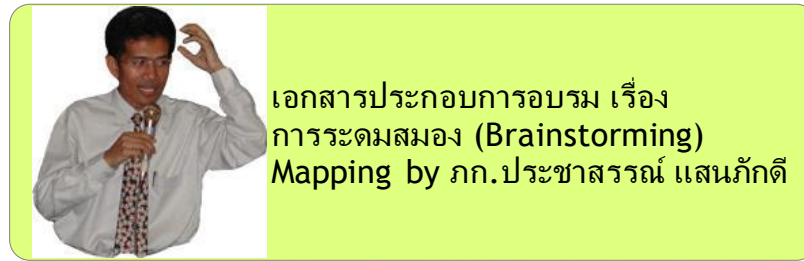
โดย ศ.ดร.เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์

Mind Map by ภก.ประชาธรรม แสนภักดี

หลักการนิเทศติดตามงานเภสัชสาธารณสุขด้วย 12 P โดย เกษัชกรประชาสรรค์ แสนภักดี



# หลักการในการระดมสมอง Brainstorming โดย ภก.ประชาสรรณ แสนภักดี



เริ่มต้นด้วยหมวกคิดสีขาว  
(Factual)

ต่อมาเป็นการใช้งานหมวกเขียว  
(Problem Solving)

ผู้เข้าร่วมประชุมทดลองใช้หมวกเหลือง  
(Generate New Ideas)

หลังจากนั้นเริ่มใช้งานหมวกสีดำ  
(Obstacles)

การประยุกต์ใช้  
การคิดหมวก 6 ใบ

ต่อมาที่ประชุมใช้งานหมวกเขียว  
(Problem Solving)

ที่ประชุมกลับไปใช้หมวกดำอีกครั้ง  
(Negative Motion)

ต่อมาจึงใช้หมวกสีเขียว  
(Problem Solving)

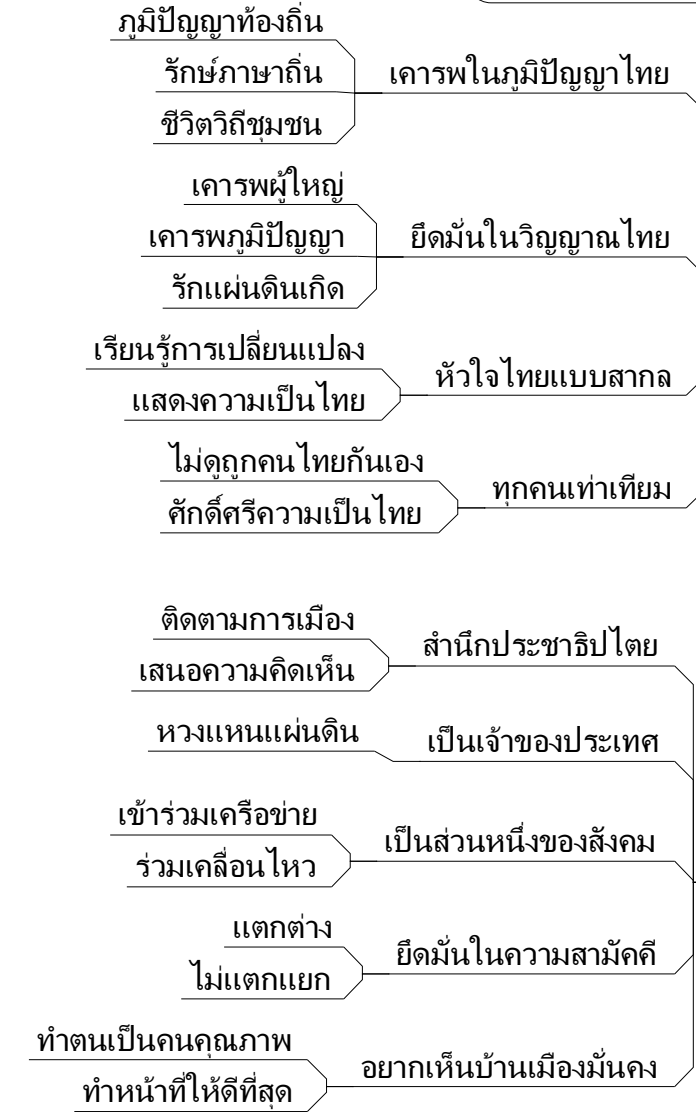
สรุปสุดท้ายด้วยหมวกสีฟ้ามองภาพรวม  
(Bird Eye view)



นำเสนอการสร้างสังคมดี เริ่มที่ 5 สำนัก โดย เกษัชกรประชาสรรค์ แสนภักดี ศูนย์ฝึกอบรมภูมิปัญญาสุสากาล

**สังคมดี เริ่มที่ 5 ส (ภก.ประชาสรรค์) เขียนที่บ้านใจ**

สังคมดีไม่มีขาย  
อยากได้ต้องร่วมสร้าง



**สำนักไทย (THAI MIND)**

**สำนักพลเมือง (CIVIC MIND)**

**สำนักสาธารณะ (PUBLIC MIND)**

**สำนักสุขภาพ (HEALTH MIND)**

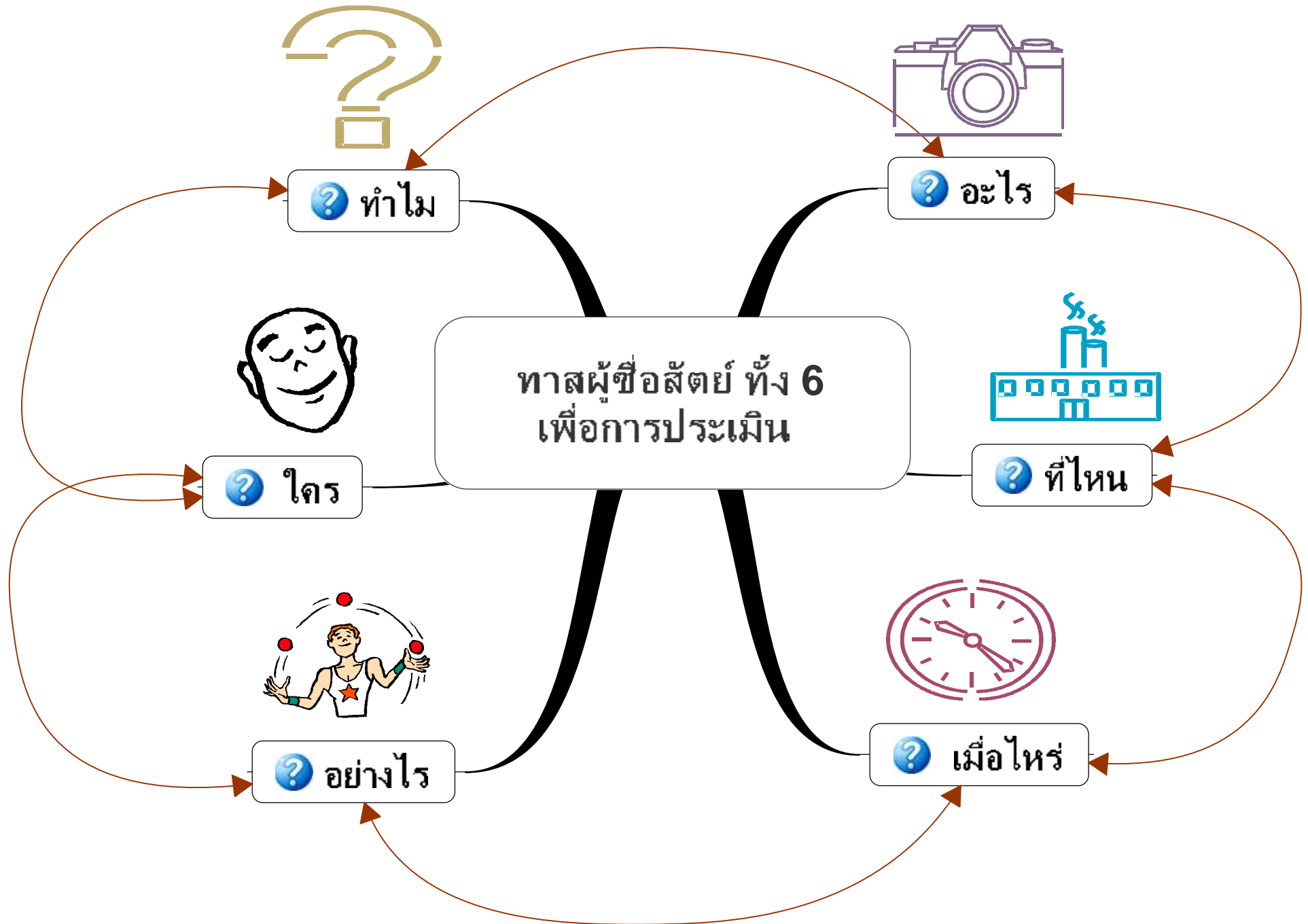
**สำนักดี (GOOD MIND)**

- ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม
- ไม่สร้างปัญหาสังคม
- ไม่เห็นแก่ตัวจนเกินงาม
- เกรงใจสังคม

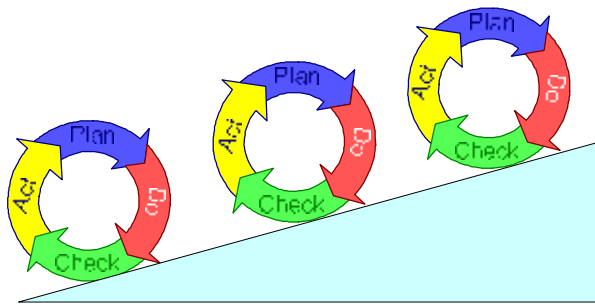
- ออกกำลังกาย เป็นประจำ
- สม่ำเสมอ
- บริโภคที่แก่นสาร
- ดูแลตนเอง
- กาย
- ใจ
- จิตวิญญาณ
- มีส่วนร่วมในการสร้างสุขภาพ

- คิดในสิ่งที่ดี
  - พัฒนาตน
  - รักการอ่าน
  - พัฒนาคน
  - รักการอ่าน
  - พัฒนาชาติ
- สำนักเพื่อชาติ
  - ประหยัดเพื่อชาติ
  - รักษาวัฒนธรรมชาติ
  - ไม่คดโกง
- เป็นส่วนหนึ่งของสังคม
  - การเคลื่อนไหวทางสังคม
  - การรวมกลุ่มประชาคม
  - สร้างสังคมแห่งการเรียนรู้

พื้นฐานการพัฒนาการคิดด้วยทาสผู้ข้อสัต์ยทั้ง 6 เพื่อใช้เป็นกรอบในการประเมินผู้ฟัง



เรื่องราวของ Deming cycle Mind Mapping โดย ภก.ประชาสรรค์ แสนภักดี M.P.H.



- Flow chart
- Histogram
- Pareto Chart
- Fishbone Diagram
- Check sheet
- Control chart
- Scatter Diagram
- Brainstorming

เครื่องมือที่ใช้ (Tools)

Practical PDCA

- งานขององค์กร
- งานส่วนตัว

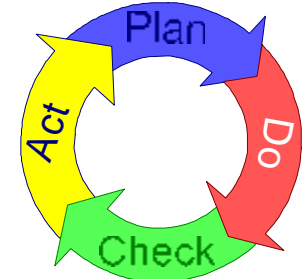
ประวัติ

- 1930
  - Walter Shewhart
  - วรงค์ Shewhart
  - ที่ Bell Laboratories
- 1950
  - W. Edwards Deming
  - วรงค์ Deming

วรงค์ Deming บุคแรก

- ออกแบบ
- ผลิต
- ขาย
- วิจัย

PDCA วรงค์ Deming



เป้าหมายที่ดี SMARTER

- Specific
- Measurable
- Acceptable
- Realistic
- Time Frame
- Extending
- Rewarding

คัดเลือกกระบวนการที่จะแก้ปัญหา และปรับปรุง



ข้อคิดสำหรับ นักสื่อสาร  
เพื่อผู้บริโภค  
28/6/2547 - Rev. 26

1. วิชาการ

- 1.1. ศาสตร์ที่ถนัด
- 1.2. เรื่องที่บรรยาย
- 1.3. ศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง

2. วิชาชีพ

- 2.1. สบายงาม
- 2.2. ตั้งใจทำ
- 2.3. เรียบง่าย

3. วิทยากร

- 3.1. ประยุกต์เทคโนโลยี
- 3.2. ทบทวน
- 3.3. ติดตามข่าวสาร

4. รับผิดชอบ

- 4.1. มองไกล
- 4.2. มองกว้าง
- 4.3. ส่วนตน/ส่วนรวม

5. วิสัยทัศน์

- 5.1. กระตุ้นด้วยการถาม
- 5.2. ฟังถามเพื่อค้นหา
- 5.3. เตรียมตอบคำถาม

6. วิจัย

- 6.1. เอกสาร
- 6.2. บุคคล
- 6.3. กฎหมาย

7. วิเคราะห์

- 7.1. ภาพรวม
- 7.2. ภาพย่อย
- 7.3. การเชื่อมโยง

14. ริวาทะ

- 14.1 แลกเปลี่ยน เรียนรู้
- 14.2 เสวนา
- 14.3 หาดูต่าง

13. วินิจฉัย

- หาเหตุ
- เข้าใจความจริง
- ที่ไป-ที่มา

12. วิจารณ์

- 12.1. สร้างสรรค์
- 12.2. เชิงบวก
- 12.3. ในที่ประชุม
- 12.4. ตรงไปตรงมา

11. วิธีการ

- 11.1. เลือกรูปแบบใหม่
- 11.2. เหมาะสม
- 11.3. น่าสนใจ
- 11.4. ดึงดูด

10. วิจารณ์

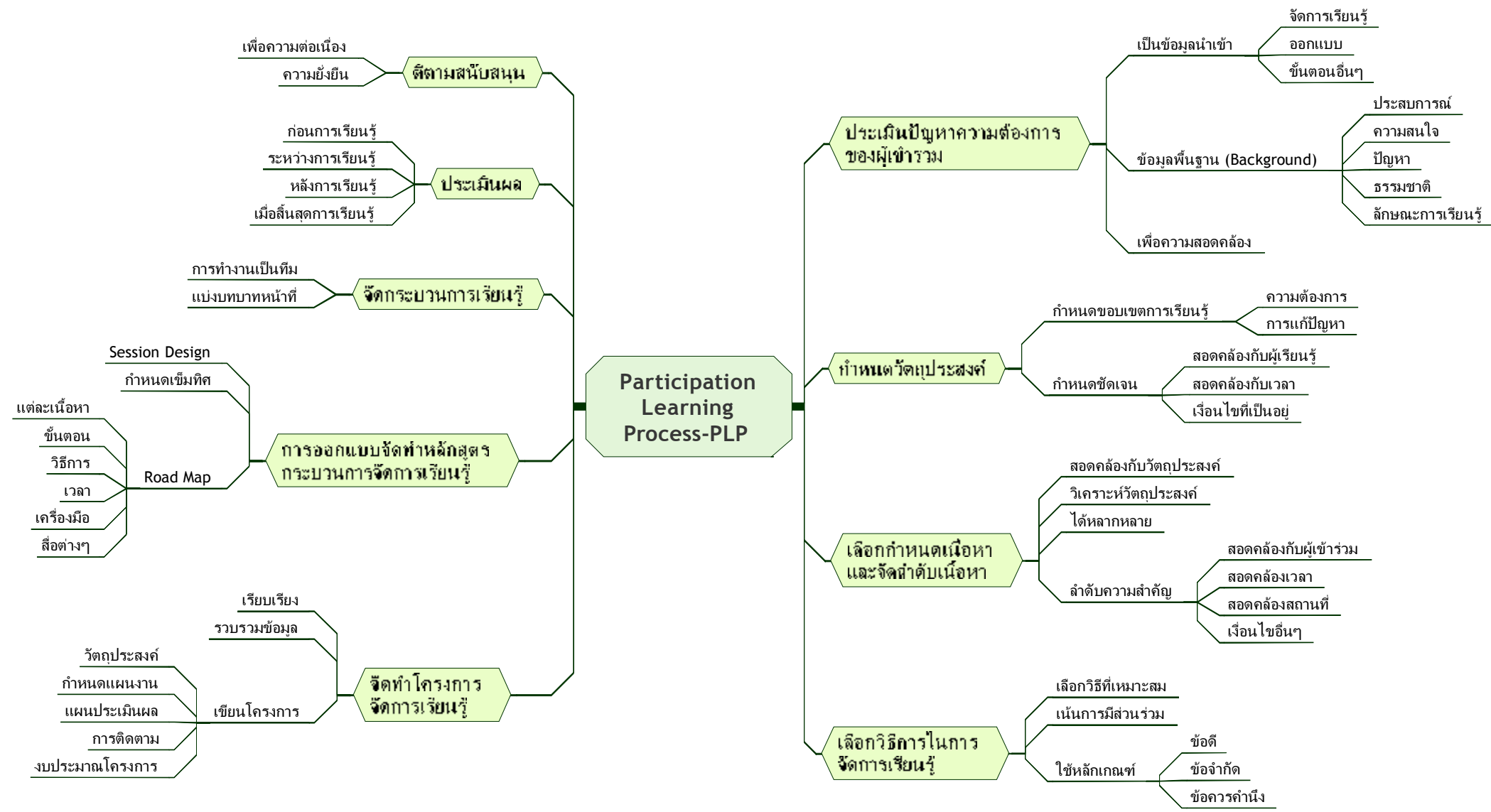
- 10.1. มุ่งมั่น
- 10.2. ลงมือทำทันที
- 10.3. ต่อเนื่อง

9. วิมังสา

- 9.1. ก่อนการบรรยาย
- 9.2. ระหว่างการบรรยาย
- 9.3. หลังการบรรยาย

8. วิพากษ์

- 8.1. ยอมรับการวิพากษ์
- 8.2. ฟังคิดเชิงวิพากษ์



# Consumer Roles Mind Map by Mr.Prachasan Saenpakdee

หน้าที่ของผู้บริโภค

**การติดตามข้อมูลข่าวสาร**  
ผู้จำหน่าย  
ผู้ผลิต  
สื่อมวลชน  
ราชการ  
NGO

**ร้องทุกข์ ร้องเรียน**  
หน่วยงานรัฐ  
NGO  
เอกชน  
ผู้ประกอบการ

**การประเมินสินค้าหรือบริการ**  
ราคา  
ฉลาก  
โฆษณา  
บรรจุภัณฑ์

**เข้าร่วมกิจกรรม**  
เวทีวิชาการ  
รถรงค์  
เข้าชื่อ 50,000  
เดินขบวน

**บริโภคแบบใช้ปัญญา**  
ตามจำเป็น  
สิ่งแวดล้อม  
แก่นสารชีวิต  
นิยมไทย  
ภูมิปัญญา  
ท้องถิ่น

**เฝ้าระวังปัญหา**  
หุฟังโฆษณา  
ตาอ่านฉลาก  
ปากร้องเรียน

**การรวมกลุ่ม**  
ระแวกบ้าน  
ที่ทำงาน  
ชุมชน  
ชมรม  
สังคม  
จังหวัด  
องค์การอิสระ ม.57

ต่อเนื่อง

สคบ  
อย.  
พาณิชย์

มพบ.  
CONKK

เปรียบเทียบ

รัฐธรรมนูญ

Consumer Problems  
by Mr.Prachasan Saenpakdee



- เรื่องสิทธิ
- เรื่องผลิตภัณฑ์
- การตลาด
  - กลไกราคา
  - จำหน่ายตรง
- ไม่รู้
  - รู้เท่า
  - รู้ทัน
  - รู้กัน
  - รู้แก่
  - รู้เขา
  - รู้เรา
- หน้าที่
  - อย่างไร
  - เมื่อใด



ขาดความรู้

ปัญหาผู้บริโภค  
ไทย ในปัจจุบัน  
8/4/2547 - v11



การละเมิดสิทธิ



- ข้อมูลข่าวสาร
- อิสระในการเลือก
- ความปลอดภัยในการบริโภค
- การชดเชยความเสียหาย
- สัญญาที่เป็นธรรม



กฎหมายล่าหลัง

- ไม่ทันเหตุการณ์
- กฎหมายหลายฉบับ
- บทลงโทษไม่รุนแรง



ทางออก

- เร่งดำเนินการมาตรา 57
- รัฐส่งเสริมการรวมกลุ่ม
- จัดให้มีศูนย์ข้อมูลเพื่อผู้บริโภค
- สะท้อนปัญหา
  - สื่อแสดงบทบาท
  - ติดตามประเด็น



ขาดการรวมกลุ่ม

- แยกกันต่อสู้
- องค์กรไม่ชัดเจน
- ไม่มีองค์กรที่จดทะเบียน
- ต่างคนต่างอยู่



ไม่แสดงหน้าที่

- หน้าที่ประเมินผลิตภัณฑ์
  - ก่อนซื้อ
  - ระหว่างใช้
  - หลังใช้งาน
- หน้าที่รวมตัวกัน
  - ชมรม
  - สมาคม
- หน้าที่เฝ้าระวังปัญหา
  - ฉลากสินค้า
  - โฆษณาสินค้า
- การร้องทุกข์
  - ไม่เป็น
  - ไม่ชัดเจน
  - ไม่ทันเวลา

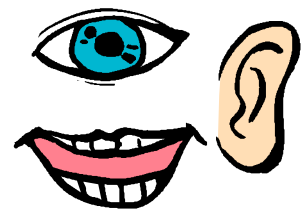


หน้าที่รวมตัวกัน

หน้าที่เฝ้าระวังปัญหา



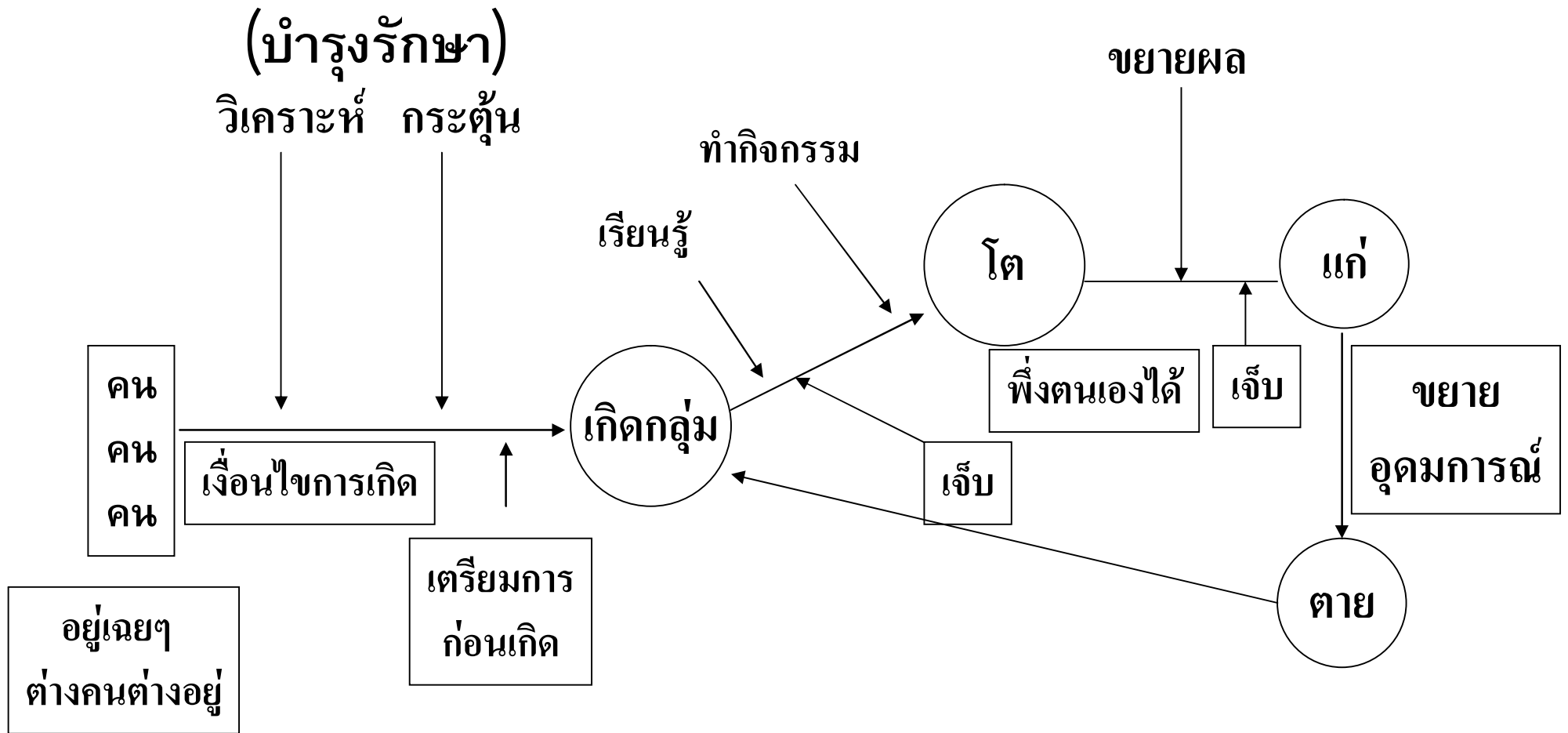
การร้องทุกข์



ข้อมูลข่าวสาร

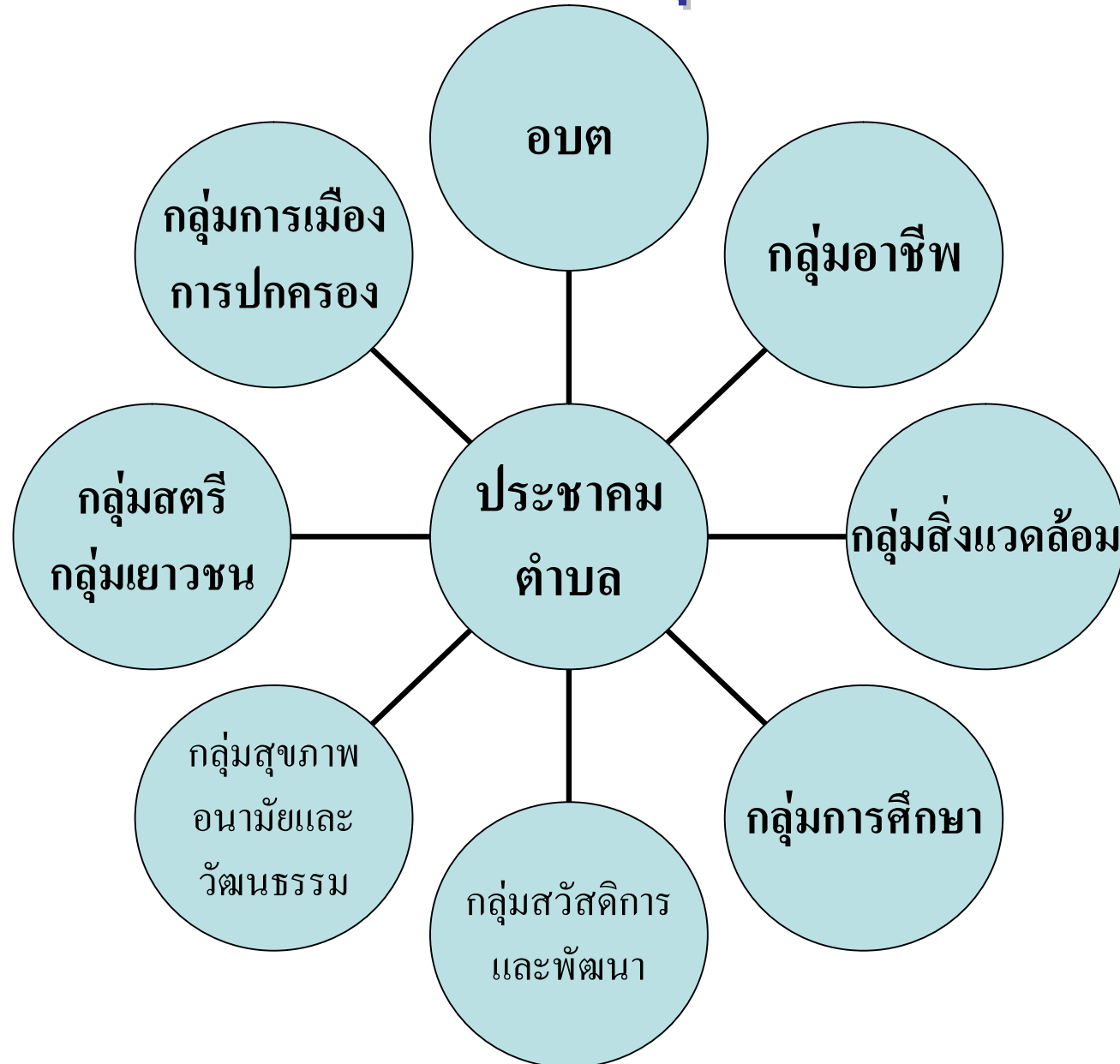
- มีมากเกินไปจนจำเป็น
- คุณภาพข้อมูล
  - ไม่ครบถ้วน
  - บิดเบือน

# แนวคิดเรื่องวงจรชีวิตกลุ่ม





# กรอบแนวคิดการรวมกลุ่มร่วมมือต่าง ๆ



# เรียนรู้ร่วมกัน

เราต้องเรียนรู้จากรากหญ้า แรงศึ่กษาจากชุมชน

เรียนรู้จากใจคน                      รับรู้คนคิดอะไร

รองรับความต้องการ                ไม่หักหาญซึ่งน้ำใจ

ประชามิใช่ไพร่                        ต้องก้าวไปคู่เคียงกัน

# ผู้บริโภคนิโภค ในฐานะของผู้น

• รู้เขา รู้เรา

• รู้เท่า รู้ทัน

• รู้กัน รู้แก้