



สรุปผลการเดินทางเข้าเยี่ยมเยียน
แลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของหน่วยราชการ
ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค
ณ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานนายกรัฐมนตรี
และกรมที่ดิน กระทรวงมหาดไทย

ของ

คณะกรรมการสิทธิมนุษยชน สิทธิเสรีภาพ
และการคุ้มครองผู้บริโภค วุฒิสภา

จัดทำโดย

ฝ่ายเลขานุการคณะกรรมการสิทธิมนุษยชน
สิทธิเสรีภาพและการคุ้มครองผู้บริโภค
สำนักกรรมการ ๓
สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา

สารบัญ

	หน้า
บทนำ	๑
ส่วนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปหน่วยงาน	
- สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	๓
- กรมที่ดิน กระทรวงมหาดไทย	๑๖
ส่วนที่ ๒ ประเด็นการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น	
- สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	๒๑
- กรมที่ดิน กระทรวงมหาดไทย	๒๕
ภาคผนวก	๒๗

คณะกรรมการสิทธิมนุษยชน สิทธิเสรีภาพและการคุ้มครองผู้บริโภค มีหน้าที่และอำนาจในการพิจารณาร่างพระราชบัญญัติ กระทู้กิจการ พิจารณาขอพบข้อเท็จจริงหรือศึกษาเรื่องใด ๆ ที่เกี่ยวกับการส่งเสริมความร่วมมือและการประสานงานระหว่างหน่วยงานราชการ องค์กรเอกชน และองค์กรด้านสิทธิมนุษยชน ติดตาม ตรวจสอบการกระทำหรือละเว้นการกระทำอันเป็นการละเมิดสิทธิมนุษยชน สิทธิเสรีภาพ การสื่อสารมวลชนและสื่อสาธารณะ การคุ้มครองผู้บริโภค พิจารณาศึกษา ติดตาม เสนอแนะ และเร่งรัดการปฏิรูปประเทศและแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ที่อยู่ในอำนาจและหน้าที่อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง คณะกรรมการสิทธิมนุษยชนฯ จึงได้มีคำสั่งแต่งตั้งคณะอนุกรรมการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค โดยให้มีหน้าที่และอำนาจในการพิจารณาศึกษา รวบรวมข้อมูล ข้อเท็จจริงเบื้องต้น และปัญหาเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคและการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของผู้บริโภค ประสานความร่วมมือกับหน่วยงานของรัฐ องค์กรเอกชน และองค์กรด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้เกิดการบูรณาการการทำงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภค รวมทั้งส่งเสริมและผลักดันให้มีการพัฒนา กฎหมาย นโยบาย และมาตรการเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ตลอดจนติดตามการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

จากหน้าที่และอำนาจของคณะกรรมการสิทธิมนุษยชนและคณะอนุกรรมการข้างต้น ประกอบกับภารกิจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค มีหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจเกี่ยวข้องหลายหน่วยงานและอยู่ในหลายกระทรวง ซึ่งปัจจุบันปัญหาของผู้บริโภคมีความซับซ้อนมากขึ้น ในการแก้ไขปัญหาหรือการตัดสินใจ จำเป็นต้องใช้ความรู้และทักษะจากหลายสาขาวิชาชีพร่วมกัน ทำให้ไม่สามารถแก้ไขปัญหาโดยส่วนราชการใดส่วนราชการหนึ่งได้หรือองค์กรใดองค์กรหนึ่งได้ รวมทั้งการบริหารงานตามภารกิจไม่สามารถแก้ไขปัญหาบางอย่างได้ เพราะการจัดแบ่งโครงสร้างขององค์กรภาครัฐในปัจจุบันแต่ละองค์กรจะมีพันธกิจขององค์กรอยู่ ซึ่งจะทำให้แต่ละองค์กรมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่แตกต่างกัน ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีอีกรูปแบบหนึ่งของการทำงานเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น นั่นคือ การบูรณาการในการทำงานของหน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค การบูรณาการการทำงานจะช่วยให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างการทำงานของแต่ละหน่วยงานได้ เป็นการขจัดความซ้ำซ้อนของงานที่เกิดขึ้น เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ของงานตามยุทธศาสตร์ที่ตั้งเป้าหมายเอาไว้ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง

คณะอนุกรรมการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในคณะกรรมการสิทธิมนุษยชน สิทธิเสรีภาพและการคุ้มครองผู้บริโภค จึงได้มีมติเดินทางไปเยี่ยมเยียนและแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นด้านการคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

๑. เพื่อเยี่ยมเยียน พบปะสนทนา แลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการปฏิบัติงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

๒. รับฟังการดำเนินงาน สภาพปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

๓. เพื่อประสานความร่วมมือและสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับองค์กรที่เกี่ยวข้อง
อันจะนำมาซึ่งการทำงานเชิงบูรณาการในการแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคระหว่างหน่วยงาน

วิธีการดำเนินงาน

เดินทางไปศึกษาดูงานและแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นกับหน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
จำนวน ๕ หน่วยงาน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๑. วันศุกร์ที่ ๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๒ เวลา ๐๘.๐๐ - ๑๖.๓๐ นาฬิกา ศึกษาดูงาน
และแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น ณ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานนายกรัฐมนตรี และกรมที่ดิน
กระทรวงมหาดไทย

๒. วันพฤหัสบดีที่ ๒๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๒ เวลา ๐๘.๐๐ - ๑๖.๐๐ นาฬิกา ศึกษาดูงาน
และแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น ณ สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการ
โทรคมนาคมแห่งชาติ และสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย

๓. วันศุกร์ที่ ๑๗ มกราคม ๒๕๖๓ เวลา ๐๘.๐๐ - ๑๔.๐๐ นาฬิกา ศึกษาดูงาน
และแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น ณ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

๑. คณะอนุกรรมการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในคณะกรรมการสิทธิมนุษยชน
สิทธิเสรีภาพและการคุ้มครองผู้บริโภค ได้แลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น รับทราบข้อมูล ข้อเท็จจริง รวมทั้งรับฟังการ
ดำเนินงาน สภาพปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

๒. เกิดเครือข่ายความร่วมมือในการดำเนินการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อประโยชน์ใน
การประสานงานต่อไป

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานนายกรัฐมนตรี

ข้อมูลพื้นฐานของหน่วยงาน

เมื่อปี พ.ศ. ๒๕๑๒ ได้มีเจ้าหน้าที่ของสหพันธ์องค์การผู้บริโภคระหว่างประเทศ ซึ่งเป็นองค์กรอิสระที่ไม่เกี่ยวข้องกับการเมือง จัดตั้งโดยสมาคมผู้บริโภคของประเทศต่าง ๆ รวมตัวกันโดยมีสำนักงานใหญ่อยู่ที่กรุงเฮก ประเทศเนเธอร์แลนด์ ได้เข้ามาชักชวนองค์การเอกชนในประเทศไทยให้มีการจัดตั้งสมาคมผู้บริโภคขึ้นเช่นเดียวกับประเทศอื่น ๆ แต่ไม่ประสบผลสำเร็จ เนื่องจากองค์การเอกชนของประเทศไทยในขณะนั้นยังไม่พร้อมที่จะดำเนินงาน

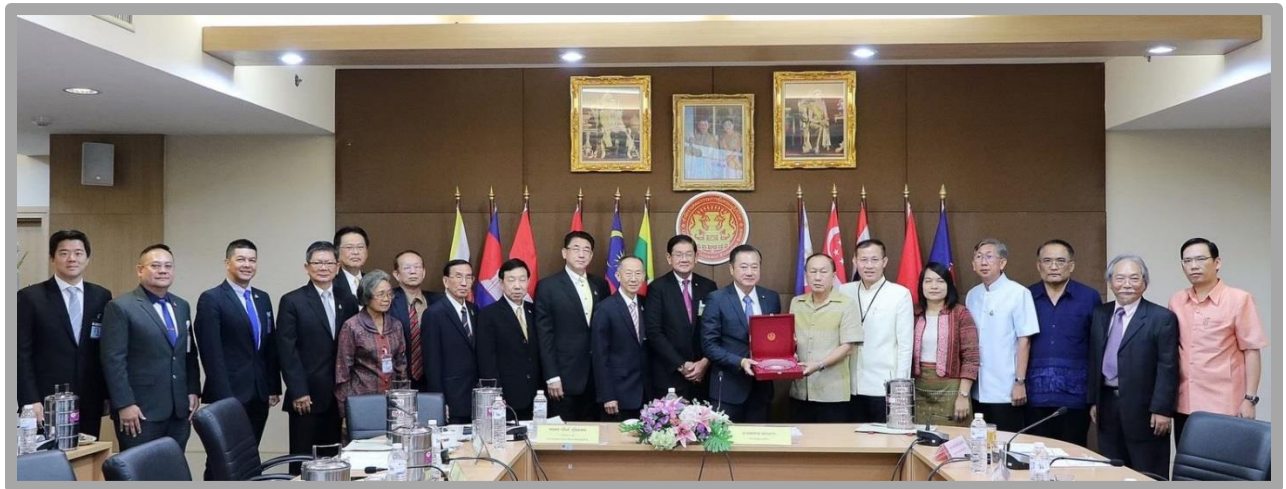
อย่างไรก็ตาม สหพันธ์องค์การผู้บริโภคระหว่างประเทศก็ได้ย่อท้อ ได้ส่งเจ้าหน้าที่เข้ามาชักชวนอีกหลายครั้ง จนถึงครั้งที่ ๓ องค์การเอกชนของประเทศไทยจึงได้จัดตั้งคณะกรรมการเพื่อการศึกษาปัญหาของผู้บริโภค ชื่อ "คณะกรรมการศึกษาและส่งเสริมผู้บริโภค" ในปี พ.ศ. ๒๕๑๔ และได้มีวิวัฒนาการเรื่อยมาในภาคเอกชน รวมทั้งได้ประสานงานกับภาครัฐบาล จนกระทั่งในปี พ.ศ. ๒๕๑๙ รัฐบาลสมัยหม่อมราชวงศ์คึกฤทธิ์ ปราโมช เป็นนายกรัฐมนตรี ได้จัดตั้งคณะกรรมการขึ้นมาคณะหนึ่งเรียกว่า คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีรองนายกรัฐมนตรี พลตรี ประमाण อติเรกสาร เป็นประธานกรรมการ ต่อมาได้สลายตัวไปพร้อมกับรัฐบาลในยุคนั้นตามวิถีทางการเมือง

รัฐบาลต่อมาซึ่งมี พลเอก เกรียงศักดิ์ ชมะนันทน์ เป็นนายกรัฐมนตรี ได้เล็งเห็นความสำคัญ และความจำเป็นของการคุ้มครองผู้บริโภค จึงได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคขึ้นอีกครั้ง โดยมีรองนายกรัฐมนตรี นายสมภพ โทตระกิตย์ เป็นประธานกรรมการปฏิบัติงาน โดยอาศัยอำนาจของนายกรัฐมนตรี และศึกษาหามาตรการถาวรในการคุ้มครองผู้บริโภค ทั้งในหลักทางสาระบัญญัติ และการจัดองค์กรของรัฐเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค จึงได้พิจารณาร่างพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค โดยกำหนดหน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจการค้า และผู้ประกอบธุรกิจโฆษณา เพื่อให้ความเป็นธรรมตามสมควรแก่ผู้บริโภค ตลอดจนให้มีองค์กรของรัฐที่เหมาะสมเพื่อตรวจตรา ดูแลและประสานงานการปฏิบัติงานต่าง ๆ ในการให้ความคุ้มครองผู้บริโภค และรัฐบาลได้นำเสนอต่อรัฐสภาซึ่งมีมติเห็นชอบเป็นเอกฉันท์ให้ตราเป็นกฎหมายได้ รัฐบาลจึงได้นำร่างดังกล่าวขึ้นกราบบังคมทูล ซึ่งได้มีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าโปรดกระหม่อมเห็นชอบให้ตรงเป็นพระราชบัญญัติได้ ตั้งแต่วันที่ทรงลงพระปรมาภิไธย คือวันที่ ๓๐ เมษายน ๒๕๒๒ และได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา ฉบับพิเศษ เล่มที่ ๙๖ ตอนที่ ๗๒ วันที่ ๔ พฤษภาคม ๒๕๒๒ มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ ๕ พฤษภาคม ๒๕๒๒ เป็นต้นไป

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ ได้บัญญัติให้มีองค์กรของรัฐบาลเพื่อทำหน้าที่ด้านการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคให้แก่ประชาชน ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สังกัดอยู่ในสำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี โดยได้ตราเป็นพระราชกฤษฎีกาแบ่งส่วนราชการสำนักงานเลขาธิการนายกรัฐมนตรี สำนักนายกรัฐมนตรี พ.ศ. ๒๕๒๒ ประกาศในราชกิจจานุเบกษา ฉบับพิเศษ เล่มที่ ๙๖ ตอนที่

๑๐๕ วันที่ ๑ กรกฎาคม ๒๕๒๒ ซึ่งมีผลบังคับตั้งแต่วันที่ ๒ กรกฎาคม ๒๕๒๒ จึงถือได้ว่าจัดตั้งสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ตั้งแต่วันที่ ๒ กรกฎาคม ๒๕๒๒ เป็นต้นมา นอกจากนี้ ยังมีคณะกรรมการ ๓ คณะ ได้แก่ คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งมีนายกรัฐมนตรีเป็นประธานเพื่อความสะดวกในการปฏิบัติงานตามนโยบายของรัฐบาล และคณะกรรมการเฉพาะเรื่อง ๒ คณะ ได้แก่ คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา และคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก

ต่อมา ได้มีพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๔๑ ซึ่งได้แก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ โดยเพิ่มคณะกรรมการเฉพาะเรื่องขึ้นมาอีก ๑ คณะ ได้แก่ คณะกรรมการว่าด้วยสัญญา และให้ยกฐานะสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นหน่วยงานระดับกรม สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี โดยมีผลตั้งแต่วันที่ ๒๑ พฤษภาคม ๒๕๔๒ เป็นต้นไป ทั้งนี้ ตามพระราชกฤษฎีกาให้ใช้บังคับบทบัญญัติมาตรา ๘ แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๔๑ พ.ศ. ๒๕๔๒ ซึ่งได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม ๑๑๖ ตอนที่ ๔๐ ก วันที่ ๒๐ พฤษภาคม ๒๕๔๒ และเมื่อวันที่ ๘ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๕๖ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว มีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ ให้ตราพระบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ ๓) พ.ศ. ๒๕๕๖ เพื่อเป็นการแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยประกาศลงในราชกิจจานุเบกษา เล่ม ๑๓๐ ตอนที่ ๒๕ ก. วันที่ ๑๘ มีนาคม ๒๕๕๖



วิสัยทัศน์และพันธกิจ

วิสัยทัศน์ (Vision)

“ยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีความเป็นธรรม และยั่งยืน”

พันธกิจ (Mission)

๑. พัฒนามาตรฐาน มาตรการ กฎหมาย ตลอดจนระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน
๒. พัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อป้องกัน ควบคุม/กำกับดูแลสินค้าและบริการให้มีความปลอดภัย รวมถึงการแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ
๓. พัฒนานวัตกรรมและเชื่อมโยงระบบฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพเพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวกรวดเร็ว
๔. เสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้แก่ประชาชนอย่างทั่วถึง เพื่อสร้างความตระหนักรู้และสามารถปกป้องสิทธิของตนได้
๕. ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคให้สามารถดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ
๖. ส่งเสริมความร่วมมือทุกภาคส่วนให้มีการบูรณาการงานคุ้มครองผู้บริโภคในทุกระดับอย่างเป็นรูปธรรม

ยุทธศาสตร์ (Strategy)

- ยุทธศาสตร์ที่ ๑** การพัฒนากลไก มาตรการ หรือแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภค
- ตัวชี้วัด ๑ ร้อยละของสินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการที่ได้รับการตรวจสอบผ่านเกณฑ์ที่กำหนด
- ตัวชี้วัด ๒ จำนวนของกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ประกาศใช้
- กลยุทธ์ที่ ๑ พัฒนาระบบการ หรือแนวทางการตรวจสอบ กำกับดูแลสินค้าและบริการให้ถูกต้องและปลอดภัย
- ตัวชี้วัด ๑ ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของสินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการที่ได้รับการตรวจสอบ
- กลยุทธ์ที่ ๒ พัฒนากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคให้ทันสมัยต่อสภาพปัญหา เป็นไปตามมาตรฐานสิทธิผู้บริโภค ระดับสากลตัวชี้วัด ระดับความสำเร็จของการพัฒนากฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภค
- กลยุทธ์ที่ ๓ พัฒนามาตรการ หรือแนวทางการบังคับใช้กฎหมายเพื่อแก้ไขปัญหาและเยียวยาผู้บริโภค
- ตัวชี้วัด จำนวนมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนา
- กลยุทธ์ที่ ๔ พัฒนากลไกการเฝ้าระวังและแจ้งเตือนภัยที่ประสิทธิภาพ
- ตัวชี้วัด ร้อยละของเรื่องแจ้งเตือนภัยที่ได้รับการดำเนินการ
- กลยุทธ์ที่ ๕ การขับเคลื่อนนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคเชิงบูรณาการ
- ตัวชี้วัด จำนวนนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีการบูรณาการ

- ยุทธศาสตร์ที่ ๒** พัฒนาข้อมูลสารสนเทศ การสื่อสาร และนวัตกรรมเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค
- ตัวชี้วัด ๑ ร้อยละความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายจากการใช้งานระบบฐานข้อมูลการติดตามขั้นตอนการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียน
- ตัวชี้วัด ๒ ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่เผยแพร่ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์
- ตัวชี้วัด ๓ ร้อยละการรับรู้ข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของประชาชน
- ตัวชี้วัด ๔ ร้อยละความรู้ความเข้าใจในสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภค
- กลยุทธ์ที่ ๑ พัฒนาระบบฐานข้อมูลและเชื่อมโยงข้อมูลเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค
- ตัวชี้วัด ๑ ระดับความสำเร็จของการพัฒนาระบบฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภค
- ตัวชี้วัด ๒ ระดับความสำเร็จของการเชื่อมโยงฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภคกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- กลยุทธ์ที่ ๒ พัฒนานวัตกรรมสารสนเทศเพื่อยกระดับการให้บริการด้านการคุ้มครองผู้บริโภคตัวชี้วัด จำนวนนวัตกรรมเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค
- กลยุทธ์ที่ ๓ พัฒนาฐานข้อมูลเชิงบูรณาการเพื่อการเฝ้าระวังและแจ้งเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพตัวชี้วัด ระดับความสำเร็จของการเชื่อมโยงข้อมูลการเฝ้าระวังและแจ้งเตือนภัยสินค้าและบริการ
- กลยุทธ์ที่ ๔ การเสริมสร้างองค์ความรู้แก่ผู้บริโภคให้ตระหนักในสิทธิ หน้าที่ และมีการบริโภคที่ยั่งยืน
- ตัวชี้วัด ๑ จำนวนขององค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่เผยแพร่ต่อผู้บริโภค
- ตัวชี้วัด ๒ จำนวนคู่มือที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการปรับปรุง
- ตัวชี้วัด ๓ จำนวนกิจกรรมส่งเสริมการบริโภคอย่างยั่งยืน
- กลยุทธ์ที่ ๕ การสื่อสารเผยแพร่ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคผ่านช่องทางและวิธีการที่หลากหลาย
- ตัวชี้วัด จำนวนข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคเผยแพร่สู่สาธารณะ
- ยุทธศาสตร์ที่ ๓** พัฒนาศักยภาพเครือข่ายและส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น
- ตัวชี้วัด ๑ จำนวนองค์กรการคุ้มครองผู้บริโภคคุณภาพ
- ตัวชี้วัด ๒ ร้อยละขององค์กรผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนา
- กลยุทธ์ที่ ๑ พัฒนากลไกการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น
- ตัวชี้วัด ๑ ร้อยละของจำนวนเรื่องร้องเรียนที่ได้รับการดำเนินการจนได้ข้อยุติในส่วนภูมิภาค
- ตัวชี้วัด ๒ ร้อยละขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ที่มีกิจกรรมการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค
- กลยุทธ์ที่ ๒ พัฒนาระบบรับรองคุณภาพองค์กรคุ้มครองผู้บริโภค
- ตัวชี้วัด ระดับความสำเร็จในการพัฒนาระบบรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค
- กลยุทธ์ที่ ๓ ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพเครือข่ายและองค์กรคุ้มครองผู้บริโภค
- ตัวชี้วัด ๑ จำนวนที่เพิ่มขึ้นของเครือข่ายและองค์กรของผู้บริโภค
- ตัวชี้วัด ๒ จำนวนผู้นำด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ผ่านการอบรม
- ตัวชี้วัด ๓ จำนวนจังหวัดและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ที่ได้รับการพัฒนา
- กลยุทธ์ที่ ๔ ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการธุรกิจมีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภค
- ตัวชี้วัด จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจที่ทำกิจกรรมคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับ สคบ.

- ยุทธศาสตร์ที่ ๔** พัฒนาการบริหารจัดการองค์กรและเพิ่มศักยภาพบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ
- ตัวชี้วัด ๑ ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานตามพันธกิจ
- ตัวชี้วัด ๒ ร้อยละความพึงพอใจของบุคลากรต่อการบริหารจัดการองค์กร
- กลยุทธ์ที่ ๑ พัฒนาศักยภาพบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ
- ตัวชี้วัด ร้อยละความสำเร็จของแผนการพัฒนาบุคลากร
- กลยุทธ์ที่ ๒ พัฒนาการบริหารทรัพยากรบุคคลให้มีประสิทธิภาพตัวชี้วัด ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานตามกระบวนการงานด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล
- กลยุทธ์ที่ ๓ พัฒนาระบบการบริหารจัดการองค์กรที่ทันสมัย (Smart Office)
- ตัวชี้วัด ๑ ร้อยละความพึงพอใจของบุคลากรที่มีต่อการบริหารจัดการด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการทำงาน
- ตัวชี้วัด ๒ ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ สคบ. (ชั้น ๑)
- ตัวชี้วัด ๓ ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามตัวชี้วัดประเมินส่วนราชการ ตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ
- กลยุทธ์ที่ ๔ การบริหารยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค
- ตัวชี้วัด ๑ ระดับความสำเร็จในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
- ตัวชี้วัด ๒ ระดับความสำเร็จในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑
- กลยุทธ์ที่ ๕ การดำเนินงานตามแผนปฏิบัติราชการประจำปี ตัวชี้วัด ร้อยละความสำเร็จของโครงการภายใต้แผนปฏิบัติราชการประจำปี



อำนาจหน้าที่

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) เป็นหน่วยงานรัฐซึ่งมีฐานะเทียบเท่ากรมสังกัดสำนักนายกรัฐมนตรีตั้งขึ้นตามพระบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ ๓) พ.ศ. ๒๕๕๖ อำนาจและหน้าที่ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคตามพระราชบัญญัตินั้นมีอยู่ ๗ ประการ ซึ่งได้ปฏิบัติการเพื่อช่วยเหลือผู้บริโภค ดังนี้

๑. รับเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคที่ได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหายอันเนื่องมาจากการกระทำของผู้ประกอบธุรกิจ เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการพิจารณาดำเนินการต่อไป

ผู้บริโภคทุกท่านที่ถูกเอารัดเอาเปรียบ หรือได้รับอันตรายจากสินค้าหรือบริการใดสามารถมาร้องเรียนได้ที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ ๘๐ พรรษา ๕ ธันวาคม ๒๕๕๐ อาคารรัฐประศาสนภักดี ชั้น ๕ ถนนแจ้งวัฒนะ แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กทม. ๑๐๒๑๐ หรือ ติดต่อขอคำปรึกษาทางโทรศัพท์สายด่วน สคบ. โทร ๑๑๖๖ และระบบรับเรื่องร้องทุกข์(<http://complaint.ocpb.go.th>)

ในการช่วยเหลือผู้บริโภคนั้น สคบ. มีสายงานที่รับผิดชอบอยู่โดยตรงคือ กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านฉลาก กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา และสำนักงานกฎหมายและคดี

๒. ติดตามและสอดส่องพฤติการณ์ของผู้ประกอบธุรกิจ ซึ่งกระทำการใด ๆ อันมีลักษณะเป็นการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค และจัดให้มีการทดสอบหรือพิสูจน์สินค้า หรือบริการใด ๆ ตามที่เห็นสมควรและจำเป็นเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค ทั้งนี้ เพราะในปัจจุบันมีการเสนอขายสินค้าหรือบริการต่าง ๆ ต่อผู้บริโภคเป็นจำนวนมาก และเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ โดยใช้วิธีการและเทคนิคใหม่ ๆ ในทางการตลาด และทางการโฆษณาเพื่อส่งเสริมการขาย โดยทั่วไปผู้บริโภคไม่อาจทราบภาวะตลาดและข้อเท็จจริงเกี่ยวกับคุณภาพและราคาของสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ได้อย่างถูกต้อง สคบ. จึงต้องมีบทบาทในการติดตามและสอดส่องพฤติการณ์ของผู้ประกอบการธุรกิจ และดำเนินการทดสอบหรือพิสูจน์ในบางครั้ง เป็นการช่วยเหลือผู้บริโภคให้ได้รับความเป็นธรรมตามสมควร

๓. สนับสนุนหรือทำการศึกษาและวิจัยปัญหาเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับสถาบันการศึกษาและหน่วยงานอื่น เพื่อที่จะได้ดำเนินการช่วยเหลือผู้บริโภคได้ตรงกับปัญหาและความต้องการ

๔. ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการศึกษาแก่ผู้บริโภคในทุกระดับการศึกษาเกี่ยวกับความปลอดภัยและอันตรายที่อาจได้รับจากสินค้าหรือบริการ ผู้บริโภคควรจะได้เรียนรู้และเข้าใจปัญหา ตลอดจนวิธีการป้องกันหรือหลีกเลี่ยง เพื่อจะได้สามารถคุ้มครองตนเองในเบื้องต้นก่อน นอกเหนือจากความช่วยเหลือจากรัฐบาล การส่งเสริมและการสนับสนุนให้มีการศึกษาแก่ผู้บริโภคในทุกระดับ จึงเป็นหน้าที่ที่สำคัญอันหนึ่งของ สคบ.

๕. ดำเนินการเผยแพร่วิชาการ และให้ความรู้และการศึกษาแก่ผู้บริโภค เพื่อสร้างนิสัยในการบริการที่เป็นการส่งเสริมพละทานมัย ประหยัด และใช้ทรัพยากรของชาติให้เป็นประโยชน์มากที่สุด

สคบ. มีหน่วยงานที่ทำหน้าที่รับผิดชอบงานด้านนี้โดยตรง คือ กองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ ดำเนินการเผยแพร่ความรู้ทางวิชาการในด้านต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคผ่านทางสื่อมวลชนอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทวารสาร เอกสาร บทความ ข่าวสาร ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค แจกฟรีแก่ผู้สนใจอีกด้วย เป็นการส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีความรู้พื้นฐานในด้านต่าง ๆ อย่างกว้างในการดำรงชีวิตประจำวัน การเผยแพร่ความรู้ของ สคบ. นั้น ส่วนใหญ่จะเสนอสารประโยชน์ด้วยถ้อยคำและภาษาที่เข้าใจง่ายแต่แฝงความรู้ทางวิชาการไว้

๖. ประสานงานกับส่วนราชการหรือหน่วยงานของรัฐที่มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการควบคุมส่งเสริม หรือกำหนดมาตรฐานของสินค้าหรือบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าประเภทอุปโภคบริโภค

สคบ. มีหน่วยงานรับผิดชอบด้านนี้ คือ กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านฉลาก กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา และสำนักกฎหมายและคดี ทำงานประสานงานกับส่วนราชการหรือหน่วยงานอื่น ๆ ในการคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับความปลอดภัยและเป็นธรรมจากซื้อสินค้าหรือบริการ เช่น

- สินค้าที่เป็นอันตราย เช่น อาหารผสมสีย้อมผ้า อาหารไม่บริสุทธิ์ หรือสินค้าที่ไม่ปลอดภัย เช่น อาหารมีสารบอแรกซ์เจือปน จะประสานงานกับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข ในการตรวจสอบข้อเท็จจริงและดำเนินการตามที่เหมาะสม

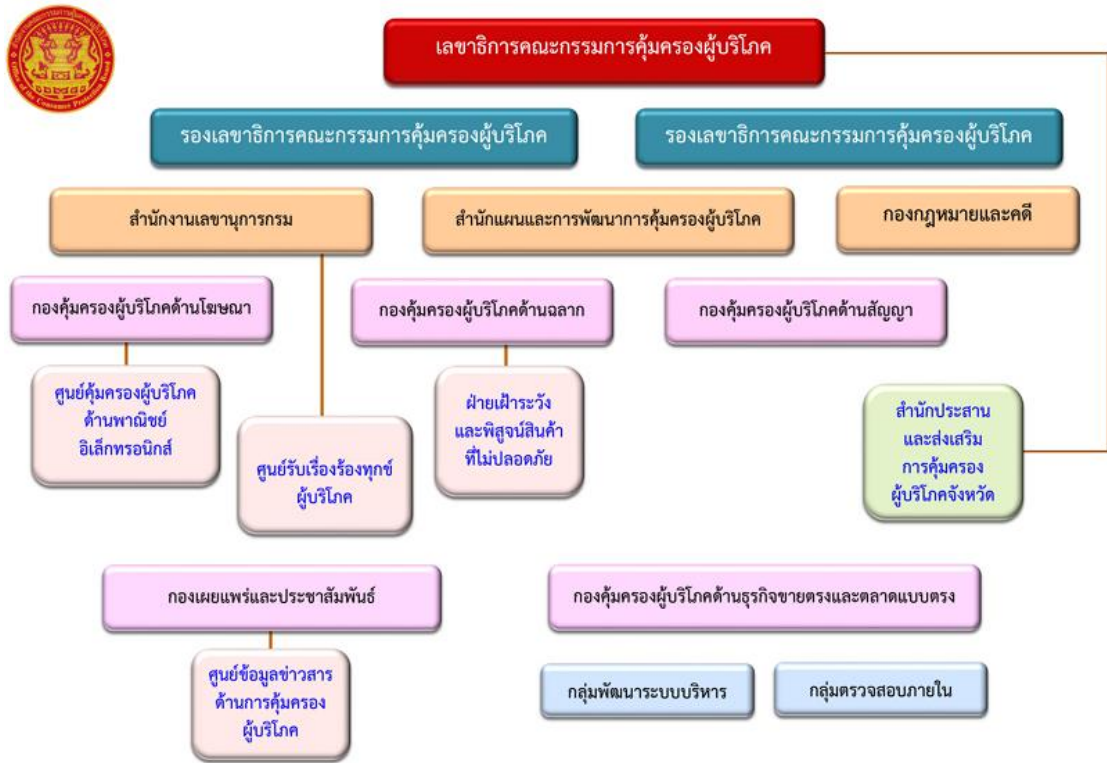
- สินค้าที่ไม่ได้คุณภาพมาตรฐาน เช่น น้ำมันปลอมปน สินค้าเลียนแบบสินค้าที่ไม่เป็นธรรม ขายสินค้าเกินราคา สินค้าที่มีปริมาณไม่ตรงตามตราชั่ง ตวงวัด จะประสานกับกรมการค้าภายใน กรมพัฒนาธุรกิจการค้า และเจ้าหน้าที่ตำรวจ กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ดำเนินการตรวจสอบ จับกุม และดำเนินคดี

- บริการที่เอาเปรียบผู้บริโภค โฆษณาสินค้าหรือบริการที่เป็นเท็จ หรือเกินความจริงสินค้าที่แสดงฉลากหลอกหลวง คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจะกำหนดมาตรฐานในการดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการเหล่านี้ด้วย และ สคบ. ก็มีหน้าที่ติดตาม สอดส่องพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจเหล่านั้นอยู่เสมอ

๗. ปฏิบัติการอื่น ๆ ตามที่คณะกรรมการ หรือคณะกรรมการเฉพาะเรื่องมอบหมายที่สำคัญและเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง คือ การแจ้งหรือโฆษณาข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายหรือเสื่อมเสียแก่สิทธิของผู้บริโภค โดยอาจจะบุชื่อสินค้าหรือบริการ หรือชื่อของผู้ประกอบธุรกิจด้วยก็ได้ นอกจากนี้ยังมีการประสานงานกับพนักงานเจ้าหน้าที่ส่วนราชการหรือหน่วยงานอื่น ๆ ของรัฐ ให้ปฏิบัติตามอำนาจและหน้าที่ที่กฎหมายกำหนด

การเพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคประการสุดท้ายที่สำคัญคือ สคบ. ยังมีสำนักกฎหมายและคดี ซึ่งรับผิดชอบในด้านกฎหมาย สามารถจะดำเนินคดีแพ่งและคดีอาญาแก่ผู้ประกอบธุรกิจที่กระทำการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคในศาลตามที่คณะกรรมการมอบหมาย และฟ้องเรียกทรัพย์สินหรือค่าเสียหายให้แก่ผู้บริโภคที่ร้องขอได้ด้วย

โครงสร้างสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค



ทำเนียบผู้บริหารสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

พลตำรวจตรี ประสิทธิ์ เฉลิมวุฒิศักดิ์	เลขาธิการ
นายพิฆเนศ ต๊ะปวง	รองเลขาธิการ
พันตำรวจเอก ประทีป เจริญกัลป์	เลขานุการกรม
นายสุวิทย์ วิจิตรโสภา	ผู้อำนวยการสำนักแผนและการพัฒนา การคุ้มครองผู้บริโภค
นางสาวทรงศิริ จุมพล	ผู้อำนวยการกองกฎหมายและคดี
นายศรัณย์ รัชქแฝ	ผู้อำนวยการกองคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา
นายฐิตินันท์ สิงหา	ผู้อำนวยการกองคุ้มครองผู้บริโภคด้านฉลาก
นายอุฬาร จิวเจริญ	ผู้อำนวยการกองคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา
นายเดชาวัต แจ้งชื่น	ผู้อำนวยการกองคุ้มครองผู้บริโภค ด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง
นายฐิติภัทร์ บุญสม	ผู้อำนวยการกองเผยแพร่และ ประชาสัมพันธ์ และรักษาการผู้อำนวยการ กลุ่มตรวจสอบภายใน
นางสาวจรัสศรี ผดุงผล	ผู้อำนวยการกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร



สิทธิของผู้บริโภค

ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ มาตรา ๔ มี ๕ ประการ คือ

- ๑) สิทธิที่จะได้รับข่าวสารที่ถูกต้องเกี่ยวกับสินค้าและบริการ
- ๒) สิทธิในความเป็นอิสระในการเลือกบริโภคสินค้าและบริการ
- ๓) สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการบริโภคสินค้าและบริการ
- ๔) สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมจากสัญญา
- ๕) สิทธิที่จะได้การเยียวยาความเสียหาย

องค์ประกอบของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วย

นายกรัฐมนตรี	ประธานกรรมการ
เลขาธิการนายกรัฐมนตรี	กรรมการ
ปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี	กรรมการ
ปลัดกระทรวงพาณิชย์	กรรมการ
ปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์	กรรมการ
ปลัดกระทรวงมหาดไทย	กรรมการ
ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม	กรรมการ
ปลัดกระทรวงคมนาคม	กรรมการ
เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา	กรรมการ
ผู้ทรงคุณวุฒิอีกไม่เกิน ๘ คน ซึ่งคณะรัฐมนตรีแต่งตั้ง	กรรมการ
เลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	กรรมการและเลขานุการ

นโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี



นโยบาย ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

นายเทวัญ ลิปตพัลลภ
รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี

นโยบาย สมต.
๒๑ สิงหาคม ๒๕๖๒

- ๑. การประชาสัมพันธ์เชิงรุก เช่น การประชุม สัมมนา การสร้างเครือข่าย โดยสร้างความเข้าใจแก่ผู้บริโภคและผู้ประกอบการธุรกิจ
- ๒. การเร่งรัดการพิจารณาข้อร้องเรียนให้ได้ข้อยุติโดยเร็ว ทั้งไกล่เกลี่ยและการดำเนินคดี
- ๓. ออกตรวจสอบพฤติกรรม商家เปรียบผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ
- ๔. สร้างเครือข่ายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และผลักดันการจัดตั้งสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัด
- ๕. ดูแลผู้สูงอายุและผู้พิการให้เข้าถึงข้อมูลข่าวสารการคุ้มครองผู้บริโภค
- ๖. มีการจัดเก็บข้อมูล (Big Data) เพื่อให้ประชาชนได้รับ/เข้าถึงข้อมูล เพื่อประกอบการตัดสินใจในการซื้อสินค้าออนไลน์
- ๗. ส่งเสริมเครือข่ายผู้บริโภค ผลักดันให้มีความเข้มแข็งและบูรณาการร่วมกับสภาองค์กรผู้บริโภค
- ๘. เร่งจัดตั้งให้มีคณะกรรมการว่าด้วยความปลอดภัยตามที่กฎหมายกำหนด

หลักการดำเนินงานของรัฐบาล
ภายใต้รัฐบาล พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา ๒

- ๑. น้อมนำพระบรมราโชวาทของพระบาทสมเด็จพระวชิรเกล้าเจ้าอยู่หัวสู่การปฏิบัติ
- ๒. ทำงานภายใต้ระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นพระประมุข
- ๓. ยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
- ๔. บูรณาการและเชื่อมโยงกับทุกภาคส่วนเพื่อประโยชน์สุขของประชาชน

การดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภค

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ได้ดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภคใน ๔ ด้าน ดังนี้

- ๑) การคุ้มครองผู้บริโภคดีานโฆษณา
- ๒) การคุ้มครองผู้บริโภคดีานฉลาก
- ๓) การคุ้มครองผู้บริโภคดีานสัญญา
- ๔) การคุ้มครองผู้บริโภคดีานธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

การคุ้มครองผู้บริโภคดีานโฆษณา

แนวทางการคุ้มครอง คือ จะต้องไม่ใช่ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค ดังนี้

- ๑) ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง
- ๒) ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ
- ๓) ข้อความที่เป็นการสนับสนุนให้มีการกระทำผิดกฎหมาย ศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสียหาย

ในวัฒนธรรมของชาติ

- ๔) ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน

การคุ้มครองผู้บริโภคดีานฉลาก

แนวทางการคุ้มครอง คือ

๑) สร้างระบบการตรวจสอบเฝ้าระวังการโฆษณาที่ทันสมัย และมีประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถคุ้มครองผู้บริโภคทางด้านการโฆษณาได้อย่างทันต่อสถานการณ์

๒) บูรณาการการเฝ้าระวังตรวจสอบการโฆษณากับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สามารถบังคับใช้กฎหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

การคุ้มครองผู้บริโภคดีานสัญญา

แนวทางการคุ้มครอง คือ

- ๑) การตรวจสอบผู้ประกอบการธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์ และตามที่คณะกรรมการว่าด้วยสัญญากำหนด
- ๒) รับเรื่องราวร้องทุกข์เกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์ และตามที่คณะกรรมการว่าด้วยสัญญากำหนด
- ๓) พัฒนาปรับปรุงกฎหมายให้ทันสมัย
- ๔) บูรณาการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการแก้ไขปัญหาด้านอสังหาริมทรัพย์

การคุ้มครองผู้บริโภคดีานธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

แนวทางการคุ้มครอง คือ

- ๑) รับผิดชอบเขียนผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง
- ๒) รับเรื่องราวร้องทุกข์
- ๓) ติดตามสอดส่องพฤติการณ์ของผู้ประกอบการ
- ๔) พัฒนาปรับปรุงกฎหมายให้ทันสมัย

๕) บูรณาการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการเฝ้าระวังการกระทำที่เข้าข่ายการหลอกลวงประชาชน เช่น แชร์ลูกโซ่ หรือการกระทำที่เป็นการหลอกลวงของออนไลน์

ทั้งนี้ การคุ้มครองผู้บริโภคตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง มีความแตกต่างจากการคุ้มครองผู้บริโภคตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค คือ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคสามารถรับจดทะเบียนผู้ประกอบการขายตรง รับเรื่องราวร้องทุกข์ สอดส่องพฤติกรรมของผู้ประกอบการได้

ประเด็นที่เป็นปัญหาของธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงมากที่สุด คือ สั่งซื้อสินค้าและชำระเงินแล้วแต่ไม่ได้รับสินค้า หรือได้รับสินค้าล่าช้า คุณภาพสินค้าไม่เป็นไปตามที่ได้มีการโฆษณา สินค้ามีความชำรุดบกพร่อง ไม่รับประกันสินค้า สินค้าที่ได้รับไม่ตรงกับรายการที่สั่งซื้อ ถูกยกเลิกรายการสั่งซื้อแต่ไม่คืนเงิน หรือคืนเงินล่าช้า

กรมที่ดิน กระทรวงมหาดไทย

ประวัติกรมที่ดิน

ในรัชกาลพ่อขุนรามคำแหง พระองค์ทรงดำเนินรัฐประศาสนนโยบาย ส่งเสริมเศรษฐกิจเกี่ยวกับความเป็นอยู่ของประชาชน โดยให้ราษฎรทำประโยชน์บนที่ดินซึ่งผลประโยชน์จะตกแก่คน ๆ นั้น ครั้นมาถึงสมัยกรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานีมีระบบการบริหารประเทศแบบจตุสดมภ์ที่เรียกว่า เวียง วัง คลัง นา ซึ่งเรื่องของที่ดินนี้จัดอยู่ในหมวดหมู่ของนา หรือ กรมนา นั่นเอง โดยหน้าที่ของกรมนามัยนั้น แบ่งออกเป็น ๒ หน้าที่ คือ บริหารและตุลาการ หน้าที่บริหารจะจัดหาที่ดิน โดยให้ราษฎรเข้าไปบุกเบิกที่ดินเปล่าที่รกร้างอยู่และให้ใช้ประกอบกรทำกิน โดยเขียนโฉนดไว้ให้แก่ผู้เข้าไปบุกเบิกที่ดินตรงนั้น พร้อมกับหาที่ดินเพื่อการศาสนา สร้างเป็นวัดวาอารามต่าง ๆ ส่วนหน้าที่ตุลาการจะมีหน้าที่ดูแลการเข้าไปโค่นร้างว่าผู้ใดลักลอบกระทำการให้นำมาลงโทษ อีกทั้งระงับเหตุทะเลาะวิวาทในเรื่องที่ดิน เช่น กรณีแย่งนากันทำ รวมถึงข้อพิพาทเกี่ยวกับการลักคร่อมมือทำนา ขโมยไถ ลักแอก เป็นต้น



ต่อมากรุงรัตนโกสินทร์ลักษณะการบริหารที่ดินส่วนคงยึดหลักเดียวกันไว้กระทั่งสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ ๕ เกิดกรณีพิพาทเรื่องกรรมสิทธิ ที่ดินบ่อยครั้ง ๆ ขนาดขึ้นโรงขึ้นศาลเป็นว่าเล่น เพราะเจ้าหน้าที่ผู้เก็บภาษีอากรออกหนังสือสำคัญให้เจ้าของที่ดินไว้ยึดถือไม่อาจจะรับข้อพิพาทโต้แย้งปัญหาเรื่องกรรมสิทธิได้ เนื่องจากข้อความบนหนังสือ ไม่กระจ่างไม่สามารถใช้เป็นหลักฐานยืนยันได้พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าจึงโปรดฯ ให้ เจ้าพระยาเทเวศวิวัฒน์ ซึ่งดำรงตำแหน่งเสนาบดีกระทรวงเกษตราธิการ จัดทำทะเบียนที่ดินให้เป็นหลักฐานเกี่ยวกับกรรมสิทธิในที่ดินจริงจัง และเร่งด่วนด้วยทรงพระราชดำริเห็นว่าที่ดินมีราคายิ่งขึ้นกว่าแต่ก่อนเป็นอันมาก ย่อมเป็นสาเหตุให้ราษฎรมีข้อพิพาทมากขึ้นอีก สมควรจัดหมายเขตที่ดินนั้นให้มั่นคงยิ่งขึ้น พระองค์โปรดเกล้าฯ ให้ออกพระบรมราชโองการวันที่ ๓ พฤษภาคม พ.ศ. ๒๔๔๒ ให้ พระยาประชาชีพบริบาล (ฝั่ง ชูโต) ข้าหลวงเกษตราธิการอยู่ในบังคับบัญชาของเสนาบดีกรมมหาดหลวงเกล้า ออกไปดำเนินการออกโฉนด โดยกำหนดท้องที่ทิศใต้แต่แยกบางไทรขึ้นไปตามฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาทิศตะวันตก และตามฝั่งแม่น้ำแควอ่างทอง ทิศตะวันออกไปจนถึงคลองตะเคียนเป็นที่สุดฝ่ายเหนือ พระยาประชาชีพบริบาลกับเจ้าพนักงานแผนที่ทำการเดินสำรวจครั้งแรกเมื่อวันที่ ๖ มิถุนายน พ.ศ. ๒๔๔๔ ได้ถือเอาโฉนดเป็นหลักทะเบียน ซึ่งหลายตำบลในเขตอำเภอบางปะอิน มณฑลกรุงเก่าได้รับการออกโฉนดหรือแจกโฉนดให้ ทว่าช่วงเวลานั้นยังไม่มีกฎหมายเป็นหลักในการออกโฉนดชัดเจน พระองค์จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ออกประกาศพระบรมราชโองการลงวันที่ ๑๕ กันยายน พ.ศ. ๒๔๔๔ วางระเบียบเรื่องโฉนดไว้อย่างชัดเจน และพระบรมราชโองการนี้ถือเป็นกฎหมายใช้ในการออกโฉนด นอกจากนี้พระองค์โปรดเกล้าฯ ให้สถาปนา กรมทะเบียนที่ดิน สังกัดกระทรวงเกษตราธิการขึ้นมาเพื่อจัดการดูแลเกี่ยวกับเรื่องนี้ โดยประกาศพระบรมราชโองการเมื่อวันที่ ๑๗ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๔๔๔

ซึ่งมี นาย ดับบิว เอ.เกรแฮม เป็นเจ้ากรมคนแรก ด้วยเหตุนี้กรมที่ดิน จึงถือเอาวันที่ ๑๗ กุมภาพันธ์ ๒๔๔๔ เป็นวันสถาปนากรมที่ดิน

ต่อมาเมื่อวันที่ ๒๙ มิถุนายน พ.ศ. ๒๔๗๕ กรมทะเบียนที่ดิน ก็ได้เปลี่ยนชื่อมาเป็น กรมที่ดิน สังกัดกระทรวงมหาดไทยตามประกาศพระบรมราชโองการปลดเปลี่ยนเสนาบดีปลัดทูลฉลอง กระทรวงต่าง ๆ และรวมกระทรวง พ.ศ. ๒๔๗๕ หลังจากนั้นถัดมาอีกหนึ่งปีก็เปลี่ยนชื่อมาเป็น กรมที่ดินและโลหะกิจ พร้อมทั้งโอนมาสังกัดกระทรวงเศรษฐการ เมื่อวันที่ ๑๒ พฤษภาคม พ.ศ. ๒๔๗๖ แต่ก็ก็เป็นช่วงเวลาที่ไม่ยาวนานก็ต้องโอนกลับมาสังกัดกระทรวงเกษตรราธิการอีกครั้งในอีก ๒ ปีต่อมา ท้ายสุดเมื่อมีพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. ๒๔๘๔ ต้องเปลี่ยนชื่อกันอีก โดยใช้ชื่อว่า กรมที่ดิน เพียงอย่างเดียว และมาสังกัดกระทรวงมหาดไทย ตั้งแต่วันที่ ๑๙ พฤษภาคม พ.ศ. ๒๔๘๔ เรื่อยมาจนถึงปัจจุบันนี้

วิสัยทัศน์และพันธกิจ

วิสัยทัศน์ นิยามวิสัยทัศน์ และพันธกิจ กรมที่ดิน

“ขับเคลื่อนการจัดการที่ดินให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชน และการพัฒนาประเทศ ด้วยมาตรฐานการจัดการ การบริการระดับสากล”

“Driving land management for the utmost benefit for the people and country development with standard management and service”



- ❖ ขับเคลื่อนการจัดการที่ดินให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชน หมายถึง
 1. การคุ้มครองสิทธิที่ดินให้แก่ประชาชนให้เป็นไปตามกฎหมาย
 2. การบูรณาการร่วมกันของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการออกโฉนดที่ดินแก่ประชาชน มีความเป็นเอกภาพเป็นไปในทิศทางเดียวกันทั้งประเทศ ทั้งเชิงนโยบาย และการปฏิบัติ
- ❖ ขับเคลื่อนการจัดการที่ดินเพื่อการพัฒนาประเทศ หมายถึง
 1. กรมที่ดินเป็นศูนย์ข้อมูลที่ดินและแผนที่แห่งชาติ
 2. ระบบฐานข้อมูลที่ดินของประเทศเป็นมาตรฐานเดียวกัน สามารถรองรับการใช้ประโยชน์จากที่ดินในการพัฒนาประเทศ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และความมั่นคง
- ❖ มาตรฐานการจัดการ การบริการ ระดับสากล หมายถึง
 1. ระบบการให้บริการด้านทะเบียนที่ดินของประเทศไทยมีความ ทันสมัยบริการออนไลน์ ทั่วทั้งประเทศ และเชื่อมโยงกับสากล
 2. บุคลากรด้านทะเบียนที่ดินของประเทศไทย มีขีดความสามารถสูงในระดับสากล
 3. ระบบบริหารจัดการภายในได้มาตรฐานผ่านเกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติ (Thailand Quality Award : TQA)

1. คุ้มครองสิทธิที่ดินให้แก่ประชาชน ให้เป็นไปตามกฎหมาย
2. บูรณาการร่วมกันของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการออกโฉนดที่ดินแก่ประชาชนมีความเป็นเอกภาพเป็นไปในทิศทางเดียวกันทั้งประเทศ ทั้งเชิงนโยบายและการปฏิบัติ
3. เป็นศูนย์ข้อมูลที่ดินและแผนที่แห่งชาติ ที่มีระบบฐานข้อมูลที่ดินของประเทศเป็นมาตรฐานเดียวกันสามารถรองรับการใช้ประโยชน์จากที่ดินในการพัฒนาประเทศ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และความมั่นคง
4. ให้บริการด้านการทะเบียนที่ดินของประเทศไทยที่มีความทันสมัย บริการออนไลน์ทั่วทั้งประเทศ และเชื่อมโยงกับสากล พร้อมทั้งบุคลากรด้านทะเบียนที่ดินของประเทศที่มีขีดความสามารถสูงในระดับสากล

(ปรับปรุงเมื่อ วันที่ 5 ธันวาคม 2561)

กรมที่ดิน Department of Lands

กลุ่มแผนงานและยุทธศาสตร์ กองแผนงาน โทร. 02 141 5654-55 mail : plan-strategy@dol.go.th

ค่านิยมกรมที่ดิน

ค่านิยมกรมที่ดิน

ค่านิยมหลัก ACCEPT

A : Accountability	: รู้รับผิดชอบ
C : Customer Service	: มอบจิตบริการ
C : Communication	: สื่อสารเลิศล้ำ
E : Ethic	: จริยธรรมนำจิตใจ
P : People Development	: ฝึกฝนเรียนรู้
T : Teamwork	: มุ่งสู่ความร่วมมือ



โครงสร้างการแบ่งส่วนราชการ



รายชื่อผู้บริหารกรมที่ดิน

นายนิสิต จันทน์สมวงศ์	อธิบดี
นายชัยชาญ สิทธิวิรัชธรรม	รองอธิบดี
นายณรงค์ สีสตระกูล	รองอธิบดี
นายเป็ลียน แก้วฤทธิ์	รองอธิบดี
นายสุรพล ศรีวีโรจน์	รองอธิบดี

ส่วนงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายห้องชุด คือ สำนักส่งเสริมธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

สำนักส่งเสริมธุรกิจอสังหาริมทรัพย์



สำนักส่งเสริมธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ มีอำนาจหน้าที่ดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยการจัดสรรที่ดิน และกฎหมายว่าด้วยอาคารชุด โดยดำเนินการเกี่ยวกับงานเลขานุการคณะกรรมการจัดสรรที่ดินกลาง คณะกรรมการจัดสรรที่ดินกรุงเทพมหานคร คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้ซื้อที่ดินจัดสรร ให้บริการข้อมูลและข้อสนเทศ เกี่ยวกับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ และปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง หรือที่ได้รับมอบหมาย

โครงสร้างสำนัก

แบ่งงานภายในเป็น 1 ฝ่าย 2 กลุ่ม

สำนักส่งเสริมธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

ฝ่ายบริหารทั่วไป

ส่วนมาตรฐานการจัดสรรที่ดิน

ส่วนพัฒนาธุรกิจที่ดินและอาคารชุด

อัตรากำลัง

ข้าราชการและลูกจ้างทั้งหมด จำนวน 59 คน

ข้าราชการ จำนวน 54 คน

ลูกจ้าง จำนวน 5 คน

ฝ่าย/กลุ่ม	ข้าราชการ	ลูกจ้าง	จำนวน
ฝ่ายบริหารทั่วไป	8	1	9
ส่วนมาตรฐานการจัดสรรที่ดิน	35	2	37
ส่วนพัฒนาธุรกิจที่ดินและอาคารชุด	10	2	12

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

๑. ด้านโครงสร้างหน่วยงาน

๑.๑ ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ ๔) พ.ศ. ๒๕๖๒ ได้มีการแก้ไขเพิ่มเติมโดยกำหนดให้มี “คณะกรรมการเฉพาะเรื่องด้านความปลอดภัยของสินค้าและบริการ” แต่ปัจจุบันยังดำเนินการตั้งคณะกรรมการดังกล่าวไม่เสร็จเรียบร้อย

๑.๒ การตั้งคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงยังไม่สามารถดำเนินการตั้งแทนตำแหน่งที่ว่างได้

๑.๓ ปัญหาโครงสร้างระดับภูมิภาค

๑) คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๖๒ และที่แก้ไขเพิ่มเติม มิได้มีบทบัญญัติเกี่ยวกับคณะอนุกรรมการระดับจังหวัดไว้ แต่ให้อำนาจคณะกรรมการในการตั้งคณะอนุกรรมการเพื่อปฏิบัติงาน คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจึงได้ตั้งคณะอนุกรรมการระดับจังหวัดขึ้น โดยให้ผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นประธานคณะอนุกรรมการ แต่เนื่องจากคณะอนุกรรมการระดับจังหวัดไม่ได้กำหนดไว้ในกฎหมาย แต่เป็นการตั้งโดยประกาศคณะกรรมการ ดังนั้น การขับเคลื่อนงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับจังหวัดจึงขึ้นอยู่กับความสำคัญของผู้ว่าราชการจังหวัดแต่ละจังหวัด

๒) โครงสร้างสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคระดับภูมิภาค

ปัจจุบันยังไม่มีการจัดตั้งสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคระดับภูมิภาคขึ้นเพื่อรองรับการดำเนินงานของคณะอนุกรรมการแต่ละจังหวัด แต่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้มีการจัดตั้ง “สำนักประสานและส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัด” มีฐานะเป็นเพียงส่วนราชการภายในของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคโดยสำนักประสานและส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัด จะมีหน้าที่ประสานงานและจัดการประชุมคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัดทุกจังหวัด และกำหนดให้ผู้อำนวยการสำนักประสานและส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดเป็นอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในทุกจังหวัดด้วย ทำให้มีการกิจกรรมมากและการขับเคลื่อนงานแต่ละจังหวัดยังขาดประสิทธิภาพ บางจังหวัดผู้ว่าราชการจังหวัดจัดให้มีการประชุมคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัดเพียงปีละ ๒ ครั้ง ซึ่งหากผู้ว่าราชการจังหวัดไม่ดำเนินการจัดประชุมคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด ก็จะทำให้คณะอนุกรรมการประจำจังหวัดไม่สามารถพ้องมติแทนผู้บริโภคได้ ดังนั้น



หากมีการจัดตั้งสำนักประสานและส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำแต่ละภาคขึ้น น่าจะส่งผลให้การขับเคลื่อนงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับภูมิภาคมีประสิทธิภาพมากขึ้น



นอกจากนี้ ในแต่ละจังหวัดจะมีเจ้าหน้าที่ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัดละ ๒ คน แต่เจ้าหน้าที่ดังกล่าวเป็นพนักงานจ้างเหมา จึงไม่มีฐานะเป็นพนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค เลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจึงไม่สามารถแต่งตั้งเป็นเจ้าหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภคเพื่อให้มีอำนาจฟ้องคดีแทนบริโภคได้ มีหน้าที่เพียงรับเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภค

๒. ด้านงบประมาณ

๒.๑ ปัจจุบัน สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้รับการจัดสรรงบประมาณรายจ่ายปีละประมาณ ๒๐๐ ล้านบาท ซึ่งไม่เพียงพอต่อการดำเนินงานตามภารกิจได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

๒.๒ ในการพิจารณาจัดสรรงบประมาณให้แก่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงบประมาณจะนำเรื่องคดีที่ค้างพิจารณาเป็นปัจจัยในการจัดสรรงบประมาณให้ด้วย สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจึงอาจปรับรูปแบบการเสนองานหรือโครงการเพื่อขอรับการจัดสรรงบประมาณให้มีความแตกต่างจากการเสนองบประมาณที่ผ่านมา

๒.๓ ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ และที่แก้ไขเพิ่มเติม ได้ให้อำนาจเลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในการฟ้องคดีแทนผู้บริโภค โดยให้อำนาจแต่งตั้งข้าราชการในสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคซึ่งมีคุณวุฒิไม่ต่ำกว่าปริญญาตรีในสาขา นิติศาสตร์ เป็นเจ้าหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภคเพื่อให้มีหน้าที่ดำเนินคดีแพ่งและคดีอาญาแก่ผู้กระทำการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคในศาล ซึ่งหน้าที่ดังกล่าวมีลักษณะเหมือนกับพนักงานอัยการ ดังนั้น หากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคสามารถดำเนินการฟ้องคดีแทนผู้บริโภคได้ ก็จะทำให้การได้รับการจัดสรรงบประมาณมากขึ้น

๓. ด้านบุคลากร

๓.๑ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีอัตรากำลัง ประกอบด้วย ข้าราชการจำนวน ๑๕๓ อัตราพนักงานราชการ จำนวน ๑๓๐ อัตราลูกจ้างประจำ จำนวน ๒ อัตราและพนักงานจ้างเหมาบริการ ประมาณ ๓๐๐ อัตรา ซึ่งจำนวนดังกล่าวไม่เพียงพอต่อการดำเนินงานตามหน้าที่และอำนาจได้เต็มประสิทธิภาพ

๓.๒ บุคลากรส่วนใหญ่เป็นพนักงานราชการ และพนักงานจ้างเหมาบริการ ซึ่งไม่มีความมั่นคง โดยเฉพาะตำแหน่งพนักงานจ้างเหมาบริการซึ่งต้องทำสัญญาจ้างแบบปีต่อปี และได้รับการจัดสรรงบประมาณในการจ้าง ๑๑ เดือน เนื่องจากสำนักงบประมาณต้องใช้ระยะเวลาในการดำเนินการต่าง ๆ ๑ เดือน จึงทำให้ขาดขวัญกำลังใจในการทำงาน และมีอัตราการโอนย้ายไปยังหน่วยงานอื่นสูง

๓.๓ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค ได้ให้อำนาจเลขาธิการสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในการแต่งตั้งข้าราชการในสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคซึ่งมีคุณวุฒิไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรีในสาขานิติศาสตร์เป็นเจ้าหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภคเพื่อให้มีหน้าที่ดำเนินคดีแพ่ง

และคดีอาญาแก่ผู้กระทำการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคในศาล ซึ่งหากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคสามารถสร้างบุคลากรให้มีความสามารถในการดำเนินคดีแทนผู้บริโภคในชั้นศาลได้ ก็อาจทำให้เจ้าหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภคมีสิทธิได้รับค่าตอบแทนหรือค่าวิชาชีพเพิ่มขึ้น ซึ่งจะช่วยเพิ่มศักยภาพของบุคลากรและลดปัญหาการโอนย้ายไปหน่วยงานอื่นได้

๔. การดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

๔.๑ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ได้ดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภคใน ๔ ด้าน คือ การคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา การคุ้มครองผู้บริโภคด้านฉลาก การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา และการคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

๔.๒ การป้องกันและแก้ไขปัญหาแชร์ลูกโซ่

๑) แชร์ลูกโซ่ มี ๒ ลักษณะ คือ (๑) แชร์ลูกโซ่ที่แรกเริ่มมีการจดทะเบียนประกอบธุรกิจขายตรงตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. ๒๕๔๕ ต่อสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (มีการซื้อขายสินค้า) แต่ต่อมาภายหลังได้เปลี่ยนรูปแบบไปเป็นการหลอกลวงประชาชนในลักษณะแชร์ลูกโซ่ และ (๒) ไม่มีการจดทะเบียนประกอบธุรกิจขายตรง (ไม่มีการซื้อขายสินค้า) แต่เป็นลักษณะของการระดมทุนโดยตรงซึ่งสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจะมีหน้าที่และอำนาจในการปราบปรามได้ เฉพาะแชร์ลูกโซ่ที่มีการจดทะเบียนขายตรงตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรงฯ ซึ่งเป็นกฎหมายที่อยู่ในหน้าที่และอำนาจของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเท่านั้น ส่วนแชร์ลูกโซ่ที่ไม่ได้มีการจดทะเบียนขายตรงจะเข้าลักษณะเป็นการกั๊ยมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชนตามพระราชกำหนดการกั๊ยมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. ๒๕๒๗ ซึ่งเป็นกฎหมายที่ให้อำนาจกระทรวงการคลังเป็นผู้ดำเนินการ

๒) ในการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรง สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคควรมีการตรวจสอบคุณสมบัติของผู้ขอจดทะเบียนประกอบธุรกิจขายตรง และตรวจสอบคุณภาพของสินค้าที่มีการซื้อขายว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพเพียงใด มีต้นทุนค่าสินค้าเท่าใด เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าผู้ขอจดทะเบียนนั้นมีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบธุรกิจขายตรงที่แท้จริง ไม่ได้มีเจตนาเพื่อการหลอกลวงผู้บริโภค



๓) แชร์ลูกโซ่ส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะของการหลอกระดมทุนจากผู้บริโภคโดยตรงโดยไม่ได้มีการจดทะเบียนประกอบธุรกิจขายตรง ซึ่งเป็นหน้าที่และอำนาจของสำนักงานเศรษฐกิจการคลังกระทรวงการคลัง เป็นผู้ดำเนินการตามพระราชกำหนดการกั๊ยมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. ๒๕๒๗ ทั้งนี้ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจะมีการเฝ้าระวังตรวจสอบแชร์ลูกโซ่ซึ่งหากเป็นแชร์ลูกโซ่ที่มีการจดทะเบียนประกอบธุรกิจขายตรง

ตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. ๒๕๒๒ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคก็จะเข้าไปดำเนินการตามกฎหมาย แต่หากไม่มีการจดทะเบียนประกอบธุรกิจขายตรงฯ สำนักงาน

คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคก็จะประสานงานไปยังสำนักงานเศรษฐกิจการคลังเพื่อดำเนินการตามกฎหมายต่อไป

๔.๓ การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา

๑) ปัญหาที่มีการร้องเรียนจากผู้บริโภคมากที่สุด คือ การซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ โดยเฉพาะการซื้อขายห้องชุด

๒) การทำสัญญาซื้อขายห้องชุดในปัจจุบันจะมี ๒ รูปแบบ คือ (๑) หากเป็นการซื้อขายห้องชุดระหว่างผู้ประกอบการ (เจ้าของโครงการ) กับผู้บริโภค ให้ใช้แบบสัญญามาตรฐานของกระทรวงมหาดไทย ตามพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. ๒๕๒๒ แต่หากเป็นกรณีที่ผู้ซื้อห้องชุดมาจากผู้ประกอบการแล้วนำมาขายต่อให้กับผู้บริโภคอีกต่อหนึ่ง กรณีดังกล่าวจะไม่อยู่ภายใต้บังคับแบบสัญญามาตรฐานของกระทรวงมหาดไทย แต่จะเป็นการบังคับตามสัญญาที่ตกลงกันตามความสมัครใจของคู่สัญญา ดังนั้น เพื่อเป็นการป้องกันมิให้ผู้บริโภคถูกเอาเปรียบ คณะกรรมการว่าด้วยสัญญาจึงได้มีการออกประกาศให้ธุรกิจขายห้องชุดเป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญา ทำให้สัญญาซื้อขายในกรณีดังกล่าวจะต้องมีข้อความตามประกาศของคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา

๓) เนื่องจากแบบสัญญามาตรฐานของกระทรวงมหาดไทยกับข้อความตามประกาศของคณะกรรมการว่าด้วยสัญญาได้ให้ความคุ้มครองผู้บริโภคแตกต่างกัน ซึ่งอาจทำให้ผู้บริโภคเกิดความสับสนว่าการซื้อขายห้องชุดของตนนั้นอยู่ภายใต้การคุ้มครองของหน่วยงานใด จึงควรมีการพิจารณาทบทวนว่าควรให้การทำสัญญาซื้อขายห้องชุดทั้งระบบอยู่ภายใต้บังคับแบบสัญญามาตรฐานของกระทรวงมหาดไทย

๔.๔ การคุ้มครองผู้บริโภคด้านฉลาก

๑) ในด้านการคุ้มครองผู้บริโภคด้านฉลาก ปัจจุบันสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้รับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับปัญหารถยนต์เป็นจำนวนมากที่สุด ดังนั้น เพื่อเป็นการป้องกันและแก้ไขปัญหาในการทำสัญญาซื้อขายรถยนต์ จึงอาจพิจารณานำระบบการดูแลประโยชน์ของคู่สัญญา (Escrow) มาใช้ในการทำสัญญาซื้อขาย โดยให้มีตัวกลาง (Escrow Agent) ทำหน้าที่เป็นผู้ดูแลประโยชน์ของคู่สัญญาทั้ง ๒ ฝ่าย

๒) ปัจจุบันการทำการรอบพระทองคำมีมูลค่ามหาศาล หากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้มีการทำฉลากรอบพระทองคำโดยแสดงค่าความบริสุทธิ์ของทองคำก็จะเกิดประโยชน์ต่อผู้บริโภค และเกิดประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ เนื่องจากชาวต่างชาติได้ให้การยอมรับการทำการรอบพระทองคำของไทยเป็นอย่างมาก



กรมที่ดิน กระทรวงมหาดไทย

๑. การใช้แบบสัญญามาตรฐานของกระทรวงมหาดไทยในการทำสัญญาซื้อขายห้องชุด

๑) การทำสัญญาจะซื้อจะขายและสัญญาซื้อขายห้องชุดระหว่างผู้ประกอบการกับผู้ซื้อห้องชุด ตามมาตรา ๖/๒ ของพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. ๒๕๒๒ และที่แก้ไขเพิ่มเติม ได้กำหนดให้ต้องทำ



ตามแบบที่ รัฐมนตรีประกาศกำหนด โดยปัจจุบัน รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทยได้กำหนดแบบสัญญาจะซื้อจะขายและแบบสัญญาซื้อขายห้องชุด ให้ใช้ตามแบบ อ.ช. ๒๒ และ อ.ช. ๒๓ หากสัญญาจะซื้อจะขายหรือสัญญาซื้อขายห้องชุดมิได้ทำตามแบบสัญญาที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด และไม่เป็นผู้จะซื้อหรือผู้ซื้อห้องชุด ให้สัญญาส่วนนั้นไม่มีผลใช้บังคับ แต่หากเป็นการทำสัญญาจะซื้อจะขายหรือสัญญาซื้อขายทั่วไปที่ไม่ใช่ระหว่างผู้ประกอบการกับผู้ซื้อ ก็ไม่อยู่ภายใต้บังคับที่จะต้องใช้แบบสัญญามาตรฐานดังกล่าว

๒) การกำหนดให้ใช้แบบสัญญามาตรฐานที่แตกต่างกันจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความสับสน ดังนั้น เพื่อให้การปฏิบัติเป็นไปในแนวทางเดียวกัน กรมที่ดินอาจพิจารณาแก้ไขประกาศกระทรวงมหาดไทยโดยกำหนดให้การทำสัญญาจะซื้อจะขายห้องชุดและสัญญาซื้อขายห้องชุดทั้งระบบอยู่ภายใต้บังคับแบบสัญญามาตรฐานของกระทรวงมหาดไทย

๓) ปัจจุบัน แม้การซื้อขายระหว่างผู้ซื้อกับผู้บริโภคจะไม่อยู่ภายใต้บังคับแบบสัญญามาตรฐานของกระทรวงมหาดไทยก็ตาม แต่ผู้บริโภคก็ได้รับโอนไปทั้งสิทธิและหน้าที่ที่ผู้ซื้อรายเดิมมีต่อผู้ประกอบการด้วย

๔) ในการขายห้องชุด กฎหมายกำหนดให้ต้องมีใบปลอดหนี้จากผู้จัดการนิติบุคคลอาคารชุด แต่ในกรณีที่เป็นการสร้างมานานแล้วและไม่มีผู้จัดการนิติบุคคลอาคารดูแล จึงไม่สามารถดำเนินการออกใบปลอดหนี้ได้ ซึ่งส่งผลกระทบต่อผู้ที่ซื้อห้องชุดในอาคารชุดดังกล่าวโดยเฉพาะผู้ซื้อจากการขายทอดตลาดที่ไม่สามารถทำการโอนห้องชุดได้ เป็นภาระที่จะต้องไปดำเนินการใช้สิทธิทางศาลเพื่อให้มีคำสั่งจดทะเบียนโอนห้องชุด

๒. มาตรการคุ้มครองผู้บริโภคในการทำสัญญาซื้อขายห้องชุด ด้านโฆษณา ตามพระราชบัญญัติอาคารชุด (ฉบับที่ ๔) พ.ศ. ๒๕๕๑

การโฆษณาขายห้องชุดในอาคารชุดตามมาตรา ๖/๑ ผู้ขอจดทะเบียนอาคารชุดต้องดำเนินการดังนี้

๑) ต้องเก็บสำเนาข้อความหรือภาพที่โฆษณาหรือหนังสือที่นำออกโฆษณาแก่บุคคลทั่วไปไม่ว่าจะทำในรูปแบบใด โดยเก็บไว้ในสถานที่ทำการจนกว่าจะมีการขายห้องชุดหมด และต้องนำส่งสำเนาดังกล่าวให้นิติบุคคลอาคารชุดเก็บไว้อย่างน้อยหนึ่งชุด

๒) ข้อความหรือภาพที่โฆษณาจะต้องตรงกับหลักฐานและรายละเอียดที่ยื่นพร้อมคำขอจดทะเบียนอาคารชุด

๓) ให้ถือว่าข้อความหรือภาพที่โฆษณาหรือหนังสือชักชวนเป็นส่วนหนึ่งของสัญญาจะซื้อจะขายหรือสัญญาซื้อขายห้องชุดด้วย และหากข้อความหรือภาพใดมีความหมายขัดหรือแย้งกับข้อความในสัญญาจะซื้อจะขายหรือสัญญาซื้อขายห้องชุด ให้ตีความไปในทางที่เป็นคุณแก่ผู้ซื้อหรือผู้ซื้อห้องชุด

๔) การคุ้มครองผู้ซื้อห้องชุดด้านโฆษณา หากพบว่าห้องชุดไม่เป็นไปตามที่ได้มีการโฆษณาไว้ กรมที่ดินมีมาตรการในการดำเนินคดีกับผู้ประกอบการอย่างไร

ในประเด็นดังกล่าว มาตรา ๖/๑ ของพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. ๒๕๒๒ ได้กำหนดโทษทางอาญาไว้ ซึ่งหากความปรากฏแก่เจ้าพนักงานที่ดิน เจ้าพนักงานที่ดินก็จะดำเนินการร้องทุกข์ดำเนินคดีต่อไป แต่หากเป็นกรณีการผิดสัญญาทางแพ่ง ผู้บริโภคอาจฟ้องร้องดำเนินคดีกับผู้ประกอบการด้วยตนเองหรือร้องทุกข์ต่อสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคก็ได้

๓. การบริหารงานของนิติบุคคลอาคารชุดและนิติบุคคลหมู่บ้านจัดสรร

๑) การจัดตั้งนิติบุคคลอาคารชุดและนิติบุคคลหมู่บ้านจัดสรรมีความแตกต่างกัน คือพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. ๒๕๒๒ กำหนดให้เมื่อมีการโอนห้องชุดห้องแรกผู้ประกอบการจะต้องดำเนินการจัดตั้งนิติบุคคลอาคารชุดทันที แต่พระราชบัญญัติการจัดสรรที่ดิน พ.ศ. ๒๕๔๓ ไม่ได้บังคับว่าจะต้องมีการจัดตั้งนิติบุคคลหมู่บ้านจัดสรร แต่หากผู้ประกอบการมีความประสงค์พิจารณาการจัดการสาธารณูปโภคในโครงการก็จะต้องดำเนินการจัดตั้งนิติบุคคลหมู่บ้านจัดสรร และแม้โฉนดที่ดินที่เป็นสาธารณูปโภคในโครงการจะเป็นชื่อของเจ้าของโครงการอยู่ ก็ถือว่าโฉนดที่ดินนั้นได้โอนไปเป็นของนิติบุคคลหมู่บ้านจัดสรรโดยผลของกฎหมายแล้ว

๒) อาคารชุดที่สร้างขึ้นใหม่ในปัจจุบันส่วนใหญ่จะมีการจ้างบริษัทที่ทำธุรกิจรับจ้างบริหารนิติบุคคลมาเป็นผู้จัดการนิติบุคคล ซึ่งอาจมีการเรียกเก็บค่าส่วนกลางหรือค่าจ้างบริหารนิติบุคคลในอัตราที่สูง ดังนั้น นอกจากมาตรการในการควบคุมผู้จัดการนิติบุคคลโดยที่ประชุมใหญ่เจ้าของร่วมแล้ว ควรมีมาตรการทางกฎหมายในการควบคุมการประกอบธุรกิจของบริษัทที่รับจ้างบริหารงานนิติบุคคลเพื่อเป็นคุ้มครองประชาชนอีกทางหนึ่งด้วย



รายนามคณะเดินทาง

กรรมการ

- | | |
|---------------------------|---|
| ๑. นายสมชาย แสวงการ | ประธานคณะกรรมการสิทธิมนุษยชนฯ |
| ๒. พลเอก วสันต์ สุริยมงคล | กรรมการ
และประธานคณะอนุกรรมการ
ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
(หัวหน้าคณะเดินทาง) |
| ๓. นายถนัด มานะพันธุ์นิยม | เลขานุการคณะกรรมการ
และรองประธานคณะอนุกรรมการ
ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค คนที่หนึ่ง |
| ๔. นายอัปเดตฮาติม มินซาร์ | กรรมการ
และรองประธานคณะอนุกรรมการ
ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค คนที่สอง |

อนุกรรมการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

- | | |
|----------------------------------|--|
| ๕. นายสุวรรณ เลิศปัญญาโรจน์ | สมาชิกวุฒิสภา
และที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ |
| ๖. พลเอก เสรี วงศ์ประจิตร | อนุกรรมการ |
| ๗. พันตำรวจเอก ประทีป เจริญศิลป์ | อนุกรรมการ |
| ๘. นายวิทยา แจ่มกระจ่าง | อนุกรรมการ |
| ๙. นายสุทธิศักดิ์ ภัทรมานะวงศ์ | อนุกรรมการ |
| ๑๐. นางสาวพรพรรณ มณีสถิตย์ | อนุกรรมการและเลขานุการ |
| ๑๑. รองศาสตราจารย์เทวี โปธิผละ | ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ |
| ๑๒. นายพิษณุ จตุรภัทรไพบูลย์ | ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ |
| ๑๓. นายธนรัชต์ พสงศ์ | ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ |
| ๑๔. นางสาววิลาวัลย์ ธรรมชาติ | ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ |
| ๑๕. นายวิฑูรย์ วงษ์สวัสดิ์ | ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ |
| ๑๖. พลโท ชัย พรหมบาง | ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ |
| ๑๗. นางสาวปวรรณท์ ธีมัญญุตานันท์ | ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ |
| ๑๘. นายณรงฤทธิ ทิพย์อาสน์ | ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ |

คณะกรรมการ

๑๙. นายสุรชน รักษนิท

ผู้ช่วยผู้ดำเนินงานสมาชิกวุฒิสภา

ฝ่ายเลขานุการคณะกรรมการ

๒๐. นางสาวศิริพร ภิญโญศิริธร

ผู้บังคับบัญชากลุ่มงานฯ

๒๑. นายวีรศักดิ์ เทียนทอง

นิติกรปฏิบัติการ

๒๒. นายคมสัน นุ่มพินิจ

เลขานุการคณะเดินทาง

๒๓. นายจิตรภาณุ ปั่นศิริ

เจ้าพนักงานธุรการชำนาญงาน

ผู้ช่วยเลขานุการคณะเดินทาง

นักวิชาการสนับสนุนงานวิชาการ

ผู้ช่วยเลขานุการคณะเดินทาง
