

บทที่ 3

การบริหารงานและผลการดำเนินการ

การบริหารงานต่าง ๆ ขององค์การไม่ว่าจะเป็นองค์การของรัฐ ซึ่งส่วนมากมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริการสาธารณประโยชน์ หรือองค์การทางธุรกิจของเอกชนที่วัตถุประสงค์เพื่อมุ่งประโยชน์ทางการค้า ก่อนที่จะดำเนินการจะต้องมีการกำหนดนโยบายซึ่งเปรียบเสมือนเป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน เพื่อให้งานสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี นโยบายขององค์การอาจทำเป็นลายลักษณ์อักษรหรือกำหนดด้วยวาจาก็ได้¹ เพราะถ้านโยบายเป็นแนวทางกว้าง ๆ ไม่ต้องมีรายละเอียดมากนัก นโยบายต้องเป็นสิ่งที่เข้าใจง่าย ๆ ยืดหยุ่นได้สามารถตีความหรือเข้าใจความหมายนำไปใช้ในการวางแผนปฏิบัติงานได้ง่าย

นโยบายในการคุ้มครองผู้บริโภค

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค หน้าที่ที่ประสานการปฏิบัติงานเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อยกฐานะความเป็นอยู่ของประชาชนให้ดีขึ้น คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้กำหนดนโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อเป็นแนวทางสำหรับการปฏิบัติงานไว้ว่า² "เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคในการซื้อสินค้าหรือบริการให้ได้รับความเป็นธรรม ปลอดภัยและประหยัด ตลอดจนดำเนินการเผยแพร่วิชาการ และให้ความรู้แก่ผู้บริโภค" จะเห็นว่านโยบายที่วางไว้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความรู้เกี่ยวกับการบริโภคสินค้าและบริการ ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคได้รับความเป็นธรรม ไม่ถูกละเมิดสิทธิในด้านใดด้านหนึ่ง มีความปลอดภัยรวมทั้งการประหยัดเวลาและทรัพย์สิน เพื่อให้ความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ปัจจัยที่เป็นสาเหตุที่นำไปให้รัฐต้องกำหนดนโยบายคุ้มครองผู้บริโภคดังกล่าว ได้แก่

¹ วีรนาถ มานะกิจ และ พรรณี ประเสริฐวงศ์, การสัจตองค์การและการบริหาร (กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2522), หน้า 87

² สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี, "ข่าวสารจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค" (กรุงเทพมหานคร สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี, 2524) หน้า 1

1. ผู้บริโภคไม่ได้รับความปลอดภัยจากสิ่งต่อไปนี้

ปัจจุบันสินค้าและบริการมากมายที่อาจก่อให้เกิดอันตรายแก่ผู้บริโภค เช่น

1.1 ความไม่ปลอดภัยในอาหารและเครื่องดื่ม ผู้บริโภคอาจได้รับอันตรายจากอาหารนั้น ๆ หรือสารประกอบของอาหาร เช่น กรดดินประสิว สีอะมัม ผงฟูรส เชื้อราต่าง ๆ อาหารหระป่อง น้ำดื่ม น้ำแข็ง ความไม่ปลอดภัยนี้อาจเกิดจากการบริโภคไม่ถูกวิธี การบริโภคโดยไม่สามารถทราบถึงอันตรายที่อาจเกิดขึ้น

1.2 ความไม่ปลอดภัยในการใช้ยา มียาหลายชนิดที่เป็นอันตรายต่ออวัยวะต่างๆ ของร่างกาย ความไม่ปลอดภัยนี้อาจจะเกิดจากฤทธิ์ของยาเอง หรือความไม่ปลอดภัยอันเกิดจากผลสืบเนื่องจากการใช้ยานั้น ๆ

1.3 ความไม่ปลอดภัยจากการอุปโภคสิ่งของต่าง ๆ เช่น เครื่องสำอางค์ของเด็กเล่น เสื้อผ้าสำเร็จรูป อุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า ยานยนต์ต่าง ๆ เหล่านี้เป็นต้น

1.4 ความไม่ปลอดภัยจากการใช้บริการ เช่น บริการรถเมล์ของรัฐ บริการ-ปลูกบ้านสวัสดิการ ความไม่ปลอดภัยจากการกู้เงิน

2. ผู้บริโภคขาดความเป็นธรรมในสิ่งต่อไปนี้

ผู้บริโภคอาจได้รับความไม่เป็นธรรมจากสินค้าและบริการมากมายจนรัฐบาลต้องมีการกำหนดนโยบายด้านนี้เพื่อขจัดปัญหาเหล่านี้ ความไม่เป็นธรรมที่ผู้บริโภคประสบเช่น

2.1 การขาดย่าวสารที่สมบูรณ์เพียงพอของสินค้าและบริการ ไม่ว่าจะเป็นคุณภาพสินค้า การบรรจุหีบห่อ การโฆษณา การปิดฉลาก การประชาสัมพันธ์ที่มีหลายรูปแบบ

2.2 ผู้บริโภคขาดความเป็นธรรมในเรื่องราคาสินค้าและบริการ เพราะว่าการที่มีผู้ผลิตรายเดียว สองรายหรือน้อยราย ในระบบธุรกิจทำให้ผู้ผลิตสามารถตั้งราคาสินค้าได้ตามความต้องการของตน สินค้าและบริการไม่มีการปิดราคาจากโรงงาน ผู้ประกอบธุรกิจใช้ระบบเงินผ่อนอันอาจทำให้ผู้บริโภคบริโภคสินค้าหรือบริการที่ไม่จำเป็นแก่การครองชีพ

2.3 ผู้บริโภคขาดความเป็นธรรมในเรื่องการร้องเรียน ก่อนการประกาศใช้พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค ผู้บริโภคสามารถร้องเรียนเรื่องที่ถูกละเมิดสิทธิกับ เจ้าหน้าที่ตำรวจและหน่วยงานที่เกิดเกี่ยวข้องโดยตรง แต่ผู้บริโภคไม่ค่อยทราบหน่วยงานที่ทำหน้าที่รับผิดชอบต่อเรื่องต่าง ๆ โดยตรง เพื่อขจัดปัญหาที่เกิดขึ้น รัฐจึงได้กำหนดนโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคขึ้น

3. ผู้บริโภคกับการประหยัดเงินทองและทรัพย์สิน

ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะซื้อสินค้าและบริการตามผู้ประกอบธุรกิจเป็นผู้กำหนดราคา ซึ่งจากการที่ผู้ประกอบธุรกิจเป็นผู้ที่มีอำนาจมากกว่าผู้บริโภค ทำให้สามารถกำหนดราคาสินค้าหรือบริการได้ตามความพอใจ การโฆษณาสินค้าและบริการซึ่งต้องเสียค่าใช้จ่ายส่วนหนึ่งแทนที่ผู้ผลิตจะรับผิดชอบต่อต้นทุนที่เพิ่มขึ้นโดยการเพิ่มราคาเฉพาะส่วนที่จำเป็น แต่ความเป็นจริงแล้ว ผู้บริโภคต้องยอมรับราคาส่วนที่เพิ่มขึ้น ซึ่งอาจเพิ่มขึ้นมากกว่าราคาจริงก็ได้โดยที่ผู้บริโภคไม่อาจต่อรองราคาได้ เพราะไม่สามารถทราบราคาที่แท้จริง

นอกจากนี้การที่ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ มีจำหน่ายมากมายตามลุ่มนิยม และมีการโฆษณาชักจูงให้ผู้บริโภคได้หันมาบริโภคสินค้าหรือบริการนั้น ทำให้ผู้บริโภคต้องเสียทรัพย์สินเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการซึ่งไม่จำเป็นต่อการครองชีพ เป็นการใช้จ่ายทรัพยากร โดยได้รับผลตอบแทนที่ไม่คุ้มค่า

4. ผู้บริโภคกับการเผยแพร่ข่าวลือ

รัฐบาลได้มีนโยบายในการเผยแพร่ข่าวลือความรู้อย่างต่าง ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคได้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับข่าวลือข้อมูลต่าง ๆ ของสินค้าและบริการเพื่อจะได้ใช้ข้อมูลเหล่านั้นเลือกสินค้าที่ตรงกับความต้องการและเลือกซื้อสินค้าที่มีคุณภาพดีที่บริโภคแล้วได้รับความปลอดภัยจากอันตรายต่าง ๆ อันเกิดจากสินค้าและบริการหรือผลสืบเนื่อง อันเกิดจากสินค้าและบริการ และรัฐบาลมุ่งหวังให้ผู้บริโภคได้รู้สิทธิในการร้องเรียน เรื่องที่ถูกละเมิดสิทธิจากผู้ประกอบธุรกิจด้วย

ส่วนสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่เป็นแรงผลักดันให้รัฐมีการกำหนดนโยบายการคุ้มครองผู้บริโภค มีหลายประการ¹ คือ

1. สภาพแวดล้อมทางด้านการเมือง ประเทศไทยเปลี่ยนแปลงการปกครองจากระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชเป็นระบอบประชาธิปไตย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2475 แต่การพัฒนาประชาธิปไตยของประเทศไทยเป็นไปอย่างช้า ๆ มีการเปลี่ยนแปลงธรรมนูญการปกครองประเทศ

¹ สันธรร กัณธวงศ์, "นโยบายคุ้มครองผู้บริโภค" (รายงานการศึกษาวิจัยวิเคราะห์นโยบายสาธารณะ คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2523)

บ่อยครั้งมาก ประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศไม่ค่อยมีส่วนร่วมในการปกครองประเทศมากนัก การตื่นตัวของประชาชนเกี่ยวกับระบอบประชาธิปไตยจะน้อย โดยเฉพาะการคุ้มครองผู้บริโภค แม้ในอดีตยังไม่มีหน่วยงานของรัฐที่ทำหน้าที่คุ้มครองประเทศโดยตรง แต่มีกฎหมายคุ้มครองเฉพาะเรื่องหลาย ๆ ฉบับทำหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภคในด้านต่าง ๆ เช่น พระราชบัญญัติป้องกันการค้ากำไรเกินควร พ.ศ.2490 พระราชบัญญัติวัตถุพิษ พ.ศ.2510 และมีกฎหมายอื่น ๆ อีกมากมาย มีหน่วยงานของรัฐรับผิดชอบในแต่ละด้านมากมายแต่ขาดการประสานงาน ทำให้การดำเนินการอาจไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร ตั้งแต่ปี พ.ศ.2516 เป็นต้นมา มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านการเมืองครั้งสำคัญได้เปลี่ยนผู้นำทางการเมือง นิสิตนักศึกษาและประชาชนทั่วไป มีการตื่นตัวทางการเมืองมากขึ้น การคุ้มครองผู้บริโภคเช่นกันมีการตื่นตัวมากขึ้น จะเห็นว่า เริ่มมีการรวมตัวประท้วงการบริโภคสินค้าฟุ่มเฟือย การต่อต้านสินค้าบางชนิดจากญี่ปุ่น เป็นต้น ผู้บริโภคมีการรวมตัวกันเป็นกลุ่มสมาคมขึ้น เริ่มมีอำนาจต่อรองเรียกร้องสิทธิต่าง ๆ มากขึ้น รัฐบาลในสมัยต่อ ๆ มาจึงได้ตระหนักถึงเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคมากขึ้นอันเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้มีการกำหนดนโยบายในการคุ้มครองผู้บริโภคขึ้นมา

2. สภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ การดำเนินธุรกิจของประเทศไทยเป็นในรูปแบบเสรีนิยม ทุกคนมีอิสระในการดำเนินกิจการ ซึ่งจากสภาพแวดล้อมดังกล่าวนี้ทำให้ประชากรของประเทศแบ่งเป็น 2 กลุ่มคือ

1. กลุ่มผู้บริโภค กลุ่มนี้ได้แก่ประชากรส่วนใหญ่ของประเทศกระจายอยู่ทั่วทุกภาค ประมาณร้อยละ 80 ของประชากรกลุ่มนี้อยู่นอกเขตเทศบาลซึ่งสภาพพื้นฐานโดยทั่วไปของประชากรกลุ่มนี้มีการศึกษาค่อนข้างต่ำ ฐานะค่อนข้างยากจน การดำเนินชีวิตแบบเรียบง่าย มีการกระตือรือร้นน้อย ไม่ค่อยสนใจมากนักเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการปกครองประเทศ จึงไม่ค่อยมีการรักษาสิทธิของตนเองมากนัก ส่วนมากจะขาดผู้นำที่ดี ไม่มีการรวมตัวกันในการต่อรองกับผู้ประกอบธุรกิจ จึงถูกเอารัดเอาเปรียบจากผู้ประกอบธุรกิจ ขาดความปลอดภัยในการบริโภคสินค้าและบริการ เสื่อมจากการศึกษาของ รศ.ดร.วีระพล ลู่วรรณรัตน์และ อ.จตุพร วงศ์ทองสรรค์ เกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภค¹

¹ วีระพล ลู่วรรณรัตน์ และจตุพร วงศ์ทองสรรค์ "สิทธิมนุษยชน : สิทธิผู้บริโภค" (รายงานการวิจัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2523), หน้า 35.

ทราบว่า ร้อยละ 23 ของประชากรที่สำรวจให้ความเห็นว่าอยากจะรักษาสถิติของตนด้วยการฟ้องร้องผู้ประกอบการ หากถูกเอาเปรียบในการซื้อสินค้าหรือบริการ แต่ไม่มีทุน และคิดว่าไม่คุ้มกับการฟ้องร้อง ส่วนผู้ประกอบการที่เหลือซึ่งเป็นผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการตื่นตัวเรื่องสิทธิของตนเองน้อยมาก ผู้บริโภคร้อยละ 70.6 ตอบว่าจะไม่กลับไปซื้อสินค้าชนิดนั้น ๆ จากผู้ค้าหรือผู้ผลิตรายนั้นอีก

2. กลุ่มผู้ประกอบการ เป็นประชากรส่วนน้อยของประเทศที่สามารถใช้ความรู้ความสามารถและความเอื้ออำนวยของระบบเศรษฐกิจตัวเงินการทางธุรกิจโดยอาจกระทำในรูปบุคคลเดี่ยว ธุรกิจแบบครอบครัว ห้างหุ้นส่วน หรือบริษัทจำกัด แต่ส่วนมากจะมีการรวมกลุ่มเป็นกลุ่มธุรกิจเดียวกัน ความได้เปรียบทางการค้าของผู้ประกอบการเริ่มตั้งแต่การปฏิวัติอุตสาหกรรมในประเทศอังกฤษ ราวปี ค.ศ. 1760 ที่ทำให้ผู้ผลิตสามารถผลิตสินค้าได้ครั้งละมาก ๆ (Mass Production) ผู้ที่มีทุนทรัพย์และความสามารถมากจึงเริ่มมีอิทธิพลต่อตลาดสินค้าและบริการมากขึ้น ผู้ผลิตรายย่อย ๆ เริ่มหมดไป การผลิตในระยะนี้จึงมีอยู่เพียง 3 รูปแบบ¹ คือ

ผู้ผลิตรายเดี่ยว (Monopoly)

ผู้ผลิตสองราย (Duopoly)

ผู้ผลิตน้อยราย (Oligopoly)

การผลิตสินค้าในระบบ Mass Production จะต้องใช้วัตถุดิบจำนวนมากและเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาช่วย ทำให้ผู้บริโภคไม่สามารถทราบคุณภาพที่แท้จริงของสินค้า และในระบบตลาดผู้ประกอบการได้เปรียบ ผู้บริโภคหลายด้าน ด้านกำลังคู่แข่งชั้นที่ไม่มีทุนทรัพย์พอเพียง ด้านวิชาการและแนวความคิดใหม่เกี่ยวกับการนำสินค้าสู่ตลาด เทคนิคการโฆษณาประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้ผู้ประกอบการขนาดใหญ่ทั้งหลายมักมีการคัดเลือกบุคคลที่มีความรู้ความสามารถเข้ามาช่วยทำงานทำให้ได้เปรียบผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น²

นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังมีการรวมกลุ่มกันเอง เพื่อเป็นกำลังสำคัญในการมีอิทธิพลทางเศรษฐกิจ จากการศึกษาของอาจารย์เกริกเกียรติ พิชัยณ์เสร์ธรรม ในเรื่องกลุ่มอิทธิพลทางเศรษฐกิจ³ ทำให้ทราบว่ามีการรวมกลุ่มบริษัทหลายกลุ่มมีอิทธิพลอย่างมากในธุรกิจแต่ละแขนง เช่น

¹ เรื่องเดียวกัน, หน้า 2

² บุญชัย ใจเย็น, "สิทธิมหาชน" (กรุงเทพมหานคร ธีรพงษ์การพิมพ์, 2519) หน้า 32.

³ เกริกเกียรติ พิชัยณ์เสร์ธรรม, "การเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจการเมืองกับการรวมอำนาจทางเศรษฐกิจโดยเอกชนในประเทศไทย" (เอกสารหมายเลข 70 คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2522), หน้า 15

กลุ่มในเครือของบริษัทปูนซีเมนต์ไทย มีอิทธิพลอย่างมากในอุตสาหกรรมก่อสร้าง กลุ่มบริษัทอิเทลไทย มีอิทธิพลอย่างมากต่อการก่อสร้าง การรับเหมาก่อสร้างในกิจการใหญ่ๆ กลุ่มของครอบครัวโชควัฒนา มีอิทธิพลอย่างมากต่อสินค้าอุปโภค การรวมกลุ่มกันยิ่งทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจมีอิทธิพลเหนือผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ความสัมพันธ์กันในครอบครัวระหว่างตระกูลต่าง ๆ ที่ร่ำรวยและมีอิทธิพลในหลายๆ ด้านย่อมมีผลต่อธุรกิจต่าง ๆ ทำให้สามารถผูกขาดการผลิตและการจำหน่ายสินค้าและบริการหลายชนิด¹

3. การบริหารงานของหน่วยงานของรัฐ

ก่อนที่จะมีการตั้งสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคขึ้นเพื่อรับผิดชอบต่อการคุ้มครองผู้บริโภค ได้มีกฎหมายต่าง ๆ เพื่อให้การคุ้มครองเฉพาะด้านใดด้านหนึ่งมากมาย เช่น พระราชบัญญัติป้องกันการค้ำกำไรเกินควร พ.ศ. 2490 อยู่ในความรับผิดชอบต่อกระทรวงพาณิชย์ พระราชบัญญัติวัตถุพิษ พ.ศ. 2510 ในความรับผิดชอบของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงสาธารณสุข และกระทรวงอุตสาหกรรม และยังมีกฎหมายอื่น ๆ อีกมาก กฎหมายเหล่านี้มีวัตถุประสงค์เพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค แต่การปฏิบัติงานยังไม่ได้รับความสำเร็จเท่าที่ควร เพราะยังไม่มีหน่วยงานกลางในการปฏิบัติการ² หรืออาจเพราะว่า กฎหมายต่าง ๆ ไม่สามารถครอบคลุมได้ทั่วถึงทุกเรื่อง จึงมีการตั้งสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคขึ้นมารับผิดชอบโดยตรง

4. กลุ่มพลังต่าง ๆ

กลุ่มเอกชนหลายกลุ่มมีส่วนกระตุ้นให้รัฐบาลหันมาสนใจการคุ้มครองผู้บริโภค เช่น สภาสตรีแห่งชาติโดยโครงการสภาสตรีส่งเสริมผู้บริโภค สมาคมพิทักษ์ประโยชน์ผู้บริโภค สมาคมผู้บริโภคแห่งประเทศไทยเหล่านี้ล้วนมีบทบาทเป็นอย่างมากในการกระตุ้นรัฐบาลให้มีการจัดตั้งสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคขึ้น

5. ความสนใจของผู้บริหารประเทศ

¹ สุกัญญา นิธังการ, "ผู้บริโภคกับตลาดสินค้าที่มีการผูกขาด" (วารสารนิติศาสตร์ 2, 2521), หน้า 238.

² พระพล สุวรรณนันต์ และจตุพร วงศ์ทองสรรค์ "สิทธิมนุษยชน : สิทธิผู้บริโภค" (รายงานการวิจัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2523), หน้า 25.

5. ความสนใจของผู้บริหารประเทศ

ผู้นำทางการเมืองในแต่ละยุคสมัยมีส่วนสำคัญอย่างมากต่อการกำหนดนโยบายในการคุ้มครองผู้บริโภค ผู้นำในยุคใดสนใจเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคก็มีการจัดตั้งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคขึ้นแต่ก็ไม่ได้ปฏิบัติภารกิจจริงจัง เพราะมีการเปลี่ยนผู้นำในการบริหารประเทศเสียก่อนในทางตรงกันข้ามหากผู้นำของประเทศสมัยนั้นไม่สนใจด้านนี้ บทบาทด้านนี้ในสมัยนั้นจึงไม่เกิดขึ้น

มาตรการในการคุ้มครองผู้บริโภค¹

จากนโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคที่คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้วางเป็นแนวทางกว้าง ๆ สำหรับการบริหารงานคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคและคณะกรรมการเฉพาะเรื่องได้ยึดนโยบายที่วางไว้และได้ร่วมกันกำหนดมาตรการเพื่อกำหนดเป้าหมายดำเนินการ เพื่อให้บรรลุตามนโยบายดังกล่าว หลักในการวางมาตรการคือ การยึดหลักของความเร่งด่วนของปัญหาคือ มุ่งแก้ไข้ปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นในขณะเดียวกันก็วางแนวทางในการป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้น มาตรการดังกล่าวได้แก่

1. การดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าและบริการอันก่อความเดือดร้อนแก่ผู้บริโภค โดยเฉพาะสินค้าที่จะต้องบริโภคเป็นกิจวัตรประจำวัน ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคถือว่าเป็นปัญหาเร่งด่วน และเป็นปัญหาที่สำคัญอันดับแรก เพื่อตอบสนองความต้องการขั้นต้นของผู้บริโภค แต่ปัญหาเร่งด่วนนี้มีด้วยกันมากมาย สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจึงได้วางลำดับของการจัดการดังนี้

1.1 การดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่เป็นอันตราย เป็นต้นว่าสินค้าล้าพวกสารพิษต่างๆ ยาป้องกันและกำจัดแมลง อาหารไม่บริสุทธิ์ที่มีการปนหรือปลอม เครื่องใช้ภายในบ้าน เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า วัสดุไวไฟ สีส้มอาหารต่าง ๆ สิ่งของดังกล่าวผู้บริโภคจะต้องบริโภคหรือใช้บริการเป็นประจำ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคดำเนินการโดยการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น การร่วมมือกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ดำเนินการรวมกันในการป้องกันกำจัดแมลง การร่วมมือกับกระทรวงสาธารณสุขดูแลดำเนินการเกี่ยวกับเรื่องอาหารเป็นพิษ อาหารไม่บริสุทธิ์ที่มีการปนหรือปลอมเหล่านี้ เป็นต้น

¹ สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี, "ข่าวสารจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค",

1.2 การดำเนินการกับสินค้าที่ไม่ปลอดภัย เป็นต้นว่า พืชผักผลไม้ที่ฉีดยาป้องกันกำจัดศัตรูพืชตกค้างอยู่ อาจก่อให้เกิดอันตรายแก่ผู้บริโภค เรื่องที่เกี่ยวกับอาหารนี้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคดำเนินงานร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข

1.3 การดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานในเรื่องดังกล่าวส่วนมากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมักจะประสานการดำเนินการกับสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม และอีกหลาย ๆ หน่วยงานในเรื่องต่าง ๆ เช่น การปลอมปนน้ำมัน สินค้าเทียม เช่น น้ำปลา สบู่ สินค้าเลียนแบบ เช่น อะไหล่รถยนต์ อะไหล่ของใช้จำพวกไฟฟ้า เหล่านี้เป็นต้น

1.4 การดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่ไม่เป็นธรรม สินค้าต่าง ๆ ที่เอารัดเอาเปรียบผู้บริโภคเป็นต้นว่า การขายสินค้าเกินราคา สินค้าไม่ตรงกับมาตรฐาน ชั่ง ตวง วัด เหล่านี้เป็นต้น

1.5 การดำเนินการเกี่ยวกับบริการที่เสียประโยชน์แก่ผู้บริโภค เช่น การให้ข่าวผิดที่ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจในสินค้าหรือบริการนั้น ๆ การเปลี่ยนแปลงแก้ไขสัญญาหรือข้อตกลงอันเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค การให้บริการที่ไม่ปลอดภัย

1.6 การดำเนินการเกี่ยวกับการโฆษณาสินค้า หรือบริการที่เป็นเท็จ หรือเกินความจริง ยิงทำให้ผู้บริโภคหลงเข้าใจผิดในคุณภาพ หรือปริมาณตลอดจนรายละเอียดอย่างอื่น ทั้งของสินค้าหรือบริการ หรือของผู้ประกอบธุรกิจ

1.7 การดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่แสดงฉลากหลอกลวง หรือทำให้เกิดความสับสนผิดใจในข้อเท็จจริง มีการกำหนดสินค้าหรือบริการที่ต้องควบคุมฉลาก เน้นหนักในสินค้าที่อาจก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพร่างกาย หรือจิตใจเป็นอันดับแรก รวมทั้งสินค้าอื่นที่จำเป็นต้องควบคุมฉลาก

มาตรการดังกล่าวเป็นมาตรการเฉพาะหน้าซึ่งจะใช้การแก้ปัญหาตามข้อร้องเรียนของผู้บริโภคและในขณะเดียวกันสำนักงานจะดำเนินการตรวจสอบทั้งสินค้าและบริการทั้งด้านการโฆษณาและการแสดงฉลากสินค้า เพื่อให้ถูกต้องตามกฎหมาย เป็นการคุ้มครองผู้บริโภคแนวทางการที่ต้อง

2. การดำเนินการปราบปรามผู้ฝ่าฝืนกฎหมาย ตรวจสอบ และการปราบปรามผู้ประกอบการธุรกิจที่ฝ่าฝืนกฎหมาย เพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจะดำเนินการทางกฎหมายต่อผู้ประกอบการอย่างจริงจังหลังจากที่ได้ให้ เวลาในการศึกษาปฏิบัติตาม-

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 เป็นระยะเวลาพอสมควรแล้ว¹

3. สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจะดำเนินการเผยแพร่ความรู้แก่ผู้บริโภค ทั้งโดยเอกสารเผยแพร่ทางสื่อมวลชนต่าง ๆ สถานศึกษาทุกระดับ การจัดการสัมมนาอภิปรายทางวิชาการ โดยเน้นหนักถึงสิทธิต่าง ๆ และให้ความรู้ที่เกี่ยวกับการดำเนินชีวิตประจำวันของผู้บริโภค ส่งเสริมการคัดตั้งชมรมผู้บริโภคให้ทั่วถึงทุกจังหวัด สนับสนุน และรับรองสมาคมที่มีวัตถุประสงค์ในการคุ้มครองผู้บริโภคหรือต่อต้านการแข่งขันโดยไม่เป็นธรรมทางการค้า

แผนการในการคุ้มครองผู้บริโภค

จากนโยบายและมาตรการที่ได้กำหนดไว้ ผู้อำนวยการสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้ร่วมกับผู้บริหารทุก ๆ ฝ่ายในการวางแผนการคุ้มครองผู้บริโภคโดยให้ทุกฝ่ายของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคดำเนินการตามแผนที่วางไว้มีเป็นหลัก แผนการที่ร่วมกันกำหนดคือ

1. การอบรมให้ผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจในการบริโภคทั่วทุกภาค
2. การบรรยาย แนะนำความรู้ เรื่องการบริโภคตามสถาบันการศึกษาทั่วประเทศ
3. การชักชวนให้มีการคัดตั้งชมรมผู้บริโภคระดับจังหวัด
4. การตั้งหน่วยรับคำร้องเรียนและดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด
5. การตั้งหน่วยตรวจสอบสินค้าและบริการให้มีความเป็นธรรม
6. การคัดตั้งศูนย์ประสานงานระหว่างจังหวัดกับส่วนกลางเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

โดยร่วมมือกับสื่อมวลชนประจำจังหวัด

1. การลดปัญหา สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจะพยายามลดอันตรายที่เกิดจากการใช้สินค้าหรือบริการโดยขาดความรู้ที่ถูกต้อง และป้องกันการชักจูงจากการใช้โฆษณาที่ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดในข้อเท็จจริงในสินค้าและบริการ ทำให้เกิดอันตรายในการใช้ จะเห็นได้ว่า เป้าหมายในการลดปัญหาสามารถกระทำได้โดย การให้ความรู้ การตรวจสอบสินค้าและบริการ รวมทั้งการแก้ไขปัญหาลากข้อร้องเรียนซึ่งเป็นการลดปัญหาทางหนึ่งด้วย

¹ สัมภาษณ์ ธารัง คำเต็มเผด็จศึก, ผู้อำนวยการสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

2. เป้าหมายการครอบคลุมประชากร แผนงานที่วางไว้ต้องครอบคลุมประชากรทุกพื้นที่ของจังหวัด

3. การให้บริการ ได้แก่ การให้การศึกษา คำแนะนำ การบรรยาย การแจกเอกสารและการให้คำปรึกษา ตลอดจนการสาธิตการบริโภคที่ถูกต้องพร้อมเล่นตัวอย่างของจริง เดือนละ 2 จังหวัด

จากแผนการเพื่อการบริหารงานของสำนักงานโดยมีวัตถุประสงค์ดังกล่าวข้างต้น ผู้อำนวยการ และหัวหน้าฝ่ายต่าง ๆ ได้ร่วมกันวางแผนเพื่อการปฏิบัติงานโดยมีการกำหนดเป้าหมายที่แน่นอนในช่วงระยะเวลาต่าง ๆ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงถึงกิจกรรมที่จะทำในแต่ละปี

เป้าหมาย/กิจกรรม	พ.ศ. 2523	พ.ศ. 2524	พ.ศ. 2525
1. การลดปัญหา			
1.1 ลดอันตรายที่เกิดจากการใช้สินค้า/บริการ โดยการเผยแพร่ความรู้แก่ผู้บริโภคในรูปแบบความ ต่าง ๆ (เรื่อง)	12	50	600
1.2 การอบรมความรู้ผู้บริโภค (ครั้ง)	-	-	4
1.3 การสัมมนาความรู้ผู้บริโภค (ครั้ง)	1	1	1
1.4 การตรวจสอบสินค้าหรือบริการ (ราย)	-	1,000	1,200
2. การครอบคลุมประชากร			
2.1 การเผยแพร่บทความด้วยวารสารและบทความ	400	400,000	4,800,000
2.2 การจัดอบรม (คน)	-	-	1,200
2.3 การจัดสัมมนา (คน)	200	200	300
3. การให้บริการ			
3.1 การบรรยายและประกาศการคุ้มครองผู้บริโภค ที่สถาบันการศึกษาต่าง ๆ (ครั้ง)	12	24	50
3.2 แนะนำผู้บริโภคด้วยตนเอง	30	50	100

ที่มา. สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

จากแผนการจะเห็นว่าในระยะ 3 ปีแรกของการดำเนินการ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเน้นการดำเนินการประชาสัมพันธ์ข่าวสารความรู้ต่าง ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจถึงสิทธิและหน้าที่ของตนเอง เพื่อรู้สึกรับประกันตนเองตามสมควร ซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งที่สำนักงานได้วางไว้

การตัดองค์การ

จากการจัดแบ่งส่วนราชการของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคโดยหลักการตัดกลุ่มงานลักษณะเดียวกันเข้าไว้ด้วยกันซึ่งเรียกว่าฝ่าย และกำหนดให้แต่ละฝ่ายมีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบที่ต้องปฏิบัติต่าง ๆ กัน ซึ่งจะกล่าวถึงภาระหน้าที่ของแต่ละฝ่ายโดยละเอียดในการดำเนินการของแต่ละฝ่าย การจัดแบ่งฝ่ายต่าง ๆ เป็นหน้าที่ส่วนหนึ่งในกระบวนการตัดองค์การทั้งหมด จากโครงสร้างการตัดองค์การในแผนภูมิที่ 1 และ 2 แสดงให้เห็นถึงกระบวนการตัดองค์การซึ่งประกอบด้วยกิจกรรมทางการบริหารหลายอย่างที่สำคัญเช่น การจัดแบ่งงานกันทำ การมอบอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ ลายการบังคับบัญชา การตัดกำลังคน เป็นต้น

การตัดแบ่งคนออกเป็นฝ่ายต่าง ๆ ได้กำหนดความรับผิดชอบและอำนาจหน้าที่ของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ต่าง ๆ จะกล่าวถึงในการดำเนินการของฝ่ายต่าง ๆ

ลายการบังคับบัญชา (Hierarchical Authority)

ลายการบังคับบัญชา¹ เป็นความสัมพันธ์ตามลำดับชั้นภายในองค์การ ระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ที่อยู่ใต้บังคับบัญชา โดยเริ่มตั้งแต่ผู้บริหารสูงสุดอันแสดงให้เห็นว่าผู้บังคับบัญชามีความสัมพันธ์ติดต่อกับผู้ที่อยู่ใต้บังคับบัญชาอย่างไร ผู้อำนวยการสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นผู้บังคับบัญชาสูงสุด รองลงมาคือหัวหน้าฝ่ายต่าง ๆ และเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานของฝ่ายต่าง ๆ ตามลำดับ ลายการบังคับบัญชาของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นแบบง่าย ๆ ทำให้สามารถปฏิบัติการได้สะดวกรวดเร็ว มีความคล่องตัวสูง การติดต่อสื่อสาร (Communication) เป็นไปตามลำดับชั้นตอนทั้ง 2 ทาง² คือทั้งจากผู้บังคับบัญชาลงมาสู่ผู้ที่อยู่ใต้บังคับบัญชา และจากผู้ที่อยู่ใต้บังคับบัญชาสู่ผู้บังคับบัญชา นอกจากนี้เจ้าหน้าที่ปฏิบัติการของแต่ละฝ่ายมีการติดต่อประสานงานกันเป็นการส่วนตัวด้วย ทำให้การปฏิบัติงานง่ายขึ้น การติดต่อสื่อสารนี้บางครั้งจะมีการติดต่อโดยตรงระหว่างผู้อำนวยการเจ้าหน้าที่บางคน³ ทั้งนี้เป็นการมอบหมายงานพิเศษในบางเรื่องเท่านั้น

¹ Justin G. Longenecker, Principles of Management and Organization Behavior (Columbus, Ohio, : Charles E. Merrill Publishing Co, 1969), p.194.

² สัมภาษณ์ ชัยวิทย์ อมรพันธุ์, หัวหน้าฝ่ายรับคำร้องตรวจสอบและติดตามผล, 30 สิงหาคม 2525

³ สัมภาษณ์ สวรร นภารัตน์, เจ้าหน้าที่ฝ่ายรับคำร้องตรวจสอบและติดตามผล, 30 สิงหาคม 2525

ช่วงการบังคับบัญชา (Span of Control)

ช่วงการบังคับบัญชาเป็นการบ่งถึงประสิทธิภาพการทำงานได้หันทางหนึ่ง เพราะเป็นการมอบหมายความรับผิดชอบว่า ผู้บังคับบัญชาจะมีหน้าที่ควบคุมผู้อยู่ใต้บังคับบัญชาจำนวนเท่าใด แต่การที่จะระบุแน่นอนว่า ผู้บังคับบัญชาแต่ละคนจะมีลูกน้องกี่คนจึงจะเหมาะสมนั้น เป็นการยาก สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคแบ่งการบริหารงานออกเป็น 5 ฝ่ายด้วยกัน ผู้บังคับบัญชาสูงสุดคือ ผู้อำนวยการซึ่งมีผู้อยู่ใต้บังคับบัญชาที่ต้องควบคุมตามสายงานเพียง 5 คน และแต่ละฝ่ายมีเจ้าหน้าที่จำนวน 5-11 คนและทุกคนเป็นข้าราชการ หรือลูกจ้างประจำ หัวหน้าฝ่ายแต่ละคนจึงมีผู้อยู่ใต้บังคับบัญชาระหว่าง 5-11 คน เท่านั้น จึงไม่เกิดปัญหาในการบังคับบัญชา เจ้าหน้าที่ทุกคนจึงปฏิบัติงานด้วยความสะดวกสบาย

แรงจูงใจในการทำงาน (Motivation)

แรงจูงใจในการทำงาน เป็นแรงกระตุ้นให้เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานอย่างเต็มที่เพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมาย ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการปฏิบัติงาน การเพิ่มขวัญแก่ผู้ร่วมงานนี้เป็นหน้าที่โดยตรงของผู้บังคับบัญชา เจ้าหน้าที่จะปฏิบัติงานด้วยการรักในงานนั้นสภาพแวดล้อมในที่ทำงานต้องดี สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นหน่วยงานราชการ ผลตอบแทนที่ได้รับคือเงินเดือน ซึ่งค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับค่าครองชีพในปัจจุบัน แต่ความมั่นคงในอาชีพสูงกว่าอาชีพอื่น สถานที่ทำงานคับแคบทำให้สภาพทั่วไปค่อนข้างแออัด และเพราะว่าสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเพิ่งเริ่มปฏิบัติงาน การดีดสำนักงานยังไม่เรียบร้อยเท่าที่ควร ประจวบกับการปฏิบัติงานประจำจะต้องมีการติดต่อประสานงาน กับผู้บริโภค ผู้ประกอบธุรกิจและหน่วยราชการ จึงทำให้หมองเหมือนว่าการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ไม่คล่องตัวเท่าที่ควร การที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้รับงบประมาณ เพื่อบริหารงานค่อนข้างจำกัด ทำให้ขาดสิ่งอำนวยความสะดวก¹ เช่น บานพาหนะ วัสดุสำนักงานอื่นๆ เป็นต้น

¹ สัมภาษณ์ ชัยวิทย์ อมรพันธุ์, 30 สิงหาคม 2525

การดำเนินการของสำนักงาน

ก. การดำเนินการของฝ่ายบริหารงานทั่วไป

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้สั่งให้ฝ่ายบริหารงานทั่วไป รับผิดชอบ ต่องานธุรการทั้งหมด เป็นการรวมหน้าที่ต่าง ๆ เข้าไว้ด้วยกัน หัวหน้าฝ่ายบริหารทั่วไปเป็นผู้มี อำนาจหน้าที่รับผิดชอบต่อการดำเนินการของฝ่าย หัวหน้าฝ่ายต้องรายงานผลการปฏิบัติงานโดย ตรงต่อผู้อำนวยการ¹ การดำเนินการของฝ่ายนี้เป็นการสนับสนุนให้งานของฝ่ายอื่น ๆ ดำเนินด้วยดี การดำเนินการไม่เกี่ยวข้องกัแผนการมากนัก หัวหน้าฝ่ายเป็นผู้มอบหมายงานให้เจ้าหน้าที่แต่ละ คนปฏิบัติงาน โดยมีการตรวจสอบผลการปฏิบัติ และมีการสรุปรายงานเพื่อให้ผู้อำนวยการทราบ การปฏิบัติงานเป็นประจำทุกเดือน

หน้าที่รับผิดชอบของฝ่ายบริหารงานทั่วไปคือ

การประชาสัมพันธ์ หมายถึงการบริการด้านการติดต่อสื่อสารทั้งจากบุคคล และ หน่วยงานอื่น ๆ จากภายนอก การคัดเอกสารข้อมูลต่าง ๆ ให้แก่ผู้ที่มาขอรับบริการ

งานสารบรรณ มีภาระหน้าที่หลักคือ การร่างโต้ตอบหนังสือราชการ ทั้งภายใน และภายนอก การทำบันทึกเล่นความคิดเห็นต่าง ๆ เพื่อให้ผู้บังคับบัญชาวินิจฉัย และสั่งการ การเก็บรักษาหนังสือราชการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานธุรการ และทั่ว ๆ ไป การทำบันทึกรายงาน การประชุม

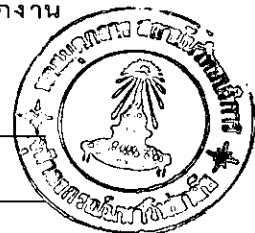
งานพัสดุสำนักงาน มีหน้าที่สั่งซื้อ และเก็บหลักฐานครุภัณฑ์ วัสดุสำนักงานต่าง ๆ การทำทะเบียนครุภัณฑ์ และวัสดุสำนักงาน การทำบัญชีรับจ่ายวัสดุสำนักงาน

การคลัง สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นหน่วยงานราชการซึ่งบริหาร งานโดยใช้งบประมาณแผ่นดิน งบประมาณถือว่าเป็นทรัพยากรของการบริหารที่สำคัญประการหนึ่ง การวัดผลการดำเนินการสามารถใช้งบประมาณเป็นตัววัดผลได้ประการหนึ่ง หน้าที่ทางด้านการคลัง ก็คือ การทำบัญชีบันทึกค่าใช้จ่าย การควบคุมการเบิกจ่ายการเงิน การเก็บรวบรวมเอกสารต่าง ๆ ทางด้านการเงิน การทำทะเบียนการจ่ายเงินนิยมเงินทดลองจ่าย การทำรายงานการเงินประจำ เดือน และปีงบประมาณ

¹ สัมภาษณ์ ชัยวิทย์ อมรพันธุ์, หัวหน้าฝ่ายรับคำร้องตรวจสอบและติดตามผล, 18 มกราคม 2525

การบริหารงานของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ที่มีหน้าที่รับผิดชอบต่อผู้บริโภคทั่วประเทศได้รับการจัดสรร เงินงบประมาณสำหรับปีงบประมาณ 2523-2525 เป็นจำนวนทั้งสิ้น 1,870,230.00, 3,100,400.00 และ 3,126,400.00 บาท ตามลำดับ ซึ่งการบริหารเงินงบประมาณแต่ละปี สามารถแจกแจงได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงการแจกแจงการใช้จ่ายเงินสำหรับปีงบประมาณ 2523-2525 ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค



รายการ	ปีงบประมาณ (บาท)		
	2523	2524	2525
เงินเดือน	120,480	1,653,500	1,842,300
ค่าจ้างประจำ	18,000	27,400	27,400
ค่าจ้างชั่วคราว	-	34,920	52,000
ค่าตอบแทน	930,300	897,600	537,300
ค่าใช้สอย	380,000	380,000	380,000
ค่าวัสดุ	100,000	100,000	260,000
ค่าครุภัณฑ์	321,450	7,000	27,400
รวม	1,870,230	3,100,400	3,126,400

ที่มา : ฝ่ายบริหารงานทั่วไป สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

การเจ้าหน้าที่และสวัสดิการ ฝ่ายบริหารมีหน้าที่บริหารงานด้านการเจ้าหน้าที่ของสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภคทั้งหมด หน้าที่ที่ต้องปฏิบัติ คือ การทำทะเบียนประวัติเจ้าหน้าที่ การดำเนินการสอบบรรจุโดยผ่านสำนักงาน กพ. การโอน-ย้ายเจ้าหน้าที่ การดำเนินการในการสอบเลื่อนขั้นของเจ้าหน้าที่ การเงินของเจ้าหน้าที่เหล่านี้เป็นต้น

เจ้าหน้าที่ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจำนวน 42 ตำแหน่ง การจัดสรรตำแหน่งต่าง ๆ ตามลักษณะงานที่รับผิดชอบ การบรรจุบุคคลเข้าทำงานต้องผ่านทาง กพ. ซึ่งเป็นการบรรจุบุคคลผู้ที่มีคุณสมบัติตรงกับลักษณะงานที่กำหนด การกำหนดตำแหน่งของเจ้าหน้าที่ในฝ่ายต่าง ๆ ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ปรากฏในภาคผนวก ข.

ข. การดำเนินการของฝ่ายรับคำร้องตรวจสอบ และติดตามผล

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้ไต่ถามปัญหา เป็นมาตรการหนึ่งในการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นการแก้ปัญหาในระยะแรก ๆ ของการดำเนินการ ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการได้ตระหนักถึงภาระหน้าที่นี้ จึงได้มีฝ่ายรับคำร้องตรวจสอบ และติดตามผลทำหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภคเฉพาะหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการร้องเรียนจากผู้บริโภค โดยให้ความสำคัญรับผิดชอบดังนี้

- หน้าที่รับผิดชอบด้านการรับการร้องเรียนจากผู้บริโภค เพื่อศึกษาข้อเท็จจริง วิเคราะห์สาเหตุของปัญหาต่าง ๆ
- หน้าที่เสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหา
- หน้าที่เสนอแนะความคิดเห็นในการวางมาตรการป้องกันปราบปรามการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคต่อคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค และประสานงานหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง และหน้าที่ด้านการศึกษาวิจัยร่วมกับหน่วยงานอื่น ๆ รวมทั้งการประเมินผลการดำเนินการตามแผนที่วางไว้

เจ้าหน้าที่ของฝ่ายรับคำร้องตรวจสอบ และติดตามผลประกอบด้วย เจ้าหน้าที่สืบสวนสอบสวนจำนวน 3 คน นักวิทยาศาสตร์จำนวน 1 คน นักวิชาการอาหารและยาจำนวน 2 คน และนักวิชาการพาณิชย์ 1 คน

ฝ่ายรับคำร้องตรวจสอบและติดตามผลได้วางแผนเพื่อดำเนินการด้านนี้ไว้ดังนี้

1. การรับคำร้องเรียน ทางโทรศัพท์ จดหมาย หรือการติดต่อด้วยตนเองของผู้บริโภคที่ไม่ได้รับความเป็นธรรมในการซื้อสินค้าหรือบริการ ถูกเอารัดเอาเปรียบ หรือสินค้าที่ไม่ได้คุณภาพมาตรฐาน โดยยึดหลักการให้ความสะดวก และรวดเร็ว
2. การพิจารณาวินิจฉัยแยกประเภทคำร้องเรียนเพื่อดำเนินการโดยไม่ซ้ำหรือขัดกับกฎหมายอื่น โดยแยกประเภทคำร้องเรียนออกเป็น 2 ประเภท คือ คำร้องเรียนที่อยู่ในความรับผิดชอบของสำนักงาน และข้อร้องเรียนที่อยู่ในความรับผิดชอบของหน่วยราชการอื่น
3. การศึกษารายละเอียด ข้อเท็จจริง และรวบรวมหลักฐานจากผู้บริโภค เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ที่สุดเท่าที่ทำได้

4. การคัดส่งเจ้าหน้าที่สืบเสาะแสวงหาข้อเท็จจริงเพิ่มเติม ณ สถานที่เกิดเหตุ ตรวจสอบหาข้อมูลประกอบการพิจารณา

5. การสืบสวนข้อเท็จจริงเพิ่มเติมจากผู้ร้องเรียน ผู้ประกอบธุรกิจ และผู้ที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ มาให้ถ้อยคำจนเป็นที่กระจ่างทั้ง 2 ฝ่าย หากสามารถตกลงกันได้ด้วยความเป็นธรรมก็ให้ตกลงกัน

6. การดำเนินคดีต่อผู้ประกอบการที่ละเมิดสิทธิของผู้บริโภค ถ้าหากว่าการดำเนินคดีนั้นเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคเป็นส่วนรวม โดยขอความเห็นชอบจากอธิบดีกรมอัยการ เพื่อแต่งตั้งพนักงานอัยการดำเนินการแทนผู้บริโภค โดยไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียม

7. การแจ้งข่าวให้ผู้บริโภคทราบการปฏิบัติงานในกรณีที่ทำอยู่ชัดเจน การแจ้งข่าวสารจะแจ้ง 2 ขั้นตอน คือ เมื่อได้รับข้อร้องเรียน และแจ้งผลการปฏิบัติงานให้ทราบ และกรณีที่น่าสนใจ จะมีการเผยแพร่ในข่าวสารของสำนักงานด้วย

ขั้นการพิจารณาข้อร้องเรียน เฉพาะกรณีที่เกี่ยวข้องกับกฎหมาย ฝ่ายรับคำร้องตรวจสอบ และติดตามผล จะประสานงานกับฝ่ายนิติการ การประสานงานเป็นการประสานงานในระดับเดียวกัน จึงไม่มีปัญหาข้อขัดแย้งเกิดขึ้น

ในระยะเริ่มแรกของการดำเนินการ ฝ่ายรับคำร้องไม่ได้ตั้งเป้าหมายที่แน่นอนว่าจะรับข้อร้องเรียนจำนวนเท่าใด เพียงแต่คัดหลักการให้ความสะดวกแก่ผู้ร้องเรียนมากที่สุดเท่านั้น การให้ความสะดวกในการร้องเรียนทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกวิธีการร้องเรียนได้ 3 วิธีคือ

การร้องเรียนทางโทรศัพท์ ผู้ที่ถูกละเมิดสิทธิที่ต้องการจะร้องเรียนสามารถร้องเรียนได้ทางโทรศัพท์ซึ่งเป็นการสะดวกประหยัด และรวดเร็ว ฝ่ายรับคำร้องตรวจสอบ และติดตามผลจะมีแบบฟอร์มสำหรับรับเรื่องร้องเรียน ผู้ร้องเรียนสามารถร้องเรียนทั้งเปิดเผย และไม่เปิดเผยตนเอง แต่เพื่อความสะดวก และรวดเร็วในการดำเนินการตามข้อร้องเรียน ผู้ร้องเรียนควรระบุชื่อ และที่อยู่ให้ชัดเจน ทั้งนี้มีผลต่อการแจ้งผลการปฏิบัติงานให้ทราบด้วย การร้องเรียนสามารถร้องเรียนได้ที่หมายเลข 2828633 และ 2816968

การร้องเรียนทางจดหมาย สำหรับผู้ที่อยู่ต่างจังหวัด หรือผู้ที่ไม่สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ สามารถร้องเรียนเรื่องราวต่าง ๆ ต่อสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้โดยทางจดหมาย ถ้าสามารถส่งหลักฐานบางอย่างประกอบมาด้วยจะยิ่งช่วยให้การปฏิบัติงานขั้นตอนต่อไปรวดเร็วขึ้น จดหมายที่ร้องเรียนจำหน่ายซองถึงผู้อำนวยการสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

ตีพิมพ์ข่าวการขึ้น 5 ท่าเทียบรัฐบาล กรุงเทพฯ จดหมายที่ไ้ร้องเรียนไม่จำเป็นต้องมีแบบแผนตายตัว เพียงแต่ให้มีสาระที่เป็นจริง และอ่านเข้าใจง่ายเท่านั้น

การร้องเรียนโดยตรงด้วยตนเอง ผู้บริโภคที่สามารถเดินทางไปร้องเรียนที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้สะดวก ควรจะไปร้องเรียนด้วยตนเอง ทั้งนี้จะช่วยให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคทราบแน่ชัดว่าเรื่องที่ร้องเรียนเป็นเรื่องจริง และได้ทราบข้อมูลเบื้องต้นพอเพียง เป็นการประหยัดเวลาการปฏิบัติงานขั้นตอนต่อไปทำให้ปฏิบัติการของสำนักงานตามข้อร้องเรียนได้รวดเร็ว ผู้ร้องเรียนทราบผลการดำเนินงานรวดเร็วขึ้น

การร้องเรียนโดยระบุชื่อที่อยู่ให้ชัดเจน ทำให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคดำเนินการขั้นตอนต่อไปได้สะดวกและรวดเร็วขึ้น เพราะฝ่ายรับคำร้องตรวจสอบและติดตามผลไม่ต้องเสียเวลาในการเสาะหาข้อมูลเบื้องต้นมากนัก จากการศึกษาการดำเนินการของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการร้องเรียน เฉพาะคดีที่สิ้นสุดภายในปี 2524 แสดงวิธีการร้องเรียนดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงวิธีการร้องเรียนของผู้บริโภค

วิธีการ	จำนวน	ร้อยละ
โทรศัพท์	89	29.8
จดหมาย	156	52.2
ตัวเอง	44	14.7
อื่น ๆ	10	3.3
รวม	299	100.0

จากตารางที่ 3 จะเห็นว่าผู้บริโภคที่ร้องเรียนการละเมิดสิทธิด้วยตนเอง มีเพียงร้อยละ 14.7 เท่านั้น ส่วนการร้องเรียนทางโทรศัพท์และจดหมายมีร้อยละ 29.8 และ 52.2 ตามลำดับที่เหลือร้อยละ 3.3 เป็นการร้องเรียนโดยผ่านทางกลุ่มต่าง ๆ หรือร้องเรียนผ่านมาทางเจ้าหน้าที่ของรัฐที่ออกตรวจราชการ หรือการร้องเรียนต่อนายกรัฐมนตรีโดยตรง จากการร้องเรียนด้วยตนเองร้อยละ 14.7 แสดงว่าสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้รับข้อมูลเบื้องต้นต่าง ๆ น้อยมาก ฝ่ายรับคำร้องตรวจสอบและติดตามผลจึงต้องเสียเวลาส่วนหนึ่งในการเสาะหาข้อมูลเพื่อนำมาประกอบในการพิจารณาดำเนินการต่อไป

การปฏิบัติงานของฝ่ายรับคำร้อง ตรวจสอบและติดตามผลดีจะดำเนินไปรวดเร็วขึ้น หากได้รับความร่วมมือจากผู้บริโภคในการให้ข้อมูลเบื้องต้น อันเป็นหน้าที่อันหนึ่งของผู้บริโภคพึงปฏิบัติ ซึ่งหน้าที่ที่ผู้บริโภคพึงปฏิบัติ 3 ประการ¹ คือ

1. ผู้บริโภคมีหน้าที่ต้องระมัดระวังในการซื้อสินค้าหรือบริการต่าง ๆ ผู้บริโภคต้องพิจารณาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการให้ละเอียดรอบคอบก่อนตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ข้อมูลที่พิจารณานั้น เช่น คุณภาพ ปริมาณ และราคาของสินค้าหรือบริการว่าตรงกับที่โฆษณาหรือที่ปรากฏในฉลากเช่นกำหนดวันหมดอายุของสินค้า โดยเฉพาะการรักษาโรคเป็นข้อมูลที่สำคัญมาก เพราะถ้าผู้บริโภคบริโภคยาที่เสื่อมคุณภาพอาจเป็นอันตรายจนถึงชีวิตได้ การทำสัญญาซื้อขายต้องพิจารณาให้รอบคอบถูกต้อง ผู้บริโภคต้องทำความเข้าใจข้อความในสัญญาให้ชัดเจน เช่น การทำสัญญาเพื่อซื้อบ้านจัดสรรหรืออาคารชุดก่อนทำสัญญาต้องพิจารณาสัญญา เงื่อนไขต่าง ๆ ที่กำหนดในสัญญา เพราะฝ่ายรับคำร้องตรวจสอบและติดตามผลได้รับข้อร้องเรียนเกี่ยวกับเรื่องนี้มากและเป็นเรื่องที่ต้องใช้เวลาสำหรับดำเนินการเป็นเวลานาน² ผู้บริโภคที่ไม่เข้าใจข้อความที่ปรากฏในสัญญาสามารถขอคำแนะนำได้จากฝ่ายนิติการของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ในระยะเริ่มต้นของการใช้พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 นี้ การซื้อสินค้าหรือบริการจากคำโฆษณาต้องพิจารณาให้รอบคอบเป็นพิเศษ เพราะการโฆษณาสินค้าหรือบริการบางอย่างกำลังอยู่ในระหว่างการตรวจสอบดำเนินการ³ การที่ผู้บริโภครู้สึกปกป้องตนเองด้วยการระมัดระวังในการบริโภคสินค้าพอสมควร ทำให้การจะใช้พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 กับผู้ประกอบการที่กระทำการละเมิดสิทธิผู้บริโภคง่ายขึ้น

2. ผู้บริโภคมีหน้าที่ในการเก็บรักษาเอกสารหลักฐานต่าง ๆ การร้องเรียนเพื่อให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคพิจารณาดำเนินการกับผู้ประกอบธุรกิจจะต้องมีหลักฐานประกอบอย่างพอเพียง หลักฐานที่ต้องการเช่น ตัวอย่างสินค้าหรือบริการที่เกิดขึ้น ใบเสร็จรับเงิน สัญญาต่าง ๆ ผู้บริโภคต้องระบุแหล่งที่ซื้อให้ชัดเจน หลักฐานต่าง ๆ เหล่านี้มีประโยชน์ต่อการดำเนินการทั้งสิ้น

¹ สัมภาษณ์ เทวี โพธิ์ผละ, หัวหน้าฝ่ายเผยแพร่และประชาสัมพันธ์, 19 มกราคม 2525

² สัมภาษณ์ สาธิต นภารัตน์, ฝ่ายรับคำร้องตรวจสอบและติดตามผล, 15 เมษายน 2525

³ สัมภาษณ์บุคคลเดียวกัน

การศึกษาการปฏิบัติตามขั้นตอนของกฎหมายในเรื่องการดำเนินการตามข้อร้องเรียนของฝ่ายรับคำร้องตรวจสอบ และติดตามผลหลังจากการรับข้อร้องเรียน ขั้นตอนต่อไปคือการตรวจสอบข้อเท็จจริง และการพิจารณาข้อร้องเรียน โดยประสานงานกับฝ่ายนิติการ และในบางกรณีข้อร้องเรียนเป็นกรณีที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายที่สับสนซับซ้อน ฝ่ายรับคำร้องตรวจสอบและติดตามผลจะขอคำแนะนำจากคณะกรรมการฝ่ายกฎหมาย การพิจารณาข้อร้องเรียนโต้แย้งข้อร้องเรียนออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ข้อร้องเรียนที่อยู่ภายใต้กฎหมายอื่น ๆ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีหน้าที่ประสานการดำเนินการกับหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องด้วยการส่งข้อร้องเรียนไปยังหน่วยราชการนั้น ๆ เป็นผู้ดำเนินการ การส่งข้อร้องเรียนให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้รับความเห็นชอบและยินยอมของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค แต่ในบางเรื่องที่ได้มอบอำนาจผู้อำนวยการสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นผู้รับผิดชอบโดยตรง สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคสามารถส่งข้อร้องเรียนไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้โดยตรง¹ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคส่งเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานร่วมกับหน่วยราชการนั้น ๆ ด้วยก็ได้

การประสานงานกับหน่วยราชการอื่น ๆ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคติดต่อแนวทางปฏิบัติดังนี้

1. การขอความร่วมมือในการดำเนินการอย่างเป็นทางการด้วยการส่งหนังสือราชการไปยังผู้รับผิดชอบโดยตรง
2. การขอความร่วมมือในการดำเนินการอย่างไม่เป็นทางการ เป็นการติดต่อเป็นส่วนตัวระหว่าง ผู้อำนวยการ และผู้รับผิดชอบหน่วยงานนั้น ๆ ด้วยการใช้โทรศัพท์หรือการติดต่อวิธีอื่น ๆ การติดต่อเป็นการส่วนตัวมักกระทำควบคู่ไปกับการติดต่ออย่างเป็นทางการ เสมอในกรณีที่ผู้อำนวยการ และผู้รับผิดชอบหน่วยงานนั้น ๆ รู้จักกันเป็นการส่วนตัว
3. การทำหนังสือราชการเพื่อสอบถามผลการดำเนินงานของหน่วยงานนั้น ๆ กรณีที่ไม่ได้รับผลการดำเนินการภายในเวลา 1 เดือน เป็นการเร่งรัดการทำงาน ทั้งนี้อาศัยอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค มาตรา 10 (6)

¹ สัมภาษณ์ ชัยวิทย์ อมรพันธ์, หัวหน้าฝ่ายรับคำร้องตรวจสอบและติดตามผล, 21 เมษายน 2525

มาตรา 10 คณะกรรมการมีอำนาจ และหน้าที่ดังต่อไปนี้

(6) สอดส่อง เฝ้าระวังงานเจ้าหน้าที่ส่วนราชการ หรือหน่วยงานอื่นของรัฐให้ปฏิบัติตามอำนาจและหน้าที่ที่กฎหมายกำหนด ตลอดจนเฝ้าระวังงานเจ้าหน้าที่ให้ดำเนินคดีในความผิดเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค

ฯลฯ

2. การดำเนินการกับข้อร้องเรียนที่อยู่ภายใต้อำนาจหน้าที่ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ฝ่ายรับคำร้องตรวจสอบและติดตามผลมีหน้าที่เก็บข้อมูลรายละเอียดทั้งข้อมูลจากผู้ร้องเรียนและผู้กระทำละเมิดสิทธิเพื่อนำมา เป็นหลักฐานในการดำเนินการ การเก็บข้อมูลฝ่ายรับคำร้องตรวจสอบและติดตามผลปฏิบัติการโดยใช้การติดต่อทางหนังสือราชการมีแบบฟอร์ม สำหรับการเก็บหลักฐานโดยเฉพาะ (ดูรายละเอียดภาคผนวก ค) การเก็บข้อมูลหลักฐานเพิ่มเติม บางครั้งต้องให้พนักงานเจ้าหน้าที่ไปเก็บรวบรวมยังที่เกิดเหตุ ทั้งนี้พนักงานเจ้าหน้าที่อาศัยอำนาจตามมาตราที่ 5 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคเป็นหลักในการดำเนินการ

ผู้ละเมิดสิทธิของผู้บริโภค ที่ไม่ให้ความร่วมมือส่งหลักฐานต่าง ๆ มีความผิดตามมาตรา 45 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคพ.ศ.2522บัญญัติไว้ว่า ผู้ใดขัดขวางหรือไม่อำนวยความสะดวกไม่ให้ถือยศหรือส่งเอกสาร หรือหลักฐานแก่พนักงานเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติตามมาตรา 5 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ทั้งนี้ในการเรียกเก็บหลักฐาน จะมีข้อกำหนดโทษระบุไว้ในแบบฟอร์ม ด้วยเพื่อแจ้งผู้ประกอบการผู้ละเมิดสิทธิได้ทราบถึงโทษที่อาจจะได้รับหากขัดคำสั่งเจ้าหน้าที่

ผลการพิจารณาดำเนินการหากตกลงกันได้ในวันนี้ และคดีที่ร้องเรียนเป็นคดีที่ไม่เกี่ยวข้องกับส่วนรวมก็เป็นอันยุติ แต่หากคู่กรณีทั้งสองตกลงกันไม่ได้ หรือคดีนั้น ๆ เป็นความผิดต่อส่วนรวม ฝ่ายรับคำร้องตรวจสอบและติดตามผลจะแจ้งผลการปฏิบัติการให้ผู้ร้องเรียนทราบทันทีที่ผลการปฏิบัติการสำเร็จในกรณีที่ผู้ร้องเรียนไม่ต้องมาทำข้อตกลงที่สำนักงาน การแจ้งผลต่อผู้ร้องเรียนมีหลายวิธีเช่น

ฝ่ายรับคำร้องตรวจสอบและติดตามผลจะแจ้งผลการปฏิบัติการให้ผู้ร้องเรียนทราบทันทีที่ผลการปฏิบัติการสำเร็จในกรณีที่ผู้ร้องเรียนไม่ต้องมาทำข้อตกลงที่สำนักงาน การแจ้งผลต่อผู้ร้องเรียนมีหลายวิธีเช่น

1. การแจ้งผลการร้องเรียนเป็นลายลักษณ์อักษร ฝ่ายรับคำร้องตรวจสอบและติดตามผลมีหน้าที่ทำหนังสือถึงผู้ร้องเรียนเพื่อแจ้งผลการปฏิบัติโดยตรงในกรณีที่ทราบที่อยู่ของผู้ร้องเรียน

2. การแจ้งผลทางเอกสารสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ฝ่ายรับคำร้องตรวจสอบและติดตามผลจะแจ้งผลการปฏิบัติงาน เฉพาะเรื่องที่สำคัญ ๆ และเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวมทางเอกสารของสำนักงาน ซึ่งจะมีการจัดทำเดือนละ 1 ฉบับ การเล่นเกมปฏิบัติงานทางเอกสารอาจไม่ครอบคลุมทุกเรื่อง ฉะนั้นการร้องเรียนควรระบุชื่อและที่อยู่ให้ชัดเจน เพื่อเป็นประโยชน์ในการรับทราบผลการปฏิบัติงาน

การศึกษาการดำเนินการของฝ่ายรับคำร้องตรวจสอบและติดตามผลในการดำเนินการตามข้อร้องเรียนทราบว่าผู้ละเมิดสิทธิของผู้บริโภคให้ความร่วมมือด้วยดีในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น เรื่องที่พิจารณาดำเนินการโดยสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคทุกเรื่องสำเร็จด้วยดี ยกเว้นเรื่องที่มีปัญหาทางกฎหมายลึกลับซับซ้อน¹ ข้อร้องเรียนที่ฝ่ายรับคำตรวจสอบและติดตามผลได้รับการร้องเรียนมาในระยะ 3 ปีที่ดำเนินการมีรายละเอียดดังตารางที่ 4

¹ สัมภาษณ์: สารร นภรัตน์, ฝ่ายรับคำร้องตรวจสอบและติดตามผล, 15 เมษายน 2525

ตารางที่ 4 แสดง เรื่องร้องเรียนที่ฝ่ายรับคำร้องตรวจสอบและติดตามผลได้พิจารณา
ดำเนินการในปีงบประมาณ 2523-2525 (ราย)

เรื่อง	ปี 2523		ปี 2524		ปี 2525	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สินค้าที่ไม่เป็นธรรม	165	32.5	178	35.0	72	16.2
สินค้าที่ไม่ได้คุณภาพมาตรฐาน	17	3.4	52	10.2	60	13.5
สินค้าอันตราย	27	5.3	70	13.8	69	15.5
สินค้าปลอมปน	4	0.8	6	1.2	48	10.8
บริการที่เสียประโยชน์	86	17.0	55	10.8	32	7.2
เรื่องอื่น ๆ	208	41.0	147	28.9	163	36.7
รวม	507	100.0	508	99.9	444	99.9

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

จากตารางที่ 4 จะเห็นว่าการร้องเรียนเกี่ยวกับสินค้าที่ไม่เป็นธรรม ซึ่งส่วนมากเป็นการขายของเกินราคา มีร้อยละ 32.5, 35.0 และ 16.2 ตามลำดับ เป็นเรื่องที่ได้รับการร้องเรียนมากที่สุด แต่มีแนวโน้มว่าการร้องเรียนเรื่องนี้จะลดลง ทั้งนี้เพราะอาจมีการกระทำผิดด้านนี้น้อยลง โดยผู้ที่ละเมิดสิทธิได้แก้ไขข้อบกพร่องของตนแล้ว หรืออาจจะหมายความว่าไม่มีผู้ร้องเรียนเพิ่มขึ้น ในปี 2525 เรื่องที่ร้องเรียนใกล้เคียงกันในทุก ๆ เรื่อง แต่เป็นที่น่าสังเกตว่ามีผู้ร้องเรียนเกี่ยวกับสินค้าปลอมปนมากขึ้น เรื่องสินค้าปลอมปนที่แพร่หลายและได้รับการร้องเรียนมากที่สุดคือ การปลอมปนน้ำมัน จากตารางอาจหมายความว่า การร้องเรียนมาจากผู้บริโภคหลาย ๆ คน หลายท้องที่ หรืออาจหมายความว่าสินค้าปลอมปนระบาดมากในช่วงปีนี้

ค. การดำเนินการของฝ่ายนิติการ

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้ใช้มาตรการป้องกันการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคเป็นแนวทางหนึ่งในการคุ้มครองผู้บริโภค โดยให้ฝ่ายนิติการเป็นผู้ดำเนินการด้านกฎหมายทั้งหมด ในการคัดองค์การซึ่งมอบความรับผิดชอบให้ฝ่ายนี้ทำหน้าที่ดังนี้

1. หน้าที่ศึกษาค้นคว้ารวบรวมกฎหมายต่าง ๆ รวมทั้งการศึกษาระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อประโยชน์ในการบริหารงานของสำนักงาน ทั้งนี้เพื่อป้องกันการปฏิบัติการซ้ำซ้อน ฝ่ายนิติการจะเป็นผู้พิจารณาข้อร้องเรียนการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค ว่าเรื่องนั้น ๆ เป็นหน้าที่ของหน่วยงานใดของรัฐเป็นผู้รับผิดชอบโดยตรง กรณีเช่นนี้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นเพียงผู้ประสานงานเท่านั้น
2. ยกร่างหรือแก้ไขกฎหมาย คำสั่งระเบียบข้อบังคับ เพื่อประโยชน์ในการคุ้มครองผู้บริโภค ทั้งนี้เพื่อให้กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคสามารถคุ้มครองผู้บริโภคได้เหมาะสมทันต่อสภาพการณ์เสมอ
3. ศึกษาปัญหา และเสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหานั้นเกิดจากการใช้กฎหมายระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ
4. การดำเนินคดีทางแพ่ง และทางอาญาแก่ผู้ละเมิดสิทธิ รวมทั้งการวินิจฉัยเกี่ยวกับการอุทธรณ์คำสั่ง การติดต่อประสานงานกับหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

เจ้าหน้าที่ของฝ่ายนิติการมีจำนวน 6 คน เป็นผู้ที่มีความรู้ด้านกฎหมายโดยเฉพาะ ทั้งนี้เพราะงานของฝ่ายนี้เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายดังกล่าวมาแล้ว ฝ่ายนิติการทำหน้าที่รวบรวมกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค และได้เผยแพร่กฎหมายต่าง ๆ ให้ผู้ประกอบการธุรกิจได้ทราบทั่วกัน เพื่อเป็นการป้องกันปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค

ฝ่ายนิติการทำหน้าที่ให้คำปรึกษาแก่ฝ่ายต่าง ๆ เกี่ยวกับปัญหากฎหมาย และได้ทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาแก่ผู้บริโภค และผู้ประกอบการ¹

การให้คำปรึกษาแก่ผู้บริโภค ผู้บริโภคที่ถูกละเมิดสิทธินอกจากมีหน้าที่ 3 ประการดังกล่าวแล้ว หากมีปัญหากฎหมายสามารถขอคำปรึกษา ขอทราบข้อปฏิบัติต่าง ๆ ได้ที่ฝ่ายนิติการของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เพราะแม้จะถือว่ากฎหมายต่าง ๆ ที่ได้ประกาศใช้

¹ สัมภาษณ์ ฐะปาณีย์ รามลุต, ฝ่ายนิติการ, 18 เมษายน 2525

ในรายกิจจานุเบกษาแล้วถือว่าประสาธน์ทุกคนต้องทราบ แต่ความเป็นจริงแล้ว เป็นไปไม่ได้ที่ทุกคน จะทราบกฎหมายต่าง ๆ ทั้งถึง โดยเฉพาะกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคซึ่ง เพิ่งประกาศใช้เมื่อปี พ.ศ. 2522 คงยังไม่เป็นที่แพร่หลาย

การให้คำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการ ฝ่ายนิติการได้เผยแพร่พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกหน่วยงานเพื่อให้ผู้ประกอบการทั้งที่เป็น ผู้ผลิตจำหน่าย และผู้ให้บริการ ทราบเงื่อนไขข้อกำหนดต่าง ๆ ฝ่ายนิติการให้คำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการ โดยเน้นในด้านที่เกี่ยวกับพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 คือ

1. การให้คำปรึกษาด้านฉลาก พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มาตราที่ 30-35 กำหนดเกี่ยวกับสินค้าที่ต้องควบคุมฉลาก ลักษณะของฉลากที่ต้องการ และการ ดำเนินการเกี่ยวกับฉลากที่ผู้ประกอบการต้องทราบ และปฏิบัติตาม การดำเนินการด้านฉลาก อยู่ในความรับผิดชอบของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค มีคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก เป็นผู้มีส่วนดำเนินการตามกฎหมาย นอกจากการวางแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับเรื่องฉลากแล้ว พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มาตรา 52-56 ได้กำหนดบทลงโทษสำหรับผู้ ผ่าฝืนเกี่ยวกับเรื่องฉลากไว้ด้วย โดยมีโทษปรับหรือจำคุก หรือทั้งจำ และปรับ

2. การให้คำปรึกษาด้านโฆษณา การดำเนินการด้านการตลาดของผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย หรือผู้ให้บริการ ทั้งทางด้าน การโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อนำสินค้าใหม่ ๆ เข้าสู่ตลาด การรักษาส່วนแบ่งการตลาดให้คงที่หรือเพิ่มขึ้น การขยายตลาดสำหรับสินค้าใหม่ กิจกรรมเหล่านี้ต้องอาศัย เทคนิคการโฆษณา เป็นหลัก ผู้ประกอบการ และผู้ประกอบการโฆษณา จำเป็นต้องทราบข้อกำหนดเกี่ยวกับการดำเนินการโฆษณาสินค้า พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มาตรา 22-29 ได้กำหนดเกี่ยวกับข้อความใช้สำหรับการโฆษณา มีลักษณะแบบใด สื่อสำหรับการโฆษณา อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการโฆษณาผู้ซึ่งมีหน้าที่โดยตรงรับผิดชอบโฆษณา การขอความเห็นชอบจากคณะกรรมการโฆษณาในรูปแบบโฆษณาที่ต้องการ เหล่านี้ล้วนเป็นข้อกำหนดที่ผู้เกี่ยวข้องต้องทราบ นอกจากนี้มาตรา 46-59 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้กำหนดบทลงโทษสำหรับผู้ฝ่าฝืนพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับการโฆษณาไว้ด้วย

การดำเนินการของฝ่ายนิติการในระยะแรก ๆ นี้ มุ่งเน้นด้านการป้องกัน คือการให้ คำปรึกษา ให้ความรู้ทางด้านกฎหมาย และการแก้ไขข้อบกพร่องที่เกิดขึ้นให้ถูกต้องตามพระราช บัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 โดยเป็นเจตนาของคณะกรรมการที่มุ่งเน้นให้พระราชบัญญัติ

คุ้มครองผู้บริโภคเป็นแนวทางสำหรับการทำธุรกิจ ไม่ใช่เป็นการบังคับไม่ให้ทำกิจกรรมด้านนี้ เพราะจะเกิดผลเสียแก่เศรษฐกิจส่วนรวมของประเทศ เช่น อาจทำให้การลงทุนหยุดชะงัก การสร้างงานมีน้อย ทำให้เกิดการว่างงานเป็นปัญหาสังคมขึ้นมาอีก¹

นอกจากการป้องกันโดยการให้คำปรึกษาแนะนำแล้ว ฝ่ายนิติการทำหน้าที่ศึกษาแก้ไข ข้อบกพร่องทางด้านกฎหมาย เพื่อให้กฎหมายนั้น ๆ เหมาะสมกับเหตุการณ์ปัจจุบัน กฎหมายต่าง ๆ ที่ฝ่ายนิติการได้ร่างขึ้นเพื่อการพิจารณาดำเนินการ 4 ฉบับ คือ

1. กฎกระทรวงฉบับที่ 1 ว่าด้วยบัตรประจำตัวพนักงานเจ้าหน้าที่ เพื่อการปฏิบัติงานนอกสถานที่ของเจ้าหน้าที่ให้สอดคล้องกับพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มาตรา 7 กฎกระทรวงฉบับนี้ได้ผ่านการพิจารณาของอนุกรรมการฝ่ายกฎหมาย และประกาศใช้ในพระราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 96 ตอนที่ 179 เมื่อ 19 ตุลาคม 2522
2. กฎกระทรวงฉบับที่ 2 ว่าด้วย การอุทธรณ์คำสั่งของคณะกรรมการ เฉพาะเรื่อง ทั้งนี้เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบธุรกิจได้อุทธรณ์คำสั่งที่ได้รับ ทั้งนี้เป็นไปตามมาตรา 43 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 กฎกระทรวงฉบับนี้ประกาศใช้ในพระราชกิจจานุเบกษาฉบับพิเศษเล่มที่ 96 ตอนที่ 72 เมื่อ 13 พฤษภาคม 2524
3. เสนอร่างประกาศคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา ที่ว่าด้วยการโฆษณาสินค้าหรือบริการ โดยจัดให้มีการเสี่ยงโชคด้วยการแถมพหุหรือรางวัล ได้ประกาศใช้เมื่อ 20 ธันวาคม พ.ศ. 2522
4. เสนอร่างเพื่อแก้ไขพระราชบัญญัติ เพื่อเพิ่มคณะกรรมการ เฉพาะเรื่องในการสดซื้อสินค้า หรือบริการที่ต้องทำสัญญา เพราะสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้รับการร้องเรียนจากผู้บริโภคมากมายเกี่ยวกับการทำสัญญาเช่า เช่าซื้อ ซื้อ บ้านและที่ดินเป็นต้น ร่างพระราชบัญญัติฉบับนี้กำลังอยู่ในระหว่างการแก้ไขของอนุกรรมการฝ่ายกฎหมาย

หน้าที่อีกประการหนึ่งของฝ่ายนิติการคือ การดำเนนครัดกับผู้ประกอบธุรกิจแทนผู้บริโภค ในกรณีที่มีการละเมิดสิทธินั้น ๆ กระทบกระเทือนต่อผู้บริโภคเป็นส่วนรวม แต่จากการดำเนินการตามข้อร้องเรียนทั้งหมดในระยะ 3 ปี ที่ผ่านมาปรากฏว่าผู้ประกอบธุรกิจให้ความร่วมมือในการดำเนินการด้วยดี จึงไม่มีการดำเนินคดีทางกฎหมายแต่อย่างใด แต่ทั้งนี้สาเหตุหนึ่งเป็นเพราะคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคไม่ได้มีเป้าหมายที่จะดำเนินคดีต่อผู้ประกอบธุรกิจแต่อย่างใด

¹ สัมภาษณ์ วีระะ เฟื่องผล, หัวหน้าฝ่ายนิติการ, 10 มิถุนายน 2526

ถึงอย่างไรก็ตามผู้ประกอบการธุรกิจต้องระมัดระวัง เรื่องการละเมิดสิทธิผู้บริโภค เพราะการฟ้องร้องผู้ประกอบการ 3 ทางด้วยกัน คือ

1. ผู้บริโภคดำเนินการฟ้องร้องผู้ประกอบการ ผู้บริโภคสามารถดำเนินคดีทางแพ่งกับผู้ประกอบการได้ด้วยตนเอง แต่หากเป็นคดีอาญาผู้บริโภคจะดำเนินการได้ก็ต่อเมื่อเป็นผู้เสียหายตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญาก่อน แต่หากผู้บริโภคดำเนินการเองจะต้องเสียค่าธรรมเนียมต่าง ๆ เอง และเสียเวลาในขั้นตอนการพิจารณาคดี

2. สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นผู้ดำเนินการดำเนินคดีทางแพ่ง และทางอาญาต่อผู้ประกอบการที่กระทำการละเมิดสิทธิแทนผู้บริโภค แต่ทั้งนี้การฟ้องร้องนั้นต้องเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม การดำเนินคดีวิธีนี้ ผู้บริโภคไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียม หรือค่าใช้จ่ายใด ๆ ทั้งสิ้น

3. สุ่มาคมนที่มีวัตถุประสงค์ในการคุ้มครองผู้บริโภค หรือต่อต้านการแข่งขันอันไม่เป็นธรรมทางการค้า มีอำนาจฟ้องร้องดำเนินคดีแทนสมาชิกได้ แต่ทั้งนี้สุ่มาคมนั้น ๆ ต้องได้รับการรับรองตามหลักเกณฑ์ และวิธีการที่ได้กำหนดไว้ในกฎกระทรวง ตามความในมาตรา 40 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ก่อน แต่จากการศึกษาวิจัยพบว่าในปัจจุบันยังไม่มี การประกาศใช้กฎกระทรวงฉบับนี้ ซึ่งยังไม่สุ่มาคมนใดสามารถดำเนินการฟ้องร้องแทนสมาชิกได้ แต่ทั้งนี้อาจจะเป็นเจตนารมณ์คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคที่ไม่ประสงค์จะดำเนินการฟ้องร้องกับผู้ละเมิดสิทธิของผู้บริโภคในระยะแรก ๆ นี้

การดำเนินการของฝ่ายนิติการ และการดำเนินการตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา มีรายละเอียดดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 แสดงผลการปฏิบัติงานของฝ่ายนิติการ และการดำเนินการตามพระราชบัญญัติ
คุ้มครองผู้บริโภค 2522

เรื่อง	จำนวน	ร้อยละ
การพิจารณาโฆษณา	551	65.9
การพิจารณาฉลากสินค้า	127	15.2
การพิจารณาสินค้า หรือบริการที่อาจ เป็นอันตราย	90	10.8
การแก้ไขกฎหมายเพิ่มเติม	4	0.5
การพิจารณาปัญหาเกี่ยวกับกฎหมาย	46	5.5
การตักเตือน	18	2.2
รวม	836	100.1

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่า มาตรการการป้องกันที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครอง
ผู้บริโภคดำเนินการด้วยการส่งเจ้าหน้าที่ออกตรวจสอบการโฆษณา การตรวจสอบฉลากสินค้า และ
ตรวจสอบสินค้าหรือบริการ เพื่อให้ฝ่ายนิติการร่วมกับคณะกรรมการกฎหมายพิจารณานั้นมีจำนวน
สูงประมาณร้อยละ 65, 15 และ 10 ตามลำดับ ส่วนการพิจารณาปัญหากฎหมาย ซึ่งหมายถึงการ
พิจารณาข้อร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายที่ลึกลับซับซ้อนซึ่งส่วนมากเป็นปัญหาเกี่ยวกับสัญญานั้นมี
ร้อยละ 5.5 ส่วนการตักเตือนผู้ประกอบการกิจกรรมมีจำนวนน้อยมาร้อยละ 2.2 เท่านั้น

ง. การดำเนินการของฝ่ายเผยแพร่ และประชาสัมพันธ์

ในระยะเริ่มต้นของการดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภคนี้ สำนักงานคณะกรรมการได้
วางแผนเน้นที่จะเผยแพร่ และประชาสัมพันธ์ความรู้ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค
ให้ประชาชนได้ทราบทั่ว ๆ กัน ดังจะเห็นได้จากแผนงานของสำนักงาน ฝ่ายเผยแพร่และประชาสัมพันธ์
ของสำนักงานได้รับมอบหมายให้รับภาระในขอบข่ายงานคือ การบริการการส่งเสริมการศึกษา
แก่ประชาชนทุก ๆ กลุ่ม เพื่อรักษาสติของตนเองในฐานะเป็นผู้บริโภค ได้ขยายขอบเขตของการ
เผยแพร่ข้อเท็จจริงทั้งด้านข่าวสารวิชาการ การเสนอภาพยนตร์ข่าว สไลด์ การจัดอภิปรายใน
วาระต่าง ๆ การจัดนิทรรศการ และส่งเสริมให้มีการตั้งชมรมสมาคมของผู้บริโภคขึ้น เพื่อเป็น
ตัวแทนของผู้บริโภค และการดำเนินการทุกวิถีทางในการส่งเสริมสิทธิผู้บริโภค

จากแผนงานรวมที่ได้วางไว้ ฝ่ายเผยแพร่ และประชาสัมพันธ์ได้นำมา เป็นแนวปฏิบัติ ได้วางแผนเพื่อกำหนดเป้าหมายให้ชัดเจนดังนี้

1. การเผยแพร่ข่าวสารสื่อมวลชน ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ สถานีวิทยุกระจายเสียง และหนังสือพิมพ์ทั่วประเทศ
2. การเตรียมบทความเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคสินค้า และบริการ อาทิบัตร 2 เรื่อง
3. การทำข่าวสารสัมมนาในงานรายเดือน ปีละ 12 ฉบับ
4. การจัดอบรมผู้บริโภคชั้นนำเพื่อให้เป็นกลุ่มพลังที่มีประสิทธิภาพ สามารถนำ ความรู้ความเข้าใจที่ได้รับไปปฏิบัติ หรือถ่ายทอดให้ผู้อื่นได้ และสามารถจัดรวมตัวกันเป็นกลุ่ม พลังได้ การจัดอบรมจะจัดในปี 2525 โดยละอบรมเจ้าหน้าที่ของรัฐ หรือผู้แทนหน่วยงานต่าง ๆ จำนวน 1,200 คน
5. สัปดาห์บรรยายในสถานศึกษา ตั้งแต่ชั้นมัธยมศึกษา อาชีวศึกษา มหาวิทยาลัย และกับผู้บริโภคทั่วประเทศ โดยตั้งเป้าหมายในปีแรก 12 ครั้ง และปีต่อไป 24 และ 50 ครั้ง ตามลำดับ
6. การจัดตั้งชมรม หรือสมาคมเพื่อผู้บริโภคในชนบท และส่วนภูมิภาค เพื่อเป็น แกนในการช่วยเหลือผู้บริโภค
7. การเผยแพร่โดยตรงต่อผู้บริโภคเมื่อมีโอกาส
8. สันนิษฐานหน่วยงานต่าง ๆ ที่มีวัตถุประสงค์ในการคุ้มครองผู้บริโภค

การเตรียมบทความ ฝ่ายเผยแพร่ และประชาสัมพันธ์มีหน้าที่เก็บรวบรวมข้อมูลจาก แหล่งต่าง ๆ เพื่อนำมาเขียนบทความเผยแพร่สู่ผู้บริโภค เนื้อหาบทความเป็นการส่งเสริมความรู้ ด้านต่าง ๆ ตามสภาพเหตุการณ์ของบ้านเมือง ฝ่ายเผยแพร่ และประชาสัมพันธ์ได้ประสานงาน กับหน่วยราชการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อขอคำแนะนำข้อมูลเฉพาะด้าน เพราะว่าบทความที่นำออก เผยแพร่ครอบคลุมเกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคทุกเรื่อง ตั้งแต่เรื่องอาหาร อุปกรณ์ ประกอบอาหาร ชนิดของอาหาร เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย การซื้อสินค้า บริการ การเข้าซื้อ สินค้า หรือบริการ ยารักษาโรคต่าง ปกติจะมีการเผยแพร่บทความ 2 เรื่องต่ออาทิตย์ บทความที่ เขียนมาแล้ว เช่น วิธีการตรวจสอบเบื้องต้นน้ำดื่มสายชู การใช้ลิ้นสัมผัสอาหาร ระวังการแพ้งูยูล

วิธีตรวจสอบน้ำมันเบนซินปลอม การเลือกน้ำปลาแท้ เป็นต้น การดำเนินการของฝ่ายเผยแพร่ และประชาสัมพันธ์ได้รับคำแนะนำจากอนุกรรมการเผยแพร่ให้ความรู้แก่ผู้บริโภค

การเตรียมข่าวสาร ฝ่ายเผยแพร่ และประชาสัมพันธ์จะนำบทความที่เหมาะสมกับ สถานการณ์ปัจจุบัน 2 เรื่อง รวบรวมเป็นข่าวสารรายเดือน นอกจากนี้ข่าวสารยังประกอบไปด้วย ผลการดำเนินการตามข้อร้องเรียน สรุปผลการปฏิบัติงานของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค การตอบปัญหาข้อข้องใจที่ผู้สอบถามมายังสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

การเผยแพร่บทความข่าวสาร และความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค มีการเผยแพร่ผ่านทางสื่อมวลชนหลายทางคือ

1. การเผยแพร่บทความข่าวสารทางวิทยุกระจายเสียง วิทยุกระจายเสียง เป็น เครื่องมือสื่อสารที่ได้ผลรวดเร็ว เพราะมีการกระจายอย่างทั่วถึง ประชาชนสามารถรับทราบ ข่าวสารได้ทั่วถึงพร้อม ๆ กัน แต่การเล่นบทความหรือข่าวสารทางวิทยุ ข้อจำกัดที่ว่าไม่สามารถ แสดงตัวอย่างที่แท้จริงให้ประจักษ์ด้วยสายตาได้

ปัจจุบันนี้ฝ่ายเผยแพร่ และประชาสัมพันธ์ ได้เผยแพร่บทความ ข่าวสาร ทางวิทยุ กระจายเสียงของกรมประชาสัมพันธ์ภาคปกติทุกวันจันทร์ และวันศุกร์ นอกจากนี้วิทยุกรมประชาสัมพันธ์ แล้ว ฝ่ายเผยแพร่ และประชาสัมพันธ์ได้ขอความร่วมมือด้านการเผยแพร่เคลื่อนไหวในการคุ้มครอง ผู้บริโภค และสถานีวิทยุกระจายเสียงอื่น ๆ สถานีวิทยุกระจายเสียงเหล่านั้นจะเล่นข่าวสารให้ หรือไม่ขึ้นกับดุลยพินิจของผู้รับผิดชอบรายการต่าง ๆ

2. การเผยแพร่บทความข่าวสารทางสถานีโทรทัศน์ ปัจจุบันเครื่องรับโทรทัศน์ กระจายไปทั่วทุกภาคของประเทศ การเผยแพร่ความรู้ทางสถานีโทรทัศน์ จะทำให้ผู้บริโภคเข้าใจ และสนใจความรู้อีกยิ่งขึ้น เพราะสามารถรับได้ทั้งเสียง และภาพ การใช้ภาพประกอบในการเล่น ความรู้ทำให้ผู้บริโภคสนใจมากขึ้น เช่น การแสดงภาพประกอบการใช้ส้อมในการประกอบอาหาร การนำตัวอย่าง สีที่ควรใช้ หรือสีที่เป็นอันตรายแสดงให้ผู้รับได้รับทราบจะช่วยให้เข้าใจง่ายขึ้น

ปัจจุบันฝ่ายเผยแพร่ และประชาสัมพันธ์ ได้รับความร่วมมือในการเผยแพร่ความรู้ จากสถานีโทรทัศน์ 2 รายการ คือ

สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 ของ อสมท. รายการเพื่อผู้บริโภค เวลา 17.00-17.30 น. ทุกวันศุกร์แรกของเดือน

สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 รายการปิกนิก เวลา 16.00-16.30 น. ของวันอังคารแรกของสองเดือน

ส่วนการเผยแพร่ข่าวสารความรู้ทางสถานีโทรทัศน์รายการอื่น ๆ นั้น ฝ่ายเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ได้รับความร่วมมือเป็นครั้งคราวจากผู้รับผิดชอบรายการต่าง ๆ เช่น รายการพิเศษวันคุ้มครองผู้บริโภค เป็นต้น

3. การเผยแพร่ข่าวสารทางหน่วยราชการต่าง ๆ ฝ่ายเผยแพร่และประชาสัมพันธ์จัดส่งข่าวสารให้ทุกหน่วยราชการในกรุงเทพฯ เช่น โรงเรียน วิทยาลัย มหาวิทยาลัย และสถานีราชการอื่น ๆ เป็นประจำทุกเดือน ส่วนในต่างจังหวัดฝ่ายเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ได้ส่งข่าวสารผ่านทางผู้ว่าราชการจังหวัดทุกจังหวัด เพื่อนำไปเผยแพร่สู่ผู้บริโภคเป็นประจำทุกเดือน

4. การเผยแพร่ข่าวสารผ่านทางสมาชิก สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเปิดโอกาสให้ผู้สนใจทั่วไปสมัครเป็นสมาชิกโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย โดยการสมัครที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคด้วยตนเอง หรือทางจดหมาย หรือโทรศัพท์ ปัจจุบันมีสมาชิกกว่า 5,000 ราย ที่รับข่าวสารจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นประจำทุกเดือน

5. การเผยแพร่บทความ ข่าวสาร ผู้สนใจทั่วไป บุคคลทั่วไปที่ต้องการข่าวสารจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค จะขอรับได้โดยตรง หรือให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคส่งให้ก็ได้

6. การเผยแพร่ความรู้ทางหนังสือพิมพ์ และสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ฝ่ายเผยแพร่และประชาสัมพันธ์จัดส่งข่าวสาร และข่าวคราวความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ให้หนังสือพิมพ์ทุกฉบับ เพื่อให้ช่วยเผยแพร่ข่าวสารให้แก่หนังสือพิมพ์ หรือสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ จะช่วยเผยแพร่ข่าวสารเหล่านั้นหรือไม่ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของผู้รับผิดชอบต่อสิ่งพิมพ์เหล่านั้น

นอกจากการเผยแพร่ผ่านทางสื่อต่าง ๆ แล้ว ฝ่ายเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ มีการเผยแพร่ข่าวสารความเคลื่อนไหวต่าง ๆ สู่ผู้บริโภคโดยตรงหลายทางคือ

การอบรมสื่อแกนนำผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ได้รับความร่วมมือจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กรมการค้าภายใน กรมทะเบียนการค้า กรมวิทยาศาสตร์บริการ สถานีตำรวจแห่งชาติ และมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ในการจัดอบรมสื่อแกนนำผู้บริโภค โดยได้เชิญข้าราชการทุกหน่วยงานในจังหวัดทั่วประเทศ เข้ารับการอบรมสัมมนา ระหว่างวันที่ 20 มกราคม - 19 มีนาคม 2525 โดยแบ่งจุดอบรมออกเป็น 4 จุด คือที่ กรุงเทพฯ

นครราชสีมา พิษณุโลก และสงขลา เพื่อความสะดวกแก่ผู้เข้าอบรมที่อยู่ในภูมิภาคนั้น ๆ จะได้รับการอบรม ณ จุดนั้น การอบรมมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรม เข้าใจถึงสิทธิและหน้าที่อันพึงมีตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และให้เข้าใจสถานการณ์ทั่ว ๆ ไปด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อนำความรู้เหล่านี้ไปเผยแพร่ต่อไปยังผู้บริโภคอื่น ๆ

การสดุดีพรรคการ ฝ่ายเผยแพร่ และประชาสัมพันธ์ได้จัดนิทรรศการคุ้มครองผู้บริโภค ทุกปี ประมาณวันที่ 30 เมษายน ซึ่งถือเป็นวันคุ้มครองผู้บริโภค โดยจัดที่ท่าเดียนรัฐบาล การจัดนิทรรศการนี้สามารถเผยแพร่ข่าวสาร ความรู้ สู่ผู้บริโภคที่สนใจได้โดยตรง ฝ่ายเผยแพร่ และประชาสัมพันธ์ ได้จัดเตรียมอุปกรณ์ให้บริการพร้อมเพียง เช่น

- แผ่นพับ ใบปลิว เกี่ยวกับความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
- ข่าวสาร เอกสาร วารสาร ที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค และคณะกรรมการฝ่ายเผยแพร่ให้ความรู้แก่ผู้บริโภคต่าง ๆ ได้จัดเตรียมไว้
- โปสเตอร์ ต่าง ๆ
- สไลด์ เกี่ยวกับการเคลื่อนไหวด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
- ตัวอย่างสินค้าที่ถูกต้อง ตัวอย่างข้อร้องเรียนต่าง ๆ และผลการปฏิบัติงานของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

นอกจากนี้ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีการเผยแพร่ข่าวความเคลื่อนไหวในการคุ้มครองผู้บริโภค โดยการประสานงานกับหน่วยงานอื่น ๆ ของรัฐ ชมรมหรือสมาคมต่าง ๆ กลุ่มต่าง ๆ โดยร่วมเป็นผู้บรรยาย อภิปรายให้ความสนับสนุนด้านวารสาร เอกสาร โปสเตอร์ และสไลด์ เช่นการสดุดีการอบรมเรื่อง เยาวชนเพื่อผู้บริโภค ที่ดำเนินการโดยสมาคม YMCA การสดุดีอภิปรายของกลุ่มพลังผู้บริโภคเรื่อง วัตถุประสงค์ เหล่านี้เป็นต้น

จากการวิเคราะห์ข้อร้องเรียนของผู้บริโภคปรากฏว่ามีผู้ร้องเรียนมาจากจังหวัดต่าง ๆ อันอาจชี้ถึงผลการดำเนินการของฝ่ายเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ดังปรากฏในตารางที่ 6 (เฉพาะคดีที่สิ้นสุดในปี 2524)

ตารางที่ 6 แสดงแหล่งที่มาของข้อร้องเรียนของผู้บริโภค

จังหวัด	จำนวน	ร้อยละ
กรุงเทพฯ	226	75.6
สมุทรสงคราม	1	0.3
สมุทรสาคร	3	1.0
นนทบุรี	6	2.0
ราชบุรี	2	0.7
สุพรรณบุรี	2	0.7
กาญจนบุรี	1	0.3
เพชรบุรี	1	0.3
สิงห์บุรี	2	0.7
ประจวบคีรีขันธ์	1	0.3
สมุทรปราการ	7	2.3
พระนครศรีอยุธยา	4	1.3
ปราจีนบุรี	3	1.0
อ่างทอง	4	1.3
ชลบุรี	4	1.3
ระยอง	3	1.0
ฉันทบุรี	2	0.7
ตราด	1	0.3
นครสวรรค์	3	1.0
พะเยา	1	0.3
ชัยนาท	1	0.3
ขอนแก่น	4	1.3
บุรีรัมย์	2	0.7
นครราชสีมา	2	0.7
กาฬสินธุ์	1	0.3
ร้อยเอ็ด	1	0.3
อุ้มพร	2	0.7

ตารางที่ 6 (ต่อ) แสดงแหล่งที่มาของข้อร้องเรียนของผู้บริโภค

จังหวัด	จำนวน	ร้อยละ
นครศรีธรรมราช	2	0.7
สงขลา	1	0.3
อื่น ๆ	6	2.0
รวม	299	99.7

จากตารางที่ 5 จะเห็นว่าผู้บริโภคจาก 30 จังหวัดกระจายอยู่ทั่วทุกภาคของประเทศได้ร้องเรียนเรื่องที่ถูกละเมิดสิทธิ แต่ผู้บริโภคในกรุงเทพฯ เป็นผู้ที่ร้องเรียนจำนวนมากที่สุด ประมาณร้อยละ 75.6 ของข้อร้องเรียนทั้งหมด รองลงมาคือจังหวัดสมุทรปราการ และนนทบุรี ซึ่งมีข้อร้องเรียนเพียง ร้อยละ 2.0 และ 2.0 ตามลำดับ ส่วนจังหวัดอื่น ๆ มีผู้ร้องเรียนมาน้อยมาก ทั้งนี้อาจหมายความว่า เพราะเผยแพร่ข่าวสารและความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ไม่ประสบความสำเร็จหรืออาจหมายความว่าผู้บริโภคในต่างจังหวัด ประสบปัญหาในการคุ้มครองผู้บริโภคน้อย หรืออาจเพราะว่า ผู้ประสบปัญหาในการละเมิดสิทธิไม่มีการร้องเรียนมายังสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

ฝ่ายเผยแพร่ และประชาสัมพันธ์ได้ศึกษาวิจัย เพื่อสำรวจความคิดเห็น และทัศนคติของผู้บริโภค โดยการใช้แบบสอบถามชนิด Self-reported Questionnaire ให้ผู้บริโภคตอบคำถามด้วยตนเอง การแจกและเก็บรวบรวมแบบสอบถามกระทำผ่านทางสื่อแกนนำผู้บริโภคที่ได้เข้ารับการอบรมระหว่าง มกราคม-กุมภาพันธ์ 2525 จำนวน 24 จังหวัด คือ กรุงเทพฯ ปทุมธานี ฉะเชิงเทรา ชลบุรี สันทบุรี สทบุรี สมุทรสาคร ประจวบคีรีขันธ์ สุพรรณบุรี เชียงใหม่ น่าน พิษณุโลก กำแพงเพชร นครสวรรค์ เพชรบูรณ์ ขอนแก่น หนองคาย ร้อยเอ็ด นครราชสีมา บุรีรัมย์ อุบลราชธานี กระบี่ สงขลา และยะลา จากการวิเคราะห์แบบสอบถาม 2522 ชุด ที่ได้รับกลับมาจากจำนวนแบบสอบถามที่แจกทั้งหมด 5,000 ชุด หรือได้รับตอบกลับมาร้อยละ 50.4 ผลการวิเคราะห์โดยจำแนกกลุ่มผู้บริโภคตามอาชีพ ทำให้ทราบข้อมูลที่สำคัญ ๆ ซึ่งปรากฏในตารางที่ 7 - 12

ตารางที่ 7 แสดงความรู้อของผู้บริโภคเกี่ยวกับการประกาศใช้พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค

พ.ศ. 2522 จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ทราบ	ไม่ทราบ	รวม
รับราชการ	77.4	22.6	100.0
รัฐวิสาหกิจ	64.7	35.3	100.0
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	53.8	46.2	100.0
รับจ้าง	63.4	36.6	100.0
แม่บ้าน	50.0	50.0	100.0
นักเรียน/นักศึกษา	71.4	28.6	100.0
อื่น ๆ	55.1	44.9	100.0
รวม	73.8	26.2	100.0

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

จากตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคที่ทราบว่า มีพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค ถึงร้อยละ 73.8 ส่วนที่ไม่ทราบว่าพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มีร้อยละ 26.2 โดยการจำแนกตามอาชีพจะเห็นว่า ข้าราชการ และนักเรียน/นักศึกษา ทราบว่ามีพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มากที่สุดร้อยละ 77.4 และ 71.4 ตามลำดับ เป็นที่น่าสังเกตว่าแม่บ้านผู้ที่อยู่กับบ้านเป็นประจำทราบว่า มีพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 น้อยที่สุดคือร้อยละ 50.0 เท่านั้นเอง

การสอบถามเกี่ยวกับการได้รับทราบข่าวสารความรู้อจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้ทราบรายละเอียด ดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 แสดงความรู้ที่ผู้บริโภคเคยได้รับจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

อาชีพ	เคย	ไม่เคย	รวม
รับราชการ	66.8	33.2	100.0
รัฐวิสาหกิจ	61.8	38.2	100.0
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	68.1	31.9	100.0
รับจ้าง	68.6	31.4	100.0
แม่บ้าน	64.7	35.3	100.0
นักเรียน/นักศึกษา	79.4	20.6	100.0
อาชีพอื่น ๆ	69.4	30.6	100.0
รวม	68.6	31.4	100.0

จากตารางที่ 8 ปรากฏว่ามีผู้ที่เคยได้รับความรู้จากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคโดยเฉลี่ยร้อยละ 68.6 ผู้ที่เคยได้รับความรู้มากที่สุดคือ นักเรียน/นักศึกษา เคยได้รับความรู้ถึงร้อยละ 79.4 นอกนั้นตอบว่าเคยได้รับความรู้ใกล้เคียงกัน แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าผู้บริโภคที่ประกอบอาชีพรัฐวิสาหกิจเป็นผู้เคยได้รับความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคน้อยที่สุด รองลงมาคือกลุ่มแม่บ้านซึ่งได้รับความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคน้อยเป็นอันดับที่ 2

จากจำนวนผู้ตอบว่าเคยได้รับความรู้เรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค จึงได้ศึกษาเกี่ยวกับสื่อความรู้ที่ได้รับ ดังแสดงในตารางที่ 9

ตารางที่ 9 แสดงแหล่งความรู้เรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคที่ผู้บริโภคเคยได้รับ

อาชีพ	น.ส.พ.	วิทยุ	โทรทัศน์	วารสาร	แผ่นพับ	โปสเตอร์	นิตยสาร	สัมมนา	บุคคล	อื่น ๆ
รับราชการ	38.2	39.4	34.4	16.2	4.3	11.7	8.5	7.7	7.6	0.8
รัฐวิสาหกิจ	17.6	17.6	14.7	2.9	-	5.9	2.9	2.9	-	-
ธุรกิจส่วนตัว	35.2	29.7	13.2	9.9	1.1	6.6	3.3	5.5	2.2	-
รับจ้าง	35.3	37.2	30.1	9.2	0.7	5.9	2.6	0.7	3.3	0.7
แม่บ้าน	26.5	38.2	29.4	5.9	2.9	5.9	5.9	2.9	11.8	-
นักเรียน/นักศึกษา	50.2	68.8	69.4	37.4	11.3	12.1	13.6	9.6	11.8	2.3
อื่น ๆ	30.6	42.9	26.5	14.3	2.0	8.2	2.0	6.1	14.3	-
รวม	39.3	43.3	38.4	18.6	4.9	11.0	8.5	7.3	7.6	0.9

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

จากตารางที่ 9 ที่ผู้บริโภคสามารถตอบคำถาม 1 ข้อได้หลายคำตอบ จะเห็นว่าวิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่นำความรู้ ความเคลื่อนไหวสู่ผู้บริโภคได้ดีที่สุด ถึงร้อยละ 43.3 รองลงมาคือหนังสือพิมพ์และโทรทัศน์ซึ่งมีผู้รับทราบความรู้จากสื่อทั้ง 2 ประเภท ร้อยละ 39.3 และ 38.4 ตามลำดับ ส่วนการจำแนกตามอาชีพแล้วแสดงให้เห็นว่านักเรียน/นักศึกษา เป็นผู้ที่สนใจหรือได้รับทราบข่าวสารมากที่สุดทุกด้าน รองลงมาคือข้าราชการ ซึ่งเคยได้รับทราบจากสื่อทั้ง 3 เช่นกัน คือ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ และสถานีโทรทัศน์ เป็นที่น่าสังเกตว่าผู้มีอาชีพรัฐวิสาหกิจเคยรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคน้อยที่สุดจากสื่อสาร เกือบทุกชนิด

ส่วนแนวทางแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคเมื่อได้รับความไม่เป็นธรรมในการซื้อสินค้าหรือบริการนั้นมีหลายวิธี ดังรายละเอียดจากตารางที่ 10

ตารางที่ 10 แสดงความคิดเห็นของผู้บริโภคในการแก้ไขปัญหา เมื่อไม่ได้รับความเป็นธรรมในการซื้อสินค้าหรือบริการ

อาชีพ	ร้องเรียน สำนักงาน	แจ้งตำรวจ	ไม่ดำเนินการ อะไร	เลิกซื้อและ ใช้สินค้านั้นๆ	ต่อว่าผู้ขาย คืนสินค้า	อื่น ๆ	รวม
รับราชการ	28.4	20.6	32.3	13.3	1.8	3.6	100.0
รัฐวิสาหกิจ	20.6	35.3	32.4	5.9	2.9	2.9	100.0
รับจ้าง	26.1	28.8	30.7	8.5	1.3	4.6	100.0
ธุรกิจส่วนตัว	25.3	33.0	26.4	9.9	2.2	3.3	100.1
แม่บ้าน	17.6	35.3	26.5	14.7	-	5.9	100.0
นักเรียน/ นักศึกษา	40.7	25.4	21.1	9.8	1.3	1.8	100.1
อื่น ๆ	40.8	22.4	30.6	2.0	2.0	2.0	99.8
รวม	30.1	22.8	30.1	12.0	1.7	3.3	100.0

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

จากตารางที่ 10 จะเห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้วิธีแก้ปัญหา คือ การอยู่เฉย ๆ ไม่ดำเนินการใด ๆ และการร้องเรียนต่อสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคร้อยละ 30.1 เท่ากัน รองลงมาคือการแจ้งตำรวจร้อยละ 22.8 มีผู้บริโภคที่ตอบว่าจะเลิกซื้อ และใช้สินค้านั้นๆ ประมาณร้อยละ 12.0 ซึ่งผู้ที่มีอาชีพแม่บ้าน และข้าราชการใช้วิธีแก้ปัญหารีตึงร้อยละ 14.7 และ 13.3 ตามลำดับ ในกลุ่มที่ว่าจะร้องเรียนต่อสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคนั้นส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา คือประมาณร้อยละ 40.7 และในขณะเดียวกันนักเรียน/นักศึกษาตอบว่าจะไม่มีปฏิกิริยา คือ การวางตัวเฉยน้อยที่สุดร้อยละ 21.1 ส่วนข้าราชการ และรัฐวิสาหกิจตอบว่าจะไม่มีปฏิกิริยาอันใดประมาณร้อยละ 32.3 และ 32.4 ตามลำดับ ส่วนการจะต่อว่าผู้ขายจนกระทั่งคืนสินค้าหรือบริการมีน้อยมากคือ ร้อยละ 1.7 เท่านั้น

นอกจากการไม่ได้รับความเป็นธรรมในการซื้อสินค้าและบริการแล้ว ปัญหาการได้รับอันตรายจากการใช้สินค้าหรือบริการก็อาจเป็นปัญหาสำคัญประการหนึ่ง ซึ่งความคิดเห็นของผู้บริโภคในเรื่องนี้มีรายละเอียดในตารางที่ 11

ตารางที่ 11 แสดงความคิดเห็นของผู้บริโภคในการแก้ไขปัญหา เมื่อได้รับอันตรายจากการใช้สินค้าหรือบริการ

อาชีพ	ร้องเรียน สำนักงาน	แจ้ง ตำรวจ	ไม่ดำเนินการ อะไร	เลิกซื้อ/ใช้ สินค้านั้นๆ	อื่น ๆ	รวม
รับราชการ	34.3	28.8	26.9	6.2	3.8	100.0
รัฐวิสาหกิจ	26.5	44.1	23.5	2.9	2.9	100.1
รับจ้าง	36.6	32.7	22.9	4.6	3.3	100.1
ธุรกิจส่วนตัว	34.1	33.0	28.6	2.2	2.2	100.1
แม่บ้าน	26.5	38.2	26.5	5.9	2.9	100.0
นักเรียน/ นักศึกษา	52.5	21.1	17.3	6.3	2.8	100.0
อื่น ๆ	34.6	34.7	24.5	2.0	4.0	99.8
รวม	37.1	28.4	25.1	5.8	3.6	100.0

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

จากการสอบถามถึงวิธีดำเนินการกับอันตรายที่ได้รับจากการใช้สินค้าหรือบริการ ผู้บริโภคตอบว่า จะร้องเรียนสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคร้อยละ 37.1 และแจ้งต่อตำรวจและไม่ดำเนินการอะไรเลยร้อยละ 28.4 และ 25.1 ตามลำดับ ส่วนการเลิกซื้อสินค้าหรือบริการนั้นประมาณร้อยละ 5.8 รูปแบบทั่วไปของการดำเนินการกับอันตรายที่ได้รับจากการใช้สินค้าหรือบริการคล้ายคลึงกับการจัดการกับสินค้าที่ไม่ได้ได้รับความเป็นธรรมแต่ร้อยละ ของการดำเนินการกับสินค้าหรือบริการที่ได้รับอันตรายจะสูงกว่า แสดงว่าผู้บริโภคยอมรับว่าสินค้าที่เป็นอันตรายนี้ เป็นปัญหาที่รุนแรงต่อผู้บริโภคมากกว่าสินค้าที่ไม่ได้ได้รับความเป็นธรรม นักเรียน/นักศึกษาตอบว่า จะร้องเรียนต่อสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคร้อยละ 52.5 ส่วนการดำเนินการจัดการแจ้งตำรวจนั้นเพียงร้อยละ 21.1 ส่วนการอยู่เฉย ๆ นั้นร้อยละ 17.3 เท่านั้น แสดงว่านักเรียน/นักศึกษา เข้าใจถึงสิทธิและหน้าที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคมากที่สุด ส่วนกลุ่มอาชีพแม่บ้าน และรัฐวิสาหกิจ ตอบว่าจะร้องเรียนต่อสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคน้อยคือร้อยละ 26.5 เท่านั้น ส่วนการสอบถามเรื่องควรจะทำดำเนินการคุ้มครองนั้น ผู้บริโภคได้ตอบให้ทราบดังรายละเอียดจากตารางที่ 12

ตารางที่ 12 แสดงความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเรื่องที่ได้รับบริการคุ้มครอง

อาชีพ	ที่อยู่อาศัย	อาหาร	ยารักษาโรค	สาธารณูปโภค	บริการ	อื่น ๆ	รวม
รับราชการ	8.2	69.7	4.7	6.4	7.7	3.2	100.0
รัฐวิสาหกิจ	8.8	70.6	8.8	-	11.8	-	100.0
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	14.3	52.8	11.0	5.5	9.9	6.6	100.0
รับจ้าง	13.1	56.9	2.6	9.2	11.8	6.5	100.0
แม่บ้าน	17.6	32.4	17.6	5.9	23.5	2.9	100.0
นักเรียน/นักศึกษา	7.5	65.3	1.8	5.3	17.6	2.5	100.0
อื่น ๆ	4.1	71.4	8.2	6.1	10.2		100.0
รวม	8.7	67.2	4.7	6.2	9.9	3.3	100.0

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

จากตารางที่ 12 จะเห็นว่าผู้บริโภคตอบว่าเรื่องที่ได้รับบริการคุ้มครองมากที่สุดคือเรื่องอาหาร ประมาณร้อยละ 67.2 ส่วนเรื่องอื่น ๆ รองลงมาคือ บริการ และที่อยู่อาศัย ประมาณร้อยละ 9.9 และ 8.7 ตามลำดับ แต่เป็นที่น่าสังเกตอาชีพแม่บ้านตอบว่าควรจะคุ้มครองอาหารแค่ร้อยละ 32.4 และคุ้มครองเรื่องอื่น ๆ เช่น บริการ และที่อยู่อาศัยรวมทั้งยารักษาโรคกระจายกันไปร้อยละ 23.5, 17.6 และ 17.6 ตามลำดับ

การศึกษาการดำเนินการของฝ่ายเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ ในระยะ 3 ปีที่ผ่านมาสามารถสรุปผลการดำเนินการได้ดังตารางที่ 13

ตารางที่ 13 ผลการดำเนินการของฝ่ายเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ในระยะ 3 ปี
ที่ผ่านมา

รายการ	2523	2524	2525	รวม
การเผยแพร่ทางสถานีโทรทัศน์และ สถานีวิทยุ (ครั้ง)	163	334	278	784
การเผยแพร่บทความ (เรื่อง)	-	66	63	129
การติดต่อกับความสัมพันธ์ (ชุด)	-	13,100	40,271	53,371
การชี้แจงโดยตรงต่อผู้บริโภค (ราย)	-	488	551	1039
แจกเอกสารแก่ผู้สนใจ (ชุด)	3,519	16,125	21,454	41,098
ส่งข่าว ให้สัมภาษณ์และหน่วยงาน ต่าง ๆ ทั่วประเทศ	13,195	19,526	34,651	67,372
จัดนิทรรศการ, อภิปราย สัมมนา ร่วมกับ	20	20	35	83
สถาบันการศึกษา (ครั้ง)				
แจกเอกสารในการจัดนิทรรศการ (ชุด)	8,212	10,763	11,759	30,734

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค



จ. การดำเนินการของฝ่ายประสานงานการปราบปราม

มาตรการหน้าที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคนำมาใช้ในการบริหารงานคุ้มครองผู้บริโภคคือ การปราบปรามผู้ประกอบการธุรกิจที่กระทำผิด เพื่อป้องกันการเกิดปัญหาหรือเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น การส่งต่อคดีการของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคให้ฝ่ายประสานงานการปราบปรามมีความรับผิดชอบและอำนาจหน้าที่ดังนี้

1. รับผิดชอบด้านการสำรวจ วิเคราะห์ วิจัย การตรวจสอบราคา คุณภาพและปริมาณของสินค้าอุปโภคและบริโภค
2. หน้าที่ติดตามล่อลวงพฤติกรรมของผู้ประกอบการ ซึ่งกระทำการใด ๆ อันก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้บริโภค และแจ้งให้พนักงานเจ้าหน้าที่ดำเนินการตามกฎหมาย
3. ดำเนินการค้น บิด อาศัย ตรวจสอบสินค้าเพื่อประโยชน์ในการดำเนินคดีและดำเนินการตรวจสอบสถานที่ เอกสาร อุปกรณ์ของผู้ประกอบการในกรณีที่มีเหตุอันควรสงสัยว่ามีพฤติกรรมหรือมีการกระทำผิดตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

จากอำนาจหน้าที่ที่กำหนดไว้ฝ่ายประสานงานการปราบปรามต้องทำหน้าที่ตรวจสอบสินค้าหรือบริการจำเป็นจะต้องมีเจ้าหน้าที่ที่เหมาะสม จึงต้องมีพนักงานเจ้าหน้าที่ฝ่ายสืบสวนสอบสวนซึ่งฝ่ายนี้มีพนักงานเจ้าหน้าที่สืบสวนสอบสวนทั้งสิ้น 5 ตำแหน่ง และนักวิทยาศาสตร์อีก 4 ตำแหน่ง ฝ่ายประสานงานการปราบปรามได้วางแผนสำหรับเป็นแนวทางในการดำเนินการดังนี้

1. ตรวจสอบการโฆษณาสินค้าหรือบริการที่ไม่เป็นธรรมแก่ผู้บริโภคที่ราชอาณาจักร ที่ฝ่ายประสานงานการปราบปรามได้ส่งเจ้าหน้าที่ออกปฏิบัติการเป็นประจำทั้งนี้มีการหมุนเวียนกันออกปฏิบัติงานเพื่อให้ทุกคนมีความรู้ความชำนาญในงานในหน้าที่เท่าเทียมกัน
2. ตรวจสอบการแสดงฉลากของสินค้าหรือบริการที่ไม่แสดงสาระสำคัญให้ตรงกับพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 อันทำให้ผู้บริโภคเสียประโยชน์จากการนี้
3. ตรวจสอบสินค้าหรือบริการที่อาจเป็นอันตราย ไม่ปลอดภัย ไม่ได้คุณภาพมาตรฐาน หรือไม่เป็นธรรมแก่ผู้บริโภค
4. การวิเคราะห์ผลการตรวจสอบ หลังจากฝ่ายประสานงานการปราบปรามได้ตรวจสอบสินค้าหรือบริการทั้งหลายแล้ว จะนำผลการตรวจสอบมาวิเคราะห์ผล เพื่อจะได้ดำเนินการให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ต่อไป

ฝ่ายประสานงานการปราบปราม ปฏิบัติงานการคุ้มครองผู้บริโภค 2 ลักษณะ

1. การปฏิบัติงานประจำ ฝ่ายประสานงานการปราบปรามได้ปฏิบัติงานตรวจสอบสินค้าและบริการเพื่อให้สินค้าหรือบริการนั้นถูกต้องตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 การปฏิบัติงานโดยปกติของฝ่ายประสานงานการปราบปราม คือ การจัดส่งเจ้าหน้าที่ของฝ่ายหมุนเวียนกันออกตรวจสอบสินค้าหรือบริการต่าง ๆ เป็นประจำทุกสัปดาห์ทั่วประเทศไทย

การปฏิบัติงานนอกสถานที่อีกประการหนึ่งคือ การประสานงานการปราบปรามกับหน่วยราชการอื่น กรณีที่หน่วยราชการนั้น ๆ มีการปฏิบัติงานตรวจสอบสินค้าหรือบริการอาจมีการประสานงานกับฝ่ายประสานงานการปราบปราม

2. การปฏิบัติการตามข้อร้องเรียนของผู้บริโภค ฝ่ายประสานงานการปราบปรามปฏิบัติงานตรวจสอบสินค้าและบริการตามข้อร้องเรียนของผู้บริโภคทั้งการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ของฝ่ายประสานงานการปราบปรามแต่เพียงฝ่ายเดียว และประสานงานกับหน่วยราชการอื่น ๆ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับชนิดของข้อร้องเรียน

ฝ่ายประสานงานการปราบปรามต้องปฏิบัติงานเกี่ยวข้องกับหน่วยราชการอื่น ๆ และผู้ประกอบการจำนวนมาก สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจึงได้วางแนวทางสำหรับการประสานงานกับหน่วยราชการอื่น ๆ ไว้ดังนี้

1. การขอความร่วมมือในการดำเนินการอย่างเป็นทางการด้วยการใช้หนังสือราชการติดต่อไปยังผู้รับผิดชอบโดยตรง

2. การขอความร่วมมืออย่างไม่เป็นทางการเป็นการติดต่อเป็นส่วนตัวระหว่างผู้อำนวยการและผู้รับผิดชอบต่อหน่วยงานนั้น ๆ ด้วยการใช้ โทรศัพท์ หรือการติดต่อวิธีอื่น การติดต่อเป็นการส่วนตัวมีผลกระทบต่อการติดต่ออย่างเป็นทางการ บางครั้งจะใช้การติดต่อส่วนตัวเป็นหลักในการประสานงานก่อนที่จะมีการทำหนังสือราชการ ทั้งนี้เพื่อความสะดวกรวดเร็ว

3. การเร่งรัดการปฏิบัติการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคอาศัยอำนาจหน้าที่ตามมาตรา 10 (6) แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 เพื่อสอบถาม เร่งรัดการดำเนินการของหน่วยราชการนั้น ๆ เมื่อไม่ได้รับคำตอบภายใน 1 เดือน หากยังไม่ได้รับคำตอบจากหน่วยงานนั้น ๆ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

จะมีหนังสือเตือนไปยังหน่วยงานนั้น ๆ อีกครั้ง สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจะใช้มาตรการสุดท้ายคือ การใช้อำนาจของนายกรัฐมนตรี เป็นการรายงานให้นายกรัฐมนตรีทราบถึงสถานการณ์ต่าง ๆ

แม้จะวางหลักการดำเนินการไว้ดังกล่าวแต่การปฏิบัติจริง ๆ นิยมใช้ การติดต่อระหว่างบุคคล¹ (Personnel Contact) เป็นหลักด้วยการยึดแนวทางการติดต่ออย่างอ่อนน้อม ทั้งนี้เพื่อให้ผลงานสำเร็จ

การวิเคราะห์การดำเนินการร่วมระหว่างสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคกับหน่วยราชการอื่น ๆ เฉพาะกรณีปฏิบัติตามข้อร้องเรียนของผู้บริโภคจำนวน 299 เรื่อง ปรากฏดังตารางที่ 14

¹ สัมภาษณ์ ธารง คำเต็มเผด็จศึก, 18 มกราคม 2525.

ตารางที่ 14 แสดงผลการดำเนินการของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค และการประสานงานกับหน่วยราชการอื่น ๆ จำแนกตามระยะเวลา ดำเนินการ

ระยะเวลา ดำเนินการ (วัน)	สำนักงานร่วมกับหน่วยราชการอื่น							
	สำนักงานดำเนินการ				ดำเนินการ			
	สำเร็จ		ไม่สำเร็จ		สำเร็จ		ไม่สำเร็จ	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
≤ 7	7	10.3	2	8.7	3	1.8	-	-
8 - 15	27	39.7	-	-	11	6.6	1	2.4
16 - 30	16	23.5	2	8.7	42	25.1	1	2.4
31 - 45	8	11.8	-	-	37	22.2	-	-
46 - 60	5	7.4	2	8.7	28	16.8	-	-
61 - 75	-	-	-	-	4	2.4	-	-
76 - 90	2	2.9	-	-	12	7.2	1	2.4
> 90	1	1.5	-	-	15	9.0	1	2.4
อื่น ๆ	12	17.6	17	73.9	15	9.0	37	90.2
รวม	68	99.7	23	100.0	167	100.1	41	99.8

จากตารางที่ 14 จากการศึกษาเฉพาะกรณีการปฏิบัติตามข้อร้องเรียนทั้งหมดจำนวน 299 เรื่อง การดำเนินการได้ผลสำเร็จ 235 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 78.6 ส่วนที่เหลือ ร้อยละ 21.4 การดำเนินการไม่เป็นผลสำเร็จ ซึ่งเกิดจากสาเหตุต่าง ๆ จะแสดงในตารางที่ 15 และ 16 ส่วนการวัดผลการดำเนินการด้วยข้อจำกัดด้านระยะเวลาดำเนินการ (ระยะเวลาดำเนินการหมายถึงระยะเวลาตั้งแต่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภครับข้อร้องเรียน จนถึงวันที่ได้รับผลการดำเนินการ) แสดงให้เห็นว่า สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ดำเนินการได้รวดเร็วกว่าการปฏิบัติงานร่วมกับหน่วยราชการอื่น ๆ คือประมาณร้อยละ 60 จะใช้เวลาดำเนินการระหว่าง 8-30 วัน ส่วนการดำเนินการในลักษณะการประสานงาน

ละใช้เวลาดำเนินการส่วนใหญ่คือร้อยละ 64.1 ในช่วงเวลา 16-60 วัน

ตารางที่ 15 แสดงสาเหตุของการดำเนินการไม่สำเร็จของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

สาเหตุ	จำนวน	%
ผู้ร้องเรียนไม่มีหลักฐานหรือไม่แจ้งข้อเท็จจริง	12	52.2
ผู้ร้องเรียนแนะนำให้แก้ไขการดำเนินการของหน่วยงานอื่น ๆ	3	13.0
ผู้ร้องเรียนเพียงแต่รายงานเหตุการณ์	2	8.7
เรื่องร้องเรียนที่เกี่ยวกับกฎหมายอื่น ๆ	4	17.4
เรื่องอื่น ๆ	2	8.7
รวม	23	100.0

จากตารางที่ 15 จะเห็นว่าสาเหตุที่สำนักงานไม่สามารถดำเนินการตามข้อร้องเรียนให้สำเร็จได้เพราะไม่สามารถดำเนินการได้ทั้งนี้สาเหตุส่วนใหญ่คือ ผู้ร้องเรียนไม่มีหลักฐานหรือไม่แจ้งข้อเท็จจริงเพิ่มเติมถึงร้อยละ 52.2 ทั้งนี้ส่วนหนึ่งเกิดจากการที่ผู้ร้องเรียนไม่ระบุชื่อและที่อยู่ให้ชัดเจน สำนักงานไม่สามารถติดต่อขอข้อมูลเพิ่มเติมได้ ส่วนสาเหตุอื่น ๆ เป็นข้อร้องเรียนเชิงแนะนำ เช่น ให้ปรับปรุงกิจการรถไฟ ก้าวจะไม่มีตลาดขายข้าว การรายงานเหตุการณ์ซึ่งไม่จำเป็นต้องแก้ไข เหล่านี้เป็นต้น

ตารางที่ 16 สาเหตุที่หน่วยราชการที่ทำงานประสานงานกับสำนักงานคณะกรรมการ
คุ้มครองผู้บริโภคไม่สามารถดำเนินการได้สำเร็จ

สาเหตุ	จำนวน	%
สินค้าราคาไม่ยุติธรรม	4	9.8
เรื่องเกี่ยวกับการประปานครหลวง	6	14.6
ไม่มีข้อมูลดำเนินการ	6	14.6
ข้อร้องเรียนซ้ำกับข้อร้องเรียนผู้อื่นที่ได้ดำเนินการแล้ว	11	26.8
ข้อร้องเรียนเกี่ยวกับเรื่องที่หน่วยงานนั้นประกาศให้ทราบแล้ว	4	9.8
เรื่องเกี่ยวกับการบริการของบริษัทขนส่งจำกัด	4	9.8
อื่น ๆ	6	14.6
รวม	41	100.0

จากตารางที่ 16 จะเห็นว่า ผู้บริโภคหลายคนร้องเรียนเรื่องซ้ำ ๆ กัน เช่น การจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวเรือ ซึ่งหน่วยงานที่รับผิดชอบได้ตรวจสอบอยู่เป็นประจำถึงร้อยละ 26.8 การร้องเรียนโดยไม่มีข้อมูลร้อยละ 14.6 การร้องเรียนเกี่ยวกับการดำเนินการของการประปา นครหลวงและบริษัทขนส่งจำกัด แต่เป็นการร้องเรียนที่ไม่ชัดเจน เช่น สงสัยว่าการประปา นครหลวง ไม่สามารถเก็บค่าน้ำได้ครบถ้วน การประปา นครหลวงไม่รับผิดชอบต่อการขอเจาะท่อน้ำ ให้ปรับปรุงการบริการของบริษัทขนส่งจำกัด เหล่านี้เป็นต้น ส่วนเรื่องอื่น ๆ ที่ร้องเรียนมักเป็น เรื่องที่ขาดข้อมูลดำเนินการหรือเป็นข้อร้องเรียนที่ไม่ชัดเจน เช่น ค่าครองชีพสูง การโฆษณาโดย ไร้ภาพเด็กเล็กเปลือยกาย เหล่านี้เป็นต้น

นอกจากนี้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้ดำเนินการในลักษณะการประสานงานกับผู้ประกอบธุรกิจในการประสานงานการปราบปราม การดำเนินการลักษณะนี้สำนักงานได้วางหลักการในการปฏิบัติดังนี้

1. การอธิบายให้เข้าใจ, และยอมรับถึงความรับผิดชอบร่วมกันต่อสังคม สำนักงานจะใช้วิธีการทำความเข้าใจกับผู้ประกอบธุรกิจเพื่อให้ทุกคนยอมรับถึงหลักการดำรงชีวิตในสังคมร่วมกัน การขอความคิดเห็นของผู้ประกอบธุรกิจต่อผู้บริโภคในชุมชนนั้น

2. การขอความร่วมมือ หลังจากที่ได้ทำความเข้าใจเรียบร้อยแล้ว สำนักงานจะขอให้ผู้ประกอบธุรกิจพิจารณาถึงข้อร้องเรียน หรือให้ความร่วมมือในการดำเนินการตรวจสอบ เพื่อการตกลงร่วมกัน

3. การใช้อำนาจหน้าที่ตามกฎหมายพร้อมทั้งการใช้หลักการลงโทษตามกฎหมายในการดำเนินการของฝ่ายประสานงานการปราบปราม พนักงานเจ้าหน้าที่มีอำนาจดำเนินการตามมาตราที่ 5 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้บัญญัติไว้ว่า

มาตรา 5 ในการปฏิบัติหน้าที่ตามพระราชบัญญัติให้หน่วยงานเจ้าหน้าที่มีอำนาจดังต่อไปนี้

1. นับ ชั่ง ตวง วัด ตรวจสอบสินค้า และเก็บหรือนำสินค้าในปริมาณพอสมควรไปเป็นตัวอย่างเพื่อทำการทดสอบโดยไม่ต้องชำระราคาสินค้านั้น ทั้งนี้ตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการกำหนดอำนาจข้อนี้เป็นการให้ความสะดวกแก่พนักงานเจ้าหน้าที่ในการตรวจสอบหรือการพิสูจน์ข้อร้องเรียนของผู้บริโภค เพราะมักมีการตรวจสอบสินค้าหรือบริการที่ถูกร้องเรียนบ่อยครั้ง

2. ค้น บิด หรือ อาศัยสินค้า ภาชนะหรือหีบห่อบรรจุสินค้า ฉลาก หรือเอกสารอื่นที่ไม่เป็นไปตามพระราชบัญญัตินี้ เพื่อประโยชน์ในการดำเนินคดีในกรณีที่มีเหตุอันควรสงสัยว่ามีการกระทำผิดตามพระราชบัญญัตินี้ พนักงานเจ้าหน้าที่มีอำนาจที่จะดำเนินการค้นยึดสินค้า เพื่อประกอบการดำเนินคดีตามข้อร้องเรียนของผู้บริโภค

3. เข้าไปในสถานที่หรือพาหนะใด ๆ เพื่อตรวจสอบการผลิตสินค้า การขายสินค้าหรือบริการ รวมทั้งการตรวจสอบสมุดบัญชี เอกสารและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องของผู้ประกอบธุรกิจในกรณีที่มีเหตุอันควรสงสัยว่ามีการกระทำผิดตามกฎหมายพระราชบัญญัตินี้ ทั้งนี้ก็เพื่อปฏิบัติตามข้อร้องเรียนที่มีผู้บริกร้องเรียนมายังสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

4. มีหนังสือเรียกให้บุคคลใด ๆ มาให้ถ้อยคำ หรือส่งเอกสารและหลักฐานที่จำเป็น เพื่อประกอบการพิจารณาของพนักงานเจ้าหน้าที่ เพื่อความสะดวกและรวดเร็ว พนักงานเจ้าหน้าที่ อาจจะใช้วิธีการเรียกให้ผู้ประกอบการธุรกิจ ผู้ร้องเรียนหรือทำเอกสารหรือหลักฐานต่าง ๆ มาแสดง เพื่อประกอบการพิจารณาได้ ผู้ที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ เช่น ผู้เชี่ยวชาญ หรือบุคคลที่เกี่ยวข้อง เจ้าหน้าที่ ที่ทำหน้าที่นี้จะต้องอธิบายให้ผู้ประกอบการธุรกิจเข้าใจถึงอำนาจหน้าที่ของตนเองและในขณะเดียวกัน ต้องอธิบายให้เข้าใจถึงหน้าที่และบทบาทหน้าที่ของผู้ประกอบการธุรกิจต้องได้รับหากมีการฝ่าฝืนกฎหมาย ผู้ประกอบการธุรกิจจะต้องได้รับโทษต่าง ๆ กันตามแต่ความผิดที่ได้กระทำเช่น มาตรา 45 ได้กำหนด โทษสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจที่ฝ่าฝืนมาตรา 5 ดังนี้

มาตรา 45 ผู้ใดขัดขวางหรือไม่อำนวยความสะดวกไม่ให้อภัยคำหรือไม่ส่งเอกสาร หรือหลักฐานแก่พนักงานเจ้าหน้าที่ซึ่งปฏิบัติการตามมาตรา 5 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ผลการประสานงานการปราบปรามที่แสดงถึงความร่วมมือของผู้ประกอบการธุรกิจแสดงใน ตารางที่ 14 จะเห็นว่า การดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคที่ส่วนมาก เป็นศูนย์กลางในการแก้ไขปัญหาปรากฏว่า สามารถตกลงกันได้ด้วยดี อันแสดงถึงความร่วมมือของผู้ประกอบการธุรกิจด้านหนึ่งด้วย เช่นเดียวกับกับกรณีที่หน่วยราชการอื่น ๆ เป็นผู้ดำเนินการก็ได้รับความร่วมมือที่ดีจากผู้ประกอบการธุรกิจ

ผลการดำเนินการของฝ่ายประสานงานการปราบปรามเฉพาะกรณีที่เกี่ยวข้องกับการตรวจ สอบการโฆษณา และฉลากสินค้าได้แสดงไว้ในตารางที่ 5 ส่วนการดำเนินการปราบปรามผู้กระทำ ผิดแสดงรายละเอียดในตารางที่ 17

ตารางที่ 17 ผลการดำเนินการของฝ่ายประสานงานการปราบปรามในอ
งบประมาณ 2525

รายการ	จำนวน	%
การตรวจสอบการดำเนินการของผู้ประกอบธุรกิจ	2,003	96.1
การปราบปรามผู้กระทำผิด	50	2.4
การสกัดเก็บตัวอย่างสินค้าที่เป็นอันตราย	32	1.5
รวม	2,085	100.0

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

จากตารางที่ 17 แสดงว่า สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้ประสานงาน
การตรวจสอบการดำเนินการของผู้ประกอบธุรกิจถึงร้อยละ 96.1 ส่วนการปราบปรามผู้กระทำ
ผิดเพียงร้อยละ 2.4 เท่านั้น การปราบปรามผู้กระทำผิดประสบปัญหาที่สำคัญคือ ปัญหาผู้ประกอบ
ธุรกิจไม่เข้าใจถึงอำนาจหน้าที่ของพนักงานเจ้าหน้าที่ที่ทำงาน การดำเนินการล่าช้าอาจทำให้ไม่
ประสบผลสำเร็จ