

บทที่ 2

การคุ้มครองผู้บริโภค

ด้วยเหตุที่งานคุ้มครองผู้บริโภคมีภาระหน้าที่หลายประการ ไม่ว่าจะเป็นการให้ความเป็นธรรมแก่ผู้บริโภคในการซื้อสินค้าและบริการ หรือการคุ้มครองความปลอดภัยของผู้บริโภคในการใช้สินค้าและบริการ ภาระหน้าที่เหล่านี้ล้วนมีความซับซ้อนละเอียดอ่อน และเกี่ยวข้องกับหลายหน่วยงาน เช่น สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา สำนักชั่งตวงวัด กรมการค้าภายใน แต่ด้วยข้อจำกัดขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ทั้งในด้านบุคลากร งบประมาณ และวิชาการ ในขณะที่ชุมชนท้องถิ่นก็มีความซับซ้อน ดังนั้นเพื่อให้การปฏิบัติงานคุ้มครองผู้บริโภคสำหรับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล จึงเห็นควรที่จะต้องบูรณาการภาระหน้าที่ทั้งหลายที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคให้อยู่ในขอบเขตที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะสามารถปฏิบัติอย่างได้ผล และเพื่อให้ผู้ปฏิบัติมีความรู้ความเข้าใจต่อภารกิจของการคุ้มครองผู้บริโภค จึงได้กำหนดกรอบแนวคิดที่ครอบคลุมในประเด็นต่อไปนี้

- 2.1 การดำเนินงานด้านคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทย
- 2.2 การคุ้มครองผู้บริโภคด้านอาหารและยา
- 2.3 การคุ้มครองผู้บริโภคด้าน ชั่ง ตวง วัด
- 2.4 สรุปสาระสำคัญของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

2.1 การดำเนินงานด้านคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทย

2.1.1 ความเป็นมาของการคุ้มครองผู้บริโภค

ประเทศไทยมีแนวความคิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคมานานพอสมควรแล้ว แต่ยังไม่มีความหมายเป็นการเฉพาะ จนเมื่อปี พ.ศ. 2512 สหพันธ์องค์การผู้บริโภคแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นองค์การอิสระที่ไม่เกี่ยวข้องกับการเมือง จัดตั้งโดยสมาคมผู้บริโภคของประเทศต่างๆ รวมตัวกัน มีสำนักงานใหญ่อยู่ที่กรุงเฮก ประเทศเนเธอร์แลนด์ ได้เข้ามาชักชวนองค์การเอกชนในประเทศไทยให้จัดตั้งสมาคมผู้บริโภคขึ้นเช่นเดียวกับประเทศอื่นๆ แต่ไม่ประสบผลสำเร็จ เนื่องจากองค์การเอกชนของประเทศไทยในขณะนั้นยังไม่พร้อม ต่อมาในปี พ.ศ. 2514 ได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการเพื่อศึกษาปัญหาของผู้บริโภค มีชื่อว่ากรมการศึกษาและส่งเสริมผู้บริโภค และวิวัฒนาการเรื่อยมาในภาคเอกชน จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2519 รัฐบาลได้จัดตั้งคณะกรรมการคุ้มครอง

ผู้บริโภคขึ้นคณะหนึ่ง แต่คณะกรรมการชุดดังกล่าวได้สลายตัวไปพร้อมกับรัฐบาลในยุคนั้นตามวิถีทางการเมือง รัฐบาลสมัยต่อมาได้เล็งเห็นความสำคัญและความจำเป็นของการคุ้มครองผู้บริโภค จึงได้จัดตั้งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคขึ้นอีกครั้ง และมีการศึกษาหามาตรการถาวรในการคุ้มครองผู้บริโภค จนได้มีการออกกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคเมื่อปี พ.ศ. 2522 โดยให้เหตุผลว่า เนื่องจากการแข่งขันการเสนอขายสินค้าและบริการต่างๆ ต่อประชาชนนับวันแต่จะเพิ่มมากขึ้น ผู้ประกอบการธุรกิจการค้าและผู้ประกอบการธุรกิจโฆษณาได้นำวิชาการในทางการตลาดและทางการโฆษณามาใช้ในการส่งเสริมการขายสินค้าและบริการ ซึ่งการกระทำดังกล่าวทำให้ผู้บริโภคตกอยู่ในฐานะที่เสียเปรียบ เพราะผู้บริโภคไม่อยู่ในฐานะที่ทราบภาวะตลาดและความจริงที่เกี่ยวกับคุณภาพและราคาของสินค้าและบริการต่างๆ ได้อย่างถูกต้องทันทั่วทั้งที่ นอกจากนั้นในบางกรณีแม้จะมีกฎหมายให้ความคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค โดยการกำหนดคุณภาพและราคาของสินค้าหรือบริการอยู่แล้วก็ตาม แต่การที่ผู้บริโภคแต่ละรายจะไปฟ้องร้องดำเนินคดีกับผู้ประกอบการค้าหรือผู้ประกอบการธุรกิจโฆษณา เมื่อมีการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคย่อมจะเสียเวลาและค่าใช้จ่าย เป็นการไม่คุ้มค่า และผู้บริโภคจำนวนมากไม่อยู่ในฐานะที่จะเสาะหาและเสียค่าใช้จ่ายในการดำเนินคดีได้ และในบางกรณีก็ไม่อาจจะระงับหรือยับยั้งการกระทำที่จะเกิดความเสียหายแก่ผู้บริโภคได้ทันทั่วทั้งที่ จึงสมควรมีกฎหมายให้ความคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคขึ้น ซึ่งในปัจจุบันสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีกฎหมายที่รองรับการปฏิบัติงาน คือ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และ พ.ศ.2541

2.1.2 สิทธิของผู้บริโภค

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 หมวด 3 สิทธิและเสรีภาพของชนชาวไทย มาตรา 57 บัญญัติว่า “สิทธิของบุคคลซึ่งเป็นผู้บริโภคย่อมได้รับความคุ้มครอง ทั้งนี้ตามที่กฎหมายบัญญัติ...กฎหมายตามวรรคหนึ่งต้องบัญญัติให้มีองค์การอิสระ ซึ่งประกอบด้วยตัวแทนผู้บริโภค ทำหน้าที่ให้ความเห็นในการตรากฎหมาย กฎกระทรวงและข้อบังคับ และให้ความเห็นในการกำหนดมาตรการต่างๆ เพื่อคุ้มครองผู้บริโภค” และหมวด 5 แนวนโยบายพื้นฐานแห่งรัฐ มาตรา 87 บัญญัติว่า “รัฐต้องสนับสนุนระบบเศรษฐกิจแบบเสรีโดยอาศัยกลไกตลาด กำกับดูแลให้มีการแข่งขันอย่างเป็นธรรม คุ้มครองผู้บริโภคและป้องกันการผูกขาดตัดตอนทั้งทางตรงและทางอ้อม รวมทั้งยกเลิกและละเว้นการตรากฎหมายและกฎเกณฑ์ที่ควบคุมธุรกิจที่ไม่สอดคล้องกับความจำเป็นทางเศรษฐกิจ และต้องไม่ประกอบกิจการแข่งขันกับเอกชน เว้นแต่มีความจำเป็นเพื่อประโยชน์ในการรักษาความมั่นคงของรัฐ รักษาผลประโยชน์ส่วนรวมหรือการจัดให้มีการสาธารณสุขปลอดภัย”

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 มาตรา 4 ได้บัญญัติสิทธิของผู้บริโภคที่จะได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย 5 ประการ ดังนี้

1) การได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับการโฆษณาหรือการแสดงผลตามความเป็นจริงและปราศจากพิกัดแก่ผู้บริโภค รวมตลอดถึงสิทธิที่จะได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการอย่างถูกต้องและเพียงพอที่จะไม่หลงผิดในการซื้อสินค้าหรือรับบริการโดยไม่เป็นธรรม

2) การมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ ได้แก่ สิทธิที่จะเลือกซื้อสินค้าหรือรับบริการโดยความสมัครใจของผู้บริโภค และปราศจากการชักจูงใจอันไม่เป็นธรรม

3) การได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับสินค้าหรือบริการที่ปลอดภัย มีสภาพและคุณภาพได้มาตรฐาน เหมาะสมแก่การใช้ ไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อชีวิตร่างกายหรือทรัพย์สิน ในกรณีใช้ตามคำแนะนำหรือระมัดระวังตามสภาพของสินค้าหรือบริการนั้นแล้ว

4) การได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับข้อสัญญาโดยไม่ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบธุรกิจ

5) การได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับการคุ้มครองและชดเชยค่าเสียหายเมื่อมีการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคตามข้อ 1,2,3 และ 4 ดังกล่าว

2.1.3 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรการบริโภค

หากวิเคราะห์ถึงสาเหตุหรือปัจจัยที่มีผลต่อการใช้และบริโภคของประชาชนโดยประยุกต์แนวคิดตาม The Precede Model มาอธิบายจะพบว่า มีปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรการใช้และบริโภคอยู่สามกลุ่มใหญ่ๆ ดังต่อไปนี้

1) ปัจจัยนำ ได้แก่ ความรู้ ความชอบ หรือทัศนคติของผู้บริโภคเองซึ่งเกิดจากปัจจัยภายใน ได้แก่ ค่านิยม (Value) ทัศนคติ (Attitude) และการรับรู้ (Perception) ของบุคคล ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะถูกหล่อหลอมจากประสบการณ์ในอดีต ร่วมกับการรับรู้ในปัจจุบันทำให้ผู้บริโภค มีพฤติกรรมกรการบริโภคที่เหมือนหรือแตกต่างกันไป

2) ปัจจัยเอื้ออำนวย ได้แก่ ปัจจัยที่จะเอื้อหรืออำนวยให้ประชาชนผู้บริโภค มีพฤติกรรมกรการบริโภคที่ถูกต้อง ได้แก่ การมีผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ หาซื้อได้ง่ายในท้องถิ่น ราคายุติธรรม หรือสามารถสังเกตความถูกต้องของผลิตภัณฑ์เพื่อประโยชน์ในการตัดสินใจเลือกซื้อได้อย่างถูกต้อง

3) ป้ายเสริม นอกเหนือจากป้ายทั้งสองที่กล่าวแล้วข้างต้น จำเป็นต้องมีมาตรการเสริมเพื่อควบคุม และป้องกันมิให้ผู้ประกอบการที่เอาใจเอาเปรียบประชาชนโดยนำสินค้าที่มีคุณภาพต่ำ หรือไม่ถูกต้องมาจำหน่าย เนื่องจากในสังคมย่อมประกอบด้วยทั้งคนดีและคนไม่ดี พื้นฐานของการประกอบธุรกิจคือการแสวงหากำไรสูงสุด ดังนั้น โอกาสที่ผู้ประกอบการจะแสวงหากำไรโดยมิชอบ ทั้งโดยเจตนาและไม่เจตนา จึงยังคงมีอยู่ให้เห็นเสมอๆ จำเป็นที่รัฐจะต้องเข้าไปควบคุมเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคและให้เกิดความเป็นธรรมในสังคม

2.1.4 การคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาค

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 เป็นกฎหมายที่มีผลบังคับใช้ทั่วราชอาณาจักร ปัจจุบันแต่ละจังหวัดจะมีองค์กรที่ทำหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภคตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 รวม 2 องค์กร ได้แก่

- 1) คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด ประกอบด้วย
 - 1.1) สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรประจำจังหวัดที่ผู้ว่าราชการจังหวัดเสนอขอแต่งตั้ง
 - 1.2) ผู้ตรวจราชการสำนักนายกรัฐมนตรีในเขตรับผิดชอบ
 - 1.3) ผู้ว่าราชการจังหวัด
 - 1.4) รองผู้ว่าราชการจังหวัด ที่ผู้ว่าราชการจังหวัดแต่งตั้ง
 - 1.5) นายกองค้การบริหารส่วนจังหวัด
 - 1.6) ปลัดจังหวัด
 - 1.7) อัยการจังหวัด
 - 1.8) ผู้บังคับการตำรวจภูธรจังหวัด
 - 1.9) เกษตรและสหกรณ์จังหวัด
 - 1.10) พาณิชย์จังหวัด
 - 1.11) สาธารณสุขจังหวัด
 - 1.12) อุตสาหกรรมจังหวัด
 - 1.13) ขนส่งจังหวัด
 - 1.14) เจ้าพนักงานที่ดินจังหวัด
 - 1.15) ประชาสัมพันธ์จังหวัด
 - 1.16) ประธานหอการค้าจังหวัด
 - 1.17) ประธานสภาอุตสาหกรรมจังหวัด
 - 1.18) ผู้ทรงคุณวุฒิที่ผู้ว่าราชการจังหวัดแต่งตั้งจากภาคประชาชน 3 คน

1.19) หัวหน้าสำนักงานจังหวัด

1.20) ข้าราชการในจังหวัดที่ผู้ว่าราชการจังหวัดแต่งตั้ง 2 คน

อนุกรรมการดังกล่าวให้อยู่ในตำแหน่งคราวละ 3 ปี หากพ้นจากตำแหน่งก่อนวาระอาจแต่งตั้งผู้อื่นเป็นอนุกรรมการแทนได้ และให้อยู่ในตำแหน่งเท่ากับวาระที่เหลืออยู่ของอนุกรรมการซึ่งตนแทน โดยมีหน้าที่ดังนี้

(1) รับและพิจารณาถ้อยคำร้องทุกข์จากผู้บริโภคที่ได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหายอันเนื่องมาจากการกระทำของผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการธุรกิจ ในเรื่องเกี่ยวกับการถูกเอาเปรียบหรือไม่ได้รับความเป็นธรรมในการซื้อสินค้า เครื่องอุปโภค บริโภค หรือบริการที่มีการซื้อขายกันในท้องตลาด เพื่อดำเนินการแก้ไขหรือนำเสนอต่อคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค พิจารณาใช้อำนาจดำเนินคดีเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค

(2) ติดตามและสอดส่องพฤติการณ์ของผู้ประกอบการธุรกิจ ซึ่งกระทำการใดๆ อันมีลักษณะเป็นการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค และอาจจัดให้มีการทดสอบหรือพิสูจน์สินค้าหรือบริการใดๆ ตามที่เห็นสมควรและจำเป็นเพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค รวมทั้งให้มีอำนาจในการแต่งตั้งคณะทำงานเพื่อการนี้ ตามที่เห็นสมควร

(3) สั่งให้บุคคลหนึ่งบุคคลใดส่งเอกสารหรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่มีผู้ร้องทุกข์หรือเรื่องอื่นใดที่เกี่ยวกับการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคมาพิจารณาได้ ในการนี้จะเรียกบุคคลที่เกี่ยวข้องมาชี้แจงด้วยก็ได้

(4) ประสานงานกับส่วนราชการหรือหน่วยงานของรัฐที่มีอำนาจและหน้าที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

(5) สอดส่องการปฏิบัติการตามอำนาจและหน้าที่ที่กฎหมายกำหนดของพนักงานเจ้าหน้าที่ ส่วนราชการ หรือหน่วยงานอื่นของรัฐ และแจ้งให้ผู้บังคับบัญชาเร่งรัดพนักงานเจ้าหน้าที่ให้ปฏิบัติการตามอำนาจและหน้าที่ดังกล่าว

(6) การให้ความรู้ ความเข้าใจแก่ประชาชน และการสร้างเครือข่ายความเข้มแข็งของประชาชนเพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค

(7) รายงานผลการปฏิบัติงานในรอบเดือนให้คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคทราบ

2) คณะอนุกรรมการผู้มีอำนาจเปรียบเทียบความผิดที่เกิดขึ้นในจังหวัดอื่น นอกจากกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย

2.1) ผู้ว่าราชการจังหวัด

2.2) อัยการจังหวัด

2.3) ผู้บังคับการตำรวจภูธรจังหวัด

2.4) ข้าราชการจังหวัดซึ่งผู้ว่าราชการจังหวัดแต่งตั้ง

คณะกรรมการฯ มีอำนาจเปรียบเทียบความผิดตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 โดยให้ดำเนินการตามระเบียบคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคว่าด้วยหลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการเปรียบเทียบตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค

การดำเนินการร้องเรียนในส่วนภูมิภาค (ต่างจังหวัด) ผู้บริโภคสามารถร้องเรียนได้ที่คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด ณ ศาลากลางจังหวัด

2.1.5 การปฏิบัติงานการคุ้มครองผู้บริโภคขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ภารกิจที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ได้รับการถ่ายโอนจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค นั้น เป็นภารกิจด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ความรู้ที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคแก่ผู้บริโภค ซึ่งถือว่าเป็นภารกิจพื้นฐานที่สำคัญยิ่ง เพราะการคุ้มครองผู้บริโภคจะประสบความสำเร็จในระดับใด ขึ้นอยู่กับความรู้และความตระหนัก รวมทั้งการรู้จักรักษาสิทธิในฐานะผู้บริโภคของประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งคุณสมบัติเหล่านี้จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อประชาชนมีความรู้ความเข้าใจถึงหลักการเป็นผู้บริโภคที่ฉลาดและรู้จักวิธีรักษาสิทธิของตนเอง

ดังนั้นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะต้องเตรียมความพร้อมในการดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อต่างๆ เพื่อสร้างความรู้และความตระหนักให้แก่ประชาชน โดยมีวิธีดำเนินการดังนี้

1) เก็บรวบรวมข้อมูลประชาชนในท้องถิ่น โดยเป็นการเก็บข้อมูลของประชาชนกลุ่มเป้าหมายของการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการวางแผนการผลิตสื่อและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เพราะข้อมูลพื้นฐานของประชาชน เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ ฯลฯ สามารถใช้เป็นแนวทางในการออกแบบผลิตสื่อที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย หรือข้อมูลด้านทัศนคติ ก็สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ได้ ส่วนข้อมูลพฤติกรรมกรับสื่อของประชาชนก็สามารถใช้ประกอบการวางแผนกลยุทธ์ในการเลือกใช้สื่อได้ เป็นต้น

โดยผู้เก็บข้อมูลอาจเก็บรวบรวมข้อมูลได้ทั้งจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ และแหล่งทุติยภูมิ โดยควรเก็บข้อมูลในประเด็นต่อไปนี้

- (1) เพศ
- (2) อายุ
- (3) การศึกษา
- (4) อาชีพ
- (5) สถานภาพสมรส

- (6) สภาพครอบครัว
- (7) ฐานะทางเศรษฐกิจ
- (8) พฤติกรรมการรับสื่อ
- (9) ความรู้เกี่ยวกับการเป็นผู้บริโภคที่ดี
- (10) ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค
- (11) ทักษะคิดต่อการรักษาสิทธิในฐานะผู้บริโภค

ภายหลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูลได้แล้ว ควรจะมีการประมวลผลและสรุปข้อมูลให้เป็นระเบียบ เพื่อให้สะดวกต่อการนำมาใช้ โดยอาจใช้หลักทางสถิติเบื้องต้นมาช่วยในการประมวลผลก็ได้

2) ด้านการผลิตสื่อ สามารถดำเนินการได้ 2 แนวทางดังนี้

(1) ขอรับการสนับสนุนสื่อสำเร็จรูปจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวีดิทัศน์ สื่อเสียง สื่ออิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ จากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา และกรมการค้าภายใน แล้วนำสื่อดังกล่าวมาเผยแพร่ต่อไป

(2) ดำเนินการออกแบบและผลิตสื่อด้วยตนเอง โดยให้เป็นไปตามศักยภาพขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นแต่ละแห่ง โดยมีแนวทางในการผลิตสื่อดังนี้

ก. รูปแบบของสื่อ

- ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ ประกอบด้วย ใบปลิว แผ่นพับ จุลสาร วารสาร โปสเตอร์ ฯลฯ เพื่อใช้เผยแพร่โดยวิธีแจกจ่ายแก่ประชาชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- ประเภทสื่อวีดิทัศน์ หมายถึง การผลิตสื่อภาพยนตร์ที่บันทึกในระบบวีดิทัศน์ (Video Visual) ที่จัดเก็บในรูปแบบของแถบแม่เหล็กหรือแผ่น CD เพื่อใช้เผยแพร่ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ หรือจัดฉายเผยแพร่ในที่ชุมชนในวาระต่างๆ และแจกจ่ายออกสู่สาธารณะ
- ประเภทสื่อเสียง หมายถึง การผลิตสื่อโดยวิธีการบันทึกเป็นเสียงลงในแถบแม่เหล็ก หรือแผ่น CD เพื่อใช้เผยแพร่ทางสถานีวิทยุกระจายเสียง หอกระจายข่าว เป็นต้น
- ประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ เช่น การจัดทำเว็บไซต์ การส่งข้อความหรือภาพทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (SMS หรือ MMS) การส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E – Mail) เป็นต้น

ข. เนื้อหาในสื่อ หมายถึง ข้อมูลที่บรรจุไว้ในสื่อต่างๆ เพื่อให้ความรู้และสร้างความตระหนักในการเป็นผู้บริโภคที่ฉลาด โดยอาจครอบคลุมในประเด็นต่อไปนี้

- การใช้ยาอย่างปลอดภัย อาทิ การอ่านฉลากยา การสังเกตความผิดปกติของตัวยา วิธีการใช้ที่ถูกต้อง ผลร้ายที่เกิดจากการใช้ยาที่ไม่ถูกวิธี กฎหมายเกี่ยวกับยา เป็นต้น (สามารถดูตัวอย่างการนำเสนอเนื้อหาในสื่อเกี่ยวกับการใช้ยาได้จากภาคผนวก ข)
- การบริโภคอาหาร อาทิ การเลือกซื้ออาหาร การปรุงอาหารที่สะอาดปลอดภัย การเก็บรักษาอาหาร กฎหมายเกี่ยวกับอาหาร (สามารถดูตัวอย่างการนำเสนอเนื้อหาในสื่อเกี่ยวกับการบริโภคอาหารได้จากภาคผนวก ข)
- การใช้เครื่องสำอาง อาทิ ความรู้เกี่ยวกับประเภทและคุณสมบัติของเครื่องสำอาง การเลือกซื้อเครื่องสำอาง การอ่านฉลากเครื่องสำอางวิธีใช้เครื่องสำอางที่ปลอดภัย กฎหมายเกี่ยวกับเครื่องสำอาง
- วิธีการเลือกซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคและบริการต่างๆ เพื่อให้ได้สินค้าที่ปลอดภัย ได้มาตรฐาน ราคายุติธรรม เช่น การซื้อบ้าน รถยนต์ อาหาร ยา เครื่องใช้ไฟฟ้า การใช้บริการสถานีเติมน้ำมัน บริการการเดินทางและขนส่ง บริการการท่องเที่ยว บริการโรงแรมที่พัก บริการการรักษาพยาบาล และบริการประกันภัยประกันชีวิต เป็นต้น
- วิธีป้องกันการถูกเอารัดเอาเปรียบจากการชั่งตวงวัด การสังเกตความผิดปกติของเครื่องชั่ง ตวง วัด การสังเกตการบรรจุหีบห่อ กฎหมายเกี่ยวกับการชั่งตวงวัด
- การร้องเรียนเมื่อไม่ได้รับความเป็นธรรมจากการบริโภค อาทิ แหล่งที่จะไปร้องเรียน วิธีการร้องเรียน การดำเนินตามกฎหมาย การคุ้มครองผู้บริโภคและกฎหมายอื่นๆ
- การคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา โดยการโฆษณาจะต้องไม่ใช่ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม อาทิ ข้อความที่เป็นเท็จหรือ

เกินความจริง ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมายหรือศีลธรรมหรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ ข้อความที่จะก่อให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน เป็นต้น

- การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา อาทิ การร้องเรียนจากผู้บริโภคที่ไม่ได้รับความเป็นธรรมจากผู้ประกอบธุรกิจที่ไม่ปฏิบัติตามสัญญา การศึกษาลักษณะสัญญาที่มีข้อกำหนดที่ไม่เป็นธรรม เอาร์ด เอาเปรียบผู้บริโภค เป็นต้น

ทั้งนี้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถขอรับการสนับสนุนข้อมูลและองค์ความรู้จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค กรมการค้าภายใน กรมการประกันภัย กรมอนามัย สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด สำนักงานพาณิชย์จังหวัด สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม เป็นต้น

(3) การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ คือ การนำสื่อที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้รับมา หรือสื่อที่ผลิตขึ้นเอง นำออกเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนหรือโดยมีวิธีการดังนี้

ก. วางแผนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ โดยใช้ข้อมูลของประชาชนกลุ่มเป้าหมายที่เก็บรวบรวมได้เป็นแนวทาง ซึ่งผู้วางแผนจะต้องคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

- วัตถุประสงค์ของการเผยแพร่
- ลักษณะทั่วไปของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย
- พฤติกรรมการรับสื่อของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย
- การกำหนดความถี่ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์
- กลยุทธ์ในการเลือกใช้สื่อให้เข้าถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมาย
- กำหนดแนวทางในการติดตามประเมินผลการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์
- งบประมาณที่ใช้ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

ข. รูปแบบการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถดำเนินการได้หลายรูปแบบ ขึ้นอยู่กับความพร้อมของแต่ละแห่ง ดังนี้

- การเผยแพร่สื่อผ่านสถานีวิทยุกระจายเสียงและสถานีวิทยุโทรทัศน์ ทั้งในรูปแบบการประกาศ ฝากแจ้งข่าว แทรกเป็นโฆษณา หรือการจัดรายการเป็นการเฉพาะ

- การเผยแพร่ผ่านหอกระจายข่าว สามารถทำได้ทั้งในรูปแบบการประกาศฝากแจ้งข่าว โฆษณา หรือการจัดรายการเป็นการเฉพาะ
- การเผยแพร่ทางสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น การลงโฆษณา หรือการประกาศในหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร หรือการจัดทำเป็นใบปลิว แผ่นพับ จุลสาร แล้วนำไปแจกจ่ายในโอกาสต่าง ๆ
- การเผยแพร่ทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น การจัดทำเว็บไซต์ ออกเผยแพร่โดยการเข้าพื้นที่รับฝากเว็บและจดทะเบียนชื่อ หรือการใช้บริการฝากส่งข้อความทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นต้น
- การเผยแพร่โดยวิธีการจัดกิจกรรม เช่น การจัดนิทรรศการ การออกร้าน การร่วมเดินรณรงค์ ในวาระและโอกาสต่างๆ ทั้งนี้สามารถใช้สื่อที่ผลิตขึ้นมาเผยแพร่ในกิจกรรมเหล่านี้ได้
- การเผยแพร่โดยผ่านการจัดประชุม เช่น การแทรกเป็นความรู้ในโอกาสการประชุมต่างๆ อาทิ การประชุมผู้สูงอายุ การประชุมและอบรมเยาวชน การประชุมชาวบ้านและผู้นำชุมชน เป็นต้น

ค. การติดตามประเมินผลการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ถือเป็นขั้นตอนที่สำคัญอีกขั้นตอนหนึ่ง ซึ่งสามารถประเมินได้ทั้งในขณะที่กำลังเผยแพร่และภายหลังการเผยแพร่เสร็จสิ้นแล้ว โดยดำเนินการได้ดังนี้

- พิจารณาวัดดูประสพการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์
- สร้างเครื่องมือเก็บข้อมูล ที่สามารถรวบรวมข้อมูลได้ในประเด็นต่อไปนี้
 - ข้อมูลทะเบียนประชากร เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพสมรส สภาพครอบครัว เป็นต้น
 - ข้อมูลพฤติกรรมการรับสื่อ เช่น ได้รับสื่อที่เผยแพร่หรือไม่ ความถี่ในการรับสื่อ นั้น รับจากสื่อประเภทใด รับสื่อในเวลาใด เป็นต้น
 - ความรู้และทัศนคติที่เกิดจากการรับสื่อ เช่น ได้ความรู้ อะไรบ้างจากสื่อที่เผยแพร่ ฟังพอใจในสื่อที่เผยแพร่หรือไม่ เห็นด้วยกับเนื้อหาข้อมูลที่เผยแพร่หรือไม่ พร้อมและยินดีปฏิบัติตามคำแนะนำในสื่อหรือไม่ เป็นต้น

- ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยอาจใช้วิธีการสัมภาษณ์ การแจกแบบสอบถาม หรือการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ เป็นต้น
- ดำเนินการประมวลผลและสรุปข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาได้ แล้วจัดทำเป็นรายงานนำเสนอผู้เกี่ยวข้องต่อไป

2.2 การคุ้มครองผู้บริโภคด้านอาหารและยา

ประเทศไทยมีการขยายตัวทางด้านอุตสาหกรรมและเกษตรกรรม ธุรกิจการค้าก้าวหน้าไป และมีแนวโน้มที่ส่งเสริมให้รูปแบบการดำรงชีวิตของประชาชนพึ่งตัวเองได้น้อยลง ทั้งนี้เนื่องจากกระบวนการผลิตและค่านิยมการบริโภคอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป ประกอบกับแหล่งอาหารและยา ตามธรรมชาติเริ่มลดลง วิถีชีวิตของคนไทย โดยเฉพาะคนในเมืองจึงต้องพึ่งพาแหล่งอาหารและยาจากการผลิตโดยบุคคลอื่น โดยเฉพาะจากระบบอุตสาหกรรมมากขึ้น โดยที่ผู้บริโภคไม่สามารถจะทราบได้ว่าสิ่งที่ตนบริโภคนั้นได้ผลิตขึ้นอย่างถูกต้องเหมาะสม มีส่วนประกอบที่มีคุณประโยชน์และปลอดภัยเพียงใด จึงทำให้รัฐบาลเริ่มกำหนดให้มีการควบคุมอาหารและยาขึ้นเป็นครั้งแรกเมื่อ พ.ศ. 2465 แต่การควบคุมอาหารและยาคครั้งนั้นมุ่งแต่เพียงห้ามมิให้นำวัตถุที่เป็นพิษผสมลงในอาหารหรือยา อันอาจก่อให้เกิดอันตรายแก่ประชาชน รวมทั้งควบคุมเรื่องยาเสพติดให้โทษด้วย จวบจนปัจจุบันวิวัฒนาการของการคุ้มครองผู้บริโภคด้านอาหารและยามีความก้าวหน้าไปอย่างมาก ขอบเขตของการคุ้มครองได้ขยายออกไปครอบคลุมทั้งเรื่องอาหาร ยา เครื่องสำอาง เครื่องมือแพทย์ วัตถุเสพติด วัตถุอันตราย ไปจนถึงการควบคุมการโฆษณาสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องอีกด้วย ซึ่งมีการจัดตั้งหน่วยงานผู้รับผิดชอบโดยตรง คือสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ในสังกัดกระทรวงสาธารณสุข

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาเป็นส่วนราชการ มีหน้าที่ปกป้องและคุ้มครองสุขภาพประชาชนจากการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ โดยผลิตภัณฑ์สุขภาพเหล่านั้นต้องมีคุณภาพมาตรฐานและปลอดภัย มีการส่งเสริมพฤติกรรมการบริโภคที่ถูกต้องด้วยข้อมูลวิชาการที่มีหลักฐานเชื่อถือได้และมีความเหมาะสม เพื่อให้ประชาชนได้บริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ปลอดภัยและสมประโยชน์ โดยมีอำนาจหน้าที่ดังต่อไปนี้

1. ดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยอาหาร กฎหมายว่าด้วยยา กฎหมายว่าด้วยเครื่องสำอาง กฎหมายว่าด้วยวัตถุอันตราย กฎหมายว่าด้วยวัตถุที่ออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท กฎหมายว่าด้วยยาเสพติดให้โทษ กฎหมายว่าด้วยเครื่องมือแพทย์ กฎหมายว่าด้วยการป้องกันการใช้สารระเหย และกฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. พัฒนาระบบและกลไก เพื่อให้มีการดำเนินการบังคับใช้กฎหมายที่อยู่ในความรับผิดชอบ
3. เฝ้าระวังกำกับและตรวจสอบคุณภาพมาตรฐานของผลิตภัณฑ์สถานประกอบการ และการโฆษณา รวมทั้งผลอันไม่พึงประสงค์ของผลิตภัณฑ์ตลอดจนมีการติดตามหรือเฝ้าระวังข้อมูลข่าวสารด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพจากภายในประเทศและภายนอกประเทศ
4. ศึกษา วิเคราะห์ วิจัยและพัฒนาองค์ความรู้ เทคโนโลยี และระบบงานคุ้มครองผู้บริโภค ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
5. ส่งเสริมและพัฒนาผู้บริโภคให้มีศักยภาพในการเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้องเหมาะสม ปลอดภัย และคุ้มค่า รวมทั้งเพื่อให้ผู้บริโภคนั้นมีการร้องเรียน เพื่อปกป้องสิทธิของตนได้
6. พัฒนาและส่งเสริมการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ โดยการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชนและเครือข่ายประชาคมสุขภาพ
7. ปฏิบัติการอื่นใด ตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาหรือตามที่กระทรวงหรือคณะรัฐมนตรีมอบหมาย

2.2.1 การพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคที่เกี่ยวกับอาหารและยา

รัฐบาลโดยสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ได้จัดทำโครงการเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคในการบริโภคอาหารและยา โดยกำหนดเป้าหมายไว้ดังนี้

- 1) พัฒนาพฤติกรรมผู้บริโภคให้สามารถเลือกหาและบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพได้อย่างเหมาะสม ปลอดภัย และคุ้มค่า รวมทั้งการส่งเสริมศักยภาพผู้บริโภคให้รู้จักปกป้องและเรียกร้องสิทธิในการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ปลอดภัย
- 2) ส่งเสริม เผยแพร่ความรู้ และสร้างความเข้าใจแก่ประชาชนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพผ่านทางสื่อและรูปแบบกิจกรรมต่างๆ
- 3) พัฒนาระบบการให้บริการข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพให้มีความน่าสนใจ เข้าถึงได้ง่าย มีข้อมูลทันสมัย สะดวก รวดเร็วในการใช้บริการ
- 4) สร้างระบบและกลไกการร้องเรียนและการชดเชยค่าเสียหาย
- 5) วิจัยเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค และระบบงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ
- 6) ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมาย

2.2.2 การปฏิบัติงานการคุ้มครองผู้บริโภคด้านอาหารและยาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

งานการคุ้มครองผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับอาหารและยาในระยะแรกนั้น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ได้รับถ่ายโอนให้ปฏิบัติเฉพาะส่วนที่เกี่ยวกับอาหารและยาเท่านั้น ผ่านทางคณะกรรมการสุขภาพระดับพื้นที่ (กสพ.) (ศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับอำนาจหน้าที่ของ กสพ. ในภาคผนวก ก) โดยบูรณาการการปฏิบัติงานในมาตรฐาน 3 ด้าน คือ ด้านการเสริมสร้างศักยภาพและการสร้างเครือข่ายการมีส่วนร่วมของผู้บริโภค ด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การคุ้มครองผู้บริโภค ด้านการตรวจสอบติดตามและประเมินผลการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งการปฏิบัติภารกิจดังกล่าวขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะต้องเตรียมความพร้อมของพนักงานเจ้าหน้าที่ โดยมีขั้นตอนดังนี้

*1) การเสนอชื่อพนักงานเจ้าหน้าที่เพื่อให้สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ดำเนินการแต่งตั้งให้เป็นพนักงานเจ้าหน้าที่ผู้มีอำนาจตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

*2) พนักงานเจ้าหน้าที่ที่ได้รับการแต่งตั้งตามข้อ 1) ต้องเข้ารับการอบรมจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

*3) อำนาจหน้าที่ของพนักงานเจ้าหน้าที่ ให้เป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

* หมายเหตุ : การปฏิบัติตามข้อ 1) – 3) อยู่ระหว่างการแก้ไขกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้องของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

2.3 การคุ้มครองผู้บริโภคด้าน ชั่ง ตวง วัด

การคุ้มครองผู้บริโภคที่เกี่ยวกับความเป็นธรรมในการซื้อขายสินค้า โดยเฉพาะเรื่องการชั่ง การตวงและการตรวจวัดปริมาณสินค้า ตามกฎหมายเป็นอำนาจหน้าที่ของนายตรวจชั่งตวงวัด ซึ่งได้รับการแต่งตั้งจากกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ เป็นผู้ออกคำสั่งตรวจสอบเครื่องชั่ง เครื่องตวง และเครื่องวัดที่มหาชนมิไ้ขาย ใ้ใช้ เพื่อให้เครื่องชั่งตวงวัดถูกต้องตามความประสงค์ของพระราชบัญญัติมาตราชั่งตวงวัด พ.ศ. 2542 ตลอดจนสำรวจตรวจสอบสินค้าหีบห่อให้แสดงปริมาณของสินค้า ตามมาตรา 62(1) แสดงปริมาณของสินค้าหีบห่อตามหลักเกณฑ์และวิธีที่กำหนดตามมาตรา 62(2) บรรจุสินค้าหีบห่อตามปริมาณที่กำหนดตามมาตรา 62(3) และสำรวจสินค้าหีบห่อที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดไว้สำหรับขาย จำหน่าย การผลิต การนำเข้า และการซ่อม เครื่องชั่ง เครื่องตวง และเครื่องวัด คู่มือให้ เป็นไปตามพระราชบัญญัติมาตราชั่งตวงวัด พ.ศ. 2542 อีกด้วย

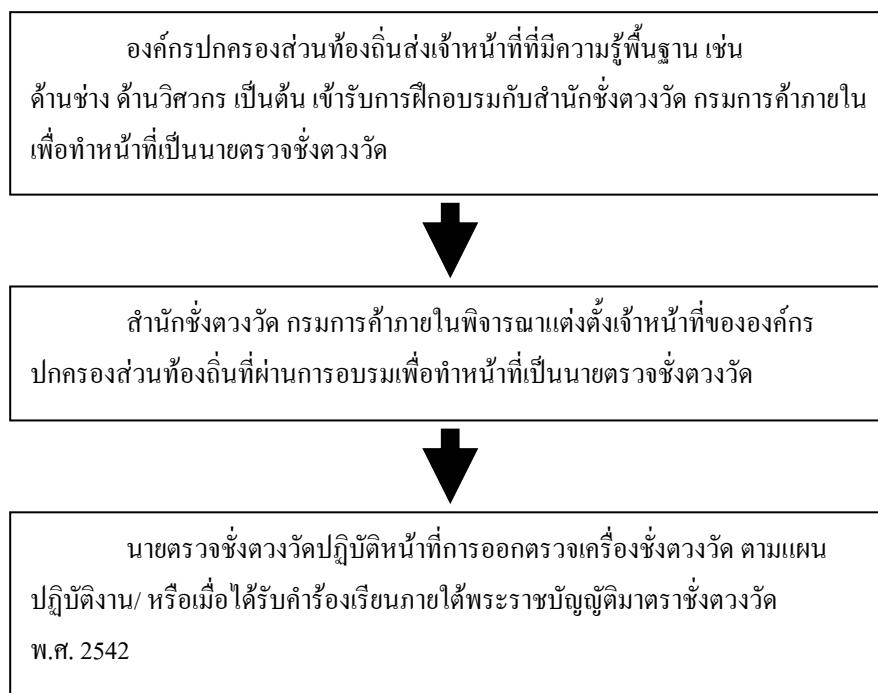
2.3.1 นายตรวจซังตวงวัด

ตามมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติมาตราซังตวงวัด (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2549 ได้ให้พินยามไว้ว่า “นายตรวจซังตวงวัด” หมายความว่า ข้าราชการพลเรือน หรือพนักงานส่วนท้องถิ่นตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารงานบุคคลส่วนท้องถิ่น ซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้งให้ปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้”

จากพินยามดังกล่าวหมายความว่า พนักงานเจ้าหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จะมีสิทธิได้รับการแต่งตั้งให้ทำหน้าที่นายตรวจซังตวงวัด โดยมีอำนาจหน้าที่ตามพระราชบัญญัติมาตราซังตวงวัด พ.ศ. 2542

2.3.2 การแต่งตั้งนายตรวจซังตวงวัด

กระบวนการแต่งตั้งจะกำหนดโดยกรมการค้าภายใน โดยพนักงานเจ้าหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จะต้องผ่านการฝึกอบรมหลักสูตรการเป็นนายตรวจซังตวงวัดก่อน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเสนอชื่อผู้ผ่านการอบรมที่มีความเหมาะสม ให้กรมการค้าภายในดำเนินการแต่งตั้งเป็นนายตรวจซังตวงวัดต่อไป ดังแผนภูมิต่อไปนี้



2.3.3 อำนาจหน้าที่ของนายตรวจซังตวงวัด

นายตรวจซังตวงวัดมีอำนาจตามพระราชบัญญัติมาตราซังตวงวัด พ.ศ. 2542 ตั้งแต่มาตรา 52 ถึงมาตรา 61 สรุปได้ดังนี้

- 1) การสำรวจในสถานที่ผลิต สถานที่ขาย หรือสถานที่เก็บเครื่องซังตวงวัด หรือสินค้าหีบห่อ ในระหว่างเวลาทำการ เพื่อตรวจสอบเครื่องซังตวงวัดหรือสินค้าหีบห่อตามมาตรา 52(1)
- 2) การสำรวจสถานที่ เพื่อตรวจสอบเครื่องซังตวงวัดที่ใช้ในการซื้อขาย หรือแลกเปลี่ยนสินค้ากับผู้อื่น หรือให้บริการ ซัง ตวง วัด หรือในการใช้เครื่องซังตวงวัด เพื่อประโยชน์ในการคำนวณค่าตอบแทน ค่าภาษีอากร และค่าธรรมเนียม ตามมาตรา 52(2)
- 3) การค้นสถานที่ หรือยานพาหนะใดๆ ที่มีเหตุอันควรสงสัยว่ามีการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัติมาตราซังตวงวัด พ.ศ. 2542 หรือเป็นความผิดตามมาตรา 270 หรือ 271 แห่งประมวลกฎหมายอาญา ตามมาตรา 52(3)
- 4) การยึดหรืออายัดเครื่องซังตวงวัดหรือสินค้าหีบห่อ ที่เกี่ยวข้องกับกระทำความผิดตามมาตรา 52(4) และอำนาจยึดตามมาตรา 57
- 5) การสั่งให้แก้ไขจัดทำสินค้าหีบห่อให้ถูกต้อง หรือสั่งให้ทำลายหีบห่อของสินค้านั้นแล้วคืนสินค้าให้แก่เจ้าของหรือผู้ครอบครอง ตามมาตรา 54
- 6) การผูกบัตรห้ามใช้เครื่องซังตวงวัด ตามมาตรา 57
- 7) การจับกุมและปราบปราม ตามมาตรา 61
- 8) การขอให้บุคคลที่เกี่ยวข้องอำนวยความสะดวก เช่น ขอให้นำเครื่องซังตวงวัด หรือสินค้าหีบห่อ ออกแสดงเพื่อสำรวจ ตามมาตรา 58

ตามพระราชบัญญัติมาตราซังตวงวัด พ.ศ. 2542 ได้มีการแก้ไขเพิ่มเติมบทบัญญัติของกฎหมาย โดยให้อำนาจอธิบดีหรือผู้ซึ่งอธิบดีมอบหมาย ผู้ว่าราชการจังหวัดหรือผู้ซึ่งผู้ว่าราชการจังหวัดมอบหมาย ทำการเปรียบเทียบปรับผู้กระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ ได้เองในบางความผิด โดยไม่ต้องส่งพนักงานสอบสวน รวมทั้งได้กำหนดให้นายตรวจซังตวงวัดเป็นเจ้าพนักงานตามประมวลกฎหมายอาญา (ซึ่งบัญญัติไว้ในมาตรา 60) และเป็นพนักงานฝ่ายปกครองหรือตำรวจตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา เพื่อประโยชน์ในการจับกุมปราบปรามผู้กระทำความผิดตามกฎหมายฉบับนี้ (ซึ่งบัญญัติไว้ในมาตรา 61)

การที่กฎหมายกำหนดให้อำนาจไว้เช่นนี้ ก็หมายความว่าต่อไปนี้นายตรวจซังตวงวัดย่อมมีอำนาจหน้าที่เช่นเดียวกับเจ้าหน้าที่ตำรวจทุกประการ ซึ่งจะแตกต่างกับกฎหมายเดิมที่ไม่ได้ให้อำนาจไว้ ส่วนการใช้อำนาจตามที่กฎหมายให้ไว้จะต้องดำเนินการอย่างไรนั้น ตามพระราชบัญญัติมาตรา

ซึ่งตวงวัด พ.ศ. 2542 ไม่ได้กำหนดไว้โดยตรง ดังนั้นจึงต้องนำประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา ในส่วนที่เกี่ยวข้องมาใช้บังคับโดยอนุโลม

2.4 สรุปสาระสำคัญของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

การคุ้มครองผู้บริโภคที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้รับการถ่ายโอนมานั้น เป็นงานที่มีขอบเขตกว้างขวางซึ่งต้องเกี่ยวข้องกับกฎหมายมากมายหลายฉบับ แต่กฎหมายที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงต่อภารกิจนี้มีทั้งสิ้น 7 ฉบับ โดยแยกตามภารกิจดังนี้

2.4.1 งานคุ้มครองผู้บริโภค โดยที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้ถ่ายโอนภารกิจด้านการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องจึงควรทำความเข้าใจในภารกิจนี้โดยเฉพาะกฎหมายที่เกี่ยวข้องโดยตรง คือ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 โดยที่พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ถือเป็นกฎหมายฉบับแรกที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคโดยตรง ซึ่งได้ตราขึ้นโดยเหตุผลที่ว่า ปัจจุบันนี้การเสนอสินค้าและบริการต่างๆ ต่อประชาชนนับวันแต่จะเพิ่มมากขึ้น ผู้ประกอบธุรกิจการค้าและผู้ประกอบธุรกิจโฆษณาได้นำวิชาการในทางการตลาดและทางการโฆษณามาใช้ในการส่งเสริมการขายสินค้าและบริการ ซึ่งการกระทำดังกล่าวทำให้ผู้บริโภคตกอยู่ในฐานะที่เสียเปรียบ เพราะผู้บริโภคไม่อยู่ในฐานะที่ทราบภาวะตลาด และความจริงที่เกี่ยวกับคุณภาพและราคาของสินค้าและบริการต่างๆ ได้อย่างถูกต้องทันทั่วทั้งนี้ นอกจากนั้นในบางกรณีแม้จะมีกฎหมายให้ความคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคโดยการกำหนดคุณภาพและราคาของสินค้าและบริการอยู่แล้วก็ตาม

แต่การที่ผู้บริโภคแต่ละรายจะไปฟ้องร้องดำเนินคดีกับผู้ประกอบธุรกิจการค้าหรือผู้ประกอบธุรกิจโฆษณาเมื่อมีการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค ย่อมจะเสียเวลาและค่าใช้จ่ายเป็นการไม่คุ้มค่า และผู้บริโภคจำนวนมากไม่อยู่ในฐานะที่จะสะดวกและเสียค่าใช้จ่ายในการดำเนินคดีได้ และในบางกรณีก็ไม่อาจระงับหรือยับยั้งการกระทำที่จะเกิดความเสียหายแก่ผู้บริโภคได้ทันทั่วทั้งนี้ สมควรมีกฎหมายให้ความคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคเป็นการทั่วไป โดยกำหนดหน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจการค้า และผู้ประกอบธุรกิจโฆษณาต่อผู้บริโภค เพื่อให้ความเป็นธรรมตามสมควรแก่ผู้บริโภค ตลอดจนจัดให้มีองค์กรของรัฐที่เหมาะสมเพื่อตรวจตราดูแล และประสานงานการปฏิบัติงานของส่วนราชการต่างๆ ในการให้ความคุ้มครองผู้บริโภค

โดยพระราชบัญญัติฉบับนี้ประกอบด้วยสาระสำคัญที่เจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องควรทราบ ดังต่อไปนี้

- สิทธิของผู้บริโภค ในมาตรา 4 ซึ่งประกอบ ด้วยสิทธิการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการอย่างเพียงพอ สิทธิในการเลือกหาสินค้าและบริการอย่างมีอิสระ สิทธิการได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าและบริการ สิทธิในการได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา และสิทธิที่จะได้รับพิจารณาขะความเสียหาย

- การคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณาในมาตรา 22 ถึง 29 ซึ่งเป็นส่วนของการคุ้มครองผู้บริโภคให้รอดพ้นจากการโฆษณาที่หลอกลวง

- การคุ้มครองผู้บริโภคด้านฉลากในมาตรา 30 ถึง 34 ซึ่งเป็นส่วนของการควบคุมฉลากสินค้า และคุ้มครองผู้บริโภคให้รอดพ้นจากฉลากสินค้าที่หลอกลวง หรือสำคัญผิดเพราะฉลากสินค้าไม่ครบถ้วน

- การคุ้มครองผู้บริโภคในด้านสัญญาในมาตรา 35 ทวิ ถึงมาตรา 35 นว ซึ่งเป็นส่วนของการคุ้มครองผู้บริโภคในด้านการทำสัญญาซื้อขายหรือสัญญาให้บริการ โดยเป็นการควบคุมลักษณะของสัญญา และการคุ้มครองให้ผู้บริโภคได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา

- นอกจากนี้ยังมีส่วนที่ว่าด้วยคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ที่มา อำนาจและหน้าที่ของคณะกรรมการ อีกทั้งยังมีบทกำหนดโทษต่อผู้กระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้อีกด้วย

สำหรับพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 นั้น เป็นกฎหมายที่ตราขึ้นเพื่อแก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 โดยมีหลักการและเหตุผล อันเนื่องมาจากบทบัญญัติแห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ในส่วนที่เกี่ยวกับองค์ประกอบของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคและการบริหารงานคุ้มครองผู้บริโภค อันได้แก่ การตรวจตรา กำกับดูแล และประสานงานการปฏิบัติงานของส่วนราชการต่างๆ ในการให้ความคุ้มครองแก่ผู้บริโภค ยังไม่เหมาะสม และโดยที่ในปัจจุบันปรากฏว่ามีผู้บริโภคเป็นจำนวนมากยังไม่ได้รับการคุ้มครองสิทธิตามที่กฎหมายเฉพาะว่าด้วยกรนั้นๆ บัญญัติไว้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนมีผู้บริโภคเป็นจำนวนมากร้องเรียนว่าไม่ได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญากับผู้ประกอบการธุรกิจมากขึ้น สมควรแก้ไขเพิ่มเติมบทบัญญัติดังกล่าวเพื่อปรับปรุงองค์ประกอบของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคให้ดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค และปรับปรุงอำนาจของคณะกรรมการเฉพาะเรื่องและคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ในการเสนอเรื่องให้นายกรัฐมนตรีพิจารณาออกคำสั่งเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคตามพระราชบัญญัตินี้ได้ในกรณีจำเป็นหรือรีบด่วนให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

ยิ่งขึ้น ตลอดจนเพิ่มบทบัญญัติกำหนดสิทธิและการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญาไว้โดยเฉพาะ และทั้งเป็นการสมควรปรับปรุงอัตราโทษเกี่ยวกับการกระทำผิดในเรื่องการโฆษณาและฉลากให้เหมาะสมยิ่งขึ้น ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้วก็พบว่าพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 เป็นการปรับแก้ เพิ่มเติมให้ส่วนต่างๆ ของพระราชบัญญัติฉบับเดิมครอบคลุมรัดกุมและเหมาะสมยิ่งขึ้นเท่านั้น

2.4.2 งานคุ้มครองผู้บริโภคด้านอาหารและยา โดยที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้ถ่ายโอนภารกิจด้านการเสริมสร้างศักยภาพและการสร้างเครือข่ายการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับอาหาร ยา เครื่องสำอาง เครื่องมือแพทย์และวัตถุอันตราย ซึ่งเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องจำเป็นต้องทำความเข้าใจในสาระสำคัญของกฎหมายที่เกี่ยวข้องโดยตรงหลายฉบับดังต่อไปนี้

1) พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 ซึ่งเป็นกฎหมายที่ตราขึ้นเพื่อใช้แทนกฎหมายควบคุมคุณภาพอาหารเดิมที่ล้าสมัย โดยมีสาระสำคัญที่ควรทราบ อาทิ

- องค์ประกอบและอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการอาหาร ในมาตรา 7 ถึง 13
- หลักเกณฑ์การขออนุญาตและการออกใบอนุญาตการผลิตและนำเข้าอาหาร ในมาตรา 14 ถึง 19
- หน้าที่ที่ผู้รับอนุญาตต้องปฏิบัติในมาตรา 20 ถึง 24
- การควบคุมอาหารซึ่งเป็นส่วนของการคุ้มครองผู้บริโภคมิให้ได้รับอันตรายจากการบริโภคอาหารปลอม อาหารไม่บริสุทธิ์และอาหารไม่ได้มาตรฐานในมาตรา 25 ถึง 30
- การขึ้นทะเบียนและการโฆษณาเกี่ยวกับอาหาร เป็นส่วนที่เกี่ยวกับการควบคุมตำรับอาหารเฉพาะ เพื่อป้องกันมิให้มีการผลิตอาหารที่เป็นอันตรายหรือไม่ได้มาตรฐาน อีกทั้งมีการควบคุมการโฆษณาอาหารมิให้เกินความจริงจนทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิด ซึ่งอยู่ในมาตรา 31 ถึง 42
- นอกจากนี้ก็ยังมีบทบัญญัติถึงอำนาจหน้าที่ของพนักงานเจ้าหน้าที่ และมีบทกำหนดโทษสำหรับผู้กระทำผิดตามพระราชบัญญัตินี้ด้วย

2) พระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 เป็นกฎหมายที่ตราขึ้นเพื่อใช้แทนพระราชบัญญัติการขายยา พ.ศ. 2493 เนื่องจากเล็งเห็นว่ากฎหมายเดิมไม่รัดกุมพอและไม่เหมาะสมแก่ภาวะการณ์ในโลกปัจจุบัน โดยมีสาระสำคัญที่ควรทราบดังนี้

- นิยามของคำที่เกี่ยวข้องกับยาในมาตรา 4
- องค์ประกอบและอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการยาในมาตรา 6 ถึง 11

- การขออนุญาตและออกใบอนุญาตเกี่ยวกับยาแผนปัจจุบัน เป็นการควบคุมและกำหนดหลักเกณฑ์การขออนุญาตการผลิต จำหน่าย และนำเข้ายาแผนปัจจุบัน ในมาตรา 12 ถึง 18
 - หน้าที่ของผู้รับอนุญาตเกี่ยวกับยาแผนปัจจุบัน เป็นส่วนที่กำหนดเกี่ยวกับหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติของผู้รับใบอนุญาตผลิตและจำหน่ายยาแผนปัจจุบันในมาตรา 19 ถึง 37
 - หน้าที่ของเภสัชกร ผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรม ผู้ประกอบโรคศิลปะแผนปัจจุบันชั้นหนึ่งในสาขาทันตกรรม การผดุงครรภ์หรือการพยาบาลหรือผู้ประกอบการบำบัดโรคสัตว์ เป็นส่วนที่บัญญัติหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติของผู้ประกอบวิชาชีพดังกล่าวเกี่ยวกับยาในมาตรา 38 ถึง 45
 - การขออนุญาตและออกใบอนุญาตเกี่ยวกับยาแผนโบราณ เป็นการควบคุมและกำหนดหลักเกณฑ์การขออนุญาตการผลิต จำหน่าย และนำเข้ายาแผนโบราณในมาตรา 46 ถึง 52
 - หน้าที่ของผู้รับอนุญาตเกี่ยวกับยาแผนโบราณ เป็นส่วนที่บัญญัติเกี่ยวกับหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติของผู้รับใบอนุญาตผลิตและจำหน่ายยาแผนโบราณในมาตรา 53 ถึง 67
 - หน้าที่ของผู้ประกอบโรคศิลปะแผนโบราณ เป็นส่วนที่บัญญัติหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติของผู้ประกอบวิชาชีพดังกล่าวเกี่ยวกับยาในมาตรา 68 ถึง 71
 - ยาปลอม ยาผิดมาตรฐาน ยาเสื่อมคุณภาพ เป็นส่วนของการคุ้มครองผู้บริโภคโดยตรง คือการควบคุมมิให้มีการผลิต นำเข้า หรือจำหน่ายยาปลอม ยาผิดมาตรฐานหรือยาเสื่อมคุณภาพในมาตรา 72 ถึง 75
 - นอกจากนี้ก็มีการบัญญัติอำนาจของรัฐมนตรีในการออกประกาศเกี่ยวกับยา การขึ้นทะเบียนตำรับยา การควบคุมการโฆษณา อำนาจหน้าที่ของพนักงานเจ้าหน้าที่และบทกำหนดโทษอีกด้วย ซึ่งพระราชบัญญัติฉบับนี้ได้มีการปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมเพื่อให้ครอบคลุม รัดกุมและเหมาะสมกับภาวะปัจจุบัน
- 3) พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 เป็นกฎหมายที่ตราขึ้นแทนพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2517 โดยมีสาระสำคัญที่พอสรุปได้ดังนี้
- นิยามของคำที่เกี่ยวข้อง อำนาจหน้าที่ของรัฐมนตรีและคณะกรรมการเครื่องสำอางในมาตรา 4 ถึง 12
 - การควบคุมการผลิต นำเข้าและจำหน่ายเครื่องสำอางในมาตรา 13 ถึง 29
 - การควบคุมฉลากเครื่องสำอางในมาตรา 30 ถึง 32
 - การควบคุมเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในมาตรา 33 ถึง 45

- นอกจากนี้ยังมีบทกำหนดโทษผู้กระทำผิดตามพระราชบัญญัตินี้อีกด้วย

4) พระราชบัญญัติเครื่องมือแพทย์ พ.ศ. 2531 โดยที่ในปัจจุบันวิทยาการทางการแพทย์ได้พัฒนาขึ้นมามาก มีการผลิต จำหน่าย นำเข้าและส่งออกเครื่องมือแพทย์มากขึ้น ในขณะเดียวกันเครื่องมือแพทย์ ก็เป็นอุปกรณ์ที่มีผลต่อสุขภาพของประชาชน จึงเป็นการสมควรที่จะต้องตราพระราชบัญญัตินี้ขึ้นเพื่อคุ้มครองสวัสดิภาพของประชาชนและเพื่อควบคุมคุณภาพและความปลอดภัยในการใช้เครื่องมือแพทย์ โดยมีสาระสำคัญพอสรุปได้ดังนี้

- นิยาม อำนาจหน้าที่ของรัฐมนตรีและคณะกรรมการเครื่องมือแพทย์ในมาตรา 3 ถึง 11

- การขออนุญาตและการอนุญาตรวมถึงการเลิกและโอนกิจการ เป็นบทบัญญัติเพื่อควบคุมการมี นำเข้าและจำหน่ายเครื่องมือแพทย์ในมาตรา 12 ถึง 28 และมาตรา 35 ถึง 40

- หน้าที่ของผู้รับอนุญาตและผู้ประกอบการ เป็นการกำหนดหน้าที่ที่ผู้รับอนุญาตจะต้องปฏิบัติในมาตรา 29 ถึง 32

- ฉลากและเอกสารกำกับเครื่องมือแพทย์รวมทั้งการ โฆษณา เป็นการควบคุมฉลากและเอกสารกำกับเครื่องมือแพทย์ในมาตรา 33 ถึง 34 และควบคุมการโฆษณาในมาตรา 41 ถึง 43

- อำนาจหน้าที่ของพนักงานเจ้าหน้าที่ การสั่งพักหรือเพิกถอนใบอนุญาตรวมทั้งการอุทธรณ์และบทกำหนดโทษผู้ฝ่าฝืนมีบัญญัติไว้ในมาตรา 44 ถึง 82

5) พระราชบัญญัติวัตถุอันตราย พ.ศ. 2535 เป็นกฎหมายที่ตราขึ้นแทนพระราชบัญญัติวัตถุมีพิษ พ.ศ. 2510 เนื่องจากปัจจุบันมีการนำวัตถุอันตรายมาใช้ในกิจการประเภทต่างๆ จำนวนมาก บางชนิดมีอันตรายร้ายแรงต่อคน สัตว์ พืช ทรัพย์ และสิ่งแวดล้อม และเพื่อให้มีกฎหมายที่ครอบคลุมวัตถุอันตรายทุกชนิดและมีระบบบริหารที่ประสานงานกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีสาระสำคัญที่ควรทราบดังนี้

- นิยาม อำนาจหน้าที่ของรัฐมนตรีและคณะกรรมการวัตถุอันตรายในมาตรา 4 ถึง 14

- การควบคุมวัตถุอันตราย เป็นบทบัญญัติเพื่อควบคุมการมี การนำเข้า การส่งออกและการผลิตวัตถุอันตรายในมาตรา 15 ถึง 56

- หน้าที่และความรับผิดชอบทางแพ่ง เป็นส่วนของการกำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบทางแพ่งของผู้ผลิต ผู้นำเข้า ผู้ขนส่งและผู้จำหน่ายวัตถุอันตรายในกรณีวัตถุอันตรายที่ครอบครองนั้นก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้อื่นในมาตรา 57 ถึง 69

● นอกจากนี้ยังมีบทกำหนดโทษแก่ผู้ฝ่าฝืนตามพระราชบัญญัตินี้ในมาตรา 70 ถึง 89 อีกด้วย

2.4.3 งานคุ้มครองผู้บริโภคด้านซั้งตวงวัด อันเป็นภารกิจที่ได้รับการถ่ายโอนจากกรมการค้าภายใน ให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทำหน้าที่เป็นนายตรวจซั้งตวงวัด และมีอำนาจหน้าที่ในการให้คำรับรองเครื่องซั้งตวงวัดชั้นหลัง ซึ่งพนักงานเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องจำเป็นจะต้องทราบและเข้าใจกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะพระราชบัญญัติมาตราซั้งตวงวัด พ.ศ. 2542 ที่ตราขึ้นใช้แทนกฎหมายเดิม ซึ่งมีสาระสำคัญดังนี้

- นิยามของคำที่เกี่ยวข้องและอำนาจหน้าที่ของรัฐมนตรีในมาตรา 4 ถึง 5 และ 7
- การกำหนดขอบเขตเครื่องซั้งตวงวัดที่ต้องอยู่ภายใต้กฎหมายนี้ในมาตรา 8 ถึง 11
- แบบมาตราซั้งตวงวัด เป็นการกำหนดให้เครื่องซั้งตวงวัดต้องผ่านการตรวจสอบกับแบบมาตรฐานก่อนในมาตรา 12 ถึง 15

- การควบคุมการผลิต นำเข้า จำหน่ายและซ่อมเครื่องซั้งตวงวัด มีบัญญัติอยู่ในมาตรา 16 ถึง 28

- การให้คำรับรอง เป็นการบัญญัติให้เครื่องซั้งตวงวัดต้องผ่านการตรวจสอบและรับรองจากพนักงานเจ้าหน้าที่ก่อน ซึ่งอยู่ในมาตรา 29 ถึง 51

- อำนาจหน้าที่ของนายตรวจซั้งตวงวัด เป็นส่วนของการกำหนดอำนาจหน้าที่ของผู้เป็นนายตรวจซั้งตวงวัด โดยให้ถือปฏิบัติตามประมวลกฎหมายอาญาค้ำย ซึ่งอยู่ในมาตรา 52 ถึง 61

- นอกจากนี้ยังมีบทบัญญัติเพื่อควบคุมสินค้าหีบห่อ เครื่องซั้งตวงวัดเพื่อส่งออกและบทกำหนดโทษผู้กระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ด้วยในมาตรา 62 ถึง 91

สำหรับการปฏิบัติหน้าที่นายตรวจซั้งตวงวัดของพนักงานเจ้าหน้าที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนั้น กระทรวงพาณิชย์ได้ตราพระราชบัญญัติมาตราซั้งตวงวัด (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2549 เพื่อแก้ไขเพิ่มเติมให้นายตรวจซั้งตวงวัดครอบคลุมถึงพนักงานเจ้าหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นแล้ว (ศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของนายตรวจซั้งตวงวัดในภาคผนวก ง)