

บทที่ 4

วิเคราะห์ปัญหาในการดำเนินงาน

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคตั้งแต่ปี พ.ศ. 2522 ในระยะแรกของการดำเนินงานได้มุ่งเน้นการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค เช่นความรู้เกี่ยวกับการซื้อสินค้าหรือบริการ แนะนำวิธีการใช้สินค้าที่ถูกต้อง ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค และเผยแพร่ประกาศคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคว่าด้วยเรื่องการโฆษณาสินค้าหรือบริการ เผยแพร่ประกาศคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคว่าด้วยฉลากเกี่ยวกับข้อความที่ต้องแสดงในฉลาก รวมทั้งได้มีการประกาศการกำหนดสินค้าที่ต้องควบคุมฉลาก เหล่านี้เป็นต้น

การดำเนินงานเผยแพร่อย่างต้นของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคได้มีความรู้และเป็นแนวทางในปฏิบัติของผู้ประกอบธุรกิจ เพื่อป้องกันมิให้ผู้ประกอบธุรกิจกระทำการอันเป็นการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค

นอกจากนี้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้ตรวจสอบสินค้าหรือบริการรวมทั้งตรวจสอบการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจทั้งที่เป็นหน้าที่ประจำและการตรวจสอบเพื่อดำเนินการตามข้อร้องเรียนของผู้บริโภค มีการสืบสวนสอบสวนเพื่อดำเนินการกับผู้ประกอบธุรกิจ การแจ้งผลการปฏิบัติงานให้ผู้บริโภคและผู้ที่เกี่ยวข้องได้ทราบทั่วกัน และทำหน้าที่การประสานการทำงานและเร่งรัดการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอีกด้วย

การบริหารงานของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามนโยบายที่วางไว้คือ ให้ผู้บริโภคได้รับความเป็นธรรม ปลอดภัย ประหยัด ตลอดจนการเผยแพร่วิชาการ และให้ความรู้แก่ผู้บริโภคนั้นได้มาตราบการในการคุ้มครองผู้บริโภคมาใช้เป็นการกำหนดเป้าหมาย เพื่อให้ทราบขอบเขตที่แน่นอนขึ้นเป็นการวางแผนในการบริหารงานที่ชัดเจนขึ้น แต่การบริหารงานคุ้มครองผู้บริโภคนั้นตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งถือว่าเป็นทรัพยากรทางการบริหารที่สำคัญนั้นได้กำหนดโครงสร้างการบริหารงานไว้ในรูปสำนักงานคณะกรรมการ

กล่าวคือ คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค และคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา และคณะกรรมการว่าด้วยฉลากเป็นผู้มีอำนาจตัดสินใจชั้นพิจารณาดำเนินการกับผู้ประกอบธุรกิจ และมีสำนักงานเป็นผู้บริหารการดำเนินการทั้งหมด นอกจากนี้การบริหารงานยังประกอบด้วยคณะอนุกรรมการต่าง ๆ ที่คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา และคณะกรรมการด้วยฉลากเป็นผู้จัดตั้งขึ้นเพื่อให้ทำหน้าที่เฉพาะด้านใดด้านหนึ่ง คณะอนุกรรมการต่าง ๆ ทำหน้าที่ให้คำปรึกษาและร่างแนวทางสำหรับการปฏิบัติการด้านใดด้านหนึ่ง จะเห็นว่าโครงสร้างองค์การสำหรับการบริหารเป็นโครงสร้างขององค์การแบบคณะกรรมการซึ่งมีวัตถุประสงค์หลักคือ การเป็นการประสานงานซึ่งเป็นผลดีสำหรับการบริหารด้านการบริการที่ต้องรับผิดชอบต่อการคุ้มครองผู้บริโภคทุก ๆ ด้าน เพราะลำพังเจ้าหน้าที่ของสำนักงานย่อมไม่มีความรู้ความเชี่ยวชาญครบทุกด้านพอเพียง แต่การบริหารงานการคุ้มครองผู้บริโภคที่อาศัยกฎหมายเป็นทรัพยากรสำคัญนี้ในปัจจุบันประสบปัญหาสำคัญคือ

1. คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคผู้มีอำนาจในการพิจารณาและตัดสินใจดำเนินการให้เป็นไปตามกฎหมายไม่สามารถครอบคลุมการดำเนินการทุกขั้นตอนของการบริหารงาน กล่าวคือ ในด้านการปราบปรามซึ่งเริ่มมีการปฏิบัติอย่างจริงจังในปี 2525 นั้นประสบปัญหาความล่าช้า¹ ทั้งนี้เพราะผู้ประกอบธุรกิจอาจไม่เข้าใจถึงอำนาจหน้าที่ของพนักงานเจ้าหน้าที่ ฉะนั้นจึงควรร่วมมือในด้านการปราบปรามกับเจ้าหน้าที่ตำรวจ เพื่อการประสานงานจะกระทำได้รวดเร็วทั้งนี้ต้องเพิ่มอำนาจของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคด้านนี้ ทั้งนี้เพราะจากโครงสร้างของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วย นายกรัฐมนตรีเป็นประธานกรรมการ ปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม ปลัดกระทรวงพาณิชย์ ปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา และผู้ทรงคุณวุฒิอีกไม่เกิน 6 คน ซึ่งคณะรัฐมนตรีแต่งตั้งเป็นกรรมการ และผู้อำนวยการสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นกรรมการและเลขานุการ จะเห็นว่ากรรมการโดยตำแหน่งทุกคน เป็นผู้ที่มีหน้าที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค เฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ แต่ไม่มีผู้มีอำนาจด้านการปราบปรามเป็นกรรมการอยู่ด้วย ฉะนั้นจึงสมควรแก้ไขโครงสร้างคณะกรรมการเพื่อให้เหมาะสมยิ่งขึ้น

¹ สัมภาษณ์ ธารง จำเดิมเมตต์จติก, 10 กันยายน 2525

2. ปัญหากฎหมาย ซึ่งเป็นทรัพยากรทางการบริหารที่สำคัญยิ่ง แม้จะเป็นที่ยอมรับกันว่าพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 เป็นกฎหมายที่มีประสิทธิภาพมากกว่ากฎหมายของทุกประเทศในย่านเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ด้วยกัน¹ แต่ถึงอย่างไรกฎหมายนี้ก็ยังมีช่องโหว่ไม่สามารถคุ้มครองด้านการทำสัญญาซื้อขายระหว่าง ผู้บริโภค และ ผู้ประกอบธุรกิจได้อย่างจริงจังซึ่งอาจจะทำให้ผู้บริโภคต้องเสียเปรียบผู้ประกอบธุรกิจ จากตารางที่ 5 จะเห็นว่าปัญหากฎหมายที่ถือจรจร ซึ่งหมายถึงต้องใช้ระยะเวลาในการพิจารณาเรื่องหนึ่ง ๆ เป็นเวลานาน จำนวนทั้งสิ้น 46 เรื่อง ส่วนใหญ่เป็นข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการทำสัญญา กรณีเกี่ยวกับการทำสัญญาซื้อขายนี้เป็นกรณีที่มีลักษณะพิเศษประการหนึ่งคือ แม้บางครั้งจะมีผู้ร้องเรียนเกี่ยวกับการทำสัญญากรณีเกี่ยวกับการทำสัญญาซื้อขายนี้ เป็นกรณีที่มีลักษณะพิเศษประการหนึ่งคือ แม้บางครั้งจะมีผู้ร้องเรียนเพียงคนเดียว แต่การละเมิดสิทธิ อาจเกิดขึ้นพร้อม ๆ กันหลาย ๆ คน เช่น กรณีการทำสัญญาเช่าบ้านชุดสรร ซึ่งการกำหนดเงื่อนไขในสัญญามักเหมือน ๆ กันหรือคล้ายคลึงกัน ฉะนั้นแม้จะมีข้อร้องเรียนเรื่องเช่นนี้ จำนวนน้อยแต่ผลที่เกิดจากการทำนิติกรรมสัญญานี้จะเกิดกับผู้บริโภคจำนวนมากได้

ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการใช้ทรัพยากร กฎหมายให้เกิดประโยชน์กับผู้บริโภคอย่างจริงจัง คือ การดำเนินคดีฟ้องร้องผู้ประกอบธุรกิจแทนผู้บริโภคโดยคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ที่บัญญัติไว้ว่าคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจะพิจารณาฟ้องร้องผู้ประกอบธุรกิจ ต่อเมื่อพิจารณาเห็นว่า การดำเนินคดีนั้น ๆ จะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคเป็นส่วนรวม จะเห็นว่าหลักเกณฑ์ที่กฎหมายบัญญัติไว้สำหรับการพิจารณาดำเนินคดีกับผู้ประกอบธุรกิจต้องเป็น ประโยชน์ต่อผู้บริโภคเป็นส่วนรวม ซึ่งเป็นหลักเกณฑ์ที่ไม่แน่นอนตายตัว ควรมีการพิจารณากำหนดหลักเกณฑ์ให้เหมาะสมกับสถานการณ์มากกว่านี้

นอกจากนี้มาตรา 40 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งบัญญัติไว้เกี่ยวกับเรื่องล่าช้าคดีที่มีวัตถุประสงค์ในการคุ้มครองผู้บริโภค หรือต่อต้านการแข่งขันอันไม่เป็นธรรมทางการค้า มีอำนาจดำเนินคดีฟ้องร้องผู้ประกอบธุรกิจที่กระทำละเมิดสิทธิของผู้บริโภค

¹ Zenzida S. Reyes, "Asean Consumer Production: A Legal summing up," in First Asean Seminar on Consumer Production, (Manila University of the Philippines Law Center, 1980), pp. 89.

แทนผู้บริโภคได้ แต่ต่อมาคนเหล่านั้นต้องผ่านการรับรองตามหลักเกณฑ์ และวิธีการที่กำหนดในกฎกระทรวงก่อน แต่ปัจจุบันยังไม่มีกฎกระทรวงเพื่อการนี้แต่อย่างใด ซึ่งไม่มีสมาคมใดสามารถปฏิบัติการเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคด้านนี้

3. ปัญหาบุคลากรของสำนักงาน จากโครงสร้างการคาดการณ์แสดงให้เห็นถึง การกำหนดอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของแต่ละฝ่ายต่าง ๆ กัน การแบ่งงานโดยให้แต่ละฝ่ายมีหน้าที่ต่าง ๆ กันในการคุ้มครองผู้บริโภค เช่น ฝ่ายรับคำร้อง ตรวจสอบและติดตามผล มีหน้าที่จัดการทั้งหมดเกี่ยวกับการรับข้อร้องเรียน การตรวจสอบข้อมูล การรวบรวมข้อมูลเพื่อการพิจารณา และมีหน้าที่ติดตามผลการดำเนินการ จะเห็นว่าการแบ่งงานลักษณะนี้ทำให้ไม่เกิดลักษณะงานซ้ำซ้อน แต่การบริหารงานลักษณะนี้ ควรคำนึงถึงการโยกทรัพยากรเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เช่นกรณีที่ต้องดำเนินการตรวจสอบ เก็บหลักฐาน เพื่อประกอบการพิจารณาตามข้อร้องเรียน กับการตรวจสอบของฝ่ายประสานงานการปราบปราม ซึ่งต้องมีการปฏิบัติงานนอกสถานที่ ถ้าหากสามารถประสานงานกันได้จะทำให้มีความสะดวกรวดเร็วขึ้น ประหยัดทรัพยากรของสำนักงานได้มาก สามารถใช้เวลาให้เกิดประโยชน์มากที่สุด ส่วนการมอบอำนาจ การบังคับบัญชา การควบคุมนั้นเนื่องจากลำดับขั้นของการบังคับบัญชามีไม่มาก ปัญหาด้านนี้จึงไม่มี ส่วนการติดต่อสื่อสารนั้นสามารถกระทำได้สะดวกทั้งในแนวนอน คือการติดต่อระดับเดียวกัน และในแนวตั้งคือการติดต่อต่างระดับซึ่งก็มี การติดต่อต่างระดับทั้งจากระดับสูงลงระดับต่ำ และจากระดับต่ำ ขึ้นไปโดยการผ่านระดับของการบังคับบัญชาที่ถูกต้อง การคาดการณ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประเด็นปัญหาเกี่ยวกับเรื่องบุคลากร คือ

3.1 บุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีจำนวนจำกัดเพียง 42 ตำแหน่ง แต่ขอบเขตของการปฏิบัติงานกว้างขวางคือ ต้องรับผิดชอบการคุ้มครองผู้บริโภคทั่วประเทศ และต้องจัดการกับสินค้าและบริการต่าง ๆ ที่มีอยู่มากมายให้ถูกต้องตามกฎหมาย การดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภคต้องรับผิดชอบการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ความรู้ผู้บริโภคและผู้ที่เกี่ยวข้อง การตรวจสอบ การประสานงานการปราบปราม และหน้าที่อื่น ๆ การปฏิบัติงานบางครั้งต้องกระทำหลาย ๆ จุดพร้อมกันทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด แต่เพราะเจ้าหน้าที่มีจำนวนจำกัด จึงไม่สามารถปฏิบัติงานได้เต็มที่ ทำให้การบริหารงานคุ้มครองผู้บริโภคไม่ได้ผลเท่าที่ควร

3.2 ปัญหาบุคลากรของสำนักงานมีการลาออกค่อนข้างสูง จากตารางในภาคผนวก ข แสดงให้เห็นว่าในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา เจ้าหน้าที่ของสำนักงานมีการลาออกหรือย้ายไป หน่วยงานราชการอื่นเป็นจำนวน 13 ตำแหน่งจากจำนวนทั้งสิ้น 42 ตำแหน่ง คิดเป็นร้อยละ 30.9 เจ้าหน้าที่ที่ลาออกหรือย้ายเป็นผู้ที่มีคุณวุฒิด้านกฎหมาย 7 คน คิดเป็นร้อยละ 53.8 สาเหตุที่ลาออกเกี่ยวกับความก้าวหน้าในอาชีพ กล่าวคือเจ้าหน้าที่ที่มีคุณวุฒิด้านกฎหมายจะลาออก เมื่อสามารถบรรจุเข้าทำงานในสถานที่ที่มีหน้าที่โดยตรง เช่น ตำแหน่งผู้พิพากษาหรืออัยการ ส่วนอีกสาเหตุหนึ่งเพราะลักษณะการดำเนินการของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคหน้าที่คือ การประสาน การปฏิบัติงานเท่านั้น ซึ่งจากอำนาจหน้าที่ดังกล่าว ผู้มีอำนาจดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภคคือ หน่วยงานที่รับผิดชอบการคุ้มครอง เรื่องใด เรื่องหนึ่งเท่านั้น

ผลเสียหายที่อาจกระทบกระเทือนถึงการบริหารงานก็คือ ความต่อเนื่องของการดำเนินการ เพราะผู้ที่ได้บรรจุเข้าทำงานจะต้องเริ่มต้นศึกษางาน จะต้องใช้เวลาระยะหนึ่งในการปรับตัวเข้ากับสภาพที่ทำงาน และจากการสังเกต การศึกษางานที่แต่ละฝ่ายมอบให้ คือการศึกษาเฉพาะงานในตำแหน่งหน้าที่ที่บรรจุเข้ามา ผลจากอันนี้จะทำให้ผู้เข้ารับงานใหม่อาจไม่ทราบถึงลักษณะงานทั้งหมด รวมทั้งไม่ทราบแผนการหรือวัตถุประสงค์ที่แท้จริง ซึ่งเป็นปัญหาที่สำนักงานควรจะต้องคำนึงถึง

4. ปัญหาเกี่ยวกับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

ในระยะเริ่มต้นของการบริหารงานคุ้มครองผู้บริโภคนี้มุ่งเน้นที่การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ซึ่งฝ่ายเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ได้จัดทำแผนงานไว้แต่เป็นที่น่าสังเกตว่า แผนงานนั้นไม่มีการกำหนดเป้าหมายที่แน่ชัด โดยเฉพาะด้านการเผยแพร่ทางสื่อมวลชนต่าง ๆ เช่น สถานีวิทยุกระจายเสียง สถานีโทรทัศน์ แต่ถ้ามองถึงเป้าหมายรวมถึงการกระทำการเผยแพร่ด้วยวิธีการต่างๆ เช่นดังที่ได้กำหนดไว้ในแผนงานนั้น อาจสรุปได้จากผลการดำเนินงานว่า การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์บรรลุตามเป้าหมาย

กลยุทธ์ของการบริหารงานของฝ่ายเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ ที่ใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารที่ดีคือ การใช้การเผยแพร่ผ่านทางสื่อมวลชน เป็นการให้ทรัพยากรภายนอกองค์การให้เป็นประโยชน์ แต่แม้ว่าโครงการนี้จะได้ดีให้มีขึ้นก็ตาม สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคควรคำนึงถึงผลที่หวังคือการให้แกนนำเป็นแกนเพื่อเผยแพร่ความรู้ในจังหวัดต่าง ๆ นั้นได้ผลเพียงใด ลุ่มควรมีการประเมินผล หรือทำโครงการต่อเนื่อง

ส่วนการเผยแพร่ความรู้ทางสื่อมวลชนต่าง ๆ นั้น เป็นวิธีการที่ดีเพราะสามารถกระจายข่าวได้รวดเร็ว ผู้บริโภคจำนวนมากสามารถรับทราบข่าวสาร อีกทั้งไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ ทั้งสิ้น จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากข้อร้องเรียน แสดงให้เห็นชัดเจนว่า ผู้บริโภคทั่วทุกภาคของประเทศอย่างน้อยจาก 30 จังหวัดเคยทราบเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ดังรายละเอียดในตารางที่ 6 และจากการศึกษาวิจัยทราบว่าผู้บริโภคที่ทราบว่าการประกาศใช้พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคถึงร้อยละ 73.8 แต่จำนวนผู้ได้รับความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคมีเพียงร้อยละ ประมาณ 68.6 เท่านั้นและจากตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่านักเรียน/นักศึกษาเป็นผู้ที่เคยได้รับความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองมากที่สุด สำหรับกลุ่มอาชีพแม่บ้าน ซึ่งเป็นกลุ่มที่น่าจะเป็นผู้ซื้อสินค้ามากที่สุด เคยได้รับความรู้ด้านนี้ในระดับต่ำ โดยเคยได้รับความรู้จากทางวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ ประมาณร้อยละ 38.2 และ 29.4 ตามลำดับ และจากตารางนี้เช่นกันแสดงให้เห็นว่าวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์เป็นสื่อที่สามารถสื่อข่าวสาร หรือความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคที่ดี คือประมาณร้อยละ 43.3 และ 38.4 ตามลำดับ ส่วนสื่ออีกชนิดหนึ่งคือ หนังสือพิมพ์จะเห็นว่าโดยเฉลี่ยแล้วเป็นสื่อสารที่ตรงลงมา คือมีผู้บริโภคที่ทราบข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคจากหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 39.3 และเป็นที่น่าสนใจที่พบว่าผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัวได้ทราบข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคจากหนังสือพิมพ์มากที่สุดถึงร้อยละ 35.2 จากข้อมูลที่ได้มานี้แสดงให้เห็นว่าสื่อทั้ง 3 ชนิดนี้สามารถสื่อข่าวสารถึงผู้บริโภคได้ดี แต่ปัจจุบันนี้การเผยแพร่ข่าวสารทางวิทยุกระจายเสียงอยู่ในช่วงเวลาที่ไม่เหมาะสม หรืออยู่ในรายการที่มีผู้สนใจน้อย ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคควรแก้ไขการโฆษณาจากทรัพยากรเหล่านี้

5. ปัญหาความร่วมมือจากผู้บริโภค

ผลการดำเนินการด้านการเผยแพร่ข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคทราบว่า ผู้บริโภคใน 30 จังหวัดทั่วประเทศ เคยทราบถึงสิทธิและหน้าที่ของตนเอง ดังเห็นได้จากตารางที่ 8 ที่แสดงแหล่งที่มาของข้อร้องเรียนของผู้บริโภค แสดงว่าผู้บริโภคทั้งกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดเคยถูกละเมิดสิทธิด้านการคุ้มครองผู้บริโภค แต่จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้บริโภค ที่แสดงไว้ในตาราง 10-11 ทราบว่าผู้บริโภคเพียงร้อยละ 30.1 และ 37.1 เท่านั้นที่จะร้องเรียนเรื่องการไม่ได้รับความเป็นธรรมและอันตรายจากการใช้สินค้าหรือบริการ และมีผู้บริโภคที่คิดว่าจะไม่ปฏิบัติตามใดเลยที่เป็นการรักษาสีทธิของตน ถึงร้อยละ 30.1 และ 25.1 ตามลำดับ ทั้ง 2 กรณีที่กล่าวมานี้เป็นผลเสียหายโดยตรงต่อผู้บริโภคที่ถูกละเมิดสิทธิ และผู้บริโภคทั่ว ๆ ไป แสดงว่าสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคไม่ได้รับความร่วมมือเท่าที่ควรจากผู้บริโภค และจากการวิเคราะห์ข้อร้องเรียนของผู้บริโภค จะเห็นว่าผู้บริโภคร้องเรียนทางโทรศัพท์และจดหมายรวมกันถึงร้อยละ 82 และข้อร้องเรียนบางครั้ง ไม่ระบุชื่อและที่อยู่แน่นอน จากการนี้ทำให้การดำเนินการต้องล่าช้า เพราะสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจะต้องพิจารณาข้อมูลที่ร้องเรียนหาหลักฐานประกอบข้อร้องเรียน จากตารางที่ 16 17 ชี้ให้เห็นว่า การที่ไม่สามารถดำเนินการให้เป็นไปตามกฎหมายได้นั้นมีสาเหตุส่วนหนึ่งเพราะไม่สามารถหาหลักฐานประกอบการดำเนินการได้ และยังมีข้อร้องเรียนบางประเภทร้องเรียนเกี่ยวกับเรื่องหน่วยงานต่าง เป็นผู้รับผิดชอบได้ดำเนินการแก้ไขและประกาศให้ทราบทั่วกันแล้ว เช่น ประกาศเกี่ยวกับน้ำปลา เป็นต้น

แม้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจะเป็นการแจ้งผลการดำเนินการให้ผู้บริโภคทราบทันทีที่ผลการดำเนินการสำเร็จ แต่จากเหตุผลดังกล่าวอาจทำให้ไม่สามารถแจ้งผลดำเนินการได้ล่าช้า การล่าช้าในการแจ้งผลดำเนินการอาจเกิดเพราะว่า การประสานงานการดำเนินการของสำนักงาน และ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในกรณีการส่งผลการร้องเรียนนี้ไม่ดีเท่าที่ควรกล่าวคือ ข้อร้องเรียนนี้ไม่ดีเท่าที่ควรกล่าวคือ ข้อร้องเรียนบางประเภทที่อยู่ในความรับผิดชอบของหน่วยงานอื่น ๆ นั้นถ้าหากผู้บริโภคร้องเรียนไปยังหน่วยงานนั้น ๆ โดยตรงจะทำให้ดำเนินการได้รวดเร็ว ผู้บริโภคทราบผลการดำเนินการรวดเร็วขึ้น แต่การจะดำเนินการเช่นนี้ได้ ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายต้องคำนึงถึงผู้บริโภคส่วนหนึ่งที่ไม่สามารถทราบถึง แหล่งที่ควรร้องเรียนโดยตรงด้วย

6. ปัญหาการประสานงานกับองค์กรเอกชน

การบริหารงานคุ้มครองผู้บริโภคจะสำเร็จตามวัตถุประสงค์ จะต้องประสานการดำเนินงาน หรือได้รับความร่วมมือ จากผู้บริโภค ผู้ประกอบธุรกิจ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งหลาย ในด้านการประสานงานกับผู้ประกอบธุรกิจนั้น สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้วางแนวทางในประสานไว้ คือ หลักการพูดให้เข้าใจ อธิบายให้เข้าใจวัตถุประสงค์ของสำนักงาน การยอมรับในความสำเร็จของผู้ประกอบธุรกิจ แต่ในขณะเดียวกันผู้ประกอบธุรกิจต้องคำนึงถึงสังคมด้วย ซึ่งมาตรการนี้เป็นมาตรการขั้นต้น ถ้าหากไม่สามารถแก้ไขปรับปรุงได้ในขั้นต้นจะมีการใช้มาตรการทางกฎหมาย ซึ่งผลการดำเนินการด้านนี้จากตารางที่ 14 แสดงให้เห็นว่า เฉพาะการดำเนินการตามข้อร้องเรียนนั้น ส่วนใหญ่ได้รับความร่วมมือจากผู้ประกอบธุรกิจกล่าวคือสามารถแก้ไขดำเนินการได้ 68 เรื่องจาก 91 เรื่อง หรือประมาณร้อยละ 75 ส่วนที่ไม่สามารถดำเนินการได้นั้นมีสาเหตุต่าง ๆ ดังแสดงในตารางที่ 15 ซึ่งจะเห็นว่าเกิดจากข้อร้องเรียนที่ไม่สมบูรณ์ฉะนั้น ถือได้ว่าสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้รับความร่วมมือด้วยดีจากผู้ประกอบธุรกิจ

ส่วนความร่วมมือจากหน่วยงานราชการนั้น สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคใช้หลักการขอความร่วมมือด้วยการใช้การติดต่อเป็นส่วนตัวเป็นหลักการร่วมมืออันดับแรก และใช้อำนาจนายกรัฐมนตรีเป็นมาตรการเด็ดขาดหากไม่ได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและแม้ว่าผลการประสานงานจะประสบผลสำเร็จดังแสดงในตารางที่ 14, 16 แต่การที่ประสบผลสำเร็จในการประสานงานอาจเกิดจากความรับผิดชอบในภาระหน้าที่ของหน่วยงานนั้น ๆ หรือเพราะว่าผู้บริหารระดับสูงของหน่วยงานนั้น ๆ เป็นกรรมการในคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคก็ได้ ส่วนหลักการบริหารที่ใช้การติดต่อเป็นส่วนตัวเป็นหลักนั้น มีข้อดีที่เห็นภาวะการดีที่เร่งด่วนสามารถดำเนินการได้ทันทีทันใด แต่มีข้อเสียหลายประการ เช่นการบริหารงานจะหยุดชะงักในกรณีที่มีการเปลี่ยนตัวบุคคล การปฏิบัติอาจไม่ได้รับความร่วมมือจากผู้ใต้บังคับบัญชาเท่าที่ควรกระทบกระเทือนถึงขวัญและกำลังใจในการทำงาน เหล่านี้เป็นต้น

นอกจากนี้ในการบริหารงาน ควรคำนึงถึงสมาคม หรือ กลุ่มเอกชนต่าง ๆ เพราะการทำงานของเอกชนอาจได้รับความเชื่อถือจากผู้บริโภคส่วนหนึ่งในด้านความรวดเร็ว และจากวัตถุประสงค์ของการบริหารงานคุ้มครองได้เน้นที่การคุ้มครองตนเองของผู้บริโภคเป็นหลักสำคัญ

แต่ปัจจุบัน แม้จะมีสมาคมทางเอกชนหลายองค์การ เช่น โครงการสภาสตรีส่งเสริมผู้บริโภคสมาคม พิทักษ์ประโยชน์ผู้บริโภค สมาคมผู้บริโภคแห่งประเทศไทย และยังมีกลุ่มต่าง ๆ อีกหลายกลุ่มแต่ขาดความร่วมมือกันอย่างจริงจัง อาจมีสาเหตุเพราะไม่มีการรับรองสมาคมที่ถูกต้อง เพราะยังไม่มี การประกาศใช้กฎกระทรวงแต่อย่างใด การดำเนินการของสมาคมต่าง ๆ ได้รับความช่วยเหลือ จากภาครัฐบาลเพียงพอ หรืออาจจะเกิดจากข้อจำกัดของสมาคมต่างกล่าวคือการรวมกันเป็นกลุ่ม สมาคมเกิดขึ้นเพราะการตื่นตัวในช่วงเวลานั้น ๆ ไม่มีการดำเนินการที่ต่อเนื่อง แต่สาเหตุที่ไม่มีการดำเนินการต่อเนื่องนั้นเพราะอะไร สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคควรจะได้รับ ประโยชน์จากสมาคมต่าง ๆ มากกว่าปัจจุบัน หากมีแก้ไขในด้านความร่วมมือกัน