

**การคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย
พุทธศักราช 2550**

นางพรรณณี จารุสมบัติ

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
แขนงวิชาการเมืองการปกครอง สาขาวิชารัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
พ.ศ. 2552

**Consumer Protection Rights under the Constitution of
the Kingdom of Thailand B.E. 2550**

Mrs.Phannee Jarusombat

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Degree of Master of Political Science in Politics and Government

School of Political Science

Sukhothai Thammathirat Open University

2009

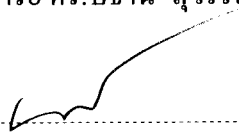
หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ สិทธิผู้บริโภคตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย
พุทธศักราช 2550 กับ การได้รับการคุ้มครองจากรัฐ: กรณีศึกษา
การคุ้มครองผู้บริโภคด้านอาหารปลอดภัย
ชื่อและนามสกุล นางพรรณณี จารุสมบัติ
แขนงวิชา การเมืองการปกครอง
สาขาวิชา รัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.ปธาน สุวรรณมงคล

คณะกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ ได้ให้ความเห็นชอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ
ฉบับนี้แล้ว



..... ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ปธาน สุวรรณมงคล)



..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ธ สอธร ตู้อองคำ)

คณะกรรมการบัณฑิตศึกษา ประจำสาขาวิชารัฐศาสตร์ อนุมัติให้รับการศึกษา
ค้นคว้าอิสระฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
แขนงวิชาการเมืองการปกครอง สาขาวิชารัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช



..... (รองศาสตราจารย์ ปุณรรต พรหมอินทร์)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชารัฐศาสตร์

วันที่ 25 เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2553

ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ การคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย
พุทธศักราช 2550

ผู้ศึกษา นางพรรณิ จารุสมบัติ ปริญญา รัฐศาสตรมหาบัณฑิต (การเมืองการปกครอง)
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.ปธาน สุวรรณมงคล ปีการศึกษา 2552

บทคัดย่อ

การศึกษารึ้นนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาสิทธิผู้บริโภคตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 และการดำเนินงานของรัฐในการให้ความคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค (2) ศึกษาปัญหา อุปสรรค ในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร (3) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำนโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานครไปปฏิบัติ (4) เสนอแนะแนวทางการให้ความคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550

วิธีการศึกษาใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงและโดยบังเอิญ กลุ่มประชากร แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ บุคลากรภาครัฐ 15 คน บุคลากรภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค 1 คน ผู้ประกอบธุรกิจ 10 คน และผู้บริโภค 50 คน รวมทั้งศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ผลการศึกษาพบว่า (1) ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 มีการให้ความสำคัญแก่สิทธิผู้บริโภค ซึ่งได้บัญญัติถึงสิทธิของผู้บริโภคไว้ในมาตรา 61 โดยมีการจัดตั้งสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคขึ้นมาดูแลงานด้านนี้ และยังมีหน่วยงาน สนับสนุนและดำเนินงานเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค กระจายตัวอยู่ในหน่วยงานต่างๆ ซึ่งภาครัฐได้มีการให้ความคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคอย่างเต็มที่ ทั้งมาตรการในเชิงแก้ไข เยียวยา และมาตรการเชิงรุกเพื่อป้องกันการเกิดปัญหา ซึ่งเป็นไปตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 (2) ปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร คือ ปัญหาด้านทรัพยากรของหน่วยงานทั้งด้านงบประมาณและบุคลากร รวมทั้งปัญหาในการรับรู้และปกป้องสิทธิผู้บริโภค ซึ่งพบว่าการละเลยการปกป้องสิทธิของผู้บริโภคเอง เมื่อถูกละเมิดสิทธิ โดยคิดว่าการร้องเรียนมีความยุ่งยากและเสียเวลา อีกทั้งจากความเชื่อของสังคมไทยในเรื่องของกรรมและการให้อภัย (3) ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อนโยบายการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างกลไกภายในหน่วยงานและระหว่างหน่วยงาน ลักษณะของหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ และความพอเพียงของทรัพยากร (4) ข้อเสนอแนะคือ การสร้างการมีส่วนร่วมของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งฝ่ายคุ้มครองสิทธิผู้ประกอบธุรกิจ และผู้บริโภค รวมทั้งการผลักดันให้เกิดองค์การอิสระเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค

คำสำคัญ การคุ้มครองผู้บริโภค สิทธิผู้บริโภค รัฐธรรมนูญ

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษา คั่นคว่าอิสระ หัวข้อ การคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 ในครั้งนี้สำเร็จได้ด้วยดีภายใต้การกำกับดูแล และติดตามผลของรองศาสตราจารย์ ดร.ปธาน สุวรรณมงคล ที่ได้เสียสละเวลาเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ให้คำชี้แนะ ตลอดจนตรวจทานงาน ปรับปรุงจนเป็นรูปเล่มสมบูรณ์ ผู้ศึกษารู้สึกซาบซึ้งในความเมตตาเป็นอย่างยิ่ง และขอกราบขอบพระคุณ ไฉน ที่นี่ รวมตลอดถึงคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาในการสร้างองค์ความรู้ทางด้านรัฐศาสตร์ การเมืองการปกครอง อันนำมาซึ่งผลสำเร็จของการศึกษานี้ด้วยเช่นกัน

นอกจากนี้ ในการคั่นคว่า และเก็บรวบรวมข้อมูล ที่ใช้ในการประมวลผลการศึกษาในครั้งนี้เป็นไปด้วยความเรียบร้อยภายใต้การประสานงาน รวบรวมข้อมูลโดย คุณยศวดี แฉวีฉนะ และคุณสุกัญญา ทองเกลี้ยง และผู้ศึกษาต้องขอขอบคุณทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือ พร้อมทั้งให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ตลอดจนให้ข้อคิดเห็น คำชี้แนะต่างๆ ทำให้การศึกษาครั้งนี้สามารถสำเร็จได้ด้วยดี อันได้แก่ คุณสุวิทย์ วิจิตรโสภาก ผู้อำนวยการส่วนขายตรงและตลาดแบบตรง สำนักกฎหมายและคดี สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค คุณทัศนีย์ เน้นอุดร หัวหน้าฝ่ายเผยแพร่ มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค คุณพิระยา สมชัยยานนท์ หัวหน้ากลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านอาหาร และคุณละมัย ปานะศรี หัวหน้ากลุ่มงานสุขาภิบาลการจำหน่ายสินค้าในที่หรือทางสาธารณะ กองสุขาภิบาลอาหาร สำนักอนามัย กรุงเทพมหานคร คุณสุจิราภรณ์ เพิ่มทองคำ กลุ่มงานสุขาภิบาลทั่วไป กองสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม สำนักอนามัย กรุงเทพมหานคร ข้าราชการในฝ่ายสิ่งแวดล้อมและสุขาภิบาล สำนักงานเขตราชเทวีและเขตพญาไท ที่ไม่สามารถระบุนามได้ทั้งหมด ความสำเร็จของการศึกษานี้ นอกจากได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากภาครัฐดังกล่าวข้างต้นแล้ว ผู้ศึกษาต้องขอขอบคุณในส่วนของประชาชนผู้บริโภค ผู้ประกอบธุรกิจทุกท่านที่ได้ให้ข้อมูลรวมตลอดถึงข้อเสนอแนะต่างๆที่เป็นประโยชน์ ทั้งต่อการศึกษาครั้งนี้และการให้ข้อเสนอแนะในการส่งเสริมให้สิทธิผู้บริโภคได้รับการคุ้มครองให้เป็นไปตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 อย่างแท้จริง อันนำมาซึ่งการเคารพในสิทธิของกันและกัน และสามารถอยู่ร่วมกันในสังคมได้โดยปกติสุข

พรรณิ จารุสมบัติ

ธันวาคม 2552

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	4
กรอบแนวคิดการศึกษา	5
ขอบเขตของการศึกษา	7
นิยามศัพท์เฉพาะ	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	9
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	10
แนวคิดสิทธิมนุษยชน	10
แนวคิดการคุ้มครองผู้บริโภค	14
สิทธิผู้บริโภคตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย	16
แนวคิดนโยบายสาธารณะ การนำนโยบายไปปฏิบัติ และปัจจัยในการสร้างความสำเร็จหรือล้มเหลวของนโยบาย	21
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	26
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	30
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	30
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	32
การเก็บรวบรวมข้อมูล	33
การวิเคราะห์ข้อมูล	33

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	34
สิทธิผู้บริโภคตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 และการดำเนินงานของรัฐและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการให้ความคุ้มครอง สิทธิผู้บริโภค	34
ปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร	65
ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของการนำนโยบาย การคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ไปปฏิบัติ	67
บทที่ 5 สรุปการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	73
สรุปการศึกษา	73
อภิปรายผล	81
ข้อเสนอแนะ	88
บรรณานุกรม	92
ภาคผนวก	97
ก การเตรียมเอกสารหลักฐานของผู้ร้องเรียน และการยื่นเรื่องร้องเรียน ที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	98
ข การดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	100
ค แบบสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ที่ดำเนินการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค	104
ง แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจ	115
จ แบบสัมภาษณ์ผู้บริโภค	120
ประวัติผู้ศึกษา	125

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1	30
ตารางที่ 2	58
ตารางที่ 3	60
ตารางที่ 4	64

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1	
แสดงกรอบแนวคิดการศึกษา เรื่อง การคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550.....	6
ภาพที่ 2	
แสดงแผนภูมิองค์กรคุ้มครองผู้บริโภค ตามพระราชบัญญัติ คุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติม โดย พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541.....	52
ภาพที่ 3	
แสดงขั้นตอนการดำเนินงานรับเรื่องร้องเรียน เพื่อคุ้มครอง สิทธิผู้บริโภคของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค.....	55

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สืบเนื่องจากการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทย มีแนวโน้มการเคลื่อนตัวจากภาคเกษตรไปสู่ภาคอุตสาหกรรมและบริการ จากการผลิตสินค้าเพื่อทดแทนการนำเข้าจากต่างประเทศสู่การผลิตเพื่อส่งออก ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ได้แก่ การขยายและกระจายตัวของชุมชนเมือง สถาบันครอบครัวของชาวชนบทคลอนแคลน เนื่องจากการเคลื่อนย้ายแรงงาน วิถีชีวิตของผู้คนโดยเฉพาะลักษณะของการบริโภคได้เปลี่ยนแปลงไป ลักษณะของการผลิตซึ่งเดิมเพียงเพื่อความอยู่รอด ประทังชีวิตได้กลายมาเป็นการผลิตเพื่อมุ่งหวังผลกำไรตอบแทน รูปแบบการส่งเสริมการขายที่หลากหลาย การโฆษณาตามความเจริญก้าวหน้าของวิทยาการเทคโนโลยีสมัยใหม่ รวมทั้งการตั้งไหลเข้ามาของวัฒนธรรมของอารยประเทศส่งผลให้การจำหน่ายสินค้าและบริการเพิ่มความซับซ้อน เพื่อจูงใจผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคอยู่ในฐานะที่เสียเปรียบเสมอ

ผู้ประกอบการบางรายพยายามทำให้สินค้าหรือบริการของตนได้รับความสนใจจากผู้บริโภคให้มากที่สุด จึงได้คิดวิธีการส่งเสริมการขายที่หลากหลายและซับซ้อน จนบางครั้งอาจทำให้เกิดการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคขึ้นได้ เช่น การละเมิดสิทธิในด้านสัญญา โดยที่ผู้ประกอบการเป็นผู้ร่างสัญญา ซึ่งเป็นช่องทางที่สามารถกำหนดเงื่อนไขที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคได้ การละเมิดสิทธิในการรับรู้ข่าวสาร โดยขายสินค้าหรือบริการด้วยการโฆษณาหรือจัดทำฉลากสินค้าเป็นเท็จหรือเกินความจริง ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดจนทำให้ผู้บริโภคได้รับความเสียหาย การละเมิดสิทธิในด้านความปลอดภัย โดยผู้ประกอบการบางรายที่เอาเปรียบผลิตสินค้าหรือให้บริการที่ไม่ได้มาตรฐาน ไม่คำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภค ผู้บริโภคในประเทศไทยจึงต้องเผชิญกับปัญหาหลายด้าน เช่น ขายสินค้าหรือบริการที่ไม่ได้มาตรฐาน กักตุนสินค้าจนทำให้สินค้าขาดแคลน มีราคาแพง ปัญหาเหล่านี้มักเกิดขึ้นในระบบการค้าเสรี

สภาพที่เป็นในปัจจุบันของสังคมไทยอาจกล่าวได้ว่า ประชาชนส่วนใหญ่ยังไม่ให้ความสำคัญในเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภค แม้จะมีกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค แต่เมื่อมีการละเมิดสิทธิผู้บริโภค ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่ต้องการที่จะเสียเวลา และค่าใช้จ่ายในการร้องทุกข์ ดำเนินคดี

จึงมักมีการผ่อนปรน ขอมความกันไป เป็นเหตุให้ผู้ประกอบการยังใช้วิธีการเอาเปรียบผู้บริโภคต่อไปเรื่อยๆ ตลอดจนปัญหาผู้บริโภคยังขาดความรู้ ความเข้าใจในการบริโภคที่ถูกต้องและเหมาะสม ดังนั้นผู้บริโภคจำเป็นต้องสร้างทัศนคติ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโภค หันมาตระหนักในสิทธิของตนเอง และรู้จักหน้าที่ในการปกป้องประโยชน์ของตนเองมิให้ถูกเอาเปรียบจากการซื้อสินค้าและบริการ ดังนั้นการให้ความรู้แก่ผู้บริโภคจึงจำเป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้เพื่อป้องกันมิให้ถูกเอาเปรียบ หลอกลวง และให้เป็นผู้บริโภคที่มีความรู้ ความเข้าใจ ตลอดจนเป็นผู้ซื้อที่สามารถวินิจฉัยการซื้อได้ถูกต้อง

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 เป็นรัฐธรรมนูญฉบับแรกที่ทำให้ความสำคัญของการคุ้มครองผู้บริโภค โดยบัญญัติถึงสิทธิของผู้บริโภคไว้ในมาตรา 57 ว่า“สิทธิของบุคคลซึ่งเป็นผู้บริโภคย่อมได้รับความคุ้มครองทั้งนี้ตามที่กฎหมายบัญญัติ” พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดย (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 ได้บัญญัติสิทธิของผู้บริโภคที่จะได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย ซึ่งได้ระบุสิทธิที่ผู้บริโภคจะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับสินค้าหรือบริการที่ปลอดภัย มีสภาพและคุณภาพได้มาตรฐานเหมาะสมแก่การใช้ ไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อชีวิต ร่างกายหรือทรัพย์สิน ในกรณีใช้ตามคำแนะนำหรือระมัดระวังตามสภาพของสินค้าหรือบริการนั้นแล้ว

นอกจากนี้ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 ได้กำหนดให้รัฐคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายแก่ประชาชน ด้านเศรษฐกิจ ซึ่งประกอบด้วยภาคการผลิตและภาคการบริโภค จะเห็นได้จาก มาตรา 84(5) รัฐกำกับให้การประกอบกิจการมีการแข่งขันอย่างเสรีและเป็นธรรม ป้องกันการผูกขาดตัดตอนไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม และคุ้มครองผู้บริโภคพร้อมกันกับให้สิทธิของบุคคลซึ่งเป็นผู้บริโภคย่อมได้รับความคุ้มครองในการได้รับข้อมูลที่เป็นจริงและมีสิทธิร้องเรียนเพื่อให้ได้รับการแก้ไขเยียวยาความเสียหาย รวมทั้งมีสิทธิรวมตัวกันเพื่อพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค ตามมาตรา 61(สำนักงานอัยการสูงสุด,2551:1)

ในประเด็นของการพิทักษ์สิทธินั้น ทัวโลกให้ความสนใจมากขึ้น มีการให้ความสำคัญว่าใครเป็นผู้ผลิตและมีความรับผิดชอบต่อสังคมมากน้อยแค่ไหนอย่างไร ทำให้การดำเนินกิจกรรมและวิธีการทำงานในยุคนี้มักให้ความสำคัญกับการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคได้ใช้ไป เช่น การทดสอบเครื่องซักผ้า รถยนต์ หรืออาหารต่าง ๆ เป็นต้น

สำหรับประเด็นของการคุ้มครองผู้บริโภคเปลี่ยนจากปัญหาความปลอดภัยต่อสุขภาพโดยตรงเป็นประเด็นเชิงรุกระดับนโยบาย โดยที่ความสนใจหลักไม่ได้อยู่เฉพาะที่เรื่องคุณภาพมาตรฐาน และความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์เท่านั้น การณรงค์เพื่อสร้างองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคระดับประเทศเป็นกลไกอิสระที่ทำหน้าที่ตรวจสอบ และกำกับบทบาท และการทำงานภาครัฐให้

ถูกต้องโปร่งใสและเป็นธรรม ทั้งในระดับประเทศและระดับโลก ซึ่งเป็นบทบาทของประชาสังคม ที่ต้องอาศัยการทำงานร่วมกันกับองค์กรภาครัฐและสื่อมวลชน (วิทยา กุลสมบูรณ์ และคณะ, 2548:25-49)

ในประเทศไทยมีการจัดตั้งสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค หรือ สคบ. ขึ้นมาดูแล และยังมีหน่วยงานสนับสนุนและดำเนินงานเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค กระจายตัวอยู่ในกระทรวงต่างๆ อีก ประชาชนผู้ได้รับความเดือดร้อนจึงไม่ทราบว่าจะพึ่งพาหน่วยงานใด นอกจากหน่วยงานของรัฐ ที่ดำเนินงานเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ยังมีหน่วยงานเอกชน เกิดขึ้นมากมายในการพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค เช่น มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค การดำเนินงานของรัฐในการคุ้มครองผู้บริโภคที่ผ่านมานั้นเป็นการทำงานที่แตกต่างกันไป การคุ้มครองผู้บริโภคจึงเกิดช่องโหว่ในการประสานงาน ในการทำงาน ยังหาหน่วยงานหลักในการดำเนินการประสานงานไม่ได้ ซึ่งอาจจะต้องมีการแก้กฎหมายโดยให้อำนาจต่อหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งในการเป็นหน่วยงานแก้ไขปัญหาโดยเฉพาะ จากประเด็นดังกล่าว หน่วยงานภาครัฐจึงพยายามแก้ปัญหาโดยมีการทำบันทึกข้อตกลง เรื่อง ความร่วมมือประสานงาน ในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เมื่อวันที่ 28 ธันวาคม 2550 เพื่อประสานงานในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค เช่น สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานอัยการสูงสุด สำนักงานตำรวจแห่งชาติ กระทรวงยุติธรรม กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงการคลัง กระทรวงแรงงาน กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงมหาดไทย กรุงเทพมหานคร กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย และธนาคารแห่งประเทศไทย เป็นต้น ซึ่งแต่ละหน่วยงานมีภาระหน้าที่ และเจตนาารมณ์ร่วมกันในการคุ้มครองผู้บริโภค ช่วยเหลือ แก้ไขปัญหาความทุกข์ร้อนของประชาชน และส่งเสริมให้ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการคุ้มครองสิทธิ เสรีภาพแก่ประชาชน เพื่อปกป้องคุ้มครองประชาชนจากการปฏิบัติที่ไม่เป็นธรรมหรือการถูกเอารัดเอาเปรียบในสังคม โดยมุ่งเน้นแนวทางการบังคับใช้กฎหมาย

ในส่วนของกรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงที่มีประชากรอาศัยจำนวนมาก ทั้งประชากรตามทะเบียนและประชากรแฝง รวมไปถึงผู้เข้ามาทำงาน นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และต่างประเทศ ด้วยความหลากหลายของประชากร ซึ่งหลังไหลมาจากทั่วสารทิศ ทำให้รูปแบบความต้องการในการคุ้มครองผู้บริโภคมีความหลากหลาย ประชาชนเหล่านี้ยังคงต้องบริโภคอาหารที่มีการจำหน่ายในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ในประเด็นของการบริโภคอาหาร หากการจำหน่ายอาหารขาดการดูแลเอาใจใส่จากรัฐ และการมีจิตสำนึกที่ดีของผู้ประกอบธุรกิจ ในการผลิต จำหน่ายอาหารที่สะอาด

ปลอดภัย ก็ย่อมทำให้เกิดปัญหาต่อสุขภาพ และส่งผลโยงโยไปในด้านเศรษฐกิจของประเทศได้เช่นกัน

ด้วยเหตุที่ความต้องการด้านการคุ้มครองผู้บริโภคมีความหลากหลาย หากขาดการดูแลเอาใจใส่ คุ้มครองจากรัฐ และการมีจิตสำนึกที่ดีของผู้ประกอบธุรกิจ ก็ย่อมทำให้เกิดปัญหาต่อสุขภาพและคุณภาพชีวิตของประชาชน ด้วยเหตุนี้ประเด็นของการคุ้มครองผู้บริโภคจึงเป็นที่น่าสนใจจากทุกภาคส่วน ดังนั้นการศึกษาเรื่องการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 โดยใช้กรณีการคุ้มครองผู้บริโภคที่เกิดขึ้นในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จึงน่าจะได้ข้อมูลสำคัญในการศึกษา และสามารถเป็นตัวแทนของปัญหา ตลอดจนวิถี แนวทางแก้ปัญหาที่สามารถประยุกต์หรือนำไปใช้เป็นกรณีศึกษาในการแก้ปัญหาในระดับภูมิภาคได้ การศึกษานี้ต้องการทราบว่าหน่วยงานภาครัฐ และภาคส่วนที่เกี่ยวข้องมีกระบวนการดำเนินงานเพื่อคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานครอย่างไร มีปัญหา อุปสรรคต่อผลสำเร็จของการดำเนินงานดังกล่าวเพียงไร ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค หรือการให้ความคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคเพียงพอหรือไม่ และสนองตอบต่อเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 แล้วหรือยัง ทั้งนี้เพื่อลดการเบียดเบียน เอารัดเอาเปรียบและเคารพในสิทธิของแต่ละคน นำมาซึ่งการอยู่ร่วมกันของคนในสังคมอย่างปกติสุข

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาสิทธิผู้บริโภคตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 และการดำเนินงานของรัฐในการให้ความคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค

2.2 เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรคในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

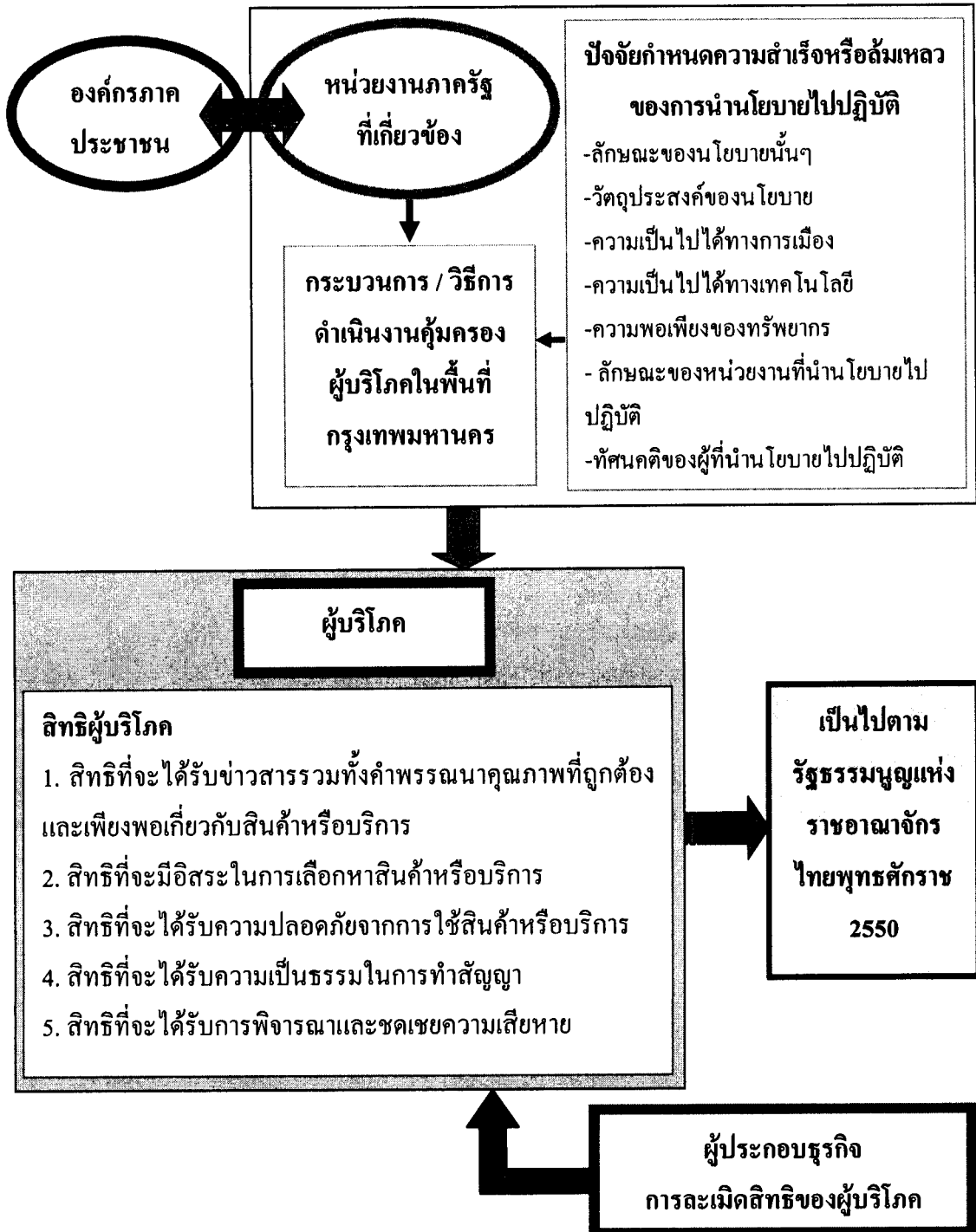
2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของการนำนโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ไปปฏิบัติ

2.4 เพื่อเสนอแนะแนวทางการให้ความคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550

3. กรอบแนวคิดการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ ต้องการศึกษาการปฏิบัติงานของรัฐบาลในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยศึกษาว่าสิทธิผู้บริโภคที่รัฐธรรมนูญบัญญัติไว้ หรือที่กฎหมายรับรองไว้ ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหายนั้น หน่วยงานภาครัฐได้มีการดำเนินงานเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคอย่างไรและภาคส่วนต่างๆที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ องค์กรเอกชนที่มีการดำเนินงานเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค ผู้ประกอบธุรกิจที่อาจมีส่วนในการละเมิดสิทธิผู้บริโภค และตัวของผู้บริโภคเอง จะมีส่วนร่วมในการดำเนินงานให้บรรลุจุดมุ่งหมายอย่างไรบ้าง มีปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคอย่างไร โดยศึกษาและวิเคราะห์ จากปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของการนำนโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานครไปปฏิบัติ ได้แก่ ลักษณะของนโยบายนั้นๆ วัตถุประสงค์ของนโยบาย ความเป็นไปได้ทางการเมือง ความเป็นไปได้ทางเทคโนโลยี ความพอเพียงของทรัพยากร ลักษณะของหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ และทัศนคติของผู้ที่นำนโยบายไปปฏิบัติ โดยวิเคราะห์ว่าการดำเนินงานทั้งหมดนั้นตอบสนองต่อเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 หรือไม่ ทั้งนี้เพื่อเสนอแนะแนวทางการให้ความคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 ซึ่งแสดงกรอบแนวคิดในการศึกษาดังแผนภาพที่ 1

แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดการศึกษา เรื่อง การคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคตาม
รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550



4. ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ เกี่ยวกับการดำเนินงานของ รัฐในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 โดยกำหนด พื้นที่ศึกษาในกรุงเทพมหานคร โดยมีรูปแบบและวิธีการศึกษา ดังนี้

4.1 ขอบเขตและพื้นที่การศึกษา ในการศึกษาการดำเนินงานคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานครได้มีการกำหนดพื้นที่ศึกษาจากพื้นที่เขตราชเทวี และเขตพญาไท สำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยเลือกตัวอย่างแบบจงใจ(purposive sampling) และเลือกตัวอย่างโดยบังเอิญ (accidental sampling) รวมทั้งศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง ในการให้ได้มาซึ่งข้อมูลความเป็นมาของสิทธิผู้บริโภค ลักษณะความต้องการและปัญหาของสิทธิผู้บริโภคที่พบในเขตเมือง ตลอดจนการดำเนินงานของภาครัฐที่เกี่ยวข้องในการให้การคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคให้เป็นไปตามรัฐธรรมนูญ ให้การรับรอง สภาพความเป็นจริงของการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค ปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้น และเพื่อใช้ยืนยัน อ้างอิงแนวความคิดของผู้ศึกษา

4.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

4.2.1 ประชากร ศึกษาการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคโดยเลือกประชากรในพื้นที่ กรุงเทพมหานคร ครอบคลุมภาคส่วนที่มีบทบาทเกี่ยวข้องกับการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ได้แก่ ภาครัฐ 15 ราย องค์กรภาคเอกชนที่มีการดำเนินการเพื่อพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค 1 ราย ผู้ประกอบธุรกิจ ที่อาจเกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค จำนวน 10 ราย ผู้บริโภค จำนวน 50 ราย

4.2.2 กลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

1) ภาครัฐ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค ได้แก่ ผู้บริหารสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค 1 ราย ผู้บริหารสำนักงานเขตของกรุงเทพมหานคร 2 ราย ผู้บริหารสำนักอนามัย กรุงเทพมหานคร(กองสุขาภิบาลอาหาร) 2 ราย เจ้าหน้าที่กรุงเทพมหานครที่ปฏิบัติงานเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค จำนวน 10 ราย

2) ผู้ประกอบธุรกิจ ที่อาจเกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค จำนวน 10 ราย

3) ประชาชนผู้บริโภค ที่ใช้บริการสินค้าเพื่อการบริโภคในพื้นที่เขตราชเทวีและพญาไท จำนวน 50 ราย

4) องค์กรภาคเอกชนที่มีการดำเนินการเพื่อพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค ได้แก่ ผู้บริหารหรือผู้แทนมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค จำนวน 1 ราย

4.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก สอบถามความเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ และเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติ การสัมภาษณ์โดยเลือกตัวอย่างโดยบังเอิญ ศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลที่ได้จากการศึกษา เก็บรวบรวมข้อมูล โดยนำมาวิเคราะห์ตามเหตุผลทางวิชาการ และการนำเสนอผลการศึกษาดโดยบทวิเคราะห์เชิงพรรณนา

5. นิยามศัพท์เฉพาะ

ในการศึกษานี้จำเป็นต้องนิยามศัพท์เพื่อให้เข้าใจตรงกัน ดังนี้

5.1 กลุ่มเขต หมายถึง การแบ่งสำนักงานเขตของกรุงเทพมหานครออกเป็นกลุ่มเขต 12 กลุ่มเขต เมื่อ 1 ตุลาคม 2547 เพื่อการบริหารจัดการเมืองที่เป็นระบบ ตามนโยบายพัฒนาเมืองตามพื้นที่และแบ่งกลุ่มเพื่อการพัฒนาตามศักยภาพหรือลักษณะเฉพาะของพื้นที่ต่างๆ ให้เป็นไปตามกรอบและแนวทางที่สามารถนำไปปฏิบัติได้ทันที มีการประสานงานระหว่างเขตได้ดี โดยมี 12 กลุ่มเขต ได้แก่ กลุ่มรัตนโกสินทร์ กลุ่มลุมพินี กลุ่มวิภาวดี กลุ่มเจ้าพระยา กลุ่มธนบุรี กลุ่มตากสิน กลุ่มพระนครเหนือ กลุ่มบูรพา กลุ่มสุวินทวงศ์ กลุ่มศรีนครินทร์ กลุ่มมหาสวัสดิ์ และกลุ่มสนามชัย

5.2 สิทธิผู้บริโภค ในการศึกษานี้ครอบคลุมสิทธิตามที่กฎหมายบัญญัติใน พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดย (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 ได้บัญญัติสิทธิของผู้บริโภคที่จะได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย โดยสรุปความไว้ 5 ประการ ดังนี้

1 สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ

2 สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ

3 สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ

4 สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา

5 สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย

6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

6.1 ผลการศึกษาสามารถใช้เป็นแนวทางในการจัดทำ กำหนดแนวทาง และวิธีการปฏิบัติ ของการดำเนินนโยบาย “การคุ้มครองผู้บริโภคของกรุงเทพมหานคร”

6.2 ผลการศึกษาใช้เป็นแนวทางในการจัดทำโครงการ แนวทางปฏิบัติที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค ของหน่วยงานในส่วนภูมิภาค

6.3 ผลการศึกษาสามารถเป็นข้อมูลให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับงานคุ้มครองผู้บริโภค นำไปใช้ในการปฏิบัติงาน ดำเนินโครงการ และแนวนโยบาย เพื่อให้การดำเนินงานตอบสนองเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนุญอย่างแท้จริง

6.4 เพื่อให้สังคมรับทราบสภาพการคุ้มครองผู้บริโภคของไทย โดยสะท้อนผ่านการศึกษาในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

6.5 ผลจากการใช้ข้อมูลการศึกษาในการกำหนดแนวทางการดำเนินงานจากภาครัฐ นำมาซึ่งการลดการเบียดเบียน เอารัดเอาเปรียบ ของคนในสังคม และเคารพในสิทธิของแต่ละบุคคล นำมาซึ่งการอยู่ร่วมกันของคนในสังคมอย่างปกติสุข

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษา ค้นคว้าอิสระครั้งนี้ ต้องการศึกษาการปฏิบัติงานของรัฐในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษาได้ใช้แนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนแนวทางการศึกษาจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยกำหนดเป็นประเด็น ดังนี้

- 1.แนวคิดสิทธิมนุษยชน
 - 2.แนวคิดการคุ้มครองผู้บริโภค
 - 3.สิทธิผู้บริโภคตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย
 - 4.นโยบายสาธารณะ การนำนโยบายไปปฏิบัติ และปัจจัยในการสร้างความสำเร็จหรือล้มเหลวของนโยบาย
 - 5.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- ซึ่งสามารถอธิบายรายละเอียดในแต่ละประเด็น ดังนี้

1. แนวคิดสิทธิมนุษยชน

ศรีประภา เพชรมีศรี (2548:305-332) กล่าวถึงแนวคิดสิทธิมนุษยชนไว้ว่าแนวคิดสิทธิมนุษยชนเป็นแนวคิดใหม่ ที่เกิดขึ้นเพียงหลังสงครามโลกครั้งที่ 1 สิทธิมนุษยชนหรือ Human rights ถือเป็นศัพท์ใหม่ หากเมื่อพิจารณาถลกลงไปจะพบว่า นักปราชญ์ตะวันตก เริ่มคิดถึงสิทธิและสิทธิธรรมชาติ (Natural rights) ตั้งแต่ศตวรรษที่ 13 ซึ่งต่อมา ได้รับการพัฒนาเป็นสิทธิมนุษยชนจากทั้งนักคิดเสรีนิยมและสังคมนิยม

1.1 หลักการพื้นฐานและแนวคิดสิทธิมนุษยชน

1.1.1 หลักการความเสมอภาค เสรีภาพ และการไม่เลือกปฏิบัติ

หลักการความเสมอภาค สิทธิและเสรีภาพ ตลอดจนการไม่เลือกปฏิบัติ ถูกกำหนดไว้ในปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชนของสหประชาชาติ ซึ่งปัจจุบัน คำเหล่านี้มีความหมายกว้างขวางครอบคลุมในหลายๆด้าน ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชนขององค์การสหประชาชาติได้ระบุไว้อย่างชัดเจนถึงเรื่องสิทธิมนุษยชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งหลักการความเสมอภาค เสรีภาพ และการไม่เลือกปฏิบัติ ทั้งยังต้องได้รับการคุ้มครองตามกฎหมาย โดยทุกประเทศที่ให้การรับรอง

ปฏิญญาดังกล่าวนี้ จำเป็นต้องนำไปปฏิบัติใช้ อย่างไรก็ตาม ความหมายของสิ่งเหล่านี้ มีขอบเขต กว้างขวางมากในสังคมยุคปัจจุบัน ซึ่งต่างไปจากยุคกรีก และยุคกลางของยุโรป แฟรงคลิน รูสเวลท์ (Franklin D.Roosevelt) อดีตประธานาธิบดีแห่งสหรัฐอเมริกา ยังได้ขยายความเรื่องเสรีภาพไว้ 4 ประการ คือ ในการแสดงออก การนับถือศาสนา จากความต้องการ และจากความกลัว

1.1.2 หลักการและแนวคิดสิทธิมนุษยชนในฐานะที่เกิดมาเป็นมนุษย์และสิทธิที่ได้รับ

ในคำประกาศเอกราชของสหรัฐอเมริกา และคำประกาศสิทธิมนุษยย์และพลเมืองของฝรั่งเศส และในหลักการของปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชนของสหประชาชาติ ได้วางแนวคิดพื้นฐานทางด้านสิทธิมนุษยชนว่า เป็นสิทธิแห่งความเป็นมนุษย์ และเป็นสิทธิที่ได้รับในฐานะมนุษย์ สิทธิมนุษยชนจึงมีองค์ประกอบหลัก 5 ประการ คือ 1. ผู้ทรงสิทธิหรือเจ้าของสิทธิ 2. สิทธิที่มีอยู่ คือสิทธิต่างๆ หลายด้าน 3. จะต้องได้รับการรับรองโดยสังคมหรือกฎหมาย 4. สิทธิและหน้าที่สัมพันธ์กัน และ 5. มีสิ่งที่อ้างอิงเพื่อเรียกร้องสิทธิได้ คือกฎหมาย

1.1.3 หลักการและแนวคิดเกี่ยวกับผู้ทรงสิทธิและผู้คุ้มครองสิทธิ

ทุกคนมีฐานะเป็นผู้ทรงสิทธิภายใต้เงื่อนไขที่มีอยู่ของแต่ละบุคคล รวมทั้งเงื่อนไขในความเป็นมนุษย์ รัฐหรือผู้มีอำนาจในรัฐ มีหน้าที่เคารพมาตรฐานสิทธิมนุษยชน และป้องกันมาตรฐานสิทธิมนุษยชน

ผู้ทรงสิทธิ (rights holder) ตามหลักการสิทธิมนุษยชน ก็คือคนทุกคนที่เป็นสมาชิกของสังคม ไม่ว่าจะอยู่ในฐานะใดในสังคมก็ตาม นักคิดหลายคนเสนอแนวคิดที่ว่า ผู้ทรงสิทธิมีเงื่อนไขของสิทธิตามลักษณะเฉพาะของแต่ละคน และสิทธิเหล่านั้นมีมาตรฐานที่ยอมรับกันในระดับระหว่างประเทศ รัฐ หรือผู้มีอำนาจในรัฐ มีหน้าที่สำคัญตามพันธกรณีนี้ คือ 1. เคารพมาตรฐานสิทธิมนุษยชน และ 2. การป้องกันมาตรฐานสิทธิมนุษยชน โดยต้องมีหลักประกันที่รัฐจะต้องทำหน้าที่ยกเว้น

1.1.4 หลักการและแนวคิดเกี่ยวกับความเป็นสากลและลักษณะเฉพาะ

สาระสำคัญเกี่ยวกับสิทธิมนุษยชนในกฎบัตรสหประชาชาติ ได้ก่อเกิดการถกกันอย่างกว้างขวางเกี่ยวกับหลักความเป็นสากล กับลักษณะเฉพาะของสิทธิมนุษยชน ในกฎบัตรสหประชาชาติได้สะท้อนถึงความเป็นสากลในการนำไปปรับใช้ของทุกประเทศ แต่มีผู้นำในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาหลายชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งบางชาติในเอเชีย ที่อ้างถึงลักษณะเฉพาะของสิทธิมนุษยชน ตามเหตุผลทางด้านประวัติศาสตร์ ศาสนา และวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน พร้อมกับเสนอแนวคิดว่าเป็นลักษณะ “คุณค่าเอเชีย” หรือ Asian Values ที่ไม่เหมือนกับตะวันตก และยังเป็นประเด็นที่หาข้อยุติไม่ได้

1.2 พัฒนาการแนวคิดสิทธิมนุษยชน

1.2.1 แนวคิดสิทธิธรรมชาติ

แนวคิดสิทธิธรรมชาติของตะวันตกมีมาตั้งแต่ยุคกรีกโบราณ อริสโตเติล(Aristotle) เป็นผู้ริเริ่มทฤษฎีกฎธรรมชาติ โดยให้ความสำคัญกับความยุติธรรมโดยธรรมชาติ เพียงแต่โดยธรรมชาติมนุษย์ไม่เท่าเทียมกัน นักคิดรุ่นต่อๆ มา ได้นำเสนอแนวคิดสิทธิธรรมชาติได้ต่อเนื่องมา รวมทั้ง โทมัส อควินาส (Thomas Aquinas) แต่มีเพียงบางนักคิดที่นำเสนอเรื่อง “สิทธิ” อย่างชัดเจน นับตั้งแต่ยุคแห่งแสงสว่างในยุโรป แนวคิดสิทธิธรรมชาติจึงถูกนำมาใช้อย่างกว้างขวางจนกลายเป็นพื้นฐานของสิทธิมนุษยชนในเวลาต่อมา (สมบัติ จันทรวงศ์, 2520 อ้างถึงใน ศรีประภา เพชรมีศรี, 2548:171)

1.2.2 แนวคิดสิทธิมนุษยชนในโลกตะวันตก – เสรีนิยมและสังคมนิยม

แนวคิดตะวันตกในยุคศตวรรษที่ 16 เริ่มท้าทายอำนาจของศาสนาจักร และสันตะปาปา นักคิดหลายคนเสนอแนวคิดสิทธิธรรมชาติ ซึ่งกลายเป็นพื้นฐานสิทธิมนุษยชนตะวันตก จนมีการออกประกาศกฎหมายรับรองไว้ในหลายประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งแนวคิดของสำนักเสรีนิยม แต่ก็ถูกโต้แย้งโดยนักคิดกลุ่มสังคมนิยม ที่ต้องการให้เกิดความเสมอภาคระหว่างคนมากขึ้น โทมัส ฮอบส์(Thomas Hobbes) เสนอแนวคิดการรับประกันในชีวิตของมนุษย์ทางด้านต่างๆ และคนได้เลือกแนวทางมอบอำนาจให้แก่ผู้มีอำนาจสูงสุดในรัฐ เพื่อรับประกันกับการคุ้มครองที่มีประสิทธิภาพ และแนวคิดนี้ก็กลายเป็นพื้นฐานสิทธิมนุษยชน จอห์น ลอคค์(John Locke) เป็นอีกคนหนึ่งในกลุ่มสำนักนักคิดเสรีนิยมที่เสนอแนวคิดสิทธิมนุษยชนว่า สิทธิปัจเจกชนจะได้รับการคุ้มครองอย่างเหมาะสมโดยรัฐบาลที่มีอำนาจ 3 ประการ คือ นิติบัญญัติ บริหาร และปกครองตนเอง รุสโซ่ ก็นำเสนอแนวคิดสิทธิในความเท่าเทียมกันทางการเมืองของคนในสังคม รวมทั้งนักคิดอื่นในแนวทางเสรีนิยมต่อๆ มา กลุ่มนี้เน้นเรื่องสิทธิในทรัพย์สินที่มีอาจจะเกิดขึ้นได้ อย่างไรก็ตาม กลุ่มนักคิดสังคมนิยมหลายคน เช่น คาร์ล มาร์ก(Karl Marx) และเฟรดริช อิงเงิลส์(Friedrich Engels) ได้ค้านแนวคิดเสรีนิยมว่า สิทธิในทรัพย์สินทำให้เกิดความไม่เท่าเทียมกันในสังคมเหตุนี้ ชนชั้นแรงงานจึงต้องปลดปล่อยตนเองจากการถูกขูดรีดโดยชนชั้นนายทุน

1.4 กระแสการเคลื่อนไหวเกี่ยวกับสิทธิมนุษยชนในสังคมไทย

รัฐธรรมนูญ พ.ศ.2540 ไม่ใช่ฉบับแรกที่บัญญัติรับรองสิทธิเสรีภาพของประชาชนคนไทย แต่ได้บัญญัติเกี่ยวกับสิทธิ เสรีภาพ และสิทธิมนุษยชนไว้อย่างกว้างขวางกว่าทุกฉบับที่ผ่านมา รวมทั้งจุดเด่นในการรับรองสิทธิชุมชนท้องถิ่นดั้งเดิม และการจัดตั้งกลไกคุ้มครองสิทธิมนุษยชน

โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การกำหนดให้มีคณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติขึ้นมาทำหน้าที่ในการคุ้มครองสิทธิมนุษยชนของคนไทยโดยตรง ซึ่งนับว่าเป็นการเกิดขึ้นเป็นครั้งแรกขององค์กรดังกล่าวนี้

จะเห็นได้ว่าแนวความคิดเรื่องสิทธิมนุษยชน สืบทอดแนวความคิดมาจาก "สิทธิตามธรรมชาติ" โดย "สิทธิมนุษยชน" มีพื้นฐานมาจากความต้องการของมนุษยชาติ เพื่อให้ทุกคนมีชีวิต มีเสรีภาพและความเป็นอยู่ที่ดีเยี่ยงอารยชน และทุกคนต้องได้รับสิทธิเสรีภาพเท่าเทียมกัน ในอดีตมนุษย์เป็นผู้ที่มีความกลัวอยู่ตลอดเวลา เช่น กลัวปรากฏการณ์ธรรมชาติ กลัวการไม่ได้รับความปลอดภัยในชีวิตร่างกายและทรัพย์สินตลอดจนกลัวความตาย เป็นต้น ดังนั้นมนุษย์จึงแสวงหาหลักประกันเพื่อความมั่นคงปลอดภัยให้กับตนเอง หลักประกัน ดังกล่าว ถือเป็นมาตรฐานขั้นต่ำที่คิดว่ามนุษย์ควรจะมีสิทธิอะไรบางอย่างที่มีหรือที่ได้มาโดยธรรมชาติพร้อมกับการเกิด ด้วยความเชื่อที่ว่ามนุษย์เกิดมาพร้อมกับความมีคุณค่า มีวิถีทางแห่งการดำเนินชีวิตเป็นของตนเอง มีความสามารถในการดำรงตนอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี ที่เหมาะสม อย่างสมศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ เรียกกันว่า เป็นสิทธิธรรมชาติ

หลักการสิทธิมนุษยชนนั้น สิทธิ เสรีภาพเป็นรากฐานของคุณค่าศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ถือเป็นเกณฑ์คุณค่า วัดระดับความก้าวหน้าของสังคมมนุษย์ ในกระบวนการพัฒนาเปลี่ยนแปลงเป็นอิสระจากอำนาจค้ำขี่ ครอบงำของเพื่อนมนุษย์ด้วยกันเอง

ประเทศไทยเรานั้น รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยที่ใช้กันมาในอดีต ได้กล่าวถึงสิทธิมนุษยชนไว้เป็นบางส่วน จนกระทั่งได้มีการประกาศใช้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 ซึ่งเป็นฉบับที่ได้เน้นเรื่องสิทธิมนุษยชนไว้ค่อนข้างจะสมบูรณ์ รัฐธรรมนูญฉบับ พ.ศ.2540 ได้เน้นย้ำในเรื่องสิทธิและเสรีภาพค่อนข้างมาก และย้ำว่าศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ สิทธิและเสรีภาพของบุคคลย่อมได้รับความคุ้มครองและโดยไม่คำนึงถึงแหล่งกำเนิด เพศ ศาสนา ตามมาตรา 4 และมีมาตราในหมวด 3 ว่าด้วยสิทธิและเสรีภาพของประชาชนไทยโดยเฉพาะ ซึ่งมีจำนวนถึง 40 มาตรา ย่อมแสดงให้เห็นแล้วว่ารัฐธรรมนูญของไทยฉบับ พ.ศ. 2540 ได้คำนึงถึงสิทธิมนุษยชนยิ่งกว่าครั้งใดๆ ในประวัติศาสตร์รัฐธรรมนูญไทย

ข้อเท็จจริงที่ปรากฏในสังคมไทยทุกวันนี้เป็นที่เห็นได้อย่างชัดเจนว่ามีความไม่เท่าเทียมกันในทางเศรษฐกิจ สังคม มีการปฏิบัติต่อคนบางกลุ่มในลักษณะที่ปราศจากการคำนึงถึงสิทธิขั้นพื้นฐานของความเป็นมนุษย์ที่เท่าเทียมกัน

สิทธิมนุษยชนคือสิทธิที่จะดำรงชีวิตอย่างมีศักดิ์ศรีแห่งความเป็นมนุษย์ และสิทธิแห่งชุมชนที่จะมีสิทธิตัดสินใจด้วยตนเอง เพื่อคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อมที่ดีที่สุด มีหลักประกันที่จะไม่ถูกเลือกปฏิบัติ และรัฐไม่มีสิทธิกำหนดนโยบายและตัดสินใจใดๆ ตามใจชอบ ทุกวันนี้ยังมี

การละเมิดสิทธิมนุษยชนในมิติต่างๆ อย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลกระทบจากนโยบายของรัฐ และการปฏิบัติของหน่วยงานรัฐ รวมทั้งยังมีกฎหมายที่ไม่เป็นไปตามรัฐธรรมนูญจำนวนมาก

อาจสรุปได้ว่า มนุษย์ทุกคนที่เกิดมาไม่ว่าจะต่างเพศ ผิวดำหรือขาว จะอาศัยอยู่ในประเทศใหญ่หรือเล็กที่เป็นเอกราชหรือยังมีได้ปกครองตนเองก็ตาม ย่อมมีสิทธิประจำตัวอันจะโอนให้แก่กันมิได้ สิทธิเหล่านี้เป็นสิทธิตามธรรมชาติและเกิดขึ้นจากสภาพธรรมชาติแห่งการเป็นมนุษย์ ซึ่งรัฐจะต้องรับรู้รับรองจะปฏิเสธเสียมิได้ เพราะเป็นสิทธิที่มีขึ้นเพื่อจำกัดขอบเขตอำนาจของรัฐที่มีอยู่เหนือบุคคล แม้ว่ารัฐมีอำนาจบังคับบัญชาบุคคลในรัฐของตนเพื่อคุ้มครองประโยชน์ส่วนรวมและยังสวัสดิภาพแก่ประชาชน แต่การที่รัฐจะใช้อำนาจของตนอย่างเด็ดขาด โดยไม่คำนึงถึงสิทธิมนุษยชนไม่ได้ ในปัจจุบันนี้เป็นที่ยอมรับกันแล้วว่าสิทธิมนุษยชนเป็นรากฐานแห่งเสรีภาพ ความยุติธรรม และสันติภาพในโลก การปฏิเสธสิทธิมนุษยชนจะก่อให้เกิดความไม่สงบ ความขัดแย้งทั้งกลุ่มชนในประเทศเดียวกันและในระดับระหว่างประเทศ

สิทธิมนุษยชน สิทธิในความเป็นมนุษย์ ท่านอาจารย์พุทธทาส เคยเรียกว่า สิทธิแห่งมนุษย์ชน หากพูดกันในเชิงทฤษฎี สิทธิมนุษยชน มีรากฐานมาจากลัทธิปัจเจกชนนิยม ที่เชื่อว่ามนุษย์ทุกคนเกิดมามีศักดิ์ศรี และศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ มีลักษณะเป็นนามธรรมที่หมายรวมถึงสิทธิ ตามธรรมชาติที่มนุษย์แต่ละคนต้องมี ดังนั้น สิทธิมนุษยชนจึงมีความหมายกว้าง และไม่จำกัดเฉพาะสิทธิบุคคลที่บัญญัติไว้ในกฎหมาย แต่เพื่อให้ศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์หรือสิทธิมนุษยชนมีการรับรองอย่างเป็นทางการ รัฐจึงต้องบัญญัติไว้ในรัฐธรรมนูญหรือกฎหมายต่าง ๆ ในลักษณะสิทธิเสรีภาพขั้นพื้นฐานและหรือสิทธิพลเมือง โดยนัยนี้สิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐาน จึงหมายความว่ารวมถึงสิทธิที่มนุษย์จะมีชีวิตอยู่อย่างมีศักดิ์ศรีซึ่งสิทธิดังกล่าว จะได้มีการบัญญัติไว้ในกฎหมายหรือไม่ก็ตาม

2. แนวคิดการคุ้มครองผู้บริโภค

แนวคิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค

สารี อ๋องสมหวัง(2551)ได้กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ดังนี้

1. การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในยุคแรก ๆ ภายใต้แนวคิด “ใช้เงินให้คุ้มค่า” (Value for Your Money) ผู้บริโภคจำนวนมากทั้งในอดีตและปัจจุบัน ยังมีความต้องการใช้เงินของตนเองอย่างคุ้มค่า เพื่อให้ได้สินค้าที่ดี ปลอดภัยราคาไม่แพงมากนัก โดยไม่ได้สนใจมากนักว่าสินค้า

นั้นมาจากกระบวนการผลิตแบบใด ใครเป็นผู้ผลิตและมีความรับผิดชอบต่อสังคมมากน้อยแค่ไหนอย่างไร ทำให้การดำเนินกิจกรรมและวิธีการทำงานในยุคนี้มักให้ความสำคัญกับการตรวจสอบคุณภาพ ของสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคได้ใช้ไป เช่น การทดสอบเครื่องซักผ้า รถยนต์ หรืออาหารต่าง ๆ เป็นต้น เพื่อจะบอกและให้ข้อมูลกับผู้บริโภคในการเลือกซื้อว่า “สินค้าใดดีกว่าสินค้าใด หรือราคาถูกกว่าและมีคุณภาพดีกว่า” ดังเช่น ปรากฏแนวทางในการทำงานคุ้มครองผู้บริโภคของหลายประเทศผ่านวารสารคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศต่าง ๆ เช่น วารสารวิช(WHICH) ของประเทศอังกฤษ วารสารช้อยส์ (CHOICE) ของออสเตรเลีย วารสารคอนซูเมอร์รีพอร์ต (CONSUMER REPORT)ของสหรัฐอเมริกา วารสารเทสต์(TEST)ของอินเดีย หรือวารสารฉลาดซื้อ สื่อเพื่อผู้บริโภค ของมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค ประเทศไทย แต่บางประเทศการดำเนินการด้านการทดสอบหรือการทดลองก็ยังทำได้ค่อนข้างจำกัดในปัจจุบัน เช่น ประเทศไทย หรือประเทศอินเดีย

2. ยุคที่สอง “ค่าของเงินและค่าของคน” (Value for Money and Also Value for People) ถือเป็นยุคของการผลักดันให้เกิดการบริโภคร่วมกันของผู้บริโภค เป็นตัวกำหนดคุณภาพทางสังคม ซึ่งกลุ่มผู้บริโภคโดยสหพันธ์องค์กรผู้บริโภคสากล(Consumers International) นายอันวาร์ ฟาซาล ประธานสหพันธ์ผู้บริโภคสากล ได้กล่าวไว้ว่า “พฤติกรรมซื้อแต่ละครั้ง คือการลงคะแนนให้กับตัวแบบทางเศรษฐกิจและสังคม รวมทั้งแบบแผนการผลิตสินค้าแบบใดแบบหนึ่ง ขณะที่ผู้ซื้อคำนึงถึงคุณภาพและประโยชน์ที่จะได้รับจากการบริโภคสินค้านั้น ผู้ซื้อจะต้องคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่แวดล้อมการผลิตสินค้านั้นด้วย นั่นคือ ผู้บริโภคต้องใส่ใจถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสภาพการทำงานในการผลิตสินค้านั้นขึ้นมา ผู้บริโภคมีความเกี่ยวข้องกับเงื่อนไขดังกล่าว ฉะนั้นจึงต้องรับผิดชอบต่อประเด็นนี้ด้วย” รวมทั้งเป็นกลไกสำคัญ ในการผลักดันการปฏิรูปเศรษฐกิจสังคมให้เอื้อต่อประโยชน์กับคนส่วนใหญ่ โดยรูปแบบการผลิตและการบริโภคนอกจากคำนึงถึงประโยชน์แล้วจะต้องคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและสังคมด้วย รูปแบบการทำงานและการรณรงค์ในต่างประเทศมีให้เห็นมากมาย เช่น การคัดค้านบริษัทผลิตนมกรณีปัญหานมผงสำหรับทารกในอดีต รูปแบบการรณรงค์ของเมืองไทยอาจเห็นได้จากการรณรงค์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม เช่น การไม่ใช้ผลิตภัณฑ์ที่ทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น โฟม การรณรงค์ไม่ดูหนังที่ทำลายเกาะมาหย่า ไม่ซื้อของของบริษัทผลิตนมเพราะใช้วัตถุพิษที่มาจากจีเอ็ม โอหรือการปฏิบัติแบบสองมาตรฐานของบริษัทนี้ในกรณีไม่ขายผลิตภัณฑ์ที่มีจีเอ็ม โอในกลุ่มประเทศสหภาพยุโรป(EU)และสวิสเซอร์แลนด์แต่ยื่นยันจะจำหน่ายใน ประเทศไทย

3.ยุคปัจจุบัน “ลดการบริโภค” (Sustainable Consumption & Consumer Life Style)

การเป็นผู้บริโภคสีเขียว(Green Consumers) มิใช่เป็นเพียงมองหาของสีเขียวไว้ใช้สอย แต่ที่สำคัญผู้บริโภคจะต้องประมาณการบริโภคและทราบว่าการบริโภคทุกอย่างส่งผลกระทบต่อทั้งตนเองและสังคม นั่นคือการบริโภคแต่เพียงสิ่งที่จำเป็นทำให้กิจกรรมที่ดำเนินการในยุคนี้มุ่งไปสู่เป้าหมายการบริโภคแต่พอเพียง การลดการบริโภค เช่น มีกลุ่มรณรงค์ให้มีวันหยุดซื้อของ(Day Buy Nothing Day) หรือการรณรงค์ของมูลนิธิสื่อของประเทศแคนาดาให้มีสัปดาห์หยุดดูโทรทัศน์ เพราะเชื่อว่าโทรทัศน์เป็นเครื่องมือของบริโภคนิยมที่ส่งเสริมให้เกิดการบริโภคแบบไร้ขีดจำกัด รูปแบบการรณรงค์ของเมืองไทย เช่น การลดการบริโภคน้ำจากขวดพลาสติก(ภาชนะบรรจุปิดสนิท) ของมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค เป็นต้น

3. สิทธิผู้บริโภคตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย

การคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคได้มีการกล่าวถึงและให้ความสำคัญมานานแล้ว โดยจากการศึกษา พบว่าระยะแรก เมื่อปี พ.ศ. 2512 ได้มีเจ้าหน้าที่ของสหพันธ์องค์การผู้บริโภคระหว่างประเทศ ซึ่งเป็น องค์การอิสระ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการเมือง จัดตั้งโดยสมาคมผู้บริโภค ของประเทศต่าง ๆ รวมตัวกันมีสำนักงานใหญ่ อยู่ที่กรุงเฮก ประเทศเนเธอร์แลนด์ ได้เข้ามาชักชวน องค์การเอกชนในประเทศไทยให้มีการจัดตั้งสมาคมผู้บริโภคนั้น เช่นเดียวกับประเทศอื่นๆ แต่ไม่ประสบความสำเร็จเนื่องจากองค์การเอกชนของประเทศไทยในขณะนั้นยังไม่พร้อมที่จะดำเนินงาน อย่างไรก็ตามสหพันธ์องค์การผู้บริโภคระหว่างประเทศ ก็ได้ยื่นข้อเรียกร้อง ได้ส่งเจ้าหน้าที่เข้ามาชักชวนอีกหลายครั้ง จนกระทั่งในครั้งที่ 3 องค์การเอกชนของประเทศไทยได้รับการชักชวน ได้จัดตั้งคณะกรรมการเพื่อการศึกษาปัญหา ของผู้บริโภคมีชื่อว่า กรรมการศึกษาและส่งเสริมผู้บริโภคใน ปี พ.ศ. 2514 และได้มีวิวัฒนาการเรื่อยมาในภาคเอกชน รวมทั้งได้ประสานงานกับภาครัฐบาล จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2519 รัฐบาลสมัย คึกฤทธิ์ ปราโมช เป็นนายกรัฐมนตรี ได้จัดตั้งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคขึ้นคณะหนึ่ง โดยมีรองนายกรัฐมนตรี พลตรีประมา อติเรกสาร เป็นประธานกรรมการชุดดังกล่าว ได้สลายตัวไปพร้อมกับรัฐบาลในยุคนั้นตามวิถีทางการเมือง รัฐบาลสมัยต่อมาซึ่งมีพลเอกเกรียงศักดิ์ ชมะนันทน์ เป็นนายกรัฐมนตรีได้เล็งเห็น ความสำคัญและความจำเป็นของการคุ้มครองผู้บริโภค จึงได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคขึ้นอีกครั้ง โดยมีรองนายกรัฐมนตรี นายสมภพ โหตะกิตย์ เป็นประธานกรรมการ การปฏิบัติงานโดยอาศัยอำนาจของนายกรัฐมนตรี และศึกษาหามาตรการถาวรในการคุ้มครองผู้บริโภค ทั้งในหลักทาง สารบัญญัติ และการจัดองค์กรของรัฐเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค จึงได้พิจารณาข่างกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภค และรัฐบาลได้นำเสนอต่อรัฐสภา มีมติเห็นชอบเป็นเอกฉันท์ให้เป็นกฎหมายได้ รัฐบาลจึงได้นำร่างขึ้นบังคับใช้ โดยมี พระบรมราช

โครงการโปรดเกล้าโปรดกระหม่อม ให้ตราเป็นพระราชบัญญัติ ได้ตั้งแต่วัน ทรงลงพระปรมาภิไธย เมื่อวันที่ 30 เมษายน 2522 และประกาศในราชกิจจานุเบกษา ฉบับพิเศษเล่มที่ 96 ตอนที่ 72 วันที่ 4 พฤษภาคม 2522 มีผลการใช้บังคับ ตั้งแต่วันที่ 5 พฤษภาคม 2522 เป็นต้นมา (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, 2550:1-3)

นอกจากนี้พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ยังถือได้ว่าเป็นกฎหมายของประเทศไทยที่มีการจัดตั้งหน่วยงานของรัฐขึ้นเพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคโดยตรง เพราะกิจการอื่นๆ บัญญัติขึ้นควบคุมผู้ประกอบการ เป็นการค้าคุ้มครองผู้บริโภคโดยทางอ้อม ผู้บริโภคจึงได้สิทธิในการฟ้องร้องผู้ประกอบการต่อศาลทางอาญาได้ ส่วนจะดำเนินการทางแพ่งก็เป็นภาระค่าใช้จ่ายมากทั้งผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่อยู่ในฐานะที่จะดำเนินคดีด้วยตนเองได้ วิธีดำเนินการตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้บัญญัติให้มีองค์กรที่มีอำนาจหน้าที่ตรวจตรา ดูแลและประสานงานการปฏิบัติงานของส่วนราชการต่างๆ ในการคุ้มครองแก่ผู้บริโภค รวมทั้งเป็นหน่วยงานที่ให้ผู้บริโภคได้ใช้บริการเมื่อถูกละเมิดสิทธิ

องค์กรของรัฐที่จัดตั้งขึ้นเพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคดังกล่าว ได้แก่

1. คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค มีนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน ตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีหน้าที่เป็นศูนย์กลางประสานงานเร่งรัดการปฏิบัติงาน และเร่งรัดดำเนินคดีของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

2. สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี ปฏิบัติงานด้านธุรการต่างๆ แทนคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ตลอดจนรับคำร้องเรียนจากผู้บริโภคเกี่ยวกับเรื่องที่ถูกละเมิดสิทธิ การร้องเรียนดังกล่าวผู้ร้องเรียนอาจร้องเรียนเป็นลายลักษณ์อักษร ตนเองหรือทางโทรศัพท์ก็ได้ แต่การร้องเรียนเรื่องซึ่งมีปัญหาซับซ้อน สำนักงานฯ จะสามารถทำการได้ต่อเมื่อผู้ร้องมาร้องเรียนด้วยตนเอง หรือมีหลักฐานข้อมูลอย่างเพียงพอ ในกรณีที่ผู้ร้องเรียน ไม่ร้องเรียนด้วยตนเอง

3. คณะกรรมการเฉพาะเรื่อง ได้แก่ คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา คณะกรรมการว่าด้วยฉลาก และคณะอนุกรรมการต่างๆ ซึ่งถูกแต่งตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 หรือตามมติของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค มีหน้าที่สอบสวนข้อเท็จจริงเสนอความเห็น และดำเนินการตามที่กฎหมายให้อำนาจไว้ หรือที่คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมอบหมาย

สิทธิของผู้บริโภค(สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค,2550:7-9)

สิทธิ หมายถึง ประโยชน์ที่กฎหมายรับรองและคุ้มครองให้ เช่น สิทธิที่จะอยู่อาศัย ในสิ่งแวดล้อมที่ถูกต้องลักษณะ ปราศจากสภาวะที่เป็นพิษ ตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมและ รักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยในการบริโภคอาหาร ตาม กฎหมายว่าด้วยอาหาร เป็นต้น

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ซื้อหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้ซึ่งได้รับการ เสนอหรือการชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจ เพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการ และหมายความรวมถึง ผู้ใช้สินค้าหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจโดยชอบ แม้มิได้เป็นผู้เสียค่าตอบแทนก็ตาม

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติ คุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 ได้บัญญัติสิทธิของผู้บริโภคที่จะได้รับความคุ้มครองตาม กฎหมาย 5 ประการ ดังนี้

1. สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้อง และเพียงพอเกี่ยวกับ สินค้าหรือบริการ ได้แก่สิทธิที่จะได้รับการโฆษณาหรือการแสดงฉลากตามความเป็นจริงและปราศจาก พิชัยแก่ผู้บริโภค รวมตลอดถึงสิทธิที่จะได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการอย่างถูกต้อง และเพียงพอที่จะไม่หลงผิดในการซื้อสินค้าหรือรับบริการโดยไม่เป็นธรรม
2. สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ ได้แก่ สิทธิที่จะเลือกซื้อสินค้า หรือรับบริการ โดยความสมัครใจของผู้บริโภค และปราศจากการชักจูงใจอันไม่เป็นธรรม
3. สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับ สินค้าหรือบริการที่ปลอดภัย มีสภาพและคุณภาพได้มาตรฐาน เหมาะสมแก่การใช้ ไม่ก่อให้เกิด อันตรายต่อชีวิต ร่างกายหรือทรัพย์สิน ในกรณีใช้ตามคำแนะนำ หรือระมัดระวังตามสภาพของ สินค้าหรือบริการนั้นแล้ว
4. สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับข้อสัญญา โดยไม่ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบการ
5. สิทธิที่จะได้รับการพิจารณา และชดเชยความเสียหาย ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับการ คุ้มครองและชดเชยค่าเสียหาย เมื่อมีการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคตาม ข้อ 1, 2, 3 และ 4 ดังกล่าว

หน้าที่ของผู้บริโภค

สิทธิของผู้บริโภคทั้ง 5 ประการ ตามที่กฎหมายได้บัญญัติไว้ จะได้รับผลเต็มที่ ต่อเมื่อผู้บริโภคได้ปฏิบัติตามคำแนะนำ ดังต่อไปนี้

1. ผู้บริโภคควรใช้ความระมัดระวังตามสมควร ในการซื้อสินค้าและบริการ เป็นต้นว่า ตรวจสอบการแสดงฉลาก ปริมาณ และราคา ว่ายุติธรรมหรือไม่ อย่าเชื่อถือ ข้อความโฆษณาโดยไม่พิจารณาให้รอบคอบ และหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับคุณภาพแหล่งกำเนิด และลักษณะของสินค้าว่าเป็นความจริงตามที่ได้โฆษณาไว้หรือไม่ ถ้ามีข้อสงสัยหรือไม่แน่ใจ ควรพิจารณาให้ถี่ถ้วนก่อน

2. การเข้าทำสัญญาผูกพันกันตามกฎหมายโดยการลงลายมือชื่อนั้น ผู้บริโภคต้องตรวจสอบความชัดเจนของภาษาที่ใช้ว่ารัดกุมและให้สิทธิแก่ผู้บริโภคครบถ้วนหรือไม่ตามที่ได้เจรจากันไว้ และสัญญามีเงื่อนไขข้อใดบ้างที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคถ้าสงสัย ในข้อกฎหมายใดหรือไม่แน่ใจในความชัดเจนของสัญญา ก็ควรปรึกษาผู้ที่มีความรู้ให้แน่ชัดเสียก่อน

3. ข้อตกลงต่าง ๆ ที่ต้องการให้มีผลบังคับ ควรทำเป็นหนังสือและลงลายมือชื่อผู้ประกอบธุรกิจด้วย

หน้าที่ของผู้บริโภคหลังซื้อสินค้าหรือบริการ

1. ผู้บริโภคมีหน้าที่ในการเก็บรักษาพยานหลักฐานต่างๆ ที่แสดงถึงการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคไว้ เพื่อทำการเรียกร้องตามสิทธิของตน พยานหลักฐานดังกล่าวอาจจะเป็นสินค้าที่แสดงให้เห็นว่ามีปริมาณหรือคุณภาพไม่เป็นไปตามมาตรฐานที่ระบุไว้ในฉลาก มีความสกปรกหรือเป็นพิษอาจเกิดอันตรายจากการใช้สินค้าหรือบริการนั้น ได้ควรจดจำสถานที่ซื้อสินค้าหรือรับบริการนั้นไว้ เพื่อประกอบการร้องเรียนด้วย

2. ในกรณีที่มีการทำสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรกับผู้ประกอบธุรกิจ ต้องเก็บเอกสารสัญญาต่าง ๆ รวมทั้งเอกสารโฆษณาและใบเสร็จรับเงินไว้ด้วย

3. เมื่อมีการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค ผู้บริโภคมีหน้าที่ในการดำเนินการร้องเรียนตามสิทธิของตนตามที่กล่าวมาแล้ว

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 กฎหมายดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อให้รัฐเป็นศูนย์กลางในการควบคุมผู้ประกอบการดำเนินการไปตามครรลองอันเที่ยงธรรม เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับสินค้าที่ปลอดภัยและเหมาะสม และยังเป็นการรวมพลังของผู้บริโภค ให้เกิดความสมดุลกับผู้ประกอบธุรกิจอีกด้วย

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 เป็นรัฐธรรมนูญฉบับแรก ที่ให้ความสำคัญของการคุ้มครองผู้บริโภค โดยบัญญัติถึงสิทธิของผู้บริโภคไว้ใน หมวด 3 สิทธิและ

เสรีภาพของชนชาวไทย มาตรา 57 ว่า “สิทธิของบุคคลซึ่งเป็นผู้บริโภคย่อมได้รับความคุ้มครอง ทั้งนี้ตามที่กฎหมายบัญญัติ...กฎหมายตามวรรคหนึ่งต้องบัญญัติให้มีองค์การอิสระ ซึ่งประกอบด้วย ตัวแทนผู้บริโภค ทำหน้าที่ให้ความเห็นในการตรากฎหมาย กฎ และข้อบังคับ และให้ความเห็นในการกำหนดมาตรการต่างๆเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค” และหมวด 5 แนวนโยบายพื้นฐานแห่งรัฐ มาตรา 87 บัญญัติว่า “รัฐต้องสนับสนุนระบบเศรษฐกิจแบบเสรีโดยอาศัยกลไกตลาดกำกับ ดูแลให้มีการแข่งขันอย่างเป็นธรรม คุ้มครองผู้บริโภคและป้องกันการผูกขาดตัดตอนทั้งทางตรงและทางอ้อม รวมทั้งยกเลิก และละเว้นการตรากฎหมายและกฎเกณฑ์ที่ควบคุมธุรกิจที่ไม่สอดคล้องกับความจำเป็นทางเศรษฐกิจ และต้องไม่ประกอบกิจการแข่งขันกับเอกชน เว้นแต่มีความจำเป็นเพื่อประโยชน์ในการรักษาความมั่นคงของรัฐ รักษาผลประโยชน์ส่วนรวม หรือการจัดให้มีสาธารณูปโภค” (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, 2550:7)

ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 ได้บัญญัติถึงสิทธิของผู้บริโภคไว้ในมาตรา 61 ว่า “สิทธิของบุคคลซึ่งเป็นผู้บริโภคย่อมได้รับความคุ้มครองในการได้รับข้อมูลที่เป็นความจริง และมีสิทธิร้องเรียน เพื่อให้ได้รับการแก้ไขเยียวยาความเสียหาย รวมทั้งมีสิทธิรวมตัวกันเพื่อพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค และให้มีองค์การ เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคที่เป็นอิสระจากหน่วยงานของรัฐ ซึ่งประกอบด้วย ตัวแทนผู้บริโภค ทำหน้าที่ให้ความเห็นเพื่อประกอบการพิจารณาของหน่วยงานของรัฐในการตรา และการบังคับใช้กฎหมายและกฎ และให้ความเห็นในการกำหนดมาตรการต่างๆ เพื่อคุ้มครองผู้บริโภค รวมทั้งตรวจสอบและรายงานการกระทำอันเป็นการคุ้มครองผู้บริโภค ทั้งนี้ให้รัฐสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินการขององค์การอิสระดังกล่าวด้วย” นอกจากนี้ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 ได้กำหนดให้รัฐคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายแก่ประชาชน ด้านเศรษฐกิจ ซึ่งประกอบด้วยภาคการผลิตและภาคการบริโภค จะเห็นได้จาก มาตรา 84(5) รัฐกำกับให้การประกอบกิจการมีการแข่งขันอย่างเสรีและเป็นธรรม ป้องกันการผูกขาดตัดตอนไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม และคุ้มครองผู้บริโภค (สำนักงานอัยการสูงสุด, 2551:1)

การละเมิดสิทธิผู้บริโภคเกิดขึ้นได้ โดยผู้ประกอบการธุรกิจบางราย พยายามทำให้สินค้าหรือบริการของตนได้รับความสนใจจากผู้บริโภคให้มากที่สุด จึงได้คิดวิธีการส่งเสริมการขายที่หลากหลายและซับซ้อน จนบางครั้งอาจทำให้เกิดการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคขึ้นได้ เช่น

การละเมิดสิทธิฯในด้านสัญญา โดยที่ผู้ประกอบการเป็นผู้ร่างสัญญา ซึ่งเป็นช่องทางที่สามารถกำหนดเงื่อนไขที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคได้

การละเมิดสิทธิในการรับซื้อข่าวสาร โดยขายสินค้าหรือบริการด้วยการโฆษณา หรือจัดทำฉลากสินค้าเป็นเท็จหรือเกินความจริง ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดจนทำให้ผู้บริโภคได้รับความเสียหาย

การละเมิดสิทธิในด้านความปลอดภัย โดยผู้ประกอบการธุรกิจบางรายที่เอาใจเอาเปรียบผลิตสินค้า หรือให้บริการที่ไม่ได้มาตรฐาน ไม่คำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภค

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดย (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 ได้บัญญัติสิทธิของผู้บริโภคที่จะได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย ซึ่งได้ระบุสิทธิที่ผู้บริโภค จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับสินค้าหรือบริการที่ ปลอดภัย มีสภาพและคุณภาพได้มาตรฐานเหมาะสมแก่การใช้ ไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อชีวิต ร่างกาย หรือทรัพย์สิน ในกรณีใช้ตามคำแนะนำหรือระมัดระวังตามสภาพของสินค้าหรือบริการนั้นแล้ว

4. แนวคิดนโยบายสาธารณะ การนำนโยบายไปปฏิบัติ และปัจจัยในการสร้าง ความสำเร็จหรือล้มเหลวของนโยบาย

4.1. แนวคิดนโยบายสาธารณะ

อิรา ชาร์เคนสกี (Ira Sharkansky, 1970 อ้างถึงในสมบัติ ชำรงชัญญวงศ์, 2548:5) ได้ให้ความหมายนโยบายสาธารณะ คือ กิจกรรมที่กระทำโดยรัฐบาล รวมทั้งข้อกำหนด และระเบียบ ในการควบคุม และกำกับการค้าเนินกิจกรรมของปัจเจกบุคคล และนิติบุคคลทั้งมวล ตลอดจน การดำเนินงานของหน่วยงานของรัฐ นโยบายสาธารณะยังหมายรวมถึง การเฉลิมฉลองของรัฐพิธี ต่างๆ นอกจากนี้ที่นโยบายสาธารณะจะครอบคลุมกิจกรรมภายในประเทศทั้งหมดแล้วยังครอบคลุม กิจกรรมต่างประเทศทั้งหมดอีกด้วย

โทมัส ดายน์ (Thomas R. Dye, 1984 อ้างถึงในสมบัติ ชำรงชัญญวงศ์, 2548:6) ให้ความหมายไว้ว่านโยบายสาธารณะ คือ สิ่งที่รัฐบาลเลือกจะกระทำหรือไม่กระทำ ในส่วนที่รัฐบาล เลือกที่จะกระทำจะครอบคลุมกิจกรรมต่างๆ ทั้งหมดของรัฐบาล ทั้งกิจกรรมที่เป็นกิจวัตร และ กิจกรรมที่เกิดขึ้นในบางโอกาส โดยสิ่งที่รัฐเลือกที่จะกระทำหรือไม่กระทำ อาจส่งผลกระทบต่อทั้ง ทางบวกและทางลบ

เจมส์ แอนเดอร์สัน (James E. Anderson, 1994 อ้างถึงในสมบัติ ชำรงชัญญวงศ์, 2548:8) ให้ทรรศนะเกี่ยวกับนโยบายสาธารณะ ไว้ว่า นโยบายสาธารณะ คือ ชุดของข้อเสนอของ

การกระทำซึ่งมีองค์ประกอบหลายประการ ได้แก่ ผู้กระทำหรือชุดของผู้กระทำที่จะต้องรับผิดชอบในการแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องของสังคม โดยมีจุดมุ่งหมายชัดเจนว่าสิ่งใดที่จะต้องกระทำให้สำเร็จ มิใช่สิ่งที่รัฐบาลเพียงแต่ตั้งใจจะกระทำหรือเสนอให้กระทำเท่านั้น

องค์ประกอบของความหมายนโยบายสาธารณะ (สมบัติ ชำรงธัญวงศ์, 2548:21)

1. เป็นกิจกรรมที่รัฐบาลเลือกที่จะกระทำหรือไม่กระทำ
2. เป็นการใช้อำนาจของรัฐในการจัดสรรกิจกรรมเพื่อตอบสนองค่านิยมของสังคม
3. ผู้มีอำนาจในการกำหนดนโยบายสาธารณะ ได้แก่ ผู้นำทางการเมือง ฝ่ายบริหาร ฝ่ายนิติบัญญัติ ฝ่ายตุลาการ พรรคการเมือง สถาบันราชการ ข้าราชการและประมุขของประเทศ
4. กิจกรรมที่รัฐบาลเลือกที่จะกระทำต้องเป็นชุดของการกระทำที่มีแบบแผนระบบและกระบวนการอย่างชัดเจน เป็นการกระทำที่มีการสานต่ออย่างสม่ำเสมอ และต่อเนื่อง
5. กิจกรรมที่รัฐบาลเลือกที่จะกระทำต้องมีเป้าหมาย วัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมาย เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนจำนวนมาก
6. เป็นกิจกรรมที่ต้องกระทำให้ปรากฏเป็นจริง มิใช่เป็นเพียงการแสดงเจตนารมณ์หรือความตั้งใจที่จะกระทำด้วยคำพูดเท่านั้น
7. กิจกรรมที่เลือกกระทำต้องมีผลลัพธ์ในการแก้ไขปัญหาที่สำคัญของสังคม ทั้งปัญหาความขัดแย้งหรือความร่วมมือของประชาชน
8. เป็นการตัดสินใจที่จะกระทำเพื่อผลประโยชน์ของประชาชนจำนวนมาก มิใช่การตัดสินใจเพื่อประโยชน์เฉพาะบุคคล และเป็นชุดของการตัดสินใจที่เป็นระบบมิใช่การตัดสินใจแบบเอกเทศ
9. เป็นการเลือกทางเลือกที่จะกระทำ โดยพิจารณาจากผลการวิเคราะห์ทางเลือกที่เหมาะสมที่สุด ทั้งทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม
10. เป็นกิจกรรมที่ครอบคลุมทั้งกิจกรรมภายในประเทศและระหว่างประเทศ
11. กิจกรรมที่รัฐบาลเลือกที่จะกระทำหรือไม่กระทำ อาจก่อให้เกิดผลทั้งทางบวกและทางลบต่อสังคม
12. เป็นกิจกรรมที่ขอบด้วยกฎหมาย

แอนเดอร์สัน (Anderson อ้างถึงในจุมพล หนิมพานิช, 2547:63) ได้ให้กรอบแนวคิดในกระบวนการนโยบายสาธารณะอย่างเป็นลำดับขั้นตอนไว้ 5 ขั้นตอน คือ

1. การก่อตัวของปัญหา นโยบาย (Problem Formation) ปัญหานั้นเป็นปัญหา สาธารณะหรือไม่ ปัญหานั้นเป็นวาระของรัฐบาลที่ต้องกระทำหรือไม่ โดยคำว่าปัญหาต้องพิจารณา ว่าเป็นปัญหาจริงหรือไม่ เพราะบางครั้งสิ่งที่เราคิดว่าเป็นปัญหา ความจริงอาจไม่เป็นปัญหาก็ได้
2. การก่อรูปนโยบาย (Formulation) ขั้นตอนนี้เป็นการกำหนดทางเลือกของ นโยบาย (policy alternatives) ว่ามีทางเลือกใดบ้างในการแก้ปัญหา และใครเป็นผู้มีส่วนร่วมในการ กำหนดนโยบาย หากทางเลือกมีหลายทางก็ต้องวิเคราะห์ข้อดีข้อเสียของแต่ละทางเลือกด้วย โดยใช้ เทคนิคการวิเคราะห์ต้นทุน-ผลประโยชน์ (cost-benefit analysis)
3. การตัดสินใจนโยบาย (Adoption) ในขั้นตอนนี้เป็นการตัดสินใจว่า ทางเลือก ต่าง ๆ ที่ได้วิเคราะห์ไว้แล้วจะตัดสินใจเลือกทางเลือกใดหรือนำทางเลือกใดไปบังคับใช้ และเป็น สิ่งที่ต้องการให้เป็นและใครจะเป็นผู้ตัดสินใจนโยบาย
4. การนำนโยบายไปปฏิบัติ (Implementation) เมื่อได้ตัดสินใจเลือกนโยบายที่ เห็นว่าดีที่สุดแล้ว ก็นำนโยบายที่เลือกแล้วไปปฏิบัติให้บรรลุผล และมีอะไรเป็นผลกระทบต่อ เนื้อหาของนโยบาย
5. การประเมินผลนโยบาย (Evaluation) โดยการวัดว่านโยบายมีประสิทธิผล หรือผลกระทบอย่างไรหลังจากนำนโยบายนั้นไปสู่การปฏิบัติ และใครจะเป็นผู้ประเมินผลนโยบาย อะไรคือผลที่ตามมาของนโยบายจากการประเมินผล

จะเห็นได้ว่านโยบายสาธารณะเป็นกิจกรรมใดๆ ที่รัฐเลือกกระทำ และไม่กระทำ แล้วส่งผลกระทบต่อประชาชนหรือมีผู้ได้รับผลกระทบ นอกจากนี้นโยบายสาธารณะยังมีลักษณะเป็นกระบวนการ ขั้นตอนที่ต่อเนื่อง ไม่หยุดนิ่ง และมีการประเมินผลในทุกกระบวนการของนโยบายเพื่อให้ นโยบาย เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล ประชาชนได้รับประโยชน์อย่างเป็นธรรม

4.2 การนำนโยบายไปปฏิบัติ

วอลเตอร์ วิลเลียม (Walter Williams ,1971:144 อ้างถึงใน สมบัติ ชำรงชฎวงศ์, 2548:398) ได้ให้ทรรศนะว่า การนำนโยบายไปปฏิบัติ คือ ความพยายามที่จะตัดสินใจความสามารถ ขององค์การในการรวบรวมคน และทรัพยากรในหน่วยงานหนึ่ง (a cohesive organizational unit) และกระตุ้นบุคลากรให้ปฏิบัติงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ

คาร์ล แวนฮอร์น และ โดนัลด์ แวน มีเตอร์ (Carl E. Van Horn and Donald S. Van Meter ,1976:103 อ้างถึงใน สมบัติ ชำรงชฎวงศ์, 2548:402) ได้ให้ทรรศนะเกี่ยวกับการนำนโยบายไป

ปฏิบัติว่า การนำนโยบายไปปฏิบัติครอบคลุมกิจกรรมทั้งหมดที่กระทำโดยรัฐบาลและเอกชน ทั้งปัจเจกบุคคลและกลุ่มบุคคล ซึ่งมีผลต่อการบรรลุความสำเร็จตามวัตถุประสงค์

ศุภชัย ยาวะประภาษ (2548:90) ได้สรุปความเห็นของนักวิชาส่วนใหญ่มักเห็นพ้องต้องกันเกี่ยวกับการนำนโยบายไปปฏิบัติในประเด็นที่สำคัญ 2 ประเด็นคือ ประเด็นแรกการนำนโยบายไปปฏิบัติเป็นกระบวนการ กล่าวคือ มีความต่อเนื่องไม่หยุดนิ่ง มีขั้นตอนในการดำเนินกิจกรรม ไม่ใช่กิจกรรมที่เกิดขึ้นชั่วคราวแล้วเลือนหายไปไม่ใช่กิจกรรมที่ยักขย่อน แต่เป็นกิจกรรมที่ต่อเนื่องไม่หยุดยั้งแต่ละขั้นตอนมีความสัมพันธ์กันตลอดเวลา และประเด็นที่สอง การนำนโยบายไปปฏิบัติเป็นการดำเนินการให้สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายของนโยบาย

วรเดช จันทรศร (2540:7) กล่าวว่า การนำนโยบายไปปฏิบัติเป็นเรื่องการศึกษาว่าองค์การที่รับผิดชอบสามารถนำ และกระตุ้นให้ทรัพยากรทางการบริหาร ตลอดจนกลไกที่สำคัญทั้งหมดปฏิบัติงานให้บรรลุตามนโยบายที่ระบุไว้หรือไม่ แค่ไหน เพียงใด หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งการนำนโยบายไปปฏิบัติให้ความสนใจเกี่ยวกับเรื่องของความสามารถที่จะผลักดัน ให้การทำงานของกลไกทั้งหมดสามารถบรรลุผลลัพธ์ที่ได้ตั้งเป้าหมายเอาไว้

จากวรรณกรรมข้างต้นเห็นได้ว่าการนำนโยบายไปปฏิบัติ จะมุ่งเน้นในส่วนของการศึกษาองค์กร หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ว่ามีวิธีการทำงาน และแนวทางการดำเนินงานตามหลักเกณฑ์ต่างๆที่ตั้งไว้นั้น องค์กรสามารถผลักดันให้นโยบายประสบผลสำเร็จได้มากน้อยเพียงใด

4.3 ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวในการนำนโยบายไปปฏิบัติ

ศุภชัย ยาวะประภาษ (2548:101-118) ได้ทบทวนผลงานทางวิชาการและได้รวบรวมปัจจัยกำหนดความสำเร็จหรือล้มเหลวของการนำนโยบายไปปฏิบัติ ได้แก่ ลักษณะของนโยบายนั้นๆ วัตถุประสงค์ของนโยบาย ความเป็นไปได้ทางการเมือง ความเป็นไปได้ทางเทคโนโลยี ความพอเพียงของทรัพยากร ลักษณะของหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ ทักษะของผู้ที่นำนโยบายไปปฏิบัติ กลไกภายในหน่วยงานหรือระหว่างหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ โดยมีรายละเอียดพอสังเขป ดังนี้

- ลักษณะของนโยบายนั้นๆ ได้แก่ ประเภทของนโยบาย ผลประโยชน์สัมพัทธ์ของนโยบายนั้นๆ ความสอดคล้องกับค่านิยมที่มีอยู่ ประสบการณ์ที่ผ่านมาและความต้องการของผู้ที่จะได้รับผลกระทบจากนโยบายนั้น ความเป็นไปได้ในการทดลองปฏิบัติ ความเห็นผลได้ของนโยบายนั้น และคุณภาพของการส่งข้อมูลย้อนกลับ

- วัตถุประสงค์ของนโยบาย ได้แก่ ความชัดเจนของวัตถุประสงค์ ความสอดคล้อง
 ต้องกันของวัตถุประสงค์ ความยากง่ายในการรับรู้วัตถุประสงค์ คำนึงถึงความสำเร็จของนโยบาย
 ความเที่ยงตรงของข่าวสารที่มีไปยังผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ

- ความเป็นไปได้ทางการเมือง ได้แก่ การเจรจาระหว่างรัฐกับเอกชน ความ
 สนับสนุนจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ผลกระทบของนโยบายที่มีต่อกลุ่มอาชีพที่มีอิทธิพล ความ
 สนับสนุนจากชนชั้นนำ การสนับสนุนจากสื่อมวลชน การสนับสนุนจากผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง

- ความเป็นไปได้ทางเทคโนโลยี ทางเทคนิคหรือทฤษฎี ได้แก่ การร่างนโยบาย
 ข้อเรียกร้องให้มีการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ ทฤษฎีที่เชื่อถือได้
 ลักษณะของเทคโนโลยี

- ความพอเพียงของทรัพยากร ได้แก่ ความสนับสนุนทางการเงิน กำลังและ
 คุณภาพของบุคลากร

- ลักษณะของหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ ได้แก่ ประเภทของหน่วยงาน
 โครงสร้างและลำดับชั้นการบังคับบัญชา ความสามารถของผู้นำ ความสัมพันธ์กับหน่วยงานที่
 กำหนดนโยบาย ลำดับชั้นของการสื่อสารแบบเปิด

- ทักษะของผู้ที่นำนโยบายไปปฏิบัติ ได้แก่ ทักษะที่มีต่อวัตถุประสงค์ของ
 นโยบาย ผลกระทบที่มีต่อวัตถุประสงค์ของนโยบาย ผลกระทบที่จะมีต่อพฤติกรรมของผู้นำ
 นโยบายไปปฏิบัติ ความขัดแย้งที่มีต่อค่านิยมของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ ผลกระทบที่มีต่องาน
 อื่นๆ คักคี่ศรี และผลประโยชน์ของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ

- ความสัมพันธ์ระหว่างกลไกภายในหน่วยงานหรือระหว่างหน่วยงานที่นำ
 นโยบายไปปฏิบัติ ได้แก่ จำนวนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวนจุดตัดสินใจ ความสัมพันธ์ดั้งเดิม
 การแทรกแซงของหน่วยงานระดับบน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ หรือล้มเหลวของการนำนโยบายใดๆ ไปปฏิบัติ จะม
 ความแตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพของนโยบาย สิ่งแวดล้อม ปัจจัยที่ได้กล่าวข้างต้น และ
 วิธีการนำนโยบายไปปฏิบัติ

จากการทบทวนแนวคิดนโยบายสาธารณะ และการนำนโยบายไปปฏิบัติข้างต้นจะ
 เห็นว่านโยบายสาธารณะมีความหมายที่กว้าง และสามารถครอบคลุมกิจกรรมต่างๆ ที่รัฐเลือก
 กระทำ และไม่เลือกกระทำ ซึ่งก็คือสิ่งที่ประชาชนได้รับผลกระทบ ทั้งด้านบวก และด้านลบ ไม่ว่าจะ
 จะเป็นการได้รับโดยตรงหรือทางอ้อม ล้วนเป็นผลจากการบริหารงานนโยบายสาธารณะจากภาครัฐ

โดยที่ผลสำเร็จจะเกิดขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ และประโยชน์สุขโดยรวมของประชาชน ได้มากน้อยเพียงใดนั้น กระบวนการขั้นตอนของนโยบายทุกขั้นตอนล้วนสำคัญ โดยเฉพาะการนำนโยบายไปปฏิบัติ จะต้องประกอบไปด้วยการบริหารที่ต้องใช้การจัดการที่ดี และรัดกุม อีกทั้งต้องคำนึงถึงปัจจัยในการกำหนดความสำเร็จและล้มเหลวของการนำนโยบายไปปฏิบัติ

การที่นโยบายไม่ประสบความสำเร็จ หรือการที่ยังคงพบสภาพปัญหาที่ต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น การศึกษาในขั้นการนำนโยบายไปปฏิบัติ เป็นขั้นที่ต้องพิจารณาว่าหน่วยงาน องค์กรมีการบริหารจัดการองค์กรอย่างไร ปัจจัยในการสร้างความสำเร็จหรือล้มเหลวของการนำนโยบายไปปฏิบัติ ได้แก่ ลักษณะของนโยบายนั้นๆ วัตถุประสงค์ของนโยบาย ความเป็นไปได้ทางการเมือง ความเป็นไปได้ทางเทคโนโลยี ความพอเพียงของทรัพยากร ลักษณะของหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ ทักษะคติของผู้ที่นำนโยบายไปปฏิบัติ กลไกภายในหน่วยงานหรือระหว่างหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ ก็จะทำให้ทราบว่าแนวทางนโยบายหรือการบริหารจัดการองค์กร การกำหนดแนวทางปฏิบัติจะต้องมีรูปแบบ ลักษณะใด และการสอบถามหรือการรับทราบความต้องการที่แท้จริงของแต่ละฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐ ผู้ค้า และประชาชน เพื่อให้ผลของนโยบายเกิดประโยชน์สูงสุด

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคที่รวบรวมได้มีดังนี้

วนิดา แก้วผณีกรังสี(2539:ง) ศึกษาเรื่องศักยภาพและความเป็นไปได้ของเทศบาลในการรับมืออบอำนาจการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านอาหาร พบว่าเทศบาลเป็นหน่วยงานที่ควรได้รับการกระจายอำนาจเพื่อดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านอาหารด้วยความสอดคล้องของภารกิจหลักของเทศบาลเองและโครงสร้างองค์กรที่มีหน่วยรองรับงานด้านนี้อยู่ และให้ข้อเสนอแนะด้วยว่าเทศบาลยังขาดแคลนอัตรากำลังที่จะดำเนินงานได้ทันทีอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นหน้าที่ของหน่วยงานส่วนกลางในการแก้ไขปัญหา ควบคู่ไปกับการสนับสนุนให้เทศบาลสามารถดำเนินงานไปได้อย่างราบรื่นและพัฒนางานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์

วินัย ตะลันท์(2545:1) กล่าวถึงปัญหาความปลอดภัยในอาหารนั้น เป็นปัญหาที่สะสมสืบเนื่องยาวนานทั้งเรื่อง สารเร่งเนื้อแดง สารตกค้างในผักและสินค้าที่จำเป็นในการบริโภค ระดับมาตรฐานอาหาร 2 มาตรฐาน ที่ไม่เท่าเทียมกัน ระหว่างอาหารที่ส่งขายนอกประเทศและภายในประเทศ เพราะอาหารที่ส่งออกจำหน่ายในต่างประเทศมีอัตรา การปนเปื้อนในอาหารน้อย

กว่า จำหน่ายในประเทศไทย ถึงแม้ว่าหน่วยงานที่ทำงานการคุ้มครองผู้บริโภคมีมาก แต่ขาดการประสานงานในการแก้ปัญหาให้กับผู้บริโภค และ ยังหาหน่วยงานหลักในการดำเนินงานในการบริหารไม่ได้ จึงไม่เกิดการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างแท้จริง ในขณะที่เดียวกันพฤติกรรม การบริโภคของผู้บริโภคอาหารปลอดภัยนั้นค่อนข้างต่ำ เนื่องจากขาดข้อมูลในการในการเลือกซื้อ การแก้ปัญหาที่ขึ้นอยู่กับนโยบายในการ ดำเนินการ ของรัฐ มากกว่า ควรมีการแก้กฎหมายให้หน่วยงานบางหน่วยงานมีสิทธิในการแก้ปัญหาอย่างแท้จริง เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้ผลมากกว่า การแยกย่อยให้เป็นหลายหน่วยงานในการรับเรื่องแต่ละกรณี และควรให้ความรู้กับผู้บริโภคมากขึ้น เพื่อให้ผู้บริโภค ได้ระวังและคุ้มครองตัวเอง เช่น กัน

นิตยา จันทโทภาสกร(2535:1) ได้ศึกษาความคิดเห็นของประชาชนในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลเกี่ยวกับผลปฏิบัติงานของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ในประเด็น ความรู้ความเข้าใจ ความคิดเห็น และความ ต้องการของประชาชนเกี่ยวกับผลการสรุปการปฏิบัติงานของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคที่ ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน โดยศึกษาในกลุ่มประชาชนผู้บริโภคทั่วไป ข้าราชการที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ผู้ประกอบธุรกิจ และนักเรียนระดับ มัธยมศึกษา พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ทราบว่ามีพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 คุ้มครองเรื่องการซื้อสินค้าและบริการ และสามารถร้องเรียนต่อสำนักงานคณะกรรมการ คุ้มครองผู้บริโภคได้ เมื่อได้รับความเดือดร้อนหรือไม่ได้รับความเป็นธรรมในการซื้อสินค้าหรือ บริการประชาชน ส่วนมากจะได้รับความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองทางโทรทัศน์ และส่วนใหญ่ไม่ได้ เป็นสมาชิกของสมาคม กลุ่ม ชมรม หรือองค์กรคุ้มครองผู้บริโภค ในส่วนที่ เกี่ยวกับการโฆษณา สินค้าและบริการนั้น ประชาชนส่วนใหญ่ทราบว่าสำนักงานคณะกรรมการ คุ้มครองผู้บริโภคเป็น หน่วยงานที่มีหน้าที่ควบคุมดูแลเกี่ยวกับการโฆษณาสินค้าและบริการที่เกิน ความเป็นจริงหรือ เป็นเท็จส่วนเรื่องฉลากสินค้า จะพิจารณาฉลากสินค้าก่อนตัดสินใจซื้อสินค้า ประชาชนส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ในด้านการซื้อสินค้านั้น รัฐควรเน้นที่จะคุ้มครองเรื่องสินค้า จำเป็นต่อชีวิตประจำวัน เช่น อาหาร ยาโรค เป็นอันดับแรก ส่วนในเรื่องการขายสินค้าควร คุ้มครองเรื่องการขายสินค้าเกินราคาและเรื่องสินค้าไม่ได้มาตรฐานเป็นอันดับแรก มีประชาชนเพียง ส่วนน้อยที่คิดจะไปร้องเรียนเมื่อไม่ได้รับความเป็นธรรมในการซื้อสินค้าและบริการ และมีความ เห็นว่าการส่งเจ้าหน้าที่ออกตรวจตราสอดส่องการขายสินค้าหรือบริการเป็นสิ่งที่ดี มี ประโยชน์ต่อประชาชนผู้บริโภค ประชาชนส่วนใหญ่ต้องการให้ตรวจสอดส่องเรื่อง แก๊สหุงต้ม สารพิษ รวมทั้งสินค้าประเภท พืช ผัก ผลไม้ ที่ตลาดสดเป็นอันดับแรก โดยให้ตรวจตราเดือนละ ครั้ง สำหรับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ความรู้เกี่ยวกับการ

คุ้มครองผู้บริโภคนั้น ส่วนใหญ่เห็นว่าควรรื้อประเภทโทรทัศนร์องลงมาคือ หนังสือพิมพ์สิ่งตีพิมพ์ และวิทยุกระจายเสียง โดยเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเรื่องสินค้าอันตราย เช่น สาร มีพิษ แก๊สหุงต้ม ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการปรับปรุงตัวบทกฎหมายที่ให้อำนาจหน้าที่ในการคุ้มครองผู้บริโภค นั้นประชาชนส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ควรมีการกำหนดรูปแบบมาตรฐานของหนังสือสัญญาใน การซื้อขายที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ควรกำหนดให้ข้อความที่ใช้ในการโฆษณาการจัดสรรที่ดิน และบ้านเป็นส่วนหนึ่งของสัญญา และควรมีการกำหนดวัน เวลาที่จะก่อสร้างให้แล้วเสร็จในสัญญาว่าจ้างก่อสร้าง และได้เสนอแนะแนวทาง ดังนี้

1. สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคควรจะประสานความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ในการสอดส่องพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับสินค้าและบริการและการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค
2. ควรจัดให้มีการณรงค์สิทธิผู้บริโภค และเน้นบทบาทการคุ้มครองตนเอง และแจ้งข่าวสารเพื่อประโยชน์ของสังคมส่วนรวมให้มากขึ้น
3. จัดการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคทางสื่อประเภทโทรทัศนร์ หนังสือพิมพ์ สิ่งตีพิมพ์ และวิทยุกระจายเสียง
4. พิจารณา ทบทวน และแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค
5. ส่งเสริมและสนับสนุนให้เจ้าหน้าที่ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคศึกษาความรู้เพิ่มเติม
6. ขออนุมัติตำแหน่งเจ้าหน้าที่ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเพิ่ม
7. ควรนำเทคโนโลยีใหม่ เช่น เครื่องไมโครคอมพิวเตอร์ และเครื่องโทรสาร (FAX) มาใช้ในหน่วยงาน
8. นำผลการวิจัยมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงการดำเนินงานและปรับปรุงตัวบทกฎหมาย เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนผู้บริโภค และดำเนินการวิจัยในเรื่องนี้ให้กว้างขวางยิ่งขึ้น ทั้งในแง่ภาคพื้นที่สำรวจวิจัย และกลุ่มประชากร เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของสำนักงาน และเพื่อกระตุ้นให้เกิดความตื่นตัวในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค

พิมพ์ฉันทนะสิลิ่งกูร (2550:1) ได้ศึกษาแนวทางในการพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคตามทัศนะของสาขาวิชาชีพที่ปฏิบัติงานเกี่ยวข้องกับการพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค เพื่อศึกษาความรู้ของสาขาวิชาชีพต่อแนวทางการพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคและศึกษาทัศนะของสาขาวิชาชีพต่อแนวทางในการพิทักษ์สิทธิ

ผู้บริโภครวมถึงกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับแนวคิดในการพิทักษ์สิทธิอยู่ในระดับมาก ในส่วนของทัศนคติต่อแนวทางในการพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคในระดับปัจเจกบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่าง เห็นด้วยในระดับมากในด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะในประเด็นที่ให้หน่วยงานที่เป็นตัวแทนผู้บริโภคต้องมีหน้าที่เผยแพร่ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างทั่วถึง และเห็นด้วยมากที่สุดในระดับที่ว่าการพิทักษ์สิทธิที่ทำให้ผู้บริโภคถูกละเมิดสิทธิมีน้อยลง คือ การเสริมสร้างความรู้ให้แก่ผู้บริโภค ทัศนคติต่อแนวทางในการพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคในระดับสังคม กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับปานกลางในด้านการสร้างเครือข่ายผู้บริโภค ด้านการเป็นตัวแทนผู้บริโภค และด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยเฉพาะในประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เห็นด้วยในระดับมาก คือ ประเด็นที่ว่า การบังคับใช้กฎหมายไม่สามารถทำได้เต็มที่ เนื่องจากกฎหมายไม่ได้ให้อำนาจไว้โดยตรง ควรมืองค์กรกลางในการกำกับดูแลการพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค โดยตรงทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ภาคประชาชนควรเข้ามามีบทบาทในการพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค โดยการตั้งชมรมและมูลนิธิต่างๆ การรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายผู้บริโภคจะทำให้ผู้บริโภคมีอำนาจในการต่อรองกับผู้ประกอบธุรกิจมากขึ้น

นอกจากนี้ยังได้เสนอแนะว่าควรมีนโยบายกระจายการให้บริการด้านการพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคให้ทั่วถึงทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค เสริมสร้างความรู้และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคให้ทั่วถึง ควรมีการแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวกับการพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค ส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มของภาคประชาชนในการพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค ระดับปฏิบัติควรมีการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการดำเนินงานในการพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค โดยลดขั้นตอนการทำงานเพื่อให้รวดเร็วขึ้น

งานวิจัยส่วนใหญ่จะมุ่งศึกษาถึงการรับรู้ในสิทธิผู้บริโภคและปัญหาในการปฏิบัติงานขององค์กรหลักที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค โดยจะพบว่า การส่งเสริมให้ประชาชนผู้บริโภครู้จักวิธีป้องกันสิทธิของตนเอง ไม่ให้ถูกเอาเปรียบจะเป็นแนวทางที่ดีที่สุดในการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในปัจจุบัน

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษา ค้นคว้าอิสระ เรื่อง การคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ครั้งนี้ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาการดำเนินงานคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ได้มีการกำหนดพื้นที่ศึกษาจากพื้นที่เขตราชเทวีและเขตพญาไท สำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง(purposive sampling) และโดยบังเอิญ (accidental sampling) รวมทั้งศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง ในการให้ได้มาซึ่งข้อมูลความเป็นมาของสิทธิผู้บริโภค ลักษณะความต้องการและปัญหาของสิทธิผู้บริโภคที่พบในเขตเมือง ตลอดจนการดำเนินงานของภาครัฐที่เกี่ยวข้องในการให้การคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคให้เป็นไปตามที่รัฐธรรมนูญให้การรับรอง สภาพความเป็นจริงของการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้น และเพื่อใช้ยืนยัน อ้างอิงแนวความคิดของผู้ศึกษา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา พิจารณาคัดเลือกโดยอ้างอิงถึง การแบ่งสำนักงานเขตของกรุงเทพมหานครออกเป็นกลุ่มเขต 12 กลุ่มเขต เมื่อ 1 ตุลาคม 2547 เพื่อการบริหารจัดการเมืองที่เป็นระบบตามนโยบายพัฒนาเมือง ตามพื้นที่และแบ่งกลุ่มเพื่อการพัฒนาตามศักยภาพหรือลักษณะเฉพาะของพื้นที่ต่างๆ ให้เป็นไปตามกรอบ และแนวทางที่สามารถนำไปปฏิบัติได้ทันที มีการประสานงานระหว่างเขตได้ดี ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงการแบ่งกลุ่มเขตของกรุงเทพมหานคร

พื้นที่	ชื่อกลุ่มเขต	สมาชิกกลุ่มเขต	ลักษณะพื้นที่
กท 1	กลุ่มรัตนโกสินทร์	พระนคร สัมพันธวงศ์ ป้อมปราบศัตรูพ่าย และเขตดุสิต	เขตอนุรัักษ์เมืองเก่ากรุงรัตนโกสินทร์ ศูนย์กลางบริหารราชการ (เขตดุสิต) ย่านธุรกิจ พาณิชยกรรมเฉพาะ (สำเพ็ง พาหุรัด เขาวราช โอบี) และแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และศิลปวัฒนธรรม

ตารางที่ 1 แสดงการแบ่งกลุ่มเขตของกรุงเทพมหานคร (ต่อ)

พื้นที่	ชื่อกลุ่มเขต	สมาชิกกลุ่มเขต	ลักษณะพื้นที่
กท 2	กลุ่มลุมพินี	ปทุมวัน บางรัก สาทร และวัฒนา	เขตศูนย์กลางธุรกิจ การค้า การบริการ และ การท่องเที่ยวระดับภูมิภาค
กท 3	กลุ่มวิภาวดี	จตุจักร บางซื่อ พญาไท ดินแดง ห้วยขวาง และราชเทวี	เขตเศรษฐกิจใหม่ แหล่งจ้างงาน ย่านการค้า บริการ และที่อยู่อาศัยหนาแน่นมาก
กท 4	กลุ่มเจ้าพระยา	คลองเตย บางคอแหลม ยานนาวา พระโขนง บางนา	เขตเศรษฐกิจใหม่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา รองรับ การขยายตัวของวงแหวนอุตสาหกรรม
กท 5	กลุ่มกรุงธนบุรี	ธนบุรี บางกอกใหญ่ คลองสาน บางกอกน้อย และบางพลัด	เขตอนุรักษ์เมืองเก่ากรุงธนบุรี แหล่งวิถีชีวิต ชุมชนดั้งเดิม และแหล่งท่องเที่ยวเชิง ประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรม
กท 6	กลุ่มตากสิน	ภาษีเจริญ จอมทอง และ ราษฎร์บูรณะ	เขตเศรษฐกิจการจ้างงานใหม่ และที่อยู่อาศัย หนาแน่นมากรองรับศูนย์คมนาคม (ศูนย์ตากสิน) ศูนย์ธุรกิจพาณิชย์กรรม และ ศูนย์ราชการของกรุงเทพมหานครด้านตะวันตก
กท 7	กลุ่มพระนคร เหนือ	บางเขน หลักสี่ ดอนเมือง สายไหม และลาดพร้าว	เขตที่อยู่อาศัยรองรับการขยายตัวของเมือง ด้านตะวันออกตอนเหนือ
กท 8	กลุ่มบูรพา	บางกะปิ คันนายาว วังทองหลาง บึงกุ่ม สะพานสูง และสวนหลวง	เขตที่อยู่อาศัยรองรับการขยายตัวของเมือง (Transition Zone) ด้านตะวันออกตอนใต้
กท 9	กลุ่มสุวินทวงศ์	คลองสามวาและหนองจอก	เขตเกษตรกรรมและที่อยู่อาศัยสภาพแวดล้อมดี
กท 10	กลุ่มศรีนครินทร์	ลาดกระบัง มีนบุรี และ ประเวศ	เขตศูนย์ชุมชนชานเมือง รองรับสนามบิน
กท 11	กลุ่มมหาสวัสดิ์	ทวีวัฒนา คลิ่งชัน บางแค และหนองแขม	เขตเกษตรกรรมและที่อยู่อาศัยสภาพแวดล้อม ผสมผสานพื้นที่เกษตรกรรม
กท 12	กลุ่มสนามชัย	บางขุนเทียน บางบอน และ ทุ่งครุ	เขตเกษตรกรรม อุตสาหกรรม ที่อยู่อาศัยและ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์

แหล่งที่มา: ประมวลข้อมูลจากสำนักผังเมือง กรุงเทพมหานคร

ผู้ศึกษาเลือกประชากรและกลุ่มตัวอย่าง โดยเลือกศึกษาในพื้นที่เขตราชเทวีและเขตพญาไท ซึ่งเป็นเขตในกลุ่มเขตวิภาวดี ด้วยลักษณะพื้นที่เป็นเขตเศรษฐกิจใหม่ แหล่งจ้างงาน ย่านการค้า บริการและที่อยู่อาศัยหนาแน่นมาก จึงน่าจะสามารถใช้เป็นตัวแทนที่ดีในการศึกษาการคุ้มครองสิทธิ ผู้บริโภคได้ เนื่องจากเป็นย่านการค้า ใจกลางเมือง มีประชาชนผู้บริโภคอาศัยอยู่อย่างหนาแน่น จึง ทำให้ความต้องการในด้านสิทธิผู้บริโภคมีความหลากหลายตามไปด้วย

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เลือกศึกษา แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

- 1) ภาครัฐ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค ได้แก่ ผู้บริหาร สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค 1 ราย ผู้บริหารสำนักงานเขตของ กรุงเทพมหานคร (เขตราชเทวีและเขตพญาไท) 2 ราย ผู้บริหารสำนักอนามัย กรุงเทพมหานคร 2 ราย เจ้าหน้าที่กรุงเทพมหานครที่ปฏิบัติงานเกี่ยวกับการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค จำนวน 10 ราย
- 2) ผู้ประกอบธุรกิจ ที่อาจเกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค ในพื้นที่เขตราชเทวีและพญาไท จำนวน 10 ราย
- 3) ประชาชนผู้บริโภค ที่ใช้บริการสินค้าเพื่อการบริโภคในพื้นที่เขตราชเทวีและพญาไท จำนวน 50 ราย
- 4) องค์กรภาคเอกชนที่มีการดำเนินการเพื่อพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค ได้แก่ ผู้บริหาร หรือผู้แทนมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค จำนวน 1 ราย

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก สอบถามความเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ และเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติ การสัมภาษณ์โดยเลือกตัวอย่างโดยบังเอิญ ศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง โดย ผู้ศึกษาเลือกใช้เครื่องมือในการศึกษา ดังนี้

จากประชากรกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด ทำการศึกษาโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก โดยเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง การสัมภาษณ์โดยเลือกตัวอย่างโดยบังเอิญ โดยแบ่งกลุ่มเป้าหมายในการสัมภาษณ์ ดังนี้

2.1 สัมภาษณ์เชิงลึกโดยเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง เลือกกลุ่มเป้าหมายภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ผู้บริหารกรุงเทพมหานคร และเจ้าหน้าที่ซึ่งนำนโยบายไปปฏิบัติ (สำนักอนามัย และสำนักงานเขต) เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลการดำเนินงานคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค และปัญหาอุปสรรคในการปฏิบัติงานของภาครัฐ ตลอดจนหน่วยงานภาคเอกชนที่มีบทบาทในการพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค ได้แก่ มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค

2.2 การสัมภาษณ์โดยเลือกตัวอย่างโดยบังเอิญ จากผู้บริโภคและผู้ประกอบธุรกิจ ในบริเวณที่ได้เลือกไว้ ในการให้ข้อมูลความต้องการ ความคาดหวังของผู้บริโภค และการมีส่วนร่วมในการพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค

2.3. การศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง ในการให้ข้อมูลความเป็นมาของสิทธิผู้บริโภค ลักษณะความต้องการและปัญหาของสิทธิผู้บริโภคที่พบในเขตเมือง ตลอดจนการดำเนินงานของภาครัฐที่เกี่ยวข้องในการให้การคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคให้เป็นไปตามรัฐธรรมนูญให้การรับรองสภาพความเป็นจริงของการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค ปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นและเพื่อใช้ยืนยันอ้างอิงแนวความคิดของผู้ศึกษา

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล จากเอกสาร บันทึกทางราชการ รายงานการประชุม คำสั่งทางราชการ กฎหมายต่างๆที่เกี่ยวข้อง รายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง วิทยานิพนธ์ รายงานการศึกษาวิจัย การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสัมภาษณ์โดยบังเอิญจากกลุ่มตัวอย่าง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลข้อมูลที่ได้จากการศึกษา เก็บรวบรวมข้อมูล โดยนำมาวิเคราะห์ตามเหตุผลทางวิชาการ และการนำเสนอผลการศึกษาโดยบทวิเคราะห์เชิงพรรณนา

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษา หัวข้อ การคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยเลือกตัวอย่างแบบจงใจ สอบถามความเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ การสัมภาษณ์โดยเลือกตัวอย่างโดยบังเอิญ โดยกำหนดพื้นที่การศึกษาในกรุงเทพมหานคร ในเขตราชเทวีและเขตพญาไท และศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง ได้มาซึ่งผลการศึกษา โดยกำหนดเป็นประเด็นในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

- 4.1 สิทธิผู้บริโภคตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 และการดำเนินงานของรัฐและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการให้ความคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค
- 4.2 ปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร
- 4.3 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของการนำนโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานครไปปฏิบัติ

ซึ่งสามารถอธิบายในรายละเอียด ดังนี้

- 4.1 สิทธิผู้บริโภคตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 และการดำเนินงานของรัฐและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการให้ความคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค
โดยในประเด็นสิทธิผู้บริโภคตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 นี้ จะนำเสนอในการสะท้อนภาพสิทธิผู้บริโภค ดังนี้
 - 4.1.1 สถานการณ์และรูปแบบของการบริโภค และสิทธิของผู้บริโภค
 - 4.1.2 ข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค
 - 4.1.3 การรับรู้สิทธิผู้บริโภคและการปกป้องสิทธิผู้บริโภค
 - 4.1.4 การดำเนินงานของรัฐและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการให้ความคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค

โดยมีรายละเอียดผลการศึกษา ดังนี้

4.1.1 สถานการณ์และรูปแบบของการบริโภคและสิทธิของผู้บริโภค

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีเศรษฐกิจแบบทุนนิยม ผู้เป็นเจ้าของสินค้าหรือให้บริการมีหลากหลายประเภท ดังนั้นการขายสินค้าหรือให้บริการต่างๆ อาจมีข้อบกพร่อง ซึ่งเจ้าของสินค้าหรือบริการอาจจะเจตนา หรือไม่เจตนา เช่น การปิดประกาศราคาสินค้าที่ไม่ตรงกับความเป็นจริง การโฆษณาสินค้าที่ทำให้ผู้บริโภคหลงเข้าใจผิดในสรรพคุณของสินค้า เป็นต้น ความสลับซับซ้อนของปัญหาผู้บริโภคก็มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ไม่ว่าจะเป็นช่องว่างความแตกต่างระหว่างผู้บริโภคในเมืองกับชนบท การละเมิดสิทธิผู้บริโภคของผู้ประกอบการบางราย เทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตสินค้า และการให้บริการ การส่งเสริมการขายที่มีรูปแบบหลากหลาย การขายตรงที่ไม่มีจริยธรรม ระบบกฎหมายผู้บริโภคที่ยังล่าช้า ประกอบกับกระแสหลักของโลกที่ให้ความสำคัญกับการบริโภค (Consumerism) นอกจากนี้พลังของผู้บริโภคในการดำเนินการแก้ไขปัญหาตนเอง และส่วนรวมยังไม่กว้างขวางมากนัก ตลอดจนศักยภาพของหน่วยงานที่ดำเนินงานด้านผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานของรัฐ หรือองค์กรพัฒนาเอกชนที่ทำงานเกี่ยวข้องกับผู้บริโภคมีไม่เพียงพอทั้งในแง่คุณภาพและปริมาณ เทียบกับสภาพเศรษฐกิจสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปในยุคข้อมูลข่าวสาร

ในส่วนของสถานการณ์ด้านสิทธิของผู้บริโภคมีแนวโน้มได้รับการเคารพ ส่งเสริม และคุ้มครองมากขึ้น เมื่อพิจารณาในด้านลายลักษณ์อักษร คือ มาตรา 57 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2540 เป็นการรับรองสิทธิของผู้บริโภคไว้อย่างชัดเจน และในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 ก็ยังคงให้ความสำคัญ โดยกำหนดไว้ในมาตรา 61 จากความสำคัญด้านการบริโภค มีการจัดตั้งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค แม้ว่าสิทธิผู้บริโภคมีแนวโน้มได้รับการส่งเสริมและคุ้มครองมากขึ้น แต่ในทางปฏิบัติยังคงมีการละเมิดสิทธิผู้บริโภคอยู่ และยังมีปัญหาสิทธิเสรีภาพของผู้บริโภคอีกหลายประการ เช่น ปัญหาผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าเอาเปรียบคู่สัญญา ปัญหาการฟ้องร้องดำเนินคดียุ่งยาก และซับซ้อน (สุวิทย์ วิจิตรโสภณ, สัมภาษณ์)

เดิมนั้นผู้บริโภคถือว่าเป็นผู้กำหนด ตลาด ชนิด และราคาของสินค้าและบริการต่อมา มีรัฐเป็นผู้ใช้อำนาจกำหนดรูปแบบ หรือพฤติกรรมของผู้ผลิตควบคู่กันไป แต่ในปัจจุบัน การเสนอขายสินค้าและบริการต่างๆ ต่อผู้บริโภคเป็นจำนวนมากและเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ มีกิจการของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดใหญ่ในลักษณะรวมกลุ่ม จึงก่อให้เกิดพลังทั้งทางเศรษฐกิจ การเมือง ซึ่งผู้ประกอบการค้าและผู้ประกอบการโฆษณา ได้นำวิชาการทางการตลาดและการโฆษณา โดยใช้วิธีการและเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการส่งเสริมการขายสินค้าและบริการ ซึ่งการกระทำดังกล่าวทำให้ผู้บริโภคตกอยู่ในฐานะและบริการ ที่เสียเปรียบ เพราะผู้บริโภค ไม่อยู่ในฐานะที่ทราบภาวะตลาด ผู้บริโภคไม่อาจทราบถึงคุณภาพ และแหล่งผลิตได้ทั่วถึง และความจริงที่เกี่ยวกับคุณภาพ และราคาของ

สินค้าต่างๆ ได้อย่างถูกต้องทันท่วงที นอกจากนั้นในบางกรณีแม้จะมีกฎหมายให้ความคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค โดยการกำหนดคุณภาพ และราคาของสินค้า หรือผู้ประกอบการโฆษณา เมื่อมีการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคย่อมจะเสียเวลาและค่าใช้จ่ายเป็นการไม่คุ้มค่า และผู้บริโภคจำนวนมากไม่อยู่ในฐานะ ที่จะสละเวลาและเสียค่าใช้จ่ายในการดำเนินคดีได้และในบางกรณีไม่อาจจะระงับ หรือยับยั้งการกระทำที่เกิดความเสียหายแก่ผู้บริโภค ได้ทันท่วงที เมื่อเกิดปัญหาขึ้นผู้บริโภคจึงตกอยู่ในสภาวะจำยอมและเสียเปรียบผู้ประกอบการตลอดมา

โดยผลสำรวจจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค พบว่าผู้บริโภคยังคงใช้เกณฑ์ในการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าโดยพิจารณาจากของแถม ของกำนัล หรือการจัดรายการส่งเสริมการขายต่างๆ ซึ่งชี้ให้เห็นส่วนหนึ่งว่าการใช้กลยุทธ์ของผู้ประกอบการโฆษณาเป็นสิ่งสำคัญ โดยเฉพาะการโฆษณาที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่าย เช่น วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น

นอกจากนี้ในด้านของการให้ความสำคัญในเรื่องของการอ่านฉลากข้อมูลสินค้าพบว่า ยังคงมีบางส่วนที่ละเลย ด้วยเห็นว่าเป็นสินค้าที่มีการโฆษณาทางโทรทัศน์ น่าเชื่อถือได้ระดับหนึ่ง และบางส่วนแย้งว่าดูเพียงเครื่องหมายรับรองคุณภาพสินค้า เช่น เครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารและยา (อ.ย.) หรือมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (ม.อ.ก.) เพราะเชื่อว่าหน่วยงานภาครัฐ ได้มีการตรวจสอบแล้ว โดยละเอียดหรือให้ความสำคัญไม่มากในการที่จะศึกษาถึงรายละเอียดของสินค้า และชื่อผู้ผลิตตลอดจนสถานที่ตั้งของสถานที่ผลิต ซึ่งเมื่อสอบถามว่าถ้าผลิตภัณฑ์มีปัญหาจะร้องเรียนได้ที่ใด ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ก็จะแย้งว่าสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) โดยคิดว่าเป็นหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐในการสืบหาต้นตอ สถานที่ผลิต เชื่อว่ามีกระบวนการหรือวิธีการดำเนินการอยู่แล้ว จึงไม่จำเป็นต้องดูรายละเอียดขนาดนั้น

ในส่วนของการร้องเรียน ตามสิทธิผู้บริโภค จากผลสำรวจของมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค พบว่า ในปี 2551 มีกรณีร้องเรียนทั้งหมด 2,382 ราย ปัญหาที่มีผู้ร้องเรียนมากที่สุดเป็นเรื่องปัญหาหนี้บัตรเครดิตและสินเชื่อส่วนบุคคล รวมทั้งหนี้ในระบบ ซึ่งเป็นปัญหาซ้ำซาก มีผู้มาร้องเรียนถึง 1,957 ราย โดยเรื่องนี้เป็นปัญหาสำคัญที่มีแนวโน้มว่า จะเพิ่มจำนวนผู้ร้องเรียนอย่างไม่หยุดยั้ง อันดับ 2 เป็นเรื่องคุณภาพบริการ เช่น ฟิตเนส โดยเฉพาะสถานบริการฟิตเนส มีการร้องเรียนเข้ามาสูงสุดในช่วงเดือน พ.ย.มากถึง 59 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.5 ในกรณีสถานบริการผัดเจ๊อ้นไขสัณฐานสำหรับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ เป็นกรณีที่ร้องเรียนเกี่ยวกับมาตรฐานเกี่ยวกับรถยนต์ อุปกรณ์เครื่องใช้ทางอิเล็กทรอนิกส์ เครื่องใช้ไฟฟ้า ที่ยังต่ำกว่ามาตรฐานหรือไม่เป็นไปตามที่มาตรฐานกำหนด เหล่านี้เป็นเรื่องที่ต้องยกมาตรฐานการผลิต รวมถึงอาหารและเครื่องดื่ม ยา ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ผลิตภัณฑ์ที่ซื้อขายผ่านช่องทางการขายตรง ทางอินเทอร์เน็ต ตัวแทนการขายตรง กระทั่งการทำธุรกิจเครือข่ายในลักษณะแชร์ลูกโซ่ นอกจากนี้ ยังมีปัญหาบริการทางการแพทย์

ความขัดแย้งระหว่างแพทย์กับคนไข้ ซึ่งสาเหตุมาจากการไม่มีความเท่าเทียมในระบบบริการ ทั้งระบบสวัสดิการข้าราชการ สิทธิในระบบประกันสุขภาพถ้วนหน้า ประกันสังคม การได้รับสิทธิประโยชน์ขั้นพื้นฐานหรือมาตรฐานในโรงพยาบาลเอกชนและโรงพยาบาลของรัฐ และปัญหาคลินิกเสริมความงามผิดกฎหมาย (สารี อ๋องสมหวัง,2551:2)

นอกจากนี้ข้อมูลจากมูลนิธิเพื่อผู้บริโภคร่วมกับสำนักวิจัยเอแบคโพล ในปี 2552 พบว่าบริการรถโดยสารสาธารณะ ถือเป็นบริการยอดเยี่ยมที่ได้รับการโหวตในอันดับต้นๆ และที่ผ่านมาจากงานวิจัยของศูนย์วิชาการเพื่อความปลอดภัยทางถนน มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ(มสช.) พบว่าในแต่ละปีมีอุบัติเหตุรถโดยสารสาธารณะเฉลี่ยปีละ 3,000 - 4,000 ครั้ง ซึ่งทางมูลนิธิเพื่อผู้บริโภคจะเข้าไปดูในเรื่องมาตรฐานความปลอดภัยของรถโดยสารสาธารณะทุกประเภท โดยเป็นแผนงานในปี 2553 นี้ เนื่องจากเป็นบริการที่มีประชาชนใช้บริการจำนวนมาก และมีปัญหาการร้องเรียนบ่อยซึ่งไม่เพียงแต่จะเข้าไปดูในเรื่องมาตรฐานรถและบริการเท่านั้น แต่จะดูถึงผู้ให้บริการ คือ ผู้ขับรถโดยสารสาธารณะที่พบว่ามักมีอาการ รุนแรง ฉุนเฉียว โดยเฉพาะรถสาธารณะที่เป็นบริการร่วมเนื่องจากมีปัญหาในเรื่องรายได้ ต้องแข่งขัน ซึ่งรัฐบาลอาจต้องเข้ามาสนับสนุนในเรื่องนี้ (สารี อ๋องสมหวัง,2552:2)

ในส่วนการร้องเรียนจากผู้บริโภคผ่านสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค จากสถิติการร้องเรียนพบว่า การร้องเรียนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นโดยในปี 2545 มีเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภค รวมจำนวน 4,537 ราย และในปี 2550 มีเรื่องร้องเรียนเพิ่มขึ้นเป็น 5,647 ราย หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 24.5 แต่เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2550 กับปี 2549 จะพบว่าจำนวนเรื่องร้องเรียนลดลงร้อยละ 17.0 ซึ่งอาจเนื่องจากการรณรงค์ให้มีการเคารพสิทธิผู้บริโภคมากขึ้น

โดยสรุปพบว่า สิทธิการคุ้มครองผู้บริโภคในปัจจุบัน ในโลกที่เป็นอยู่เราคงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะมีคนเอาเปรียบ คนที่มีความแข็งแรงในวิชาชีพ รายได้ ก็มักที่จะต่อสู้ได้ แต่สังคมไทยในปัจจุบันมีคนอยู่ในสภาพที่เรียกว่า หากไม่มีคนช่วยคงไม่สามารถรักษาสิทธิได้ ผู้บริโภคยังไม่รับรู้สิทธิผู้บริโภคของตนตามที่รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 อย่างทั่วถึง ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้า หรือบริการ โดยขาดความตระหนักในด้านการทำหน้าที่ของผู้บริโภคซึ่งจะได้กล่าวถึงในหัวข้อต่อไป

4.1.2 ข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 กฎหมายดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อให้รัฐเป็นศูนย์กลางในการควบคุมผู้ประกอบการดำเนินการไปตามครรลองอันเที่ยงธรรม เพื่อให้ผู้บริโภค

ได้รับสินค้าที่ปลอดภัยและเหมาะสม อีกทั้งยังเป็นการรวมพลังของผู้บริโภค ให้เกิดความสมดุลกับผู้ประกอบการอีกด้วย

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 เป็นรัฐธรรมนูญฉบับแรกที่ทำให้ความสำคัญของการคุ้มครองผู้บริโภค โดยบัญญัติถึงสิทธิของผู้บริโภคไว้ในมาตรา 57 ว่า “สิทธิของบุคคลซึ่งเป็นผู้บริโภคย่อมได้รับความคุ้มครองทั้งนี้ตามที่กฎหมายบัญญัติ” พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดย (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 ได้บัญญัติสิทธิของผู้บริโภคที่จะได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย ซึ่งได้ระบุสิทธิที่ผู้บริโภคจะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับสินค้าหรือบริการที่ปลอดภัย มีสภาพและคุณภาพได้มาตรฐานเหมาะสมแก่การใช้ ไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อชีวิต ร่างกายหรือทรัพย์สิน ในกรณีใช้ตามคำแนะนำหรือระมัดระวังตามสภาพของสินค้าหรือบริการนั้นแล้ว

ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 ได้บัญญัติถึงสิทธิของผู้บริโภคไว้ในมาตรา 61 ว่า “สิทธิของบุคคลซึ่งเป็นผู้บริโภคย่อมได้รับความคุ้มครองในการได้รับข้อมูลที่เป็นความจริง และมีสิทธิร้องเรียน เพื่อให้ได้รับการแก้ไขเยียวยาความเสียหาย รวมทั้งมีสิทธิรวมตัวกันเพื่อพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค และให้มีองค์การ เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคที่เป็นอิสระจากหน่วยงานของรัฐ ซึ่งประกอบด้วย ตัวแทนผู้บริโภค ทำหน้าที่ให้ความเห็นเพื่อประกอบการพิจารณาของหน่วยงานของรัฐในการตรา และการบังคับใช้กฎหมายและกฎ และให้ความเห็นในการกำหนดมาตรการต่างๆ เพื่อคุ้มครองผู้บริโภค รวมทั้งตรวจสอบและรายงานการกระทำอันเป็นการคุ้มครองผู้บริโภค ทั้งนี้ให้รัฐสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินการขององค์การอิสระดังกล่าวด้วย” นอกจากนี้ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 ได้กำหนดให้รัฐคุ้มครองสิทธิ และช่วยเหลือทางกฎหมายแก่ประชาชน ด้านเศรษฐกิจ ซึ่งประกอบด้วยภาคการผลิตและภาคการบริโภค จะเห็นได้จาก มาตรา 84(5) รัฐกำกับให้การประกอบกิจการมีการแข่งขันอย่างเสรี และเป็นธรรม ป้องกันการผูกขาดตัดตอนไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อมและคุ้มครองผู้บริโภค (อัยการสูงสุด,สำนักงาน:2551)

นอกจากนี้พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ยังถือได้ว่าเป็นกฎหมายของประเทศไทยที่มีการจัดตั้งหน่วยงานของรัฐขึ้นเพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคโดยตรง เพราะกิจการอื่นๆ บัญญัติขึ้นควบคุมผู้ประกอบการ เป็นการคุ้มครองผู้บริโภคโดยทางอ้อม ผู้บริโภคจึงได้สิทธิในการฟ้องร้องผู้ประกอบการต่อศาลทางอาญาได้ ส่วนจะดำเนินการทางแพ่งก็เป็นภาระค่าใช้จ่ายมากทั้งผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่อยู่ในฐานะที่จะดำเนินการคดีด้วยตนเองได้ วิธีดำเนินการตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้บัญญัติให้มีองค์กรที่มีอำนาจหน้าที่ตรวจตรา ดูแล และประสานงานการปฏิบัติงานของส่วนราชการต่างๆ ในการคุ้มครองแก่ผู้บริโภค รวมทั้งเป็นหน่วยงานที่ให้ผู้บริโภคได้ใช้บริการเมื่อถูกละเมิดสิทธิ

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

1. สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ได้แก่สิทธิที่จะได้รับการโฆษณาหรือการแสดงฉลากตามความเป็นจริง และปราศจากพิษภัยแก่ผู้บริโภค รวมตลอดถึงสิทธิที่จะได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการอย่างถูกต้องและเพียงพอที่จะไม่หลงผิดในการซื้อสินค้าหรือรับบริการโดยไม่เป็นธรรม
2. สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ ได้แก่ สิทธิที่จะเลือกซื้อสินค้าหรือรับบริการโดยความสมัครใจของผู้บริโภค และปราศจากการชักจูงใจอันไม่เป็นธรรม
3. สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับสินค้าหรือบริการที่ปลอดภัย มีสภาพและคุณภาพได้มาตรฐาน เหมาะสมแก่การใช้ ไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อชีวิต ร่างกายหรือทรัพย์สิน ในกรณีใช้ตามคำแนะนำหรือระมัดระวังตามสภาพของสินค้าหรือบริการนั้นแล้ว
4. สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับข้อสัญญาโดยไม่ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบธุรกิจ
5. สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับการคุ้มครองและชดเชยค่าเสียหาย เมื่อมีการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคตาม ข้อ 1, 2, 3 และ 4 ดังกล่าว

หน้าที่ของผู้บริโภค

สิทธิของผู้บริโภคทั้ง 5 ประการ ตามที่กฎหมายได้บัญญัติไว้ จะได้รับผลเต็มที่ต่อเมื่อผู้บริโภคได้ปฏิบัติตามคำแนะนำ และรับรู้ว่าหน้าที่ของผู้บริโภคอย่างครบถ้วนแล้ว

นอกจากนี้ยังมีกฎหมายมาช่วยคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค อีกหลายฉบับ โดยจะนำเสนอกฎหมายที่สำคัญ ได้แก่

ฉบับแรก คือ พระราชบัญญัติความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ.2551 ประกาศราชกิจจานุเบกษา เล่ม 125 ตอนที่ 36 ก วันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2551 เหตุผลในการตราพระราชบัญญัตินี้ คือ สินค้าในปัจจุบันไม่ว่าจะผลิตภายในหรือนำเข้ามาจากต่างประเทศมีกระบวนการผลิตที่ใช้ความรู้ทางวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีสูงขึ้นเป็นลำดับ การที่ผู้บริโภคจะตรวจพบว่าสินค้าไม่ปลอดภัย กระทำได้ยาก เมื่อผู้บริคนำสินค้าที่ไม่ปลอดภัย ไปใช้อาจก่อให้เกิดอันตรายต่อชีวิตร่างกาย สุขภาพอนามัย จิตใจ หรือทรัพย์สินของผู้บริโภคหรือนุคคล

อื่นได้ แต่การฟ้องคดีในปัจจุบันเพื่อเรียกร้องค่าเสียหายมีความยุ่งยาก เนื่องจากภาระในการพิสูจน์ถึงความจงใจหรือประมาทเลินเล่อในการกระทำผิดของผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าตกเป็นของผู้ได้รับความเสียหาย ตามหลักกฎหมายทั่วไป เพราะยังไม่มีกฎหมายให้ความคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับความเสียหายที่เกิดจากสินค้า โดยมีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบในความเสียหายของผู้ผลิตหรือผู้เกี่ยวข้องไว้โดยตรง จึงตรากฎหมายนี้ขึ้น โดยนำหลักความรับผิดชอบโดยเคร่งครัดมาใช้ อันจะมีผลให้ผู้เสียหายไม่ต้องพิสูจน์ถึงความไม่ปลอดภัยของสินค้า ตลอดจนได้รับการชดเชยค่าเสียหายที่เป็นธรรม กล่าวคือจะเป็นกฎหมายที่ให้สิทธิมากต่อผู้ที่บริโภค คนที่เป็นที่ผู้บริโภค นับในกรณีที่ซื้อสินค้า และสินค้าไปก่อนให้ผู้บริโภคได้รับความเสียหายต่อตนเอง ร่างกาย จิตใจ โดยสามารถจะได้รับการชดเชยความเสียหายได้มากขึ้น โดยการร้องเรียกค่าเสียหายเงินบ้ำง เป็นค่าสินไหมบ้ำง แต่มีกฎหมายใหม่ สามารถเรียกร้องค่าเสียหายต่อจิตใจ เช่น ในกรณีที่ซื้อสินค้าเครื่องสำอางมาใช้ และปรากฏว่าใบหน้าขึ้นตุ่มปวดแสบ ปวดร้อน ท่านผู้ที่เป็นผู้บริโภคสินค้า การได้รับเสียหายต่อร่างกาย เป็นเพราะจากการใช้สินค้าตัวนี้ และพิสูจน์ว่าใช้ตามฉลากทั้งหมดท่านจะได้รับความคุ้มครองทันที และคนที่ผลิตเครื่องสำอางนั้น จะต้องชดเชยค่าเสียหายนอกเหนือจากการเสียหายทางกาย แล้วจิตใจก็ทุกข์ ทรมาน ก็เรียกได้อีก ซึ่งเป็นกฎหมายใหม่ คนที่เป็นผู้ประกอบการหากจะหลุดพ้นความรับผิดชอบ จะต้องพิสูจน์ว่าเครื่องสำอางนั้นเป็นสินค้าที่ปลอดภัย และพิสูจน์ว่าผู้ที่ใช้สินค้านั้นใช้ไม่ตรงแบบตามฉลาก และถ้ามีความเสียหายพิสูจน์ พร้อมทั้งผู้ประกอบการพิสูจน์ได้ ก็จะหลุดพ้นผิดทันที กฎหมายใหม่มีอายุความมากขึ้น มีอายุ 3 ปี จากเดิมที่มีอายุเพียง 1 ปี และถ้าอายุความยังมีอยู่นั้นสามารถไปร้องเรียนกับ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้เจรจาชดเชยค่าเสียหาย (สุวิทย์ วิจิตรโสภณ, สัมภาษณ์)

แต่กฎหมายดังกล่าวนี้ก็มีผู้ให้ข้อคิดเห็นว่า “กฎหมายความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย(Product Liability: PL) นำกฎหมายของยุโรปมาเป็นตัวแบบ ซึ่งฐานคิดมาจากฐานคิดแบบอุตสาหกรรม ขณะนี้ประเทศไทย ต้องพึ่งพาการนำเข้ามาก ขณะที่ระดับของอุตสาหกรรมพึ่งอยู่ในระดับเริ่มต้นทำให้กฎหมายตัวนี้มีความไม่เหมาะสมอยู่มาก นอกจากนี้ปัญหาอสังหาริมทรัพย์ก็ไม่ได้ถูกรวมอยู่ด้วย อีกทั้งมาตรา 7(2) นั้น ยังคงเป็นปัญหาเนื่องจากระบุให้ความรับผิดชอบของผู้ประกอบการหมดไป เมื่อผู้บริโภครับรู้ และยอมรับจากการประกาศของผู้ประกอบการ” (จรัญ ภัคดิธนากุล, 2552:2)

ฉบับต่อมา คือ พระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551 สุวิทย์ วิจิตรโสภณ ให้รายละเอียดถึงพระราชบัญญัติดังกล่าวว่า “ในฐานะที่เรเป็นผู้บริโภคนั้น เราไม่ต้องจ้างทนายก็ได้ เราจะฟ้องคดีผู้บริโภค ที่เป็นผู้ประกอบการ ผู้ผลิต ผู้นำเข้า และเรามีความประสงค์เรียกร้องค่าเสียหาย ซึ่งเป็นคดีแพ่ง โดยผู้บริโภคมีสิทธิที่จะเดินไปพบพนักงานคดีที่ประจำศาลทุกจังหวัด

เช่น คดีของท่าน เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง เป็นคดีแรก เป็นคดีประวัติศาสตร์ กล่าวคือท่านไปใช้ท่าอากาศยานจังหวัดนครศรีธรรมราช ปรากฏว่ามีเครื่องตรวจสอบวัตถุระเบิดด้านนอก แต่ด้านในไม่มีท่านกังวลว่าคนที่เดินขึ้นเครื่องมีใครพกระเบิดไปหรือไม่ ทั้งนี้ด้านนอกมีตรวจวัตถุระเบิดแต่ด้านในไม่มี จึงเกรงว่าอาจจะเกิดระเบิดบนฟ้าหรือไม่ พอเครื่องลงถึงพื้นปลอดภัยแล้ว นั้นเป็นวันที่ 16 สิงหาคม 2551 ยังไม่มีพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภควัดกันไว้ แต่จะมีผลใช้บังคับวันที่ 24 สิงหาคม 2551 พอถึงวันที่ 25 สิงหาคม 2551 คุณเจิมศักดิ์เดินทางไปพบศาลแพ่ง เพราะค่าพิพาทเกิน 300,000 บาท ถ้าไม่เกิน 300,000 บาท ให้ไปที่ศาลแขวงก็ไปเล่าให้ฟังเจ้าพนักงานก็เขียนคำฟ้องให้ และมีอำนาจคุ้มครองชั่วคราวก่อนที่จะฟ้องด้วย ศาลก็สั่งให้ท่าอากาศยานจังหวัดนครศรีธรรมราชให้นำเครื่องตรวจวัตถุระเบิดมาติดตั้งไว้ด้านใน ปรากฏว่าคดีนี้ใช้เวลา 4 เดือน คุณเจิมศักดิ์ เรียกร้องค่าเสียหาย 4 ล้านบาท แต่ศาลตัดสินให้ 5 หมื่นบาท และผู้ประกอบการที่เป็นนกแอร์หลุด เพราะนกแอร์บอกว่าเขาไม่มีหน้าที่ถึงความปลอดภัย แต่คนที่ทำหน้าที่คือท่าอากาศยานนี้เป็นตัวอย่าง”

และในเรื่องกรณี ซานติกาพับ(santica) มีผู้เสียหายท่านหนึ่งไปใช้บริการสภานายความ ซึ่งสภานายความก็ฟ้องให้แล้ว ในสิ่งสำคัญที่สุดคือ คดี ซานติกาพับ (santica) ซึ่งเขาเอาสิทธิต่างๆ ที่จะได้มาฟ้องและเรียกผู้ที่เกี่ยวข้องมาเป็นจำเลย มีการสงวนสิทธิ ต่างๆ นี้นี้มากมาย สถานที่เช่นนั้น ควรจะมีการควบคุมความปลอดภัยของผู้บริโภคซึ่งเข้าไปใช้บริการ จะต้องมีการป้องกันอภัยภัย แต่กลับพบอีกว่ามีการดัดแปลงอาคาร สถานที่ไม่เหมาะสม ซึ่งเป็นการฝ่าฝืนกฎหมายที่มุ่งคุ้มครองเรื่องของความปลอดภัย หลักในทางแพ่งและพาณิชย์ ถือว่าใครฝ่าฝืนกฎหมายให้ถือว่าผู้นั้นเป็นผู้ผิด ซึ่งทั้ง 2 กฎหมายนี้มีผลบังคับใช้แล้วทั้งสิ้น (สุวิทย์ วิจิตร โสภ, สัมภาษณ์)

ปัจจุบันศาลได้ใช้พระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภคในการตัดสินคดี จากเดิมที่ศาลใช้กฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่งตัดสิน ตัวเลข ที่มีผู้ประกอบการฟ้องคดีร้อยละ 96 ผู้บริโภคฟ้อง ร้อยละ 4 ที่ดูมากนั้นเป็นคดีแพ่งปกติที่แยกฟ้องกันอยู่ในศาลแพ่ง เช่น คดีบัตรเครดิตที่ผู้ประกอบการฟ้องผู้ถือบัตร ซึ่งถือเป็นผู้บริโภค ศาลแพ่งก็ใช้กฎหมายใหม่มาตัดสินคดีแทนกฎหมายเดิมนั้น “ไม่ใช่ว่าเมื่อมีกฎหมายนี้แล้ว ทำให้ผู้ประกอบการแห่ฟ้องผู้บริโภคมากขึ้น ยืนยันว่า กฎหมายฉบับนี้มีประโยชน์ เพราะผู้บริโภคไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมฟ้องศาล ไม่ต้องจ้างทนายความ และหากไม่รู้หนังสือก็ฟ้องด้วยวาจา หรือปากเปล่าได้” (สรารุช เบญจกุล, 2552:3)

นอกจากกฎหมายต่างๆ ที่กล่าวข้างต้น ยังมีพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ.2545 และมีแก้ไขเพิ่มเติมออกเป็นพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2550 โดยเหตุผลในการประกาศใช้เนื่องจากผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้า หรือบริการปัจจุบันได้ใช้วิธีการทำตลาดในลักษณะที่เข้าถึงผู้บริโภค โดยการเสนอขายสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภคโดยตรง ณ

ที่อยู่อาศัยหรือสถานที่ทำงานของผู้บริโภค หรือของบุคคลอื่น หรือสถานที่อื่นที่ไม่ใช่สถานที่ประกอบการค้า โดยการอธิบายหรือสาธิตสินค้าผ่านผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรง การเสนอขายสินค้าหรือบริการดังกล่าว ทำให้ผู้บริโภคอยู่ในสภาวะที่ไม่สามารถตัดสินใจตกลงซื้อสินค้าหรือรับบริการได้อย่างอิสระและรอบคอบ นอกจากนี้ยังมีการประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าหรือบริการในลักษณะของการสื่อสารข้อมูล เพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการโดยตรงต่อผู้บริโภค เช่น โดยอาศัยสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ อินเทอร์เน็ต โดยมุ่งหวังให้ผู้บริโภคซึ่งอยู่ห่างไกลโดยระยะทางแสดงเจตนาตอบกลับเพื่อซื้อสินค้า หรือบริการดังกล่าว นั้น ซึ่งในกรณีนี้สินค้าหรือบริการดังกล่าวอาจไม่ตรงกับคำกล่าวอ้างตามที่ได้โฆษณาไว้ อีกทั้งการทำตลาดขายตรงและตลาดแบบตรงในปัจจุบันได้มีการชักชวน และจัดให้ประชาชนทั่วไปเข้าร่วมเป็นเครือข่ายในธุรกิจดังกล่าว โดยตกลงจะให้ผลประโยชน์ตอบแทนจากการหาผู้เข้าร่วมในเครือข่ายดังกล่าว ซึ่งคำนวณจากผู้เข้าร่วมเครือข่ายที่เพิ่มขึ้น อันมีลักษณะเป็นการหลอกลวงประชาชน การทำในลักษณะดังกล่าวทำให้ผู้บริโภคตกอยู่ในฐานะที่เสียเปรียบ ก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมและความไม่สงบสุขของสังคม โดยที่บทบัญญัติของกฎหมายเดิมนั้น ไม่สามารถให้ความคุ้มครองแก่ผู้บริโภคได้อย่างเพียงพอ

และยังมีการออกประกาศ ระเบียบ และคำสั่ง ขึ้นมารองรับตามสถานการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้น เช่น มีประกาศคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก 26 ประกาศ คำสั่งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ที่ 10/2552 ลงวันที่ 31 กรกฎาคม 2552 เรื่อง ห้ามขายสินค้าลวดดัดฟันแฟชั่น เป็นต้น โดยไม่ได้มีเพียงแต่กฎหมายที่ใช้โดยสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเท่านั้น ในมาตรา 21 ของพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้บัญญัติว่า ถ้ามีกฎหมายใด กำหนดเรื่องใดไว้เป็นการครบแล้ว ให้บังคับไปตามกฎหมายนั้นๆ เช่น เกี่ยวข้องกับเรื่องอาหาร ก็จะมีพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.2522 เป็นต้น (สุวิทย์ วิจิตรโสภณ, สัมภาษณ์)

ประเด็นสำคัญที่ทุกฝ่ายทั้งองค์กรภาครัฐ และเอกชนให้ความสำคัญ และร่วมผลักดัน คือ การเสนอร่างพระราชบัญญัติองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. เป็นพระราชบัญญัติที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ได้เสนอแยกออกจากร่างพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค(ฉบับที่ ...) พ.ศ. ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค โดยปรับปรุงจากร่างพระราชบัญญัติองค์การอิสระผู้บริโภค พ.ศ. ... ของสภานิติบัญญัติแห่งชาติ

เหตุผลในการตราพระราชบัญญัตินี้คือ เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคโดยให้มีองค์การเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคที่เป็นอิสระจากหน่วยงานของรัฐและเพื่อให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย มาตรา 61 โดยให้ประชาชนในฐานะผู้บริโภคมีส่วนร่วม ในการทำหน้าที่ให้ความเห็นเพื่อประกอบการพิจารณาของหน่วยงานของรัฐในการตรา และการบังคับ

เคลื่อนกฎหมายอีกหลายตัว อันรวมไปถึง กฎหมายอีก 2 ฉบับในปี 2551 คือ พระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค และ พระราชบัญญัติการรับผิดชอบจากการเสียหายอันเนื่องมาจากสินค้าและบริการ (Product Liability : PL) ซึ่งกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องรับผิดชอบต่อการแบกภาระการพิสูจน์ว่าสินค้า หรือบริการนั้น ปลอดภัยอย่างไร ผู้บริโภคไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย เพียงแต่ให้การว่าได้รับความเสียหายอย่างไร เพื่อเอื้อให้ผู้บริโภคศึกษาและปกป้องสิทธิของตนเองมากขึ้น

การร้องทุกข์ เมื่อไม่ได้รับความเป็นธรรม จากการซื้อสินค้าหรือบริการ ถือเป็นเรื่องที่ชอบธรรม ที่ผู้บริโภคควรกระทำ เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจใช้ความเสียหาย และเพื่อเป็นการลงโทษหรือปรามมิให้ ผู้ประกอบธุรกิจเอาเปรียบผู้บริโภค จากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารแหล่งข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับการเตรียมตัวของผู้บริโภค เพื่อจะมาร้องทุกข์นั้นพบว่า เป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญ หากเอกสารหลักฐานที่ผู้บริโภค นำมาไม่ครบถ้วน จะทำให้ผู้บริโภคเสียเวลา ในการยื่นเรื่อง รายละเอียดในการเตรียมเอกสารหลักฐานของผู้ร้องเรียน และการยื่นเรื่องร้องเรียนที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค แสดงในภาคผนวก ก

สถิติการปกป้องสิทธิผู้บริโภค

จากการศึกษาสถิติการร้องเรียนจากผู้บริโภค ผ่านสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคพบว่า การร้องเรียนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นโดยในปี 2545 มีเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภครวมจำนวน 4,537 ราย และในปี 2550 มีเรื่องร้องเรียนเพิ่มขึ้นเป็น 5,647 ราย หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 24.5 แต่เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2550 กับปี 2549 จะพบว่าจำนวนเรื่องร้องเรียนลดลงร้อยละ 17.0 ซึ่งอาจเนื่องจากการรณรงค์ให้มี การเคารพสิทธิผู้บริโภคมากขึ้น โดยเรื่องจากผู้บริโภคร้องเรียนมากที่สุดในปี 2550 คือ เรื่องเกี่ยวกับสัญญา/อสังหาริมทรัพย์ จำนวน 2,470 ราย รองลงมาคือ เรื่องเกี่ยวกับสินค้าและบริการทั่วไป จำนวน 2,046 ราย และเรื่องเกี่ยวกับโฆษณา จำนวน 1,131 ราย และจากสถิติการร้องเรียนของผู้บริโภคผ่านสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุขพบว่า การร้องเรียนทุกเรื่องมีแนวโน้มลดลง โดยในปี 2547 มีการร้องเรียนทั้งสิ้นจำนวน 1,519 เรื่อง ลดลงเหลือ 1,473 เรื่อง ในปี 2550 หรือลดลงร้อยละ 3.0 ทั้งนี้อาจเนื่องจากรัฐบาลให้ความสนใจในการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภครับรู้เรื่องสิทธิต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น ซึ่งเรื่องที่ถูกร้องเรียนมากที่สุดในปี 2550 คือ เรื่องเกี่ยวกับอาหาร จำนวน 868 เรื่อง หรือร้อยละ 58.9 ประเด็นที่มีการร้องเรียนเข้ามา มาก เช่น การโฆษณาอาหารไม่ได้ขออนุญาต โฆษณาเกินจริง ร้านค้าหรือ ห้างสรรพสินค้า จำหน่ายสินค้าหมดอายุ เครื่องดื่ม ไม่มี อย. สกปรก ผลิตอาหารไม่ชัดเจน ไม่ถูกต้อง เป็นต้น รองลงมาคือเรื่องเกี่ยวกับยา จำนวน 269 เรื่อง หรือร้อยละ 18.3 เกี่ยวกับเครื่องสำอาง จำนวน 146 เรื่อง หรือร้อยละ 9.9 และอื่น ๆ จำนวน 190 เรื่อง หรือร้อยละ 12.9

และจากการดำเนินงานที่ผ่านมาของศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค ได้มีส่วนส่งเสริมให้เกิดกลุ่มผู้บริโภคในลักษณะของกลุ่มปัญหาและกลุ่มตามพื้นที่ โดยผู้บริโภคที่รวมตัวกันตามลักษณะกลุ่มปัญหามีอยู่ 8 กลุ่ม คือ

- กลุ่มคนคอนโด
- กลุ่มผู้เสียหายจากการเคหะฯ
- กลุ่มเครือข่ายผู้เสียหายจากบริการสุขภาพ
- กลุ่มหนี้ในระบบ
- กลุ่มชมรมหนี้อัตโนมัติและสินเชื่อส่วนบุคคล
- กลุ่มโรคไต
- กลุ่มโรคหัวใจ
- กลุ่มโรคมะเร็ง

ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคมีกลุ่มทนายความอาสาเพื่อผู้บริโภค ที่ทำหน้าที่ให้ความช่วยเหลือทางด้านคดีและให้คำปรึกษาด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค ส่วนกลุ่มผู้บริโภคที่แบ่งตามพื้นที่ทำงานนั้น มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค ได้ส่งเสริมให้เกิดศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชนในพื้นที่จำนวนทั้งสิ้น 42 จังหวัด ทำหน้าที่รับเรื่องร้องเรียนและแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภคในพื้นที่ของตนเองและจังหวัดใกล้เคียง มีการพัฒนาศักยภาพร่วมกันระหว่างมูลนิธิฯและพื้นที่ ทั้งการจัดอบรมเทคนิคการรับเรื่องร้องเรียน การสอบสวนข้อเท็จจริง ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการทางกฎหมายเบื้องต้น เพื่อนำไปประยุกต์ใช้งานได้ ทั้งนี้ยังมีโครงการร่วมกันคือ โครงการศูนย์รับเรื่องร้องเรียนภาคประชาชน ในกิจการโทรคมนาคม ภายใต้การสนับสนุนของสถาบันคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการโทรคมนาคม ซึ่งโครงการนี้ตอบสนองต่อภาวะปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาที่เกิดจากการละเมิดสิทธิผู้บริโภคของธุรกิจโทรคมนาคมในหลายรูปแบบ หลากหลายเทคนิคกระบวนการ จนผู้บริโภคเองไม่เท่าทันต่อเล่ห์เหลี่ยมดังกล่าว รวมทั้งช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนมีจำกัด นอกจากนี้แล้ว ช่วงครึ่งปีหลังมูลนิธิเพื่อผู้บริโภคยังมีส่วนสนับสนุนการใช้สิทธิของผู้บริโภค ผ่านช่องทางของกระบวนการยุติธรรม นั่นคือการฟ้องร้องเป็นคดีผู้บริโภค โดยใช้พระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ.2551 ซึ่งประกาศใช้อย่างเป็นทางการ เมื่อวันที่ 23 สิงหาคม 2551 ดังจะเห็นได้จากผู้บริโภคที่เดือดร้อนจากบริษัทสัมพันธ์ประกันภัย จำกัด ทั้งผู้เสียหายในฐานะผู้เอาประกัน คู่กรณี ร่วมใจกันใช้กฎหมายนี้ฟ้องในศาลทั่วประเทศ ทั้งนี้จำนวนผู้ร้องที่มูลนิธิฯให้การสนับสนุน มีทั้งสิ้น 40 ราย ผู้เสียหายจากบริการสุขภาพ 4 ราย และจากกรณีอื่นๆอีกเป็นจำนวนมาก ปราบปรามการฉ้อโกงเกี่ยวกับการใช้สิทธิของผู้บริโภคยังปรากฏขึ้น อย่าง

ชัดเจนและต่อเนื่องในสังคมไทย สถิติการรับเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้นจากข้อมูลของ ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค ตั้งแต่เดือนธันวาคม 2550 - พฤศจิกายน 2551 ซึ่งแบ่งเป็นหมวดหมู่ได้ดังนี้

1. ปัญหาคุณภาพบริการ

- สถานบริการฟิตเนส เป็นกรณีร้องเรียนที่เข้ามาสูงสุด โดยเฉพาะในช่วงเดือน พฤศจิกายน 2551 เพราะทางสถานบริการกระหน่ำการโฆษณา ปรับเปลี่ยนโปรโมชั่นเพื่อดึงดูดใจ ลูกค้า แต่ปัญหาด้านการทำสัญญาที่ยังไม่มีการแก้ไขเปลี่ยนแปลง ผู้บริโภคสมัครแล้วไม่พึงพอใจ ไม่สามารถยกเลิกการใช้บริการได้

- ธุรกิจโทรคมนาคมเป็นกรณีร้องเรียนที่เข้ามาที่ศูนย์เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในช่วง เดือนกันยายน 2551 เป็นต้นมา เนื่องจากทางมูลนิธิเพื่อผู้บริโภคมีโครงการศูนย์รับเรื่องร้องเรียน ภาคประชาชน ในกิจการโทรคมนาคม กรุงเทพมหานคร ที่ทางมูลนิธิเพื่อผู้บริโภคร่วมกับ เครือข่ายดำเนินการโทรศัพท์ (การให้บริการจากเครือข่ายมือถือ) เช่นการเก็บค่าบริการเสริม อัตโนมัติทั้งบริการดูวง / SMS

2. ปัญหาเกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ เป็นกรณีร้องเรียนเกี่ยวกับ

- มาตรฐานเกี่ยวกับรถยนต์/อุปกรณ์เครื่องใช้ทางอิเล็กทรอนิกส์ / เครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นปัญหาไม่รู้จักที่เข้ามาร้องเรียนกับมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค ทั้งสินค้าที่แพงเกินจริง เสียแล้ว ไม่รับประกัน หรือรับประกันในบางชิ้นส่วนแต่เป็นชิ้นส่วนที่ไม่ชำรุดแทน โดยภาวะพิษณุ ภัยความเสียหายที่เกิดขึ้นก็เป็นหน้าที่ของผู้บริโภคเช่นเคย

- อาหารและเครื่องดื่ม / ยา / ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร / ผลิตภัณฑ์ที่ซื้อขายผ่านช่องทาง การขายตรง เช่นทาง Internet ตัวแทนขายตรง ผลที่ตามมาคือ ถูกหลอกหลวงทางด้านสรรพคุณ ราคา หรือกระทั่งการทำธุรกิจเครือข่ายในลักษณะแชร์ลูกโซ่

3. ปัญหาเกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์

- ที่อยู่อาศัย บ้าน / คอนโดกรณีที่อยู่อาศัย เช่น ชื้อบ้านยังไม่ได้บ้าน ปัญหานิติ บุคคลอาคารชุดและ บ้านจัดสรร หรือแม้กระทั่งการถูกขับไล่ออกจากบ้านของตนเองทั้งที่ชำระด้วย เงินที่เก็บมาทั้งชีวิต

4. ปัญหาเกี่ยวกับบริการสาธารณสุข

- บริการทางการแพทย์ (ร้องเรียนทางแพทย์) มาตรฐาน คุณภาพการบริการของ โรงพยาบาลรัฐ และเอกชน เช่น กรณีร้องเรียนเรื่องมาตรฐานของการให้บริการของโรงพยาบาล โดยเฉพาะกรณีคุณเย็นจิตร ไสรัตน์ ที่โรงพยาบาลทำให้ผู้บริโภคได้รับความเสียหายต้องทุพพลภาพ

ตลอดชีวิต ได้รับความเสียหายทางร่างกายและชีวิตและจิตใจ แล้วไม่ได้รับการชดใช้เยียวยา ต่อความเสียหายที่เกิดขึ้น

- อาหารที่มีสารพิษปนเปื้อน ผิดกฎหมายที่เกี่ยวกับความปลอดภัยทางอาหาร ทั้งนมผงเด็ก ผักผลไม้ เนื้อสัตว์ ที่ผลิตจากแหล่งที่ไม่ได้มาตรฐาน การตรวจสอบที่ไม่ถูกต้องตรงตามหลักวิชาการ

5. ปัญหาเกี่ยวกับประกันภัย

- ประกันวินาศภัย อาทิ กรณีสัมพันธ์ประกันภัยที่ขาดสภาพคล่องทางการเงินทำให้ไม่สามารถประกอบกิจการรับประกันภัย การจ่ายค่าสินไหมให้กับผู้เอาประกัน คู่กรณี จ่ายค่าซ่อมรถให้กับผู้คู่สัญญา หรือกระทั่งการจ่ายเงินค่าตอบแทนให้กับพนักงานของบริษัท

- ประกันชีวิต เป็นปัญหาที่ผู้บริ โภคถูกบริษัทประกันชีวิตบอกล้างสัญญาอย่างไม่เป็นธรรมกับผู้บริโภค เช่นผู้บริ โภคชำระเบี้ยมาแล้ว 2 ปี

6. ปัญหาเกี่ยวกับสาธารณูปโภค

- ถนน ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ โดยเฉพาะปัญหาเรื่องการประปา

7. ปัญหาเกี่ยวกับหนี้

- หนี้บัตรเครดิต และสินเชื่อส่วนบุคคล รวมทั้งหนี้ในระบบ เป็นกรณีร้องเรียนที่มีสถิติสูงสุดของมูลนิธิเพื่อผู้บริโภคซึ่งมีถึง 2,300 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.95 จากเรื่องร้องเรียนทั้งหมด โดยมีแนวโน้มว่าจะเพิ่มจำนวนผู้ร้องเรียนอย่างไม่หยุดยั้ง ประเด็นที่ร้องเรียนมามากจะเป็นเรื่องการติดตามทวงถามที่ไม่เป็นธรรมจากสถาบันการเงิน และมีใช้สถาบันการเงิน ซึ่งไม่มีหน่วยงานใดเข้ามาดูแลอย่างเข้มงวด

8. ปัญหาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม

- กลิ่นเหม็นของขยะพิษจากโรงงานอุตสาหกรรม ทั้งภายในและนอกประเทศ ที่ถูกขนมาทิ้งในชุมชน หรือเขตที่อยู่อาศัยของชาวบ้าน โดยที่ก่อให้เกิดความเดือดร้อนทั้งสุขภาพกายและสุขภาพจิตกลายเป็นแหล่งเสื่อมโทรมของประเทศชาติ เช่นการเข้ามาร้องเรียนที่มูลนิธิเพื่อผู้บริโภคของชาวบ้านจังหวัดสระบุรี ต่อกรณีบ่อขยะพิษขนาดใหญ่ เขตเตอร์ เวลด์ กรีน.

จากการศึกษาค้นคว้าในเรื่องการรักษาสิทธิและการปกป้องสิทธิผู้บริโภค พบว่า แม้จะมีผู้บริโภคบางส่วนที่ยังเพิกเฉย หรือละเลยในการพิทักษ์ ปกป้องสิทธิผู้บริโภค ด้วยเห็นเป็นเรื่องยุ่งยาก เสียเวลา แต่จากการส่งเสริม ให้ความรู้เรื่องสิทธิผู้บริโภคจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ทั้งภาครัฐและเอกชน ก็ทำให้ผู้บริโภคเห็นความสำคัญและปกป้องสิทธิของตนเองเพิ่มขึ้น ดังจะเห็นได้จากสถิติร้องเรียนต่างๆ ที่ปรากฏข้างต้น

4.1.4 การดำเนินงานของรัฐและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการให้ความคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค

ในส่วนนี้จะนำเสนอผลการศึกษาในการดำเนินงานคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคในส่วนของภาครัฐ ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้แก่องค์กรเอกชน ผู้ประกอบธุรกิจ รวมถึงผู้บริโภค โดยแบ่งเป็นประเด็นย่อยในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

- 4.1.4.1 บทบาทของภาครัฐในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค
- 4.1.4.2 บทบาทขององค์กรเอกชนในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค
- 4.1.4.3 บทบาทของผู้ประกอบธุรกิจในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค
- 4.1.4.4 บทบาทของผู้บริโภคในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคด้วยตนเอง โดยมีรายละเอียดในแต่ละประเด็น ดังนี้

4.1.4.1 บทบาทของภาครัฐในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค

ในประเทศไทยนั้นมีหน่วยงานที่มีการดำเนินการ และเคลื่อนไหว เกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคมากมาย ทั้งในส่วนของภาครัฐ และเอกชน เช่นหากมีปัญหาผลิตภัณฑ์อาหาร ยา เครื่องสำอาง เครื่องมือแพทย์ วัตถุเสพติด วัตถุมีพิษ ผู้รับผิดชอบคือ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา หากไม่ได้รับความเป็นธรรม ด้านการรักษาพยาบาล หรือบริการของแพทย์ ผู้รับผิดชอบคือสำนักงานแพทย์สภา ปัญหาบริการสถานพยาบาลเอกชน (คลินิกลดความอ้วน โพลีคลินิก โรงพยาบาลเอกชน) ผู้รับผิดชอบคือกองประกอบโรคศิลปะ กระทรวงสาธารณสุข ปัญหาเกี่ยวกับราคาสินค้า การกักตุนสินค้า ไม่คิดป้ายราคา มาตราชั่ง ตวง วัด คุณภาพน้ำมันเชื้อเพลิง น้ำมันหล่อลื่น ผู้รับผิดชอบคือกรมการค้าภายใน เกี่ยวกับพานิชอิเล็กทรอนิกส์ ผู้รับผิดชอบคือกรมพัฒนาธุรกิจการค้า การประกันภัยประเภทต่างๆ ผู้รับผิดชอบคือ กรมการประกันภัย คุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ ผู้รับผิดชอบคือสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สอบถาม ร้องเรียน การอนุญาตจัดสรรที่ดิน ผู้รับผิดชอบคือกองควบคุมธุรกิจที่ดิน กรมที่ดิน คดีด้านเศรษฐกิจ ผู้รับผิดชอบคือกองบังคับการปราบปรามอาชญากรรมทางเศรษฐกิจและเทคโนโลยี ด้านการท่องเที่ยว ผู้รับผิดชอบคือสำนักงานตำรวจท่องเที่ยว ด้านการขนส่งมวลชน ผู้รับผิดชอบคือศูนย์รับเรื่องร้องเรียน ขนส่งมวลชน กรุงเทพฯ และกระทรวงคมนาคม ไม่ได้ได้รับความเป็นธรรมด้านการปกครอง ผู้รับผิดชอบคือ กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย เป็นต้น การศึกษาสิทธิผู้บริโภคตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 โดยศึกษาในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จะได้ยกหน่วยงานต่างๆขึ้นมาเสนอเพียงบางส่วน เพื่อให้เข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ของภาคส่วน

ต่างๆ ตลอดจนการนำนโยบายไปปฏิบัติ เพื่อศึกษาปัจจัยกำหนดความสำเร็จและล้มเหลวของการนำนโยบายไปปฏิบัติต่อไป

ในส่วนของภาครัฐจะนำเสนอในส่วนของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค และกรุงเทพมหานคร ดังมีรายละเอียด ดังนี้

1) สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.)

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) เป็นหน่วยงานซึ่งมีฐานะเทียบเท่ากรมสังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี ตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 มีอำนาจหน้าที่ในการ กำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจมิให้ประกอบธุรกิจที่เป็นการละเมิดสิทธิผู้บริโภค และประสานการปฏิบัติงานของส่วนราชการต่างๆ เพื่อให้ความคุ้มครองผู้บริโภครวมทั้งเป็นหน่วยงานที่ให้ผู้บริโภคได้ใช้สิทธิร้องเรียน เพื่อขอให้ได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย เมื่อถูกผู้ประกอบการละเมิดสิทธิ

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค มีการดำเนินงานภายใต้วิสัยทัศน์ ที่ว่า “สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นหน่วยงานกลางในการดำเนินการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค เป็นศูนย์กลางข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค โดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้บริโภค เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประโยชน์สูงสุดอย่างโปร่งใส เป็นธรรม”

โดยมีการบังคับใช้กฎหมายอย่างเป็นธรรมและโปร่งใส เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้บริโภค การสร้างเครือข่ายผู้บริโภค และประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน การเผยแพร่ความรู้เพื่อสร้างจิตสำนึกให้ผู้บริโภครู้จักปกป้องและรักษาสิทธิของตนเอง และพัฒนากฎหมายและนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้ทันต่อเหตุการณ์(รายละเอียดการดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคแสดงไว้ในภาคผนวก ข)

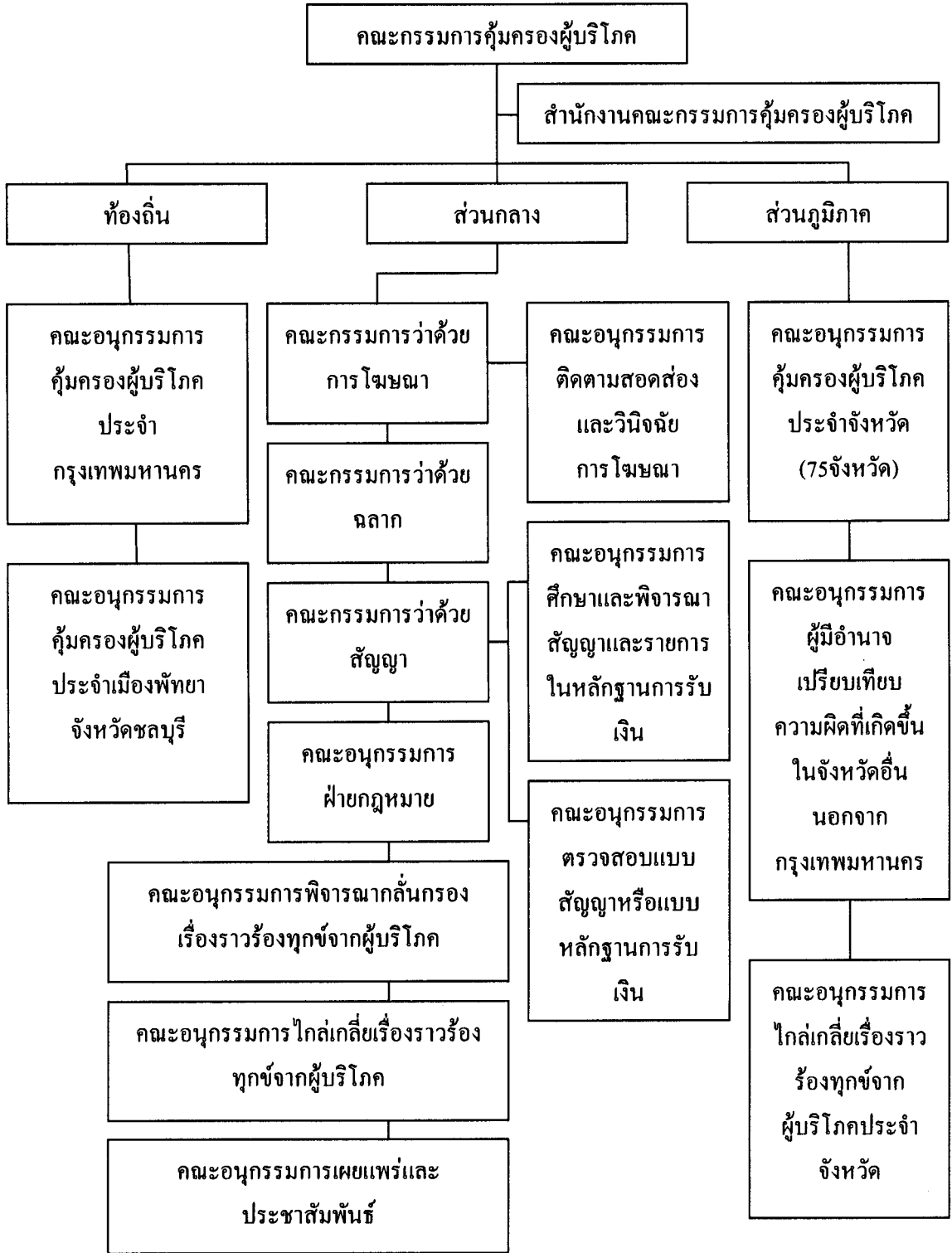
ในส่วนของ การขับเคลื่อนดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งองค์กรของรัฐที่จัดตั้งขึ้น เพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค ตามที่กฎหมายบัญญัติไว้ได้แก่

1. คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
2. คณะกรรมการเฉพาะเรื่อง ได้แก่
3. คณะอนุกรรมการซึ่งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคและคณะกรรมการเฉพาะเรื่องแต่งตั้ง

4. สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (The Office Of The Consumer Protection Board) เนื่องจากพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 เป็นกฎหมายที่มีผลบังคับใช้ทั่วราชอาณาจักร ในแต่ละจังหวัดจะมีองค์กรที่แต่งตั้งโดยคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อทำหน้าที่ในการ คุ้มครองผู้บริโภคตามพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าว รวม 2 องค์กร ได้แก่ คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด (75 จังหวัด) และ คณะอนุกรรมการผู้มีอำนาจเปรียบเทียบความผิดที่เกิดขึ้นในจังหวัดอื่นนอกจากกรุงเทพมหานคร

องค์กรต่างๆที่ได้มีการจัดตั้งขึ้นเพื่อคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค นั้น จะเห็นว่ามี การแบ่ง ความรับผิดชอบ การทำงานในลักษณะของพื้นที่ และการคุ้มครองสิทธิตามที่กฎหมายบัญญัติไว้ สายการบังคับบัญชาไม่ชัดเจน มีการทำงานในลักษณะงาน ผากจุดตัดสินใจมีหลายจุด การจัด องค์กรคุ้มครองผู้บริโภค ดังแสดงในแผนภาพที่ 2

แผนภาพที่ 2 แสดงแผนภูมิองค์กรคุ้มครองผู้บริโภค ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติม โดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2541



ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

การดำเนินคดีแทนผู้บริโภค

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 เป็นกฎหมายคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคโดยตรง มีบทบัญญัติเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณา การคุ้มครองผู้บริโภคด้านฉลาก การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา และการคุ้มครองผู้บริโภคด้านอื่นๆ ได้แก่ การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสินค้าอันตราย และการดำเนินคดีแทนผู้บริโภคที่ถูกละเมิดสิทธิ

มาตรา 39 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 บัญญัติว่า "ในกรณีที่คณะกรรมการเห็นสมควรเข้าดำเนินคดีเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค หรือเมื่อได้รับ คำร้องขอจากผู้บริโภคที่ถูกละเมิดสิทธิ ซึ่ง คณะกรรมการเห็นว่าการดำเนินคดีนั้นจะเป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภคส่วนรวม คณะกรรมการ มีอำนาจแต่งตั้งพนักงานอัยการ โดยความเห็นชอบของอธิบดีกรมอัยการหรือข้าราชการใน สำนักคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคซึ่งมีคุณวุฒิไม่ต่ำกว่าปริญญาตรีทางนิติศาสตร์ เป็นเจ้าหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้มีหน้าที่ดำเนินคดีแพ่งและอาญาแก่ผู้กระทำการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคในศาล และเมื่อคณะกรรมการได้แจ้งไปยังกระทรวงยุติธรรมเพื่อแจ้งให้ศาลทราบ แล้วให้เจ้าหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภคมีอำนาจดำเนิน คดีตามที่คณะกรรมการมอบหมายได้ ในการดำเนินคดีในศาล ให้เจ้าหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภคมีอำนาจฟ้องเรียกทรัพย์สินหรือค่าเสียหายให้แก่ผู้บริโภคที่ร้องขอได้ด้วย และในการนี้ให้ได้รับยกเว้นค่าธรรมเนียมทั้งปวง" จากบทบัญญัติดังกล่าวข้างต้น สามารถกำหนดหลักเกณฑ์การพิจารณาในการเข้าดำเนินคดีแทนผู้บริโภค ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 เมื่อมีผู้ร้องขอให้ดำเนินคดีแทนได้ดังนี้

1. ผู้ที่ร้องขอให้ดำเนินคดีแทนต้องเป็นผู้บริโภค ตามความหมายที่บัญญัติไว้ใน มาตรา 3 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 กล่าวคือผู้บริโภคหมายความว่า ผู้ซื้อหรือได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจ หรือผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือการชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการ และหมายความรวมถึงผู้ใช้ สินค้าหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจ โดยชอบแม้มิได้เป็นผู้เสียค่าตอบแทนก็ตาม

2. มีการกระทำอันเป็นการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค หมายถึง กรณีผู้ประกอบการเป็นฝ่ายผิดสัญญา เท่ากับกระทำการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค และรวมถึงกรณีผู้ประกอบการกระทำ การละเมิดสิทธิของผู้บริโภค อย่างหนึ่งอย่างใดหรือหลายสิทธิก็ได้ ทั้งนี้ตามที่บัญญัติไว้ในกฎหมายอื่นและกฎหมายว่า ด้วยการคุ้มครองผู้บริโภค

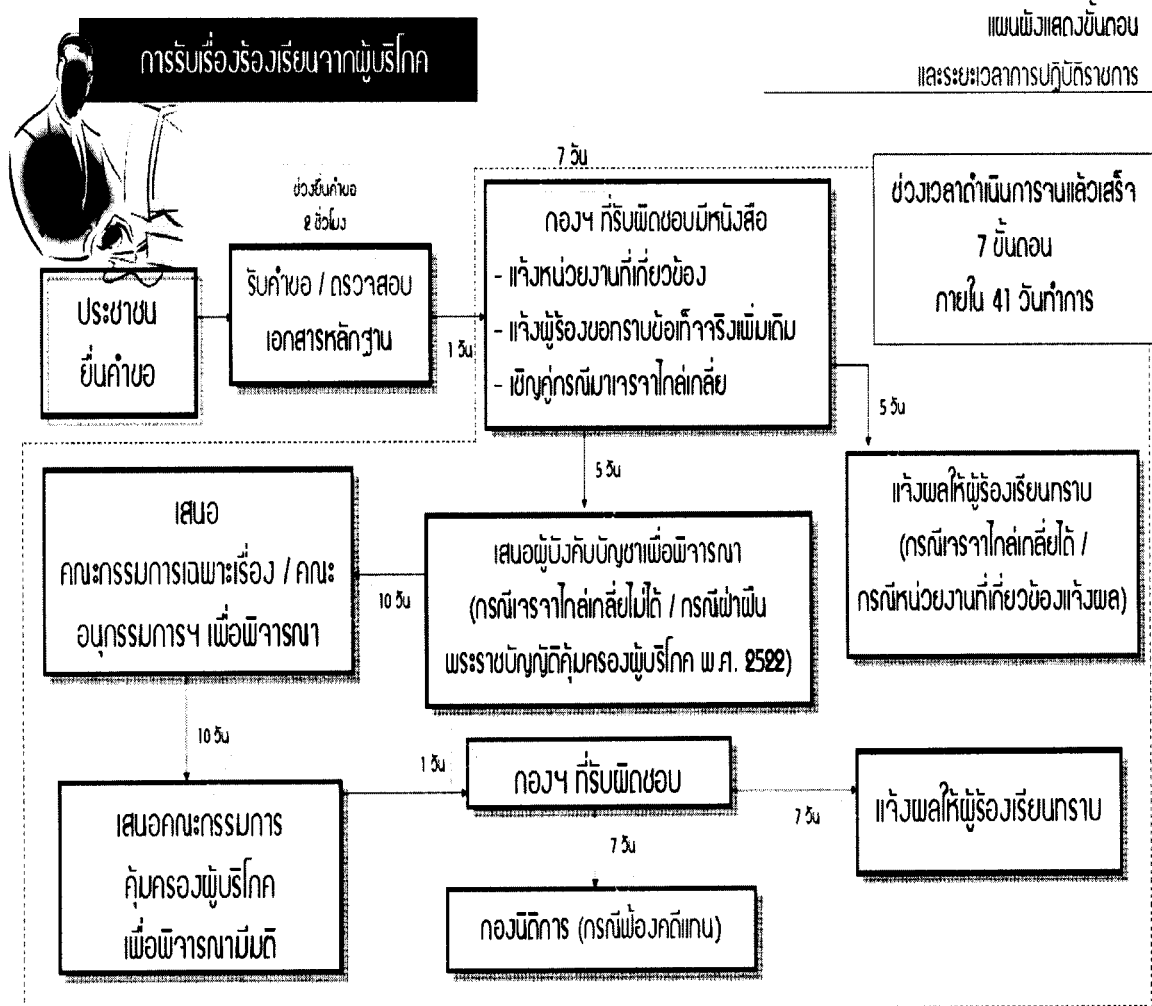
3. การดำเนินคดีจะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคนั้นเป็นส่วนรวมโดยพิจารณาจาก

3.1 ลักษณะของของการประกอบธุรกิจ การประกอบธุรกิจใดที่แม้ว่าจะก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้บริโภคเพียงรายเดียว แต่มีพฤติการณ์ที่เห็นได้ว่า หากผู้ประกอบการยังคงประกอบธุรกิจลักษณะนั้นต่อไปอาจทำให้ ผู้บริโภคอื่นๆ ได้รับความเสียหาย

3.2 ผลของการดำเนินคดี แทนผู้บริโภครายใดนั้นจะเป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภค รายอื่นๆ ที่ยังมีได้มาร้องขอตามมาตรา 39 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งสามารถมายื่นคำร้องขอให้ดำเนินคดีในภายหลังได้

สรุปขั้นตอนการดำเนินงานรับเรื่องร้องเรียนเพื่อคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคของ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ดังแสดงในแผนภาพที่ 3

แผนภาพที่ 3 แสดงขั้นตอนการดำเนินงานรับเรื่องร้องเรียนเพื่อคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค



สรุป 1. ช่วงยื่นคำขอ รวมขั้นตอนและระยะเวลาดำเนินการ 1 ขั้นตอน ภายใน 2 ชั่วโมง
 2. ช่วงดำเนินการแล้วเสร็จ (รวมช่วงยื่นคำขอด้วย) รวมขั้นตอนและระยะเวลาดำเนินการ 7 ขั้นตอน ภายใน 41 วันทำการ
 หมายเหตุ : ระยะเวลาดำเนินการในที่นี้ ไม่นับรวมเวลาเจรจาไกล่เกลี่ยและพิจารณาของคณะกรรมการ เนื่องจากไม่สามารถกำหนดระยะเวลาที่แน่นอนได้

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

การรับเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภค

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค จัดให้มีศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์สำหรับให้บริการรับเรื่องร้องเรียนจากประชาชนที่ไม่ได้รับความเป็นธรรม จากการซื้อสินค้า หรือบริการ รวมทั้งให้บริการรับเรื่องร้องเรียนผ่านช่องทางต่างๆ ได้แก่ทางไปรษณีย์ ทางเว็บไซต์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค www.ocpb.go.th ทางโทรศัพท์/โทรศัพท์สายด่วน (1166) นอกจากนี้ประชาชน สามารถขอรับแบบฟอร์มคำร้องเรียนได้ที่ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ซึ่งในเดือน ตุลาคม 2550 ถึง กันยายน 2551 ได้รับเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภค จำนวนทั้งสิ้น 5,041 ราย ได้แก่

1. เรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับโฆษณา	จำนวน 1,001 ราย (ร้อยละ19.86)
2. เรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับสินค้าและบริการทั่วไป	จำนวน 1,589 ราย (ร้อยละ31.52)
3. เรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับสัญญา/อสังหาริมทรัพย์	จำนวน 2,190 ราย (ร้อยละ43.44)
4. เรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการขายตรงและตลาดแบบตรง	จำนวน 261 ราย (ร้อยละ5.18)

รายละเอียดโดยสังเขปของเรื่องร้องเรียน มีดังนี้

การร้องเรียนเกี่ยวกับโฆษณา สินค้าและบริการปัญหา คือ การโฆษณาเป็นเท็จ/เกินความจริง การโฆษณาอาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิด

ส่วนการร้องเรียนเกี่ยวกับสินค้าและบริการทั่วไป เช่น กรณีปัญหารถยนต์ ปัญหาโทรศัพท์ การใช้บริการธนาคาร กรณีใช้บริการเนอร์สเซอร์รี่ กรณีเกี่ยวกับราคาสินค้าและบริการ กรณีสาธารณสุขโลก คอมพิวเตอร์ และกรณีอื่นๆ เช่น ความชำรุด บกพร่อง ของสินค้าทั่วไป ประกันชีวิต ประกันภัย ผิดสัญญาของสินค้า และสอบถามข้อมูลต่างๆของหน่วยงานอื่น

การร้องเรียนเกี่ยวกับสัญญา/อสังหาริมทรัพย์ ได้แก่ กรณีเรื่องสิ่งปลูกสร้างพร้อมที่ดิน เช่น ไม่ปลูกสร้าง มีการก่อสร้างแต่ไม่แล้วเสร็จ ไม่ปฏิบัติตามที่โฆษณา มีการก่อสร้างแล้วเสร็จแต่เก็บงานไม่เรียบร้อย ไม่ดำเนินการโอนกรรมสิทธิ์ มีการชำรุดหลังปลูกสร้าง ภูไม่ผ่าน ภูได้ไม่เต็มจำนวนที่ขอกู้ ไม่จัดทำสาธารณสุขโลก เนื้อที่ไม่ครบตามที่กำหนดในสัญญา ก่อสร้างไม่ตรงแบบแปลน บริษัทหลีกเลี่ยงกฎหมายการจัดสรรที่ดินและกฎหมายควบคุมอาคาร ผลักภาระให้ผู้ร้องจ่ายเงินค่าภาษีเฉพาะ กรรมการหมู่บ้านบริหารงานไม่โปร่งใส ก่อสร้างบ้านไม่ได้มาตรฐาน ไม่สามารถแบ่งแยกโฉนดที่ดิน กรณีอื่นๆ เช่น ไม่จัดทำสาธารณสุขโลก ไม่พัฒนาที่ดิน

ขอให้ชดเชยค่าเสียหายไม่ได้รับใบเสร็จรับเงิน นำไปขายให้บุคคลอื่น ขอให้ตรวจสอบข้อเท็จจริง
ก่อสร้างผิดจากแบบที่ขออนุญาต ก่อสร้างไม่ได้มาตรฐาน บริษัทไม่ปฏิบัติตามข้อตกลง และ
นอกจากนี้ยังมีกรณีเรื่องของอาคารชุด/อาคารพาณิชย์ เช่น การเรียกเก็บค่าส่วนกลางไม่เป็นธรรม
ระบบสาธารณูปโภคบกพร่อง ขอให้ตรวจสอบนิติบุคคล นำไปขายต่อให้บุคคลอื่น การบริหารงาน
ของนิติบุคคลไม่โปร่งใส เป็นต้น ในส่วนของกรณีเช่าพื้นที่/เช่าห้องพัก/เช่าอาคาร ปัญหาคือบริษัท
ทวงแพ่งก่อนหมดสัญญาเช่า ไม่ปฏิบัติตามสัญญา ค่าเช่าสูงเกินไป ไม่ให้สัญญาเช่า สำหรับกรณี
ที่ดิน เช่น ไม่โอนกรรมสิทธิ์ ไม่แบ่งแยกโฉนดที่ดิน เพิ่มเนื้อที่ไม่พอดตามที่ระบุในสัญญา ที่ดินที่ผู้
ร้องซื้อถูกบุคคลอื่นบุกรุกและไม่มีต้นไม้ในบริเวณดังกล่าวตามสัญญา เป็นต้น และกรณีสัญญา
ว่าจ้างก่อสร้างบ้าน กรณีสินค้าและบริการ ได้แก่ กรณีธุรกิจบัตรเครดิต ปัญหาคือ ขอให้ตรวจสอบ
ค่าธรรมเนียม ได้ยกเลิกการใช้บัตรไปแล้วแต่ยังมีการเรียกเก็บค่าธรรมเนียม กรณีธุรกิจรถยนต์/
รถจักรยานยนต์ ปัญหาคือ ผิดสัญญาเช่าซื้อ อัตราดอกเบี้ยสูงเกินไป ไม่ส่งมอบสัญญาคู่ฉบับให้
ไม่โอนกรรมสิทธิ์ จอรถแล้วไม่ได้รับรถตามเวลาที่กำหนด จัดไฟแนนซ์ไม่ผ่าน กรณีเช่าซื้อ
เครื่องใช้ไฟฟ้า/เช่าซื้อสินค้า ปัญหาคือ การผัดขังชำระแล้วมีการเรียกเก็บเงินค่าเบี้ยปรับสูงเกินกว่า
ที่เรียกเก็บในสัญญา กรณีกู้ยืมเงินเพื่อผู้บริโภค ปัญหาคือ ขอให้ตรวจสอบการเรียกเก็บอัตรา
ดอกเบี้ย ขอให้ลดอัตราดอกเบี้ย กรณีธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ ปัญหาคือ ไม่ได้ทำสัญญาใช้บริการ
แต่มีหนังสือแจ้งให้ชำระหนี้ ขอให้ตรวจสอบการใช้บริการ กรณีอยู่ซ่อมรถยนต์ ประกันภัย
กรณีอื่นๆ เช่น สัญญาเช่าซื้อเครื่องผลิตน้ำแข็งยูนิต สัญญาเลี้ยงจระเข้ เรื่องมิเตอร์ไฟฟ้า เป็นต้น

การร้องเรียนเกี่ยวกับการขายตรง ปัญหาคือ ผู้ประกอบธุรกิจไม่จ่ายผลประโยชน์
ตามแผน ไม่รับคืนสินค้าจากสมาชิก เปลี่ยนแปลงผลประโยชน์ตามแผนโดยไม่บอกกล่าวสมาชิก
ล่วงหน้า ขอให้ตรวจสอบว่าบริษัททำถูกกฎหมายหรือไม่ เป็นต้น

การแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนให้ผู้บริโภค

จากที่ผ่านมาในปีงบประมาณ พ.ศ. 2551 (ตุลาคม 2550 – กันยายน 2551)
สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้ดำเนินการแก้ไขปัญหาให้ผู้บริโภค ดังแสดงในตาราง
ที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนให้ผู้บริโภคของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครอง
ผู้บริโภค

เรื่องที่ร้องเรียน	จำนวน (ราย)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)
1. การเจรจาไกล่เกลี่ยได้ข้อยุติ รวมทั้งสิ้น	911	94.93
กรณีเรื่องโฆษณา	280	1.93
กรณีเรื่องสินค้าและบริการทั่วไป	253	20.84
กรณีเรื่องสัญญา	369	71.90
กรณีเรื่องขายตรงๆ	9	0.26
การดำเนินการ	จำนวน (ราย)	
2. ผู้บริโภคเข้าใจคำชี้แจงของผู้ประกอบธุรกิจและขอ ยุติเรื่อง รวมทั้งสิ้น	219	
กรณีเรื่องโฆษณา	108	
กรณีเรื่องสินค้าและบริการทั่วไป	75	
กรณีเรื่องสัญญา	36	
3. ประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ดำเนินการตาม อำนาจหน้าที่และแจ้งให้ผู้ร้องทราบ รวมทั้งสิ้น	850	
กรณีเรื่องโฆษณา	51	
กรณีเรื่องสินค้าและบริการทั่วไป	407	
กรณีเรื่องสัญญา	218	
กรณีเรื่องขายตรงๆ	174	
4. เสนอคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคพิจารณา ดำเนินคดีแทนผู้บริโภค	461	
กรณีเรื่องสินค้าและบริการทั่วไป	85	
กรณีเรื่องสัญญา	376	

ตารางที่ 2 แสดงการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนให้ผู้บริโภคของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครอง
ผู้บริโภค (ต่อ)

การดำเนินการ	จำนวน (ราย)
5. อื่นๆ(รวมเรื่อง)	
กรณีเรื่องสัญญา	47
กรณีเรื่องสินค้าและบริการทั่วไป	28
นอกจากนี้ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้ให้คำปรึกษาข้อกฎหมายแก่ผู้บริโภค ในช่วงเดือนตุลาคม 2550 – กันยายน 2551 จำนวนทั้งสิ้น 17,496 ครั้ง	

ที่มา : สรุปผลการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
สำนักนายกรัฐมนตรี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2551

การตรวจสอบพฤติการณ์ผู้ประกอบการ

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้ดำเนินการติดตามตรวจสอบ
พฤติการณ์ของผู้ประกอบการด้านต่างๆ ได้แก่ ผู้ประกอบการโฆษณา ผู้ประกอบการที่
เป็นผู้ผลิต ผู้ตั้งหรือนำเข้า และผู้จำหน่ายสินค้าและบริการ ตรวจสอบธุรกิจที่ควบคุมสัญญาและ
หลักฐานการรับเงิน และผู้ประกอบการขายตรงและตลาดแบบตรง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ
ป้องกันปราบปรามการละเมิดสิทธิผู้บริโภค ซึ่งข้อมูลในเดือนตุลาคม 2550 – กันยายน 2551 ได้
ดำเนินการตรวจสอบพฤติการณ์การประกอบการต่างๆ จำนวน 17,220 ราย ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงผลดำเนินการตรวจสอบพฤติการณ์การประกอบธุรกิจต่างๆของสำนักงาน
คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในเดือนตุลาคม 2550 – กันยายน 2551

การดำเนินงาน	จำนวน
1. การตรวจสอบการโฆษณา	13,447 ราย
2. การตรวจสอบสินค้าที่ควบคุมฉลาก/สินค้าอื่นๆทั่วไป	1,784 ราย 136,449 ตัวอย่าง
3. การตรวจสอบธุรกิจที่ควบคุมสัญญาและหลักฐานการรับเงิน	507 ราย
4. การตรวจสอบให้คำปรึกษาแนะนำ การยื่นคำขอ การรับจดทะเบียน และการแจ้งยกเลิกการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง	1,482 ราย

ที่มา : ประมวลจากสรุปผลการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครอง
ผู้บริโภค สำนักนายกรัฐมนตรี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2551

การดำเนินคดีแทนผู้บริโภค

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภครับดำเนินคดีแทนผู้บริโภคในกรณีที่
คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเห็นสมควร หรือเมื่อได้รับคำร้องจากผู้บริโภคที่ถูกละเมิดสิทธิ
ซึ่งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเห็นว่าการดำเนินคดีนั้น จะเป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภคเป็น
ส่วนรวม ซึ่งในเดือนตุลาคม 2550 – กันยายน 2551 รับดำเนินคดีแทนผู้บริโภค จำนวน 484 ราย ผู้
ประกอบธุรกิจที่ถูกดำเนินคดี จำนวน 122 ราย ค่าเสียหาย จำนวน 93.80 ล้านบาท

นอกจากนี้ยังมีกรดำเนินงานในเชิงรุกเพื่อเป็นการแก้ปัญหาในเชิงป้องกัน เพื่อลด
การแก้ไขปัญหาในเชิงเยียวยา ได้แก่ การให้ความรู้ จัดอบรมพัฒนาเครือข่ายผู้บริโภคต่างๆ เช่น
อาสาสมัครคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค (อสคบ.) เพื่อสร้างเครือข่ายการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับต่างๆ
ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค กิจกรรมชุมนุมเยาวชนคุ้มครองผู้บริโภค “หนูน้อย สคบ. ” ครั้ง
แรก เมื่อ ปี พ.ศ. 2543 เป็นต้นมาโดยกิจกรรมดังกล่าวเป็นที่สนใจของนักเรียนและครู-อาจารย์ใน
สถานศึกษาเป็นอย่างมาก และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการจัดหลักสูตรการเรียนการสอน
เรื่องการคุ้มครองผู้บริโภค มีชมรมคุ้มครองผู้บริโภคในสถานศึกษา ผลักดันให้มีการจัดทำหลักสูตร
วิชาการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค เป็นวิชาที่มีการจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน เพื่อปลูกฝังให้เยาวชน
ตระหนักถึงสิทธิของผู้บริโภคและให้ความสำคัญของการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งในปัจจุบันมีชมรม

เกิดขึ้นทั่วประเทศกว่า 2,700 ชมรม และจะยังเป็นโครงการต่อเนื่องต่อไป จัดตั้งสมาคมเพื่อ การคุ้มครองผู้บริโภคโดยมีสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เข้ามำกับดูแลการดำเนินคดี ของสมาคม เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมที่สุด

2) กรุงเทพมหานคร

กรุงเทพมหานครเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในรูปแบบพิเศษ ดูแลความเป็น ระเบียบเรียบร้อย และคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยในการดำเนินงาน ด้านการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค มีการตั้งคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคของกรุงเทพมหานคร มีผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครเป็นประธาน และในปัจจุบันสำนักอนามัยเป็นกรรมการและเลขานุการ โดยมีการจัดประชุมเพื่อมอบนโยบายในการสร้างเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค ให้ผู้บริโภครู้สิทธิ ตัวเองและดูแลตัวเองได้ มีการประชุมกำหนดแนวทางการจัดตั้งสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภคของ กรุงเทพมหานคร แต่ในปัจจุบันยังไม่เกิดขึ้น การดำเนินงานมีการจัดทำโครงการตู้น้ำดื่มปลอด สารตะกั่วในโรงเรียน โครงการวินมอเตอร์ไซค์สุโขใจ โดยจัดอบรมให้ความรู้ และสร้าง เครือข่ายการคุ้มครองผู้บริโภค โดยอบรมเจ้าหน้าที่ เพื่อให้เจ้าหน้าที่รู้บทบาท สามารถรับเรื่อง ร้องเรียนและมีวิธีการดำเนินการที่ถูกต้อง และในปี 2552 จัดอบรมประชาชนเพื่อเป็นผู้นำคุ้มครอง สิทธิผู้บริโภค โดยกำหนดเขตนำร่องจำนวน 10 เขต (ไม่มีเขตพญาไทและราชเทวี) และขยายผลต่อ ในปี 2553 อีก 40 เขต ให้ครบทั้ง 50 เขตของกรุงเทพมหานคร (สุจิราภรณ์ เพิ่มทองคำ, สัมภาษณ์)

ในปี 2552 สำนักอนามัยได้จัดตั้งให้มีกลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านอาหาร ขึ้น โดยมีหน้าที่ความรับผิดชอบ เกี่ยวกับการศึกษา วิเคราะห์ วิจัย จัดทำแผนงาน โครงการ พัฒนาองค์ ความรู้เทคโนโลยี และพัฒนาระบบงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านอาหารให้เป็นไปตามกฎหมายว่าด้วย อาหาร การดำเนินการบังคับใช้กฎหมายแก่ผู้กระทำผิดตามกฎหมายว่าด้วยอาหาร เป็นแกนกลาง การส่งเสริม และสนับสนุนการบังคับใช้กฎหมายว่าด้วยอาหารให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล การจัดทำหลักเกณฑ์และมาตรฐาน ปรับปรุงข้อกฎหมายและข้อบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับการสุขาภิบาล อาหาร การให้คำปรึกษาทางวิชาการและข้อกฎหมายแก่สำนักงานเขต การพัฒนาส่งเสริมการดำเนินงาน คุ้มครองผู้บริโภคด้านอาหาร การเสริมสร้างศักยภาพและสร้างเครือข่ายการคุ้มครองผู้บริโภคด้าน อาหาร โดยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน การพัฒนาการดำเนินงานของหน่วยตรวจสอบเคลื่อนที่ เพื่อความปลอดภัยด้านอาหาร (Mobile Unit for food Safety) ในส่วนของสายด่วนร้องเรียนปัญหา ผู้บริโภคที่ทางสำนักอนามัยจัดทำขึ้นยังไม่ได้รับการตอบรับเท่าที่ควรเนื่องจากยังขาดการประชาสัมพันธ์ อย่างทั่วถึง เมื่อมีเรื่องร้องเรียนจะผ่านมาทางสายด่วนกรุงเทพมหานคร 1555 หรือได้รับการประสาน

มาจากหน่วยงานภายนอก เช่น สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เป็นต้น (พีระยา สมชัยยานนท์, สัมภาษณ์)

สายด่วนกรุงเทพมหานคร ศูนย์รับแจ้งทุกข์ (1555) เป็นศูนย์รับเรื่องร้องทุกข์ และ ภัยจากประชาชนทั่วไป ตลอด 24 ชม. ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการรับแจ้งปัญหา ความเดือดร้อน และสาธารณภัยต่างๆ ในกรุงเทพมหานคร ประสานแจ้งไปยังหน่วยงานต่างๆ ของกรุงเทพมหานคร ที่มีหน้าที่รับผิดชอบ ซึ่งเป็นช่องทางหนึ่งในการเปิดให้ประชาชน หรือผู้บริโภคที่ได้รับความเดือดร้อน สามารถร้องทุกข์และได้รับความคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาในส่วนของสำนักงานเขตของกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาในพื้นที่ เขตพญาไทและเขตราชเทวี พบว่าบทบาทของสำนักงานเขตคือการรับเรื่องร้องเรียนจากประชาชน ผู้บริโภค ซึ่งช่องทางในการร้องเรียนที่ผู้บริโภค สามารถแจ้งเรื่องโดยผ่านสายด่วนกรุงเทพมหานคร ศูนย์รับแจ้งทุกข์ (1555) ส่งมายังฝ่ายปกครองของสำนักงานเขต หรือบางกรณีผู้บริโภคเดินเข้ามา ร้องเรียนด้วยตนเอง และมีบ้างที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคหรือสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา มีการส่งเรื่องประสานมายังสำนักงานเขตพื้นที่รับผิดชอบโดยตรง โดยไม่ผ่านตาม สายบังคับบัญชาของกรุงเทพมหานคร และผู้อำนวยการเขตจะพิจารณาว่าจะต้องส่งเรื่องให้ฝ่ายใด ในการดูแล แก้ไขเยียวยา ซึ่งอาจจะเป็นฝ่ายโยธา ฝ่ายรักษาความสะอาด หรือฝ่ายสิ่งแวดล้อมและ สุขภาพาล ขึ้นอยู่กับประเด็นที่ร้องเรียน (ชูชาติ พลเดช, สัมภาษณ์)

การจัดตั้งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคของกรุงเทพมหานคร นั้น ยังไม่มี บทบาทที่ชัดเจน อีกทั้งไม่มีผลงานที่เป็นที่ประจักษ์นัก ผลงานด้านการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจะ ปรากฏในรูปของโครงการ หรือนโยบายของหน่วยงานที่มีส่วนรับผิดชอบ และการแก้ไขข้อ ร้องเรียนจากประชาชน โดยการประสานงานจากศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ของกรุงเทพมหานคร ไปยังหน่วยงานรับผิดชอบ นอกจากนี้อำนาจต่างๆในการเปรียบเทียบปรับและการบังคับคดี ยัง ต้องส่งไปส่วนกลางคือสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ทำให้เป็นปัญหาในขั้นตอนและ กระบวนการ การแก้ไขข้อร้องเรียนต่างๆสามารถยุติได้โดยการไกล่เกลี่ยโดยเจ้าหน้าที่หรือการดำเนินคดี ไปตามกฎหมาย ที่ได้ให้อำนาจกรุงเทพมหานคร เช่น พระราชบัญญัติการรักษาความสะอาด และ ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง พ.ศ.2535 พระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 และ พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 เป็นต้น โดยไม่ได้ใช้การบังคับการตามพระราชบัญญัติคุ้มครอง ผู้บริโภค พ.ศ. 2522 แม้จะมีการอบรมให้กับเจ้าหน้าที่เกี่ยวกับความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค แต่ จากการสัมภาษณ์ พบว่ายังมีเจ้าหน้าที่ที่ไม่เข้าใจว่าจะต้องดำเนินการอย่างไรต่อไป เพื่อให้เป็นไป ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

4.1.4.2 บทบาทขององค์กรเอกชนในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค

ในส่วนขององค์กรภาคเอกชน หรือ NGO จะนำเสนอในส่วนของมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค ซึ่งมีบทบาทสำคัญ และมีผลการดำเนินงานด้านการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค เป็นที่รู้จักในวงกว้างและเป็นที่ยอมรับ ดังนี้

มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค

มูลนิธิเพื่อผู้บริโภคมีหน้าที่พิทักษ์และส่งเสริมการใช้สิทธิของผู้บริโภค มุ่งหวังให้ผู้บริโภคได้มีการใช้สิทธิของตนเองเพิ่มขึ้น และนำมาซึ่งการพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค แก้ไขปัญหาของผู้บริโภคโดยรวมต่อไป มีวัตถุประสงค์การทำงานเพื่อส่งเสริมให้ผู้บริโภคได้รับการคุ้มครองตามสิทธิอันพึงมีพึงได้ของผู้บริโภค ส่งเสริมและประสานงานให้ผู้บริโภคและองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคต่าง ๆ มีส่วนในการคุ้มครองผู้บริโภค ส่งเสริมการศึกษาและวิจัยด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และดำเนินการหรือร่วมมือกับองค์การการกุศลอื่นๆ เพื่อสาธารณประโยชน์

กิจกรรมมูลนิธิมีการจัดตั้งศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค บริการให้คำปรึกษา และรับเรื่องราวร้องทุกข์ในปัญหาของผู้บริโภคทุกวันจันทร์ - ศุกร์ ในเวลา 09.00 - 17.00 น. จัดทำโครงการสร้างความเข้มแข็งองค์กรผู้บริโภคทำหน้าที่สนับสนุนส่งเสริม ให้เกิดเครือข่ายองค์กรผู้บริโภคทั่วประเทศ รมรงค์ส่งเสริมให้เกิดองค์การอิสระผู้บริโภค ตามมาตรา 57 ของรัฐธรรมนูญฉบับปัจจุบัน เพื่อทำหน้าที่ตรวจสอบและให้ความเห็นต่อข้อกำหนด กฎ นโยบายต่าง ๆ ที่จะมีผลกระทบต่อผู้บริโภค และประสานงานกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม และพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค (ทัศนีย์ แน่นอุดร, สัมภาษณ์)

สรุปกรณีเรื่องร้องเรียนที่รับโดยศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค ตั้งแต่ มกราคม 2552 ถึง กันยายน 2552 ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงกรณีเรื่องร้องเรียนที่รับโดยศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค ตั้งแต่ มกราคม 2552 ถึง กันยายน 2552

ลำดับ	หมวด	รวม (เรื่อง)
1	คุณภาพบริการ	1,179
2	มาตรฐานผลิตภัณฑ์	35
3	อสังหาริมทรัพย์	46
4	อาญา	10
5	ละเมิดทั่วไป	61
6	สาธารณะ	9
7	สิ่งแวดล้อม	2
รวม		1,342

ที่มา : ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค

โดยรายละเอียดเรื่องร้องเรียนในหมวดคุณภาพบริการ แบ่งเป็นกลุ่มปัญหาโทรคมนาคม สาธารณูปโภค ประกันภัย เช่าซื้อ สาธารณสุข สถาบันการเงิน (หนี้นับัตรเครดิต) ทวงหนี้ทั่วไป (ถูกหลอกหรือโกง สถานศึกษาจ่ายค่าเล่าเรียนไม่ครบ กระจกคอนโดสะท้อนแสง พิเศษขายของเกินราคา สัญญาเงินกู้ ซ่อมสินค้าล่าช้า ขายทัวร์ โฆษณาหลอก เก็บค่าที่สาธารณะ) รถโดยสารสาธารณะ ในหมวดมาตรฐานผลิตภัณฑ์ แบ่งเป็นกลุ่มปัญหาด้านสุขภาพ รถยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้า อาหารและเครื่องดื่ม ในหมวดอสังหาริมทรัพย์ แบ่งเป็นกลุ่มปัญหาม้าน อาคารชุด/คอนโด และที่ดิน โดย กลุ่มปัญหาเรื่องบ้าน จะเป็นลักษณะการสร้างบ้านผิดแบบ และ ไม่ได้มาตรฐาน กลุ่มปัญหาเรื่องอาคารชุด/คอนโด จะเป็นลักษณะการผิดสัญญาจะซื้อจะขาย ค่าส่วนกลาง และกลิ่นเหม็นรบกวนผู้อยู่อาศัย และกลุ่มปัญหาเรื่องที่ดิน จะเป็นลักษณะการผิดสัญญาจะซื้อจะขาย

กรณีร้องเรียนเรื่อง หนี้นับัตรเครดิต และหนี้นอกระบบ แบ่งเป็นกลุ่มปัญหาเช่าซื้อ สถาบันการเงิน(หนี้นับัตรเครดิต,หนี้นอกระบบ) และทวงหนี้ โดยกรณีเช่าซื้อ ลักษณะปัญหาผู้ร้องได้เช่าซื้อสินค้า แล้วไม่สามารถที่จะผ่อนชำระได้ ถูกฟ้องศาล และถูกแจ้งความ กรณีสถาบันการเงิน ด้านหนี้นับัตรเครดิต ลักษณะปัญหา ผู้ร้องเป็นหนี้นับัตรเครดิต และไม่สามารถชำระได้ เนื่องจากรายได้ไม่พอกับค่าใช้จ่าย ถูกลดโอที หรือถูกให้ออกจากงาน กรณีทวงหนี้ เป็นลักษณะถูกทวงหนี้ไม่เป็นธรรม หยาบคาย ไม่สุภาพ ทวงไปถึงบุคคลใกล้ชิด เช่นบิดา มารดา สามี ภรรยา

ผลการดำเนินการกรณีเรื่องร้องเรียนของศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค ระหว่างเดือนมกราคม - กันยายน พ.ศ. 2552 อยู่ในระหว่างดำเนินการ ร้อยละ 32.64 และดำเนินการสิ้นสุดแล้ว ร้อยละ 67.36 ซึ่งลักษณะของการดำเนินการสิ้นสุดได้แก่ ดำเนินการด้วยตนเอง ได้รับการแก้ไขจากบริษัท/หน่วยงาน ได้รับคำปรึกษาจากเจ้าหน้าที่/อาสาสมัคร ส่งต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ยุติการร้องเรียน และไม่สามารถติดต่อได้

ช่องทางในการร้องเรียน โดย ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค ตั้งแต่ มกราคม - กันยายน พ.ศ. 2552 พบว่าผู้บริโภคร้องเรียนผ่านทางโทรศัพท์มากที่สุด (ร้อยละ 60.88) รองลงมาได้แก่ การมาด้วยตนเอง (ร้อยละ 16.02) ทางจดหมาย (11.77) เว็บไซต์ (ร้อยละ 9.31) และทางอีเมล (ร้อยละ 2.01)

4.1.4.3 บทบาทของผู้ประกอบธุรกิจในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค

นอกจากนี้จากการศึกษาโดยสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง พบว่าผู้ประกอบการก็มีส่วนร่วมในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคด้วยเช่นกัน โดยผู้ประกอบการด้วยความเป็นธรรมชาติไม่เอาใจเอาเปรียบผู้บริโภค ให้คำแนะนำที่ถูกต้องและเป็นจริงเกี่ยวกับวิธีใช้ คุณภาพ ราคาของสินค้า จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ ยังได้ให้ข้อเสนอแนะ และมีมุมมองในส่วนปัญหาหลักของผู้ประกอบธุรกิจแบ่งออกเป็นเรื่องต่างๆ ดังนี้

1. กฎหมาย รวมถึงการบังคับใช้กฎหมายควรมีการดำเนินการอย่างเคร่งครัด และครอบคลุม ไม่มีการเลือกปฏิบัติของหน่วยงานราชการต่างๆ ที่รับผิดชอบและมีส่วนเกี่ยวข้อง เพราะมักสังเกตเห็นว่า รัฐจะลงมาดำเนินการกับกลุ่มผู้ประกอบการที่ละเมิดสิทธิผู้บริโภคต่อเมื่อมีกรณีร้องเรียนเข้าไป และจะดำเนินการเป็นเฉพาะพื้นที่เท่านั้น

2. การขาดมาตรการในการให้มีสถาบัน หรือหน่วยงาน ตรวจสอบ การทดสอบ ความปลอดภัยของสินค้า ที่ออกสู่ในท้องตลาดให้ได้มาตรฐานอย่างครอบคลุม ทั้งถึงทุกประเภท สินค้า หรือบริการ เพื่อสร้างความ มั่นใจในการเลือกใช้ ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ จะมีเพียงบางรายการเท่านั้นที่มีหน่วยงานควบคุม โดยให้มาตรฐานรับรอง เช่น ออย. หรือ มอก. เป็นต้น

3. การขาดจริยธรรม และจิตสำนึกของผู้ประกอบธุรกิจต่างๆ รวมถึงผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นเจ้าหน้าที่ของรัฐ ผู้ประกอบการ ตัวแทนจำหน่ายสินค้า และผู้ผลิต รวมทั้ง เจ้าของโครงการควรให้ ความสำคัญ ใน เรื่อง ความ ปลอดภัยตามหลักสากลมาเป็นลำดับแรกมากกว่า จะพิจารณาเพียงปัจจัยด้าน ต้นทุน และราคา เพื่อกอบโกย กำไร หา ประโยชน์สูงสุดเพื่อตนเองแต่เพียง ด้านเดียว

4.1.4.4 บทบาทของผู้บริโภคในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคด้วยตนเอง

ในส่วนบทบาทของผู้บริโภคในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคด้วยตนเองนั้น จากการสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่าง พบว่า ในการเลือกซื้อสินค้าชิ้นหนึ่งนั้น ผู้บริโภคแจ้งให้ทราบว่า “เศรษฐกิจไม่ดี ข้าวของขึ้นราคา ซื้อสินค้าอะไรก็ต้องดูว่าคุ้มราคาหรือไม่ แต่ในเรื่องของกล่องหรือรูปลักษณะสินค้าก็พิจารณาเหมือนกัน ปัจจุบันมีให้เลือกเยอะ สีต้นสะดุดตา บางครั้งดูเพลินและซื้อมาใช้ จนไม่ได้สังเกตผลกว่าสินค้านั้นมีส่วนประกอบอะไรบ้าง” กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคยังแจ้งว่า “เมื่อพบสินค้ามีปัญหาไม่ได้ร้องเรียนหน่วยงานภาครัฐ แต่ก็ไม่ได้เพิกเฉย โดยมีการแจ้งให้ผู้ขายทราบ และบางครั้งเจอสินค้าหมดอายุ ซึ่งไม่น่าเชื่อว่าสินค้านั้นตั้งวางขายอยู่ในร้านค้าที่มีชื่อเสียง โดยได้แจ้งให้พนักงานทราบ จากนั้นก็บอกต่อเพื่อน และคนใกล้ชิดให้ใช้ความระมัดระวังมากขึ้นในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านดังกล่าว” นอกจากนี้ในส่วนของการร้องเรียนผู้ประกอบการ ผู้บริโภคให้ข้อมูลว่า “เห็นใจคนขาย บางครั้งอาจประมาท เลินเล่อ รู้เท่าไม่ถึงการณ์ไปปรับสินค้าที่ไม่มีคุณภาพมาขาย เมื่อเจอข้อบกพร่องแล้วเราแจ้งให้เขาปรับปรุง เขาก็ยินดีปรับปรุง และขอโทษในความผิดพลาดนั้น จึงไม่ได้มีการร้องเรียนหรือแจ้งให้หน่วยงานภาครัฐทราบ” จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นว่าด้วยความเห็นอกเห็นใจกัน และให้อภัยซึ่งกันและกันที่มีมากในสังคมไทย จนทำให้ปัญหาการละเมิดสิทธิผู้บริโภคไม่ได้รับการนำเสนอออกสู่สาธารณะ ทำให้ไม่เกิดตัวอย่าง ในการลงโทษผู้ประกอบการที่ละเมิดสิทธิผู้บริโภค ทำให้ยังคงพบว่าการละเมิดสิทธิผู้บริโภคดังที่เป็นอยู่ ด้วยผู้ประกอบการไม่เกิดความเกรงกลัวต่อตัวบทกฎหมาย ทั้งจากการเพิกเฉยของผู้บริโภค และจากการที่ไม่รู้ข้อกฎหมายที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค การร้องเรียนในความเห็นของผู้บริโภคเองก็ต้องรักษาสิทธิของตนโดยศึกษาฉลาก และข้อมูลสินค้าอย่างถี่ถ้วน ศึกษา ทำความเข้าใจในสิทธิของผู้บริโภคและปฏิบัติตามหน้าที่ของผู้บริโภคที่ดี โดยต้องใส่ใจ และค้นคว้าหาความรู้ ในเรื่องสิทธิของผู้บริโภคตามบทบัญญัติที่รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยให้การรับรอง และกำหนดให้ได้รับการคุ้มครอง

4.2 ปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 โดยการสัมภาษณ์ และศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง ทำให้ทราบถึงปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งสามารถเกิดขึ้นได้จากภาครัฐเอง ภาคองค์กรเอกชน ภาคผู้ประกอบการ และตัวผู้บริโภคเอง โดยกำหนดเป็นประเด็นของปัญหาอุปสรรค ดังนี้

4.2.1 ปัญหาการบังคับใช้กฎหมายเพื่อคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคของหน่วยงานภาครัฐอย่างเคร่งครัด โดยเฉพาะในส่วนของเจ้าหน้าที่ท้องถิ่น อย่างกรุงเทพมหานคร โดยพบว่าเจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสัมภาษณ์จะแจ้งว่า ไม่มีความมั่นใจ ในการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค เนื่องจากขาดความรู้ ความชำนาญในข้อกฎหมาย ตลอดจนขั้นตอนการดำเนินการเมื่อเกิดกรณีร้องเรียน การแก้ปัญหาเฉพาะหน้าเบื้องต้นคือการเจรจาไกล่เกลี่ย นอกจากนี้ บางส่วนยังไม่ทราบถึงบทบาทหน้าที่ที่ชัดเจนของตนในฐานะการเป็นภาครัฐที่ต้องให้ความคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค

4.2.2 การปฏิบัติงานมุ่งเน้นการทำงานในเชิงเพื่อแก้ไข เยียวยา ปัญหาเฉพาะหน้า มากกว่าการป้องกันเชิงรุก การรวมกลุ่มกันจัดตั้งสมาคม ชมรมหรือเครือข่ายในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคยังไม่มีบทบาทที่ชัดเจนเป็นที่ประจักษ์ในวงกว้าง รวมทั้งขาดการสนับสนุนเครื่องมือในการดำเนินการให้กับสมาคม ชมรมหรือเครือข่าย

4.2.3 ผู้บริโภคไม่ทราบว่าต้องพึ่งพาหน่วยงานใด และจะต้องทำอะไร ในการแก้ไข เยียวยาปัญหาการถูกละเมิดสิทธิ มีเพียงบางส่วนเท่านั้นที่รู้ว่าจะต้องติดต่อหน่วยงานใด แต่ยังไม่แน่ใจได้ว่าผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานครมีการรับรู้และเข้าถึงข้อมูล ข่าวสาร ในการเรียกร้อง ปกป้องสิทธิของตนอยู่บ้าง จากการสัมภาษณ์ และข้อมูลของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค และมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค พบว่ามีกรณีการร้องเรียนของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร มากกว่าการร้องเรียนในต่างจังหวัด

4.2.4 ผู้บริโภคยังคงขาดความตระหนักในการปกป้องสิทธิของตนเอง เมื่อถูกละเมิดสิทธิ โดยคิดแต่เพียงว่าตนไม่ได้รับความเสียหายมากมายอะไร ปล่อยให้เป็นเรื่องของบาปบุญ คุณ โทษ โดยลืมคิดว่าการร้องเรียนของตนหนึ่งครั้งนั้นจะสามารถช่วยพิทักษ์ ปกป้องสิทธิ และป้องปรามการละเมิดสิทธิโดยผู้ประกอบการธุรกิจที่ขาดจิตสำนึก ความรับผิดชอบ ที่จะสามารถก่อการละเมิดสิทธิผู้บริโภครายอื่นๆ ได้อีกอย่างไม่สิ้นสุด

4.2.5 หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ยังมีการประชาสัมพันธ์เชิงรุกไม่เพียงพอ เพื่อเสริมสร้างกระบวนการการเรียนรู้ของผู้บริโภค รมณรงค์ให้ผู้ประกอบการเกิดความตระหนักในความรับผิดชอบต่อสินค้าและบริการที่น่าออกจำหน่ายแก่ประชาชน ยังมีการปิดฉลากไม่ถูกต้อง โฆษณาเกินความจริง ในด้านสัญญาพบการเอาเปรียบและไม่เป็นธรรมแก่ผู้บริโภค

4.2.6 ปัญหาด้านทรัพยากรของหน่วยงาน ทั้งจากงบประมาณดำเนินการ ที่มีอย่างจำกัดและบุคลากรในแง่ของปริมาณและคุณภาพของทรัพยากรบุคคล ในส่วนของความรู้ความชำนาญในงานคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค รวมถึงตลอดถึงเครื่องมือ อุปกรณ์ ช่องทางในการเสริมสร้างผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ แผนการปฏิบัติงานให้ประสบผลสำเร็จ

4.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของการนำนโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานครไปปฏิบัติ

การศึกษาการนำนโยบายไปปฏิบัติหรือการดำเนินงานและผลการดำเนินงานของหน่วยงานที่มีการเคลื่อนไหว ดำเนินการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค นำมาซึ่งการศึกษาปัจจัยในการกำหนดความสำเร็จ และล้มเหลวของการนำนโยบายไปปฏิบัติ โดยในประเด็นการนำนโยบายไปปฏิบัติ การดำเนินงานเพื่อการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคนี้จะได้นำบทบาทและผลการดำเนินงานที่กล่าวไว้จากประเด็นข้างต้น ซึ่งได้มาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่างจากผู้เชี่ยวชาญด้านการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค และการเลือกตัวอย่างโดยบังเอิญ การศึกษาจากเอกสารต่างๆนำมาพิจารณาตามปัจจัยในการกำหนดความสำเร็จและล้มเหลวของการนำนโยบายไปปฏิบัติ ดังนี้

4.3.1 ลักษณะของนโยบายนั้นๆ

นโยบายด้านการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค ในส่วนของหน่วยงานภาครัฐได้รับความสนใจ และเล็งเห็นความสำคัญโดยผู้บริหารของหน่วยงานนั้นๆ ในส่วนของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งอยู่ภายใต้สำนักนายกรัฐมนตรี จะได้รับนโยบาย และเห็นความสำคัญในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคมาโดยตลอดไม่ว่ารัฐบาลใด เนื่องจากการดำเนินการเพื่อประโยชน์สุขของประชาชน โดยผู้ปฏิบัติในสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค จะรับนโยบายจากเลขาธิการสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งจะมีการประชุมชี้แจงซึ่งในปัจจุบัน นโยบายมุ่งเน้นการแก้ไขปัญหาผู้บริโภค โดยทำงานเชิงรุกและเน้นมาตรการป้องกัน ก่อนการแก้ไขปัญหาในเชิงเยียวยา สร้างเครือข่ายผู้บริโภค เพื่อให้มีการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง และส่งเสริมความรู้ให้ผู้บริโภคสามารถดูแลตนเองได้ ซึ่งจะส่งต่อนโยบาย ไปยังหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคต่อไป นโยบายจะเป็นแบบกำหนดขึ้นโดยผู้นำ หากเกิดองค์การอิสระเพื่อผู้บริโภคขึ้นก็จะทำให้เป็นนโยบายเป็นในรูปแบบของการกำหนด โดยกลุ่มผลประโยชน์ที่เกี่ยวข้องในส่วนประเด็นของความสอดคล้องกับค่านิยมที่มีอยู่ ณ นั้น จะเห็นว่าคนไทยนั้นมีค่านิยมรักสงบ ทำ

อย่างไรก็ได้ ง่ายๆ ไม่ชอบความยุ่งยาก วุ่นวาย เชื่อในผลของกรรมดี กรรมชั่ว ทำให้ละเลยการปกป้องสิทธิของตนเอง แต่นโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคที่กำหนดขึ้น มุ่งที่จะเปลี่ยนค่านิยมดังกล่าว เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมของสังคม ให้สังคมอยู่อย่างสงบสุข แม้จะขัดกับวิธีปฏิบัติของค่านิยม แต่ก็นับว่าสอดคล้องในส่วนของความมุ่งหมายให้สังคมสงบสุข

4.3.2 วัตถุประสงค์ของนโยบาย

วัตถุประสงค์ของนโยบายมีความชัดเจนในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคเพื่อให้เป็นไปตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 โดยมีการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคในการได้รับข้อมูลที่เป็นความจริง และมีสิทธิร้องเรียนเพื่อให้ได้รับการแก้ไขเยียวยาความเสียหาย รวมทั้งมีสิทธิรวมตัวกัน เพื่อพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค และยังสนับสนุนให้มีองค์การเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคที่เป็นอิสระจากหน่วยงานของรัฐ ซึ่งประกอบด้วย ตัวแทนผู้บริโภค ทำหน้าที่ให้ความเห็นเพื่อประกอบการพิจารณาของหน่วยงานของรัฐในการตราและการบังคับใช้กฎหมายและกฎ และให้ความเห็นในการกำหนดมาตรการต่างๆ เพื่อคุ้มครองผู้บริโภค รวมทั้งตรวจสอบและรายงานการกระทำอันเป็นการคุ้มครองผู้บริโภค ทั้งนี้ ให้รัฐสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินการขององค์การอิสระดังกล่าวด้วย โดยขณะนี้ร่างการจัดตั้งองค์การอิสระเพื่อผู้บริโภคอยู่ในระหว่างรอเข้าสู่สภาพิจารณา ในส่วนของดัชนีชี้วัดความสำเร็จของนโยบายนั้น ยังเป็นเรื่องที่ไม่สามารถที่จะพิจารณาได้โดยดูจากสถิติร้องเรียนที่เพิ่มขึ้นว่า เป็นการวัดว่าผู้บริโภคปกป้องสิทธิมากขึ้น แต่อาจมองไปถึงสภาพสังคมที่มี การเอารัดเอาเปรียบกันมากขึ้นก็ได้ ดังนั้นในประเด็นนี้จึงยังไม่ชัดเจนนัก

4.3.3 ความเป็นไปได้ทางการเมือง

การดำเนินงานเพื่อปกป้องสิทธิผู้บริโภคได้รับสนับสนุนจากฝ่ายที่เกี่ยวข้อง โดยสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีการดำเนินงานสร้างความรู้ความเข้าใจในทุกภาคส่วน ทั้งผู้บริโภค และผู้ประกอบการ ซึ่งผู้ประกอบการที่มีการดำเนินการเพื่อคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคก็จะมีกรมอบรางวัลให้ ในส่วนผู้กระทำผิดก็จะดำเนินคดีตามกฎหมาย ในส่วนของสื่อมวลชนนั้นให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี ดังจะเห็นได้จากการศึกษาสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ในเรื่องของการรับรู้สิทธิผู้บริโภค โดยรับรู้จากข่าวสารต่างๆที่มีการนำเสนอทางสื่อมวลชน นอกจากนี้ประเด็นของการดำเนินงานนโยบายเพื่อคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคโดยมีความมุ่งหมายเพื่อให้เกิดประโยชน์สุขขึ้นในสังคม สามารถนำมาเป็นประเด็นในการหาเสียง และได้รับความนิยมนจากประชาชน จนบางครั้งได้กลายเป็นประเด็นในการหาเสียงของนักการเมือง

4.3.4 ความเป็นไปได้ทางเทคโนโลยี ทางเทคนิคหรือทฤษฎี

การส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีความรู้ ความเข้าใจ รู้จักพิทักษ์ปกป้องสิทธิ์ มีความเป็นไปได้มากขึ้นจากการที่มีการดำเนินงานเชิงรุก การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในทุกช่องทางเท่าที่จะทำได้ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ อินเทอร์เน็ต สายด่วนผู้บริโภค การสร้างกลุ่มให้เข้มแข็ง โดยการสร้างเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค และการให้การศึกษา โดยจัดทำเป็นหลักสูตร การเรียนการสอนในสถานศึกษา เป็นการปลูกฝังเยาวชน และทำให้ประชาชนมีความตระหนักในสิทธิผู้บริโภคมากขึ้น

4.3.5 ความพอเพียงของทรัพยากร

ในส่วนของทรัพยากรทั้งด้านการเงิน และทรัพยากรบุคคล นับว่าไม่เพียงพอ โดยสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้รับงบประมาณ ปีละประมาณ ร้อยกว่าล้านบาท แต่เมื่อเทียบกับต่อหัวประชากรทั่วประเทศ นับว่ายังน้อย สำหรับมูลนิธิเพื่อผู้บริโภคแหล่งทุนมาจากการจัดทำโครงการเพื่อขอทุนสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ ที่สนับสนุนทางการเงินให้กับองค์กร เช่น สำนักงานสร้างหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ สปสช. เป็นต้น งบประมาณดำเนินงานถือว่าน้อย แต่ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการบริหารจัดการ ในส่วนกำลังคนก็เช่นกัน ทั้งสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค กรุงเทพมหานคร และมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค นั้นนับว่ายังมีบุคลากรไม่มากนัก ในส่วนของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค จะไม่มีหน่วยงานในระดับภูมิภาค แต่งานจะเป็นในลักษณะงานฝาก ทำให้ผลการดำเนินงานไม่ประสบผลสำเร็จนักเพราะเป็นในรูปแบบของงานฝาก ในส่วนของมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค การทำงานจะมีอาสาสมัครช่วยดำเนินงานและการอบรมสร้างเครือข่ายผู้บริโภคในต่างจังหวัด ส่วนของกรุงเทพมหานครนับว่าปัญหาในเรื่องของทรัพยากรบุคคลถือว่ายังคงเป็นปัญหาทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพ เนื่องจากเจ้าหน้าที่ยังขาดความรู้ ความเข้าใจ ความเชี่ยวชาญ ความมั่นใจในการปฏิบัติตามกฎหมายต่างๆ เพื่อดำเนินคดีกับผู้กระทำความผิด

4.3.6 ลักษณะของหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ

ดังที่กล่าวไปแล้วว่า สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นหน่วยงานระดับกรม สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี การปฏิบัติงานไม่สามารถดำเนินการได้เบ็ดเสร็จ ในหน่วยงานเดียว จำเป็นต้องประสานงานหน่วยงานต่างๆ ที่มีส่วนรับผิดชอบต่อประเภทของการประกอบธุรกิจต่างๆ ที่ถือกฎหมายในการควบคุมสินค้าหรือบริการนั้นๆ ในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค การส่งมอบงานในส่วนภูมิภาคเป็นในลักษณะของการจัดตั้งอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด เป็นลักษณะงานฝาก การประสานงานขาดความคล่องตัว จนบางครั้งทำให้การคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค

ได้ไม่ทันท่วงที ในการดำเนินงาน โครงสร้างการบังคับบัญชาจะเป็นในรูปของคณะกรรมการ และ อนุกรรมการต่างๆ

4.3.7 ทศนคติของผู้ที่นำนโยบายไปปฏิบัติ

ในส่วนของทศนคติของผู้ที่นำนโยบายไปปฏิบัตินั้น จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ทั้งสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค กรุงเทพมหานคร ตลอดจนมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค พบว่า ส่วนใหญ่มีความภาคภูมิใจในงานที่ปฏิบัติเพื่อคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ด้วยถือเป็นการสร้างความ เป็นปกติสุขให้เกิดขึ้นในสังคม และเป็น การสร้างบุญ สร้างกุศลให้กับส่วนรวม แม้ว่าจะมี ความยากลำบากใจในการปฏิบัติงานดำเนินคดีต่างๆ ให้เป็นไปตามกฎหมายอยู่บ้าง การเป็น เจ้าหน้าที่รัฐก็ต้องปฏิบัติตามนโยบายของผู้บริหาร หากพบว่านโยบายใดไม่สามารถทำได้เนื่องจาก ขัดกับกฎหมายก็สามารถเสนอปรับปรุงไปยังผู้บริหารได้ โดยผู้บริหารเองก็มีการเปิดใจในการรับฟัง ความเห็นเพื่อพัฒนางานให้ประสบผลสำเร็จ

4.3.8 ความสัมพันธ์ระหว่างกลไกภายในหน่วยงานหรือระหว่างหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ

การบริหารงานของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นการบริหารงาน ในรูปของคณะกรรมการ มีเลขาธิการเป็นผู้บริหารระดับสูงฝ่ายข้าราชการประจำ ซึ่งการปฏิบัติงาน นั้น ไม่สามารถดำเนินการได้เบ็ดเสร็จในหน่วยงานเดียว จำเป็นต้องประสานงานหน่วยงานต่างๆ ที่มีส่วนรับผิดชอบต่อประเภทของการประกอบธุรกิจต่างๆ ในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค การส่ง มอบงานในส่วนภูมิภาคเป็นในลักษณะของการจัดตั้งอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด การประสานงานขาดความคล่องตัว จำนวนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีมาก ทำให้จุดตัดสินใจมีมากจน บางครั้งทำให้การคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคไม่ทันท่วงที นอกจากนี้ความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานยังถือ ว่ายังไม่มีการประสาน งานกันอย่างใกล้ชิดนัก

จากการพิจารณาปัจจัยในการกำหนดความสำเร็จ ความล้มเหลวของการนำนโยบาย ไปปฏิบัติ นับว่ามีหลายปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินนโยบาย ไม่ประสบผลสำเร็จ เท่าที่ควร โดยปัจจัยที่เป็นปัญหามาก คือ ความสัมพันธ์ระหว่างกลไกภายในหน่วยงาน หรือระหว่าง หน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ ลักษณะของหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ และความพอเพียง ของทรัพยากร

เมื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ ความล้มเหลวของการนำนโยบายไปปฏิบัติ สำหรับการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค สรุปได้ดังนี้

ปัจจัยที่ส่งผลให้การนำนโยบายประสบผลสำเร็จ

ปัจจัยที่ส่งผลให้การนำนโยบายประสบผลสำเร็จ ได้แก่ ลักษณะของนโยบายนั้นๆ ได้รับความสนใจ และให้ความสำคัญของผู้กำหนดนโยบาย สอดคล้องกับค่านิยมในการสร้างความเป็นปกติของคนในสังคม ในส่วนของวัตถุประสงค์ของนโยบายก็มีความชัดเจน ในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคเพื่อให้เป็นไปตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 ในประเด็นความเป็นไปได้ทางการเมืองนั้น นโยบายในลักษณะที่ดำเนินการเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อส่วนรวม เป็นสิ่งที่นักการเมือง รวมตลอดถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กลุ่มผลประโยชน์ต่างๆ นั้นให้ความสนใจเป็นพิเศษ เป็นแรงผลักดันนโยบายให้ประสบผลสำเร็จได้ทางหนึ่ง สำหรับความเป็นไปได้ทางเทคโนโลยี ทางเทคนิคหรือทฤษฎีนั้น การส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีความรู้ ความเข้าใจ รู้จักพิทักษ์ปกป้องสิทธิ มีความเป็นไปได้มากขึ้นจากการที่มีการดำเนินงานเชิงรุก การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในทุกช่องทางเท่าที่จะทำได้ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ อินเทอร์เน็ต สายด่วนผู้บริโภค การสร้างกลุ่มให้เข้มแข็ง โดยการสร้างเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค และการให้การศึกษ โดยจัดทำเป็นหลักสูตรการเรียนการสอนในสถานศึกษา เป็นการปลูกฝังเยาวชน และทำให้ประชาชนมีความตระหนักในสิทธิผู้บริโภคมากขึ้น สำหรับประเด็นทัศนคติของผู้ที่นำนโยบายไปปฏิบัติ พบว่าส่วนใหญ่มองมีความภาคภูมิใจในงานที่ปฏิบัติเพื่อคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ด้วยถือเป็นการสร้างความเป็นปกติสุขให้เกิดขึ้นในสังคม และเป็นการสร้างบุญ สร้างกุศลให้กับส่วนรวม

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความล้มเหลวของนโยบาย

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความล้มเหลวของนโยบาย ได้แก่ ลักษณะของนโยบายนั้นๆ ในส่วน of ค่านิยม ความเชื่อของคนไทย ที่มักจะไม่ชอบความยุ่งยาก วุ่นวาย การเรียกร้องสิทธิ เชื่อในผลของกรรมดี กรรมชั่ว ทำให้ละเลยการปกป้องสิทธิของตนเอง แต่่นโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคที่กำหนดขึ้นมุ่งที่จะเปลี่ยนค่านิยมดังกล่าว เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมของสังคม ส่วนของดัชนีชี้วัดความสำเร็จของนโยบายนั้น ยังเป็นเรื่องที่ไม่สามารถที่จะพิจารณาได้โดยดูจากสถิติร้องเรียนที่เพิ่มขึ้นว่าเป็นการวัดว่าผู้บริโภคปกป้องสิทธิมากขึ้น แต่อาจมองไปถึงสภาพสังคมที่มีการเอารัดเอาเปรียบกันมากขึ้นก็ได้ ดังนั้นในประเด็นนี้จึงยังไม่ชัดเจนนัก ในส่วนของความพอเพียงของทรัพยากรทั้งด้านการเงิน และทรัพยากรบุคคลนั้นนับว่าไม่เพียงพอที่จะขับเคลื่อนงานนโยบายให้ประสบผลสำเร็จอย่างที่ควรจะเป็น และสำหรับประเด็นของลักษณะของหน่วยงาน ที่นำนโยบาย

ไปปฏิบัติ การปฏิบัติงานไม่สามารถดำเนินการได้เบ็ดเสร็จในหน่วยงานเดียว จำเป็นต้องประสานงานหน่วยงานต่างๆที่มีส่วนรับผิดชอบต่อประเภทของการประกอบธุรกิจต่างๆ ที่ถือกฎหมายในการควบคุมสินค้า หรือบริการนั้นๆ ในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค การส่งมอบงานในส่วนภูมิภาค เป็นในลักษณะของการจัดตั้งอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด เป็นลักษณะงานฝาก การประสานงานขาดความคล่องตัว จนบางครั้งทำให้การคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคไม่ทันท่วงที ในส่วนของประเด็นความสัมพันธ์ระหว่างกลไกภายในหน่วยงาน หรือระหว่างหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ ในการปฏิบัติงานคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคนั้น ไม่สามารถดำเนินการได้เบ็ดเสร็จ ในหน่วยงานเดียว จำเป็นต้องประสานงานหน่วยงานต่างๆที่มีส่วนรับผิดชอบต่อประเภทของการประกอบธุรกิจต่างๆ ในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค การส่งมอบงานในส่วนภูมิภาคเป็นในลักษณะของการจัดตั้งอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด การประสานงานขาดความคล่องตัว จำนวนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีมาก ทำให้จุดตัดสินใจมีมากจนบางครั้งทำให้การคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคไม่ทัน ท่วงที

จากผลการศึกษาสถานการณ์ รูปแบบของการบริโภคและสิทธิของผู้บริโภค รวมทั้งข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค การรับรู้สิทธิผู้บริโภคและการปกป้องสิทธิผู้บริโภคบทบาทของแต่ละภาคส่วนในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค การนำนโยบายไปปฏิบัติ ผลการดำเนินงานเพื่อการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค จะนำมาซึ่งบทสรุปของการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ซึ่งจะได้กล่าวต่อไปในบทที่ 5

บทที่ 5

สรุปการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา การคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยเลือกตัวอย่างแบบจงใจ สอบถามความเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ การสัมภาษณ์โดยเลือกตัวอย่างโดยบังเอิญ โดยกำหนดพื้นที่การศึกษาในกรุงเทพมหานครในพื้นที่เขตราชเทวี และเขตพญาไท และศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้เพื่อศึกษาสิทธิผู้บริโภคตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 และการดำเนินงานของรัฐในการให้ความคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ศึกษาปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ หรือล้มเหลว ของการนำนโยบายการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานครไปปฏิบัติ และเพื่อเสนอแนะ แนวทางการให้ความคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 โดยผลการศึกษสามารถใช้เป็นแนวทางในการจัดทำ วิธีการปฏิบัติ ของการดำเนินนโยบาย “การคุ้มครองผู้บริโภคของกรุงเทพมหานคร” เป็นข้อมูลให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับงานคุ้มครองผู้บริโภคนำไปใช้ในการปฏิบัติงานและแนวนโยบาย เพื่อให้การดำเนินงานตอบสนองต่อเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญอย่างแท้จริง นำมาซึ่งการลดการเบียดเบียน เอารัดเอาเปรียบ ของคนในสังคม และเคารพในสิทธิของแต่ละบุคคล การอยู่ร่วมกันของคนในสังคมอย่างปกติสุข โดยสะท้อนผ่านการศึกษาในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาสามารถสรุปได้ ดังนี้

5.1 สรุปการศึกษา

5.1.1 สิทธิผู้บริโภคตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550

สถานการณ์และรูปแบบของการบริโภคและสิทธิของผู้บริโภค สถานการณ์ด้านสิทธิของผู้บริโภค มีแนวโน้มได้รับการเคารพ ส่งเสริม และคุ้มครองมากขึ้น จากการมีบทบาทนิติบัญญัติในรัฐธรรมนูญ แต่ยังคงพบว่ามีกรณีละเมิดสิทธิผู้บริโภค จากสถิติข้อร้องเรียนต่างๆ โดยผู้ประกอบการธุรกิจการค้า และผู้ประกอบการธุรกิจโฆษณา ได้นำวิชาการทางการตลาดและทางการโฆษณา โดยใช้วิธีการและเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการส่งเสริมการขายสินค้าและบริการ ซึ่งการกระทำดังกล่าวทำให้ผู้บริโภคตกอยู่ในฐานะและบริการ ที่เสียเปรียบ เพราะผู้บริโภค ไม่อยู่ในฐานะที่ทราบภาวะ

ตลาด ผู้บริโภคไม่อาจทราบถึงคุณภาพ และแหล่งผลิตได้ทั่วถึง และความจริงที่เกี่ยวกับคุณภาพ และราคาของสินค้าต่างๆ ได้อย่างถูกต้องทันทั่วถึง นอกจากนั้นในบางกรณีแม้จะมีกฎหมายให้ความคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค โดยการกำหนดคุณภาพ และราคาของสินค้า หรือผู้ประกอบการธุรกิจโฆษณา เมื่อมีการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคย่อมจะเสียเวลาและค่าใช้จ่ายเป็นการไม่คุ้มค่า และผู้บริโภคจำนวนมากไม่อยู่ในฐานะ ที่จะสละเวลาและเสียค่าใช้จ่ายในการดำเนินคดีได้และในบางกรณีไม่อาจจะระงับ หรือยับยั้งการกระทำที่เกิดความเสียหายแก่ผู้บริโภค ได้ทันทั่วถึง เมื่อเกิดปัญหาขึ้นผู้บริโภคจึงตกอยู่ในสถานะจำยอมและเสียเปรียบผู้ประกอบการธุรกิจตลอดมา

ในส่วนข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค มีการบัญญัติข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคไว้มากมาย ทั้งในรัฐธรรมนูญ และพระราชบัญญัติตลอดจนประกาศ หรือคำสั่งต่างๆ ได้แก่ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 เป็นรัฐธรรมนูญฉบับแรก ที่ให้ความสำคัญของการคุ้มครองผู้บริโภค ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 ได้บัญญัติถึงสิทธิของผู้บริโภคไว้ในมาตรา 61 ว่า “สิทธิของบุคคลซึ่งเป็นผู้บริโภคย่อมได้รับความคุ้มครองในการได้รับข้อมูลที่ เป็นความจริง และมีสิทธิร้องเรียน เพื่อให้ได้รับการแก้ไขเยียวยาความเสียหาย รวมทั้งมีสิทธิรวมตัวกันเพื่อพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค และให้มีองค์การ เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคที่เป็นอิสระจากหน่วยงานของรัฐ ซึ่งประกอบด้วย ตัวแทนผู้บริโภค ทำหน้าที่ให้ความเห็นเพื่อประกอบการพิจารณาของหน่วยงานของรัฐในการตรา และการบังคับใช้กฎหมายและกฎ และให้ความเห็นในการกำหนดมาตรการต่างๆ เพื่อคุ้มครองผู้บริโภค รวมทั้งตรวจสอบและรายงานการกระทำอันเป็นการคุ้มครองผู้บริโภค ทั้งนี้ให้รัฐสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินการขององค์การอิสระดังกล่าวด้วย” พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ยังถือได้ว่าเป็นกฎหมายของประเทศไทยที่มีการจัดตั้งหน่วยงานของรัฐขึ้น เพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคโดยตรง เพราะกิจการอื่นๆ บัญญัติขึ้น เพื่อควบคุมผู้ประกอบการธุรกิจ เป็นการคุ้มครองผู้บริโภคโดยทางอ้อม

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดย (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 ได้บัญญัติสิทธิของผู้บริโภคที่จะได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย ซึ่งได้ระบุสิทธิที่ผู้บริโภค จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับสินค้าหรือบริการที่ปลอดภัย มีสภาพและคุณภาพได้มาตรฐานเหมาะสมแก่การใช้ ไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อชีวิต ร่างกาย หรือทรัพย์สิน ในกรณีใช้ตามคำแนะนำหรือระมัดระวังตามสภาพของสินค้าหรือบริการนั้นแล้ว ซึ่งสิทธิผู้บริโภค 5 ประการ ได้แก่

1. สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ

2. สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ

3. สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ

4. สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา

5. สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย

สิทธิผู้บริโภค ทั้ง 5 ประการนี้ เป็นการกำหนดขึ้น โดยสรุปความมาจากพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ทั้ง 62 มาตรา โดยไม่ได้ระบุไว้เป็นการเฉพาะในมาตราใดมาตราหนึ่งในพระราชบัญญัติดังกล่าว(สุวิทย์ วิจิตร โสภาก, สัมภาษณ์)

นอกจากนี้มีการออกพระราชบัญญัติความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ. 2551 จะเป็นกฎหมายที่ให้สิทธิมาก ต่อผู้ที่บริโภคในกรณีที่ซื้อสินค้าและสินค้าไปก่อให้เกิดผู้บริโภคได้รับความเสียหายต่อตนเอง ร่างกาย จิตใจ โดยสามารถจะได้รับการชดเชยความเสียหายได้มากขึ้น และออกพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551 กฎหมายฉบับนี้มีประโยชน์ เพราะผู้บริโภคไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมฟ้องศาล ไม่ต้องจ้างทนายความ และหากไม่รู้หนังสือก็ฟ้องด้วยวาจาหรือปากเปล่าได้ นอกจากนี้ประโยชน์ดังกล่าวข้างต้นยังมีประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต และควรมีการพัฒนาต่อไป ดังข้อความว่า “กฎหมายแบบนี้ในบ้านเราไม่เคยมีมาก่อน ใครพูดเรื่องนี้มักถูกมองว่าบ่อนทำลายธุรกิจอุตสาหกรรมของประเทศ ซึ่งความจริงไม่ใช่ นี่คือสภาพที่ผู้บริโภคตกอยู่ในฐานะเหมือนกับไม่ใช่คน ประเทศนี้ต้องหวังแผนสุขภาพ และคุณภาพชีวิตของประชาชนที่เปรียบเสมือนลูกหลานเรามากกว่าผลกำไรของภาคธุรกิจอย่างเดียว แต่ธุรกิจก็ต้องรุ่งเรือง ต้องมั่นคง ต้องมีกำไร เท่าที่ไม่บ่อนทำลายคุณภาพชีวิตของคนเรา กฎหมายวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภคฉบับนี้ กล่าวได้ว่าไม่มีกฎหมายวิธีพิจารณาฉบับไหนจะรุคไปข้างหน้าเท่าฉบับนี้ นับว่าเป็นยาแรงเพื่อคุณภาพมาตรฐานในการดำเนินชีวิตของคนไทย เพื่อแก้ปัญหาที่เรื้อรังในสังคมไทย ผู้ประกอบธุรกิจการค้าจะอ้างว่าไม่รู้กฎหมายไม่ได้ เพราะผู้ประกอบธุรกิจการค้าจะต้องรับผิดชอบในพฤติกรรมของบริษัทของตนเองที่มีต่อสังคมด้วย ถือเป็นการดี แม้ว่าจะสร้างภาระให้กับผู้ประกอบการมากขึ้นกว่าเดิม แต่ก็ถือว่ามากขึ้นในระดับที่น้อยมาก ถ้าเทียบกับความปลอดภัยที่ผู้บริโภคพึงได้รับ ควรที่จะได้พัฒนาโดยอาศัยองค์ความรู้ที่แน่ชัด จากการแลกเปลี่ยน รวมถึงการปะทะกับแรงต้านและความเห็นในทางตรงข้าม เพื่อที่จะยกระดับของกฎหมายให้ดียิ่งขึ้น” (จรัญ ภัคศิธนากุล, 2552) การออกพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และมีแก้ไขเพิ่มเติมออกเป็นพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2550 เป็นการป้อง

ปรามการละเมิดสิทธิผู้บริโภคของผู้ประกอบการขายตรง และตลาดแบบตรง อันมีลักษณะเป็น การหลอกลวงประชาชน การทำในลักษณะดังกล่าว ทำให้ผู้บริโภค ตกอยู่ในฐานะที่เสียเปรียบ ก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรม และยังมีกรออกประกาศ ระเบียบ และคำสั่งขึ้นมารองรับตาม สถานการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้น เช่น มีประกาศคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก 26 ประกาศ คำสั่งคณะกรรมการ คும்ครองผู้บริโภค ที่ 10/2552 ลงวันที่ 31 กรกฎาคม 2552 เรื่อง ห้ามขายสินค้าลวดดัดฟันแฟชั่น เป็นต้น ให้ความสำคัญ และร่วมผลักดัน คือ การเสนอร่างพระราชบัญญัติองค์การอิสระเพื่อ การคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคโดยให้มีองค์การเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคที่เป็น อิสระจากหน่วยงานของรัฐ และเพื่อให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย มาตรา 61 โดยให้ประชาชนในฐานะผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการทำหน้าที่ให้ความเห็น เพื่อประกอบการ พิจารณาของหน่วยงานของรัฐในการตรา และการบังคับใช้กฎหมายและกฎ และให้ความเห็น ในการกำหนดมาตรการต่างๆ เพื่อคุ้มครองผู้บริโภค รวมทั้งตรวจสอบและรายงานการกระทำหรือ ละเลยการกระทำอันเป็นการคุ้มครองผู้บริโภค และเสนอร่างพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ ...) พ.ศ. ... เพื่อปรับปรุงพระราชบัญญัติเดิมที่ยังไม่มีบทบัญญัติชัดเจนที่จะให้ คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ทำหน้าที่ใกล้เคียง หรือประนีประนอมข้อพิพาทเกี่ยวกับการละเมิด สิทธิของผู้บริโภค อันจะเป็นการช่วยลดปริมาณคดีที่จะไปสู่ศาลได้ และสำหรับมาตรการคุ้มครอง ผู้บริโภคนั้น แม้จะมีบทบัญญัติว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคจากสินค้าที่อาจเป็นอันตรายแก่ผู้บริโภค ก็ตาม แต่ก็ยังไม่ครอบคลุมไปถึงการคุ้มครองทางด้านบริการ ที่อาจเป็นอันตรายแก่ผู้บริโภคได้ นอกจากนั้นสมควรกำหนดให้มีมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค เกี่ยวกับการให้ผู้ประกอบการธุรกิจจัดเก็บ หรือเรียกคืนสินค้าที่อาจเป็นอันตรายแก่ผู้บริโภค และให้มูลนิธิที่คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค รับรองมีสิทธิ ในการดำเนินคดีเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค เช่นเดียวกับที่สมาคมมีสิทธิอยู่ตามกฎหมาย ปัจจุบัน เป็นการขยายการคุ้มครองผู้บริโภคโดยภาคเอกชนด้วย แสดงให้เห็นว่าภาครัฐมีความตื่นตัว และตระหนักในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ให้เป็นไปตามรัฐธรรมนูญ และสิทธิที่ควรได้รับตาม กฎหมายที่เกี่ยวข้อง

ด้านการรับรู้สิทธิผู้บริโภค และการปกป้องสิทธิผู้บริโภค ในปัจจุบันนับว่าภาครัฐได้ มีการส่งเสริม สนับสนุน ผลักดันเป็นนโยบายสำคัญ มีการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์อย่างกว้างขวาง เพื่อให้ผู้บริโภคหันมาปกป้องสิทธิของตน ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นในการปกป้องสิทธิ ผู้บริโภคในภาพรวมของผู้บริโภครายอื่นๆ ด้วย โดยพบว่าผู้บริโภคที่ถูกละเมิดสิทธิเพียงบางส่วน เท่านั้นที่มีการปกป้องสิทธิของตนเองด้วยการร้องเรียน ขอความเป็นธรรมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดังจะเห็นได้จากสถิติข้อร้องเรียนดังที่กล่าวไว้ข้างต้น แต่ยังคงพบว่าผู้บริโภคบางส่วนที่ไม่อาจ

รับรู้สิทธิของตน และเลขที่จะปกป้องสิทธิผู้บริโภค ด้วยไม่ทราบว่าจะพึ่งพาหน่วยงานใด หรือ บางกรณีหากนี่อะไรไม่ออก ก็จะคิดถึงสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคก่อนเป็นอันดับแรก ทำให้เรื่องร้องเรียนที่เข้ามาในสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีมาก การให้บริการ อาจไม่ทันทั่วถึงที่ ส่งผลให้เป็นภาพลักษณ์ปรากฏออกมาว่าการร้องเรียนแต่ละครั้งมีความยุ่งยากและ เสียเวลา อีกทั้งการทะเลาะในการปกป้องสิทธิมีสาเหตุหลักๆ เนื่องมาจากความเชื่อของสังคมไทยที่ ถูกปลูกฝังอย่างเหนียวแน่นในเรื่องของบาป บุญ คุณ โทษ กรรมดี กรรมชั่ว และการให้ภัยซึ่งกัน และกัน ใครทำสิ่งใดไว้จะได้รับการอันเป็นผลจากการกระทำของตน หากใครทำกรรมไม่ดีไว้ ผลของกรรมนั้นจะส่งผลกับผู้กระทำกรรมนั้นเองไม่ในปัจจุบันก็ในอนาคต เป็นหน้าที่ของนรก สวรรค์ ไม่ต้องไปเรียกร้องสิทธิ ความเป็นธรรมให้เสียเวลา เสียค่าใช้จ่าย

5.1.2 การดำเนินงานของรัฐและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการให้ความคุ้มครองสิทธิ ผู้บริโภค

บทบาทของแต่ละภาคส่วนในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค หน่วยงานทุกภาคส่วนที่เป็นหน่วยงานทั้งของภาครัฐและภาคเอกชน ต่างมีความตื่นตัว และพยายามผลักดันนโยบายให้ เกิดผลสำเร็จ โดยใช้กลยุทธ์ วิธีการต่างๆในการเข้าถึงประชาชน ผู้บริโภค พร้อมทั้งเปิดช่องทาง เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงหน่วยงานในการคุ้มครอง พิทักษ์ ปกป้องสิทธิผู้บริโภค ทั้งทางด้าน สื่อมวลชน วิทยุ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ รวมถึงการเข้าหาหน่วยงานด้วยตนเอง

จากสิทธิผู้บริโภคตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งแก้ไข เพิ่มเติมโดย (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 แล้ว ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 ได้บัญญัติถึงสิทธิของผู้บริโภคไว้ในมาตรา 61 จะเห็นว่าสิทธิผู้บริโภคที่รัฐธรรมนูญบัญญัติ ไว้มี หลักๆอยู่ 3 ประการ ได้แก่

1. สิทธิของบุคคลซึ่งเป็นผู้บริโภคย่อมได้รับความคุ้มครองในการได้รับข้อมูลที่ เป็นความจริง

2. มีสิทธิร้องเรียน เพื่อให้ได้รับการแก้ไขเยียวยาความเสียหาย

3. มีสิทธิรวมตัวกันเพื่อพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค และให้มีองค์การ เพื่อ

การคุ้มครองผู้บริโภคที่เป็นอิสระจากหน่วยงานของรัฐ

โดยจะเห็นว่าการดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค มี การดำเนินงานภายใต้พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค ที่กำหนดสิทธิผู้บริโภคไว้ 5 ประการ ซึ่งมีความครอบคลุมสิทธิตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 โดยมีการคุ้มครอง

สิทธิออกเหนือจากที่ระบุไว้ในรัฐธรรมนูญอีกด้วย ในส่วนประเด็นของสิทธิในการรวมตัวกันเพื่อพิทักษ์สิทธิผู้บริโศก ภาครัฐก็มีการสนับสนุน ทั้งชมรม สมาคม สหพันธ์ต่างๆ ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการคุ้มครองสิทธิผู้บริโศก และรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 มีการผลักดันให้มีการตั้งองค์การอิสระเพื่อคุ้มครองผู้บริโศก แต่ไม่เกิดขึ้นในช่วง 10 ปี ที่บังคับใช้รัฐธรรมนูญปี 2540 เนื่องจากรัฐไม่ออกกฎหมายดังกล่าว ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 ยังคงมีบทบัญญัติให้มีองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีตัวแทนผู้บริโศกให้ความเห็นประกอบ ในการออกกฎหมาย และมาตรการในการคุ้มครองผู้บริโศกโดยรัฐ (ม.61) ซึ่งมีการผลักดันร่างการจัดตั้งองค์การอิสระผู้บริโศก ในการช่วยให้ความคิดเห็นของผู้บริโศก ได้รับการเสนอเข้าไปสู่หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ ซึ่งมักจะมีกฎหมายเกี่ยวกับผู้บริโศกออกมาเรื่อยๆ เป็นการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วม

บทบาทของภาครัฐในส่วนของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโศก เป็นไปตามที่พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโศก พ.ศ. 2522 ให้การรับรองและกำหนดให้จัดตั้ง การใช้อำนาจหน้าที่มีความชัดเจนกว่าบทบาท อำนาจหน้าที่ของส่วนท้องถิ่น คือ กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีฐานะเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีหน้าที่ดูแลทุกข์ สุข ความเป็นอยู่ของประชาชนในพื้นที่รับผิดชอบให้เป็นไปโดยปกติสุข ภายใต้กฎหมายที่เกี่ยวข้องและให้อำนาจหน้าที่ไว้ ซึ่งงานในส่วนของการคุ้มครองสิทธิผู้บริโศกเป็นงานแฝงที่แทรกอยู่ในการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามกฎหมายที่ให้อำนาจหน้าที่ไว้ เช่น พระราชบัญญัติการรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง พ.ศ.2535 พระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 และพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 เป็นต้น การดำเนินงานในส่วนที่เป็นงานฝักจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโศก คือการจัดตั้งคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโศกของกรุงเทพมหานคร นั้น ยังไม่มีบทบาทที่ชัดเจนในส่วนของมูลนิธิผู้บริโศกนั้น ก็ไม่ได้มีอำนาจหน้าที่ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโศก พ.ศ. 2522 แต่การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโศกของมูลนิธิเป็นไปในลักษณะการรับเรื่องร้องทุกข์จากประชาชนที่เดือดร้อน หรือถูกละเมิดสิทธิจากผู้ประกอบธุรกิจ โดยศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ มูลนิธิเพื่อผู้บริโศก เป็นการให้คำแนะนำ ชี้แนะ แนวทางดำเนินการ เช่นแจ้งว่าถ้ากรณีเช่นนี้จะต้องดำเนินการอย่างไร ต้องติดต่อหน่วยงานใด หรือต้องผ่านขั้นตอนไหนบ้าง อย่างไร รวมตลอดถึงเป็นคนกลางในการไกล่เกลี่ยคดี แต่ไม่มีอำนาจในการเรียกหลักฐานต่างๆ หรือเรียกให้ผู้ประกอบธุรกิจชี้แจง แต่ใช้วิธีขอความร่วมมือ นอกจากนี้ในกรณีที่ผู้บริโศกต้องการให้ช่วยดำเนินคดีแทนให้ ทางมูลนิธิก็จะมีทนายอาสาว่าความดำเนินคดีให้ เป็นการแบ่งเบาภาระของภาครัฐ ในการรับเรื่องราวร้องทุกข์ การแก้ไขเยียวยาได้ในระดับหนึ่ง ซึ่งในอนาคตหากร่างพระราชบัญญัติที่กำลังเสนอไป เช่น ร่างพระราชบัญญัติองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโศก พ.ศ. ร่าง

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค(ฉบับที่ ...) พ.ศ. มีผลบังคับใช้ ก็จะทำให้การดำเนินงานคล่องตัวและเป็นไปตามกฎหมายให้การรับรองมากขึ้น อันจะส่งผลต่อการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคมากขึ้นด้วย

ไม่เพียงแต่บทบาทของภาคส่วนต่างๆที่มีหน้าที่คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค แก่ไขเยียวหาความเดือดร้อน ของผู้บริโภค ดังที่กล่าวมาแล้วเท่านั้น ในส่วนของผู้ประกอบการเอง ก็ต้องมีการรับรู้กฎหมาย มีแนวคิดที่ดีต่อการรักษา ช่วยปกป้องสิทธิผู้บริโภค ดำเนินธุรกิจโดยไม่เอารัดเอาเปรียบผู้บริโภค ประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม บทบาทของผู้บริโภคก็จะต้องรู้สิทธิ และปฏิบัติตามหน้าที่ของผู้บริโภคอย่างเคร่งครัด การคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจะประสบผลสำเร็จได้ ต่อเมื่อทุกฝ่าย ทุกภาคส่วนรู้และทำหน้าที่ในบทบาทของตนเองอย่างเต็มที่ เต็มศักยภาพ

5.1.3 ปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่

กรุงเทพมหานคร

ปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร เกิดจากปัจจัยในหลายๆด้าน ซึ่งสามารถเกิดขึ้นได้จากภาครัฐเอง ภาคองค์กรเอกชน ภาคผู้ประกอบการ และตัวผู้บริโภคเอง โดยประเด็นสำคัญของปัญหาอุปสรรค ได้แก่ ปัญหาด้านทรัพยากรของหน่วยงาน ทั้งจากงบประมาณดำเนินการที่มีอย่างจำกัด และบุคลากร ในแง่ของปริมาณและคุณภาพของทรัพยากรบุคคล ในส่วนของความรู้ความชำนาญในงานคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค รวมถึงตลอดถึงเครื่องมือ อุปกรณ์ ช่องทางในการเสริมสร้างผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ แผนการปฏิบัติงานให้ประสบผลสำเร็จ ปัญหาการบังคับใช้กฎหมายเพื่อคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคของหน่วยงานภาครัฐอย่างเคร่งครัด โดยเฉพาะในส่วนของเจ้าหน้าที่กรุงเทพมหานคร เนื่องจากขาดความรู้ ความชำนาญในข้อกฎหมาย ตลอดจนขั้นตอนการดำเนินการให้ความคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ปัญหาที่เกิดจากการปฏิบัติงานมุ่งเน้นการทำงานในเชิงเพื่อแก้ไข เยียวหาปัญหาเฉพาะหน้ามากกว่าการป้องกันเชิงรุก การสร้างความเข้มแข็งให้กับองค์กร เครือข่ายยังไม่ประสบผลสำเร็จ

นอกจากนี้ในส่วนผู้บริโภคเองไม่ทราบว่าต้องพึ่งพาหน่วยงานใด และจะต้องทำอย่างไร ในการแก้ไข เยียวหาปัญหาการถูกละเมิดสิทธิ และยังคงขาดความตระหนักในการปกป้องสิทธิของตนเองเมื่อถูกละเมิดสิทธิ โดยสืมคิดว่าการร้องเรียนหนึ่งครั้งนั้น จะสามารถช่วยพิทักษ์ ปกป้องสิทธิ และป้องปรามการละเมิดสิทธิ โดยผู้ประกอบการที่ขาดจิตสำนึก ความรับผิดชอบ ที่จะสามารถก่อการละเมิดสิทธิผู้บริโภครายอื่นๆ

ในส่วนผู้ประกอบการยังขาดความตระหนักในความรับผิดชอบต่อสินค้าและบริการที่นำออกจำหน่ายแก่ประชาชน ยังมีการปิดกั้นไม่ถูกต้อง โฆษณาเกินความจริง ในด้านสัญญาพบการเอาเปรียบและไม่เป็นธรรมแก่ผู้บริโภค

5.1.4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของการนำนโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานครไปปฏิบัติ

การนำนโยบายไปปฏิบัติ และผลการดำเนินงานเพื่อการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค จากการศึกษา พบว่า ทุกภาคส่วนมีความตระหนักและตื่นตัว ให้ความสำคัญในการพิทักษ์ปกป้องสิทธิผู้บริโภค โดยดำเนินมาตรการ กลยุทธ์ต่างๆ แต่ยังไม่ประสบผลสำเร็จเป็นที่น่าพอใจนัก โดยจากกลุ่มตัวอย่างที่ได้ศึกษาให้ความเห็นว่าภาครัฐควรมีการปกป้องสิทธิผู้บริโภคให้ครอบคลุม และมีผลการแก้ไขข้อร้องเรียนให้รวดเร็วขึ้น และยังไม่พึงพอใจผลการดำเนินงานในการปกป้องสิทธิผู้บริโภค โดยเห็นว่าควรมีการปรับปรุงให้ดีขึ้น โดยเมื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ ความล้มเหลวของการนำนโยบายไปปฏิบัติสำหรับการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคสรุปได้ว่า ปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จ หรือล้มเหลวของนโยบายการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างกลไกภายในหน่วยงาน หรือระหว่างหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ ลักษณะของหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ และความพอเพียงของทรัพยากร

จากปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของนโยบายการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค จะใช้เป็นแนวทาง วิธีการดำเนินงานในการให้ข้อเสนอแนะต่อการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคให้เป็นไปตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 ซึ่งจะได้มีการกล่าวถึงในส่วนของการข้อเสนอแนะ ต่อไป

จากประเด็นทั้งหมดข้างต้นนำมาซึ่งบทสรุปที่ว่า การคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 นั้น ภาครัฐได้มีการให้ความคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคอย่างเต็มที่ ทั้งมาตรการในเชิงแก้ไข เยียวยา และมาตรการเชิงรุกเพื่อป้องกันการเกิดปัญหา และแนวทางวิธีดำเนินการก็เป็นไปตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 ประชาชนส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิต่าง ๆ ที่ได้รับการคุ้มครองตามกฎหมาย และไม่ทราบถึงวิธีการเลือกซื้อสินค้าและบริการที่ถูกต้อง ขาดข้อมูลในการประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการ และไม่สนใจที่จะเอาเรื่องกับผู้ประกอบธุรกิจที่เอาัดเอาเปรียบ โดยปัญหาการร้องเรียนเพื่อปกป้องสิทธิผู้บริโภคจะเกิดมากในเขตชุมชนเมือง เนื่องจากความหลากหลาย

ของความต้องการในการบริโภค และการรับรู้ข่าวสาร และสามารถเข้าถึงหน่วยงานที่รับเรื่องร้องเรียนไปแก้ไขเยียวยาได้สะดวก

การร้องทุกข์ เมื่อไม่ได้รับความเป็นธรรม จากการซื้อสินค้าหรือบริการ ถือเป็น เรื่องที่ชอบธรรม ที่ผู้บริโภคควรกระทำ เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจชดใช้ความเสียหาย และเพื่อเป็นการลงโทษหรือปรามมิให้ ผู้ประกอบการธุรกิจเอาเปรียบผู้บริโภค แม้จะมีผู้บริโภคบางส่วนที่ยังเพิกเฉย หรือละเลยในการพิทักษ์ ปกป้องสิทธิผู้บริโภค ด้วยเห็นเป็นเรื่องยุ่งยาก เสียเวลา แต่จากการส่งเสริม ให้ความรู้เรื่องสิทธิผู้บริโภคจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ทั้งภาครัฐและเอกชน ก็ทำให้ผู้บริโภคเห็นความสำคัญและปกป้องสิทธิของตนเองเพิ่มขึ้น แต่จะนำมา บ่งชี้ว่า การรณรงค์ประสบผลสำเร็จไม่ได้ เนื่องจากยังสะท้อนผลให้เห็นว่าผู้ประกอบการยังคงมีการละเมิดสิทธิผู้บริโภค

ในประเทศไทยมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการรับเรื่องร้องทุกข์ แก้ไข เยียวยา ปัญหาผู้บริโภคหลายหน่วยงาน จนบางครั้งทำให้ผู้บริโภคเกิดความสับสน ไม่รู้ว่าจะไปร้องเรียนที่ใด อีกทั้งปัญหาในการประสานงานระหว่างหน่วยงาน บางครั้งล่าช้า จนไม่สามารถแก้ปัญหาผู้บริโภคได้อย่างทันท่วงที ดังนั้นการดำเนินงานในเชิงรุกเพื่อเป็นการแก้ปัญหาในเชิงป้องกัน เพื่อลดการแก้ไขปัญหาในเชิงเยียวยา เพื่อให้ผู้บริโภคดูแลตนเองได้จึงเป็นกลยุทธ์ที่ภาคส่วนต่างๆเร่งดำเนินการ

5.2 อภิปรายผล

จากผลการศึกษา การคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 นำมาอภิปรายผลโดยเทียบกับวรรณกรรมที่ทบทวน และการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยกำหนดเป็นประเด็น ความสอดคล้องของผลการศึกษา และข้อค้นพบจากการศึกษาคั้งนี้ ดังนี้

5.2.1 สิทธิผู้บริโภคตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550

สถานการณ์และรูปแบบของการบริโภคและสิทธิของผู้บริโภค สถานการณ์ด้าน สิทธิของผู้บริโภค มีแนวโน้มได้รับการเคารพ ส่งเสริม และคุ้มครองมากขึ้น จากการมีบทบาทนิติใน รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ซึ่งสอดคล้องกับหลักการพื้นฐานและแนวคิดสิทธิมนุษยชน ใน ส่วนของหลักการความเสมอภาค เสรีภาพ และการไม่เลือกปฏิบัติ โดยถูกกำหนดไว้ในปฏิญญา

สากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชนของสหประชาชาติ ซึ่งปัจจุบัน คำเหล่านี้มีความหมายกว้างขวางครอบคลุมในหลายๆด้าน ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชนขององค์การสหประชาชาติได้ระบุไว้อย่างชัดเจนถึงเรื่องสิทธิมนุษยชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งหลักการความเสมอภาค เสรีภาพ และการไม่เลือกปฏิบัติ ทั้งยังต้องได้รับการคุ้มครองตามกฎหมาย โดยทุกประเทศที่ให้การรับรองปฏิญญาดังกล่าวนี้อำนาจจำเป็นต้องนำไปปฏิบัติใช้ สิทธิผู้บริโภคเป็นสิทธิอันพึงมีพึงได้ ซึ่งกฎหมายให้การรับรอง โดยเสรีภาพ เป็นภาวะของมนุษย์ที่จะไม่อยู่ภายใต้ การครอบงำของบุคคลอื่น ความมีอิสระที่จะกระทำการใดๆ ได้ แต่การใช้เสรีภาพจะต้องไม่ไปละเมิดสิทธิและเสรีภาพของผู้อื่นด้วย เสรีภาพในสังคมประชาธิปไตยมีขอบเขตจำกัดในระดับหนึ่ง สิ่งที่จะมาเป็นตัวจำกัดเสรีภาพคือกฎหมาย ข้อบังคับ ขนบธรรมเนียม ประเพณี ซึ่งสิทธิมนุษยชนมีองค์ประกอบหลัก 5 ประการ คือ

1. ผู้ทรงสิทธิหรือเจ้าของสิทธิ
2. สิทธิที่มีอยู่
3. จะต้องได้รับการรับรองโดยสังคมหรือกฎหมาย
4. สิทธิและหน้าที่สัมพันธ์กัน และ
5. มีสิ่งที่ย้ำอิงเพื่อเรียกร้องสิทธิได้ คือกฎหมาย

มนุษย์ทุกคนที่เกิดมาไม่ว่าจะต่างเพศ ผิวพรรณ จะอาศัยอยู่ในประเทศใหญ่หรือเล็กที่เป็นเอกราชหรือยังมีได้ปกครองตนเองก็ตาม ย่อมมีสิทธิประจำตัวอันจะโอนให้แก่กันมิได้ สิทธิเหล่านี้เป็นสิทธิตามธรรมชาติและเกิดขึ้นจากสภาพธรรมชาติแห่งการเป็นมนุษย์ ซึ่งรัฐจะต้องรับรู้ รับรองจะปฏิเสธเสียมิได้ เพราะเป็นสิทธิที่มีขึ้นเพื่อจำกัดขอบเขตอำนาจของรัฐที่มีอยู่เหนือบุคคล แม้ว่ารัฐมีอำนาจบังคับบัญชาบุคคลในรัฐของตนเพื่อคุ้มครองประโยชน์ส่วนรวม และยังสวัสดิภาพแก่ประชาชน กล่าวคือรัฐมีหน้าที่ต้องให้การคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค และส่งเสริมให้ประชาชนมีการปกป้องสิทธิให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญแห่งรัฐนั้นๆ แต่ยังคงพบว่าการละเมิดสิทธิผู้บริโภค จากสถิติข้อร้องเรียนต่างๆ โดยผู้ประกอบการค้า และผู้ประกอบการธุรกิจโฆษณา ได้นำวิชาการทางการตลาดและทางการโฆษณา โดยใช้วิธีการและเทคนิคใหม่ๆ มาใช้ในการส่งเสริมการขายสินค้าและบริการ ซึ่งการกระทำดังกล่าวทำให้ผู้บริโภคตกอยู่ในฐานะและบริการ ที่เสียเปรียบ เพราะผู้บริโภค ไม่อยู่ในฐานะที่ทราบภาวะตลาด ผู้บริโภคไม่อาจทราบถึงคุณภาพ และแหล่งผลิตได้ทั่วถึง และความจริงที่เกี่ยวกับคุณภาพ และราคาของสินค้าต่างๆ ได้อย่างถูกต้องทันทั่วทั้งที่ นอกจากนั้นในบางกรณีแม้จะมีกฎหมายให้ความคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค โดยการกำหนดคุณภาพ และราคาของสินค้า หรือผู้ประกอบการธุรกิจโฆษณา เมื่อมีการละเมิดสิทธิ

ของผู้บริโภคย่อมจะเสียเวลาและค่าใช้จ่ายเป็นการไม่คุ้มค่า และผู้บริโภคจำนวนมากไม่อยู่ในฐานะที่จะเสียเวลา และเสียค่าใช้จ่ายในการดำเนินคดีได้ และในบางกรณีไม่อาจจะระงับ หรือยับยั้งการกระทำที่เกิดความเสียหายแก่ผู้บริโภค ได้ทันทั่วทั้งที่ เมื่อเกิดปัญหาขึ้นผู้บริโภคจึงตกอยู่ในสภาวะจำยอมและเสียเปรียบผู้ประกอบการธุรกิจตลอดมา สอดคล้องกับข้อสรุปที่ว่าผู้บริโภคจำนวนมากทั้งในอดีตและปัจจุบัน ยังมีความต้องการใช้เงินของตนเองอย่างคุ้มค่า เพื่อให้ได้สินค้าที่ดีปลอดภัยราคาไม่แพงมากนัก โดยไม่ได้สนใจมากนักว่าสินค้านั้นมาจากกระบวนการผลิตแบบใดใครเป็นผู้ผลิต และมีความรับผิดชอบต่อสังคมมากน้อยแค่ไหน อย่างไรก็ตาม ข้อควรคำนึงของผู้บริโภคในประเด็นของประโยชน์ที่จะได้รับ สิ่งแวดล้อมและสังคมเป็นประเด็นที่ควรต้องส่งเสริมให้เกิดขึ้นโดยนายอันวาร์ ฟาซาล ประธานสหพันธ์ผู้บริโภคสากล ได้กล่าวไว้ว่า “พฤติกรรมที่ซื้อแต่ละครั้งคือการลงคะแนนให้กับตัวแบบทางเศรษฐกิจและสังคม รวมทั้งแบบแผนการผลิตสินค้าแบบใดแบบหนึ่ง ขณะที่ผู้ซื้อคำนึงถึงคุณภาพและประโยชน์ที่จะได้รับจากการบริโภคสินค้านั้น ผู้ซื้อจะต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ที่แวดล้อมการผลิตสินค้านั้นด้วย นั่นคือ ผู้บริโภคต้องใส่ใจถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และสภาพการทำงานในการผลิตสินค้านั้นขึ้นมา ผู้บริโภคมีความเกี่ยวข้องกับเงื่อนไขดังกล่าว ฉะนั้นจึงต้องรับผิดชอบต่อประเด็นนี้ด้วย” การเป็นผู้บริโภคสีเขียว (Green Consumers) มิใช่เป็นเพียงมองหาของสีเขียวไว้ใช้สอย แต่ที่สำคัญผู้บริโภคต้องประมาณการบริโภคและทราบว่า การบริโภคทุกอย่างส่งผลกระทบต่อทั้งตนเองและสังคม นั่นคือการบริโภคแต่เพียงสิ่งที่จำเป็น ทำให้กิจกรรมที่ดำเนินการมุ่งไปสู่เป้าหมายการบริโภคแต่พอเพียง

นอกจากนี้จากการศึกษานำมาซึ่งข้อค้นพบว่า พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ถือได้ว่าเป็นกฎหมายของประเทศไทยที่มีการจัดตั้งหน่วยงานของรัฐขึ้น เพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคโดยตรง เพราะพระราชบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการอื่นๆ ที่ไม่ได้ระบุไว้ในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 บัญญัติขึ้น เพื่อควบคุมผู้ประกอบการ เป็น การคุ้มครองผู้บริโภคโดยทางอ้อม และสิทธิผู้บริโภคทั้ง 5 ประการ ที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคใช้ยึดในการดำเนินงานคุ้มครอง ได้แก่

1. สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ
2. สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ
3. สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ
4. สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา
5. สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย

สิทธิผู้บริโภครวม 5 ประการนี้ เป็นการกำหนดขึ้น โดยสรุปความมาจากพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ทั้ง 62 มาตรา โดยไม่ได้ระบุไว้เป็นการเฉพาะในมาตราใดมาตราหนึ่งในพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าว

ด้านการรับรู้สิทธิผู้บริโภค และการปกป้องสิทธิผู้บริโภค ได้ข้อค้นพบว่าในปัจจุบัน นับว่าภาครัฐได้มีการส่งเสริม สนับสนุน ผลักดันเป็นนโยบายสำคัญ ให้ผู้บริโภคหันมาปกป้องสิทธิของตน โดยพบว่าผู้บริโภครวมที่ถูกละเมิดสิทธิเพียงบางส่วนเท่านั้นที่มีการปกป้องสิทธิของตนเอง แต่ยังคงพบว่าผู้บริโภครวมบางส่วนที่ไม่อาจรับรู้สิทธิของตน และละเลยที่จะปกป้องสิทธิผู้บริโภค ด้วยไม่ทราบว่าจะพึงพาหน่วยงานใด หรือบางกรณีหากนึกอะไรไม่ออกก็จะคิดถึงสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคก่อนเป็นอันดับแรก ทำให้เรื่องร้องเรียนที่เข้ามาในสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีมาก การให้บริการอาจไม่ทันทั่วถึง ส่งผลให้เป็นภาพลักษณ์ปรากฏออกมาว่าการร้องเรียนแต่ละครั้งมีความยุ่งยากและเสียเวลา อีกทั้งจากความเชื่อของสังคมไทยที่ถูกปลูกฝังอย่างเหนียวแน่นในเรื่องของบาป บุญ คุณ โทษ กรรมดี กรรมชั่ว และการให้อภัยซึ่งกันและกัน

5.2.2 การดำเนินงานของรัฐและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการให้ความคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค

บทบาทของแต่ละภาคส่วนในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค หน่วยงานทุกภาคส่วนที่เป็นหน่วยงานทั้งของภาครัฐและภาคเอกชน ต่างมีความตื่นตัว และพยายามผลักดันนโยบายให้เกิดผลสำเร็จ

โดยจะเห็นว่า การดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค มีการดำเนินงานภายใต้พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค ที่กำหนดสิทธิผู้บริโภคไว้ 5 ประการ ซึ่งมีความครอบคลุมสิทธิตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2522 โดยมีการคุ้มครองสิทธิ นอกเหนือจากที่ระบุไว้ในรัฐธรรมนูญอีกด้วย ในส่วนประเด็นของสิทธิในการรวมตัวกันเพื่อพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค เป็นการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วม สอดรับกับหลักการบริหารจัดการภาครัฐที่ดี (Good governance)

บทบาทของภาครัฐในส่วนของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นไปตามที่พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ให้การรับรองและกำหนดให้จัดตั้ง การใช้

อำนาจหน้าที่ที่มีความชัดเจนกว่าบทบาท อำนาจหน้าที่ของส่วนท้องถิ่น คือ กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีฐานะเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีหน้าที่ดูแลทุกข์ สุข ความเป็นอยู่ของประชาชนในพื้นที่รับผิดชอบให้เป็นไปโดยปกติสุข ภายใต้กฎหมายที่เกี่ยวข้องและให้อำนาจหน้าที่ไว้ ซึ่งงานในส่วนของการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคเป็นงานแฝงที่แทรกอยู่ในการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามกฎหมายที่ให้อำนาจหน้าที่ไว้ เช่น พระราชบัญญัติการรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง พ.ศ.2535 พระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 และพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 เป็นต้น การดำเนินงาน ยังไม่มีบทบาทที่ชัดเจน อีกทั้งไม่มีผลงานที่เป็นที่ประจักษ์นัก นอกจากนี้ อำนาจต่างๆในการเปรียบเทียบปรับและการบังคับคดี ยังต้องส่งไปส่วนกลางคือสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ทำให้เป็นปัญหาในขั้นตอนและกระบวนการ ซึ่งหากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้มีการถ่ายโอนอำนาจ และถ่ายทอดความรู้ให้กับกรุงเทพมหานคร จะทำให้การปฏิบัติงานคล่องตัวขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของวนิดา แก้วผณีรังสี(2539) ซึ่งได้ศึกษาเรื่องศักยภาพ และความเป็นไปได้ของเทศบาล ในการรับมอบอำนาจการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านอาหาร พบว่าเทศบาลเป็นหน่วยงานที่ควรได้รับการกระจายอำนาจ เพื่อดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านอาหารด้วยความสอดคล้องของภารกิจหลักของเทศบาลเอง และโครงสร้างองค์กรที่มีหน่วยรองรับงานด้านนี้อยู่ และให้ข้อเสนอแนะด้วยว่า เทศบาลยังขาดแคลนอัตรากำลังที่จะดำเนินงานได้ทันที่อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นหน้าที่ของหน่วยงานส่วนกลางในการแก้ไขปัญหาควบคู่ไปกับการสนับสนุนให้เทศบาลสามารถดำเนินงานไปได้อย่างราบรื่น และพัฒนางานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์

ไม่เพียงแต่บทบาทของภาครัฐที่มีหน้าที่คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค หรือการแก้ไขเยียวยาความเดือดร้อน ของผู้บริโภค ดังที่กล่าวมาแล้วเท่านั้น ในส่วนของภาคเอกชนที่เป็นเครือข่ายที่เข้มแข็ง และผู้ประกอบการเองก็ต้องมีการรับรู้กฎหมาย ดำเนินธุรกิจโดยไม่เอารัดเอาเปรียบผู้บริโภค บทบาทของผู้บริโภคก็จะต้องรู้สิทธิ และปฏิบัติตามหน้าที่ของผู้บริโภคอย่างเคร่งครัด การคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจะประสบผลสำเร็จได้ต่อเมื่อทุกฝ่าย ทุกภาคส่วนรู้ และทำหน้าที่ในบทบาทของตนเองด้วยเช่นกัน

5.2.3 ปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่

กรุงเทพมหานคร

จากการศึกษานำมาซึ่งข้อค้นพบว่า ปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร เกิดจากปัจจัยในหลายๆด้าน ซึ่งสามารถเกิดขึ้นได้จากภาครัฐเอง ภาคองค์กรเอกชน ภาคผู้ประกอบการ และตัวผู้บริโภคเอง โดยประเด็นสำคัญของปัญหาอุปสรรค ได้แก่ ปัญหาด้านทรัพยากรของหน่วยงาน ทั้งจากงบประมาณดำเนินการที่มีอย่างจำกัด และบุคลากร ในแง่ของปริมาณและคุณภาพของทรัพยากรบุคคล ในส่วนของความรู้ความชำนาญในงานคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค รวมถึงคล่องตัวเครื่องมือ อุปกรณ์ ช่องทางในการเสริมสร้างผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ แผนการปฏิบัติงานให้ประสบผลสำเร็จ ปัญหาการบังคับใช้กฎหมายเพื่อคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคของหน่วยงานภาครัฐอย่างเคร่งครัด โดยเฉพาะในส่วนของเจ้าหน้าที่กรุงเทพมหานคร เนื่องจากขาดความรู้ ความชำนาญในข้อกำหนด สอดคล้องกับผลการศึกษาพัฒนา ๓๓๕๕๕๕ (2550) ตลอดจนขั้นตอนการดำเนินการให้ความคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ปัญหาที่เกิดจากการปฏิบัติงานมุ่งเน้นการทำงานในเชิงเพื่อแก้ไข เยียวยา มากกว่าการป้องกันเชิงรุก

นอกจากนี้ในส่วนผู้บริโภคเองไม่ทราบว่าต้องพึ่งพาหน่วยงานใด และจะต้องทำอะไร ในการแก้ไข เยียวยาปัญหาการถูกละเมิดสิทธิ สอดคล้องกับการศึกษาของวินัย ตะลันท์ (2545) ที่ว่าหน่วยงานที่ทำงานการคุ้มครองผู้บริโภคมีมาก แต่ขาดการประสานงานในการแก้ปัญหาให้กับผู้บริโภค และยังหาหน่วยงานหลักในการดำเนินงานในการบริหารไม่ได้ จึงไม่เกิดการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างแท้จริง ในขณะที่วาทกรรมพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคอาหารปลอดภัยนั้นค่อนข้างต่ำ เนื่องจากขาดข้อมูลในการในการเลือกซื้อ และยังคงค้นพบว่าผู้บริโภคขาดความตระหนักในการปกป้องสิทธิของตนเองเมื่อถูกละเมิดสิทธิ โดยสืมนึกว่าการร้องเรียนหนึ่งครั้งนั้นจะสามารถช่วยพิทักษ์ ปกป้องสิทธิ และป้องปรามการละเมิดสิทธิ โดยผู้ประกอบการที่ขาดจิตสำนึก ความรับผิดชอบ ที่จะสามารถก่อการละเมิดสิทธิผู้บริโภคอื่นๆ ในประเด็นของความตระหนักในการปกป้องสิทธิสอดคล้องกับงานศึกษาของนิคยา จันโทภาสกร(2535) กล่าวคือ มีประชาชนเพียงส่วนน้อยที่คิดจะไปร้องเรียนเมื่อไม่ได้รับความเป็นธรรมในการซื้อสินค้าและบริการ และมีความเห็นว่าการส่งเจ้าหน้าที่ออกตรวจตราสอดส่องการขายสินค้าหรือบริการเป็นสิ่งที่ดี มีประโยชน์ต่อประชาชนผู้บริโภค

ข้อค้นพบในส่วนของผู้ประกอบการคือการขาดความตระหนักในความรับผิดชอบต่อสินค้าและบริการที่นำออกจำหน่ายแก่ประชาชน ยังมีการปิดฉากไม่ถูกต้อง โฆษณาเกินความจริง

ในด้านสัญญาพบการเอาเปรียบและไม่เป็นธรรมแก่ผู้บริโภค ดังจะเห็นได้จากข้อมูลสถิติการร้องเรียนของผู้บริโภค

5.2.4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของการนำนโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานครไปปฏิบัติ

จากการศึกษาการนำนโยบายไปปฏิบัติ โดยเมื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ ความล้มเหลวของการนำนโยบายไปปฏิบัติ สำหรับการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค พบว่า ยังไม่ประสบผลสำเร็จ โดยสรุปได้ดังนี้

ปัจจัยที่ส่งผลให้การนำนโยบายประสบผลสำเร็จ ได้แก่ ลักษณะของนโยบายนั้นๆ ได้รับความสนใจ และให้ความสำคัญของผู้กำหนดนโยบาย สอดคล้องกับค่านิยมในการสร้างความเป็นปกติของคนในสังคม ในส่วนของวัตถุประสงค์ของนโยบายก็มีความชัดเจน ในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคเพื่อให้เป็นไปตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 ในประเด็นความเป็นไปได้ทางการเมืองนั้น นโยบายในลักษณะที่ดำเนินการเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อส่วนรวม เป็นสิ่งที่นักการเมือง รวมถึงตลอดถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กลุ่มผลประโยชน์ต่างๆ นั้นให้ความสนใจเป็นพิเศษ เป็นแรงผลักดันนโยบายให้ประสบผลสำเร็จได้ทางหนึ่ง สำหรับความเป็นไปได้ทางเทคโนโลยี ทางเทคนิคหรือทฤษฎีนั้น การส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีความรู้ ความเข้าใจ รู้จักพิทักษ์ปกป้องสิทธิ มีความเป็นไปได้มากขึ้นจากการที่มีการดำเนินงานเชิงรุก การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในทุกช่องทางเท่าที่จะทำได้ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ อินเทอร์เน็ต สายด่วนผู้บริโภค การสร้างกลุ่มให้เข้มแข็ง โดยการสร้างเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค สอดรับกับงานศึกษาของนิดยา จันโทภาสกร(2535) และพิมพ์ฉัตร ณะสีลังกูร (2550) และการให้การศึกษา โดยจัดทำเป็นหลักสูตรการเรียนการสอนในสถานศึกษา สำหรับประเด็นทัศนคติของผู้ที่นำนโยบายไปปฏิบัติพบว่ามีความภาคภูมิใจในงานที่ปฏิบัติ เพื่อคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ด้วยถือเป็นการสร้างความเป็นปกติสุขให้เกิดขึ้นในสังคม

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความล้มเหลวของนโยบาย ได้แก่ ลักษณะของนโยบายนั้นๆ ในส่วน of ค่านิยม ความเชื่อของคนไทย ที่มักจะไม่ชอบความยุ่งยาก วุ่นวาย การเรียกร้องสิทธิ เชื่อในผล of กรรมดี กรรมชั่ว ทำให้ละเลยการปกป้องสิทธิของตนเอง ในส่วนของความพอเพียงของ

ทรัพยากรทั้งด้านการเงิน และทรัพยากรบุคคลนั้นนับว่าไม่เพียงพอที่จะขับเคลื่อนงานนโยบายให้ประสบความสำเร็จอย่างที่ควรจะเป็น สอดคล้องกับงานศึกษาของ นิตยา จันโทภาสกร(2535) วนิดา แก้วผณีกรังสี(2539) พิมพัฒน์ ธนะสีลังกูร (2550) และสำหรับประเด็นของลักษณะของหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ และส่วนของประเด็นความสัมพันธ์ระหว่างกลไกภายในหน่วยงานหรือระหว่างหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ นั้น การปฏิบัติงานไม่สามารถดำเนินการได้เบ็ดเสร็จในหน่วยงานเดียวจำเป็นต้องประสานงานหน่วยงานต่างๆ จำนวนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีมาก ทำให้จุดตัดสินใจมีมากจนบางครั้งทำให้การคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคไม่ทันทั่วถึง

ข้อค้นพบของการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของนโยบายการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างกลไกภายในหน่วยงานหรือระหว่างหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ ลักษณะของหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ และความพอเพียงของทรัพยากร

ข้อสรุปค้นพบของการศึกษาอิสระ หัวข้อ การคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 ในครั้งนี้พบว่า ภาครัฐได้มีการให้ความคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคอย่างเต็มที่ ตามศักยภาพที่มีอยู่ ทั้งมาตรการในเชิงแก้ไข เยียวยา และมาตรการเชิงรุกเพื่อป้องกัน การเกิดปัญหา และแนวทางวิธีดำเนินการ ตลอดจนการสนับสนุนเครือข่ายคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ซึ่งเป็นไปตามเจตนารมณ์รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550

5.3 ข้อเสนอแนะ

เพื่อให้การคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 ได้มีการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญ และเพิ่มประสิทธิภาพในการนำนโยบายเกี่ยวกับการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคไปใช้ให้เกิดผลสูงสุด จากการศึกษาครั้งนี้ นำมาซึ่งข้อเสนอในการนำไปใช้ และข้อเสนอในการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

ข้อเสนอในการนำไปใช้

1. การบังคับใช้กฎหมายเพื่อคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคอย่างเคร่งครัด และมีความเป็นธรรมทั้งผู้บริโภค และผู้ประกอบการ ต้องขึ้นอยู่กับหลักการสร้างดุลยภาพให้เกิดขึ้น ในขณะเดียวกันผู้ประกอบการที่ดีภาครัฐ ก็ต้องมีการส่งเสริม มีการใช้มาตรการในการสร้างขวัญ กำลังใจกับผู้ประกอบการที่มีผลประกอบการเพื่อคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ถ้าผู้ประกอบการไม่ดี ไม่มีความเป็นธรรมก็ต้องใช้มาตรการดำเนินการตามกฎหมาย และต้องมีการกำหนดบทลงโทษให้ชัดเจน

2. มุ่งเน้นการทำงานในเชิงรุกเพื่อแก้ปัญหาเชิงป้องกัน ส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มกัน จัดตั้งสมาคม ชมรมหรือเครือข่ายในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคอย่างทั่วถึง และสนับสนุนเครื่องมือในการดำเนินการให้กับสมาคม ชมรมหรือเครือข่าย ภาครัฐจะต้องมีกลไกต่างๆ และมีความพร้อมที่จะสนับสนุนองค์กรผู้บริโภค ในขณะเดียวกัน รัฐจะต้องทำหน้าที่เป็นพี่เลี้ยงและให้การสนับสนุน พร้อมทั้งมีการประเมินผลการดำเนินการดังกล่าวด้วย

3. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคนี้ ต้องมีการพัฒนาต่อไป ทั้งทางด้านการเผยแพร่ข้อมูลให้ผู้บริโภคได้เข้าถึงกฎหมาย และทางศาลเองก็ต้องมีเจ้าพนักงานที่ให้ความช่วยเหลือผู้บริโภคอย่างแท้จริง เพราะถึงแม้ว่าการฟ้องคดีนั้นไม่ต้องใช้ทนาย แต่เมื่อต้องขึ้นศาลจริงๆ ต้องมีข้อมูล และต้องมีความรู้เพื่อยืนยันกับทนายของอีกฝ่ายให้ได้

4. จำเป็นต้องมีขั้นตอน หรือช่องทางร้องทุกข์ที่เป็นระบบ และผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้มากกว่านี้ กรณีการฟ้องร้องที่เกิดขึ้น หากมองแล้วจะเป็นในลักษณะต่อรอง โกล่เกลี่ย ไม่ค่อยมีบรรทัดฐานที่ชัดเจน จึงควรสร้างบรรทัดฐานให้เกิดขึ้น

5. องค์กรภาครัฐต้องส่งเสริมให้ประชาชนมีค่านิยมรู้จัก “พิทักษ์รักษาสีทรี” ของตนเอง และทำหน้าที่ที่ดีของผู้บริโภคตามที่กฎหมายบัญญัติไว้ การร้องเรียนหรือการแจ้งเบาะแสของผู้บริโภค จะเป็นประโยชน์ต่อทางราชการ และงานคุ้มครองผู้บริโภคเป็นอย่างมาก เพราะจะทำให้ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องมีความระมัดระวังในเรื่องของการผลิต/จำหน่าย หรือโฆษณา

6. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างกระบวนการการเรียนรู้ของผู้บริโภค รมณรงค์ให้ผู้ประกอบการเกิดความตระหนักในความรับผิดชอบต่อสินค้าและบริการที่น่าออกจำหน่ายแก่ประชาชน ต้องมีการปิดฉลากอย่างถูกต้อง โฆษณาไม่เกินความจริง ในด้านสัญญาก็ต้องไม่เอาเปรียบและให้ความเป็นธรรมแก่ผู้บริโภค สร้างหลักสูตรด้านการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคในทุกระดับการศึกษาเกี่ยวกับความปลอดภัย และอันตรายที่อาจได้รับจากสินค้าหรือบริการผู้บริโภคควรจะได้เรียนรู้และเข้าใจปัญหาตลอดจนวิธีการป้องกันหรือหลีกเลี่ยง เพื่อที่จะได้สามารถคุ้มครองตนเองในเบื้องต้นก่อนนอกเหนือจากความช่วยเหลือจากรัฐบาล

7. ภาครัฐควรกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ซึ่งสิทธิของตนเองทั้งในระดับตัวบุคคล และในองค์กรรวม สร้างความเข้มแข็งให้กับภาคี ทั้งภาค NGO เข้มแข็ง ภาคผู้ประกอบการเข้มแข็ง รัฐมีหน้าที่สร้างบรรยากาศและนำปรัชญาการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งกำหนดไว้ในกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคพื้นฐาน ให้ผู้บริโภคมีบทบาทหน้าที่ในการพัฒนา และรักษาความมั่นคงของการบริโภคในชีวิตประจำวันให้สอดคล้องกับเศรษฐกิจ และสังคมโดยเป็นฝ่ายชวนขวายหาความรู้ที่จำเป็นเกี่ยวกับการบริโภคในชีวิตประจำวันและสามารถกระทำกิจกรรมต่างๆ ด้วยตนเองได้อย่างเหมาะสม ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดความเข้มแข็งในระดับรากหญ้าและในสังคม

8. ส่งเสริม สนับสนุนให้มีการนำ ผลการศึกษา วิจัย มาปรับ ประยุกต์ใช้ และกำหนดเป็นแนวทางในการปรับปรุงการดำเนินงาน และปรับปรุงตัวบท กฎหมาย ที่เป็นปัญหา เป็นอุปสรรคต่อการปฏิบัติงาน เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนผู้บริโภค

ข้อเสนอในการวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาวิจัยในเรื่องการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคในครั้งต่อไป เพื่อให้ได้ผลที่แท้จริง ในแง่ของความต้องการ ความคาดหวังของผู้บริโภค ควรกำหนดกลุ่มประชากรที่ศึกษาให้กว้างขวางยิ่งขึ้น ทั้งในแง่ของการเพิ่มขนาดพื้นที่สำรวจวิจัย และกลุ่มประชากร ครอบคลุมทั้งกลุ่มของเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมสภาพปัญหา และเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค หน่วยงานในระดับภูมิภาค และท้องถิ่น เพื่อสามารถใช้ข้อมูลเป็นแนวทางให้ภาครัฐสามารถนำมาวิเคราะห์ และจัดทำนโยบาย หรือกำหนดช่องทางการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ ทั้งในส่วนของผลการดำเนินงาน เพื่อให้เกิดความตื่นตัว

ในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค และสร้างความตระหนักของผู้บริโภคในการปกป้องสิทธิให้มากยิ่งขึ้น และกระตุ้นให้ผู้ประกอบธุรกิจมีจิตสำนึกในการคุ้มครองผู้บริโภคมากขึ้นด้วย

จะเห็นว่าการรับรู้ในสิทธิและปฏิบัติหน้าที่ผู้บริโภค ผู้ประกอบธุรกิจมีจิตสำนึกที่ดี ไม่เอารัดเอาเปรียบ ประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม และการปรับปรุง แก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงานขององค์กรหลักที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค หรือกล่าวในลักษณะของการรับรู้ และปฏิบัติหน้าที่ในบทบาทของตนเองให้ดีที่สุดนั้นเป็นสิ่งสำคัญ โดยจะพบว่าการส่งเสริมให้ประชาชน ผู้บริโภค รู้จักวิธีป้องกันสิทธิของตนเอง ไม่ให้ถูกเอารัดเอาเปรียบ การสร้างการมีส่วนร่วมของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งฝ่ายคุ้มครองสิทธิ ผู้ประกอบธุรกิจ และผู้บริโภคในการปกป้องสิทธิ เป็นแนวทางที่ดีที่สุดในการดำเนินงานด้านการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค และส่งเสริม ผลักดันให้เกิดองค์การอิสระเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค เป็นการผนึกพลัง สร้างให้การคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 อย่างแท้จริง

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กฤษฎา พัวศิริ(2547) สิทธิของผู้บริโภค .นนทบุรี สถาบันพระปกเกล้า
- จรัญ ภักดีธนากุล (2551) "กฎหมายใหม่ ผู้บริโภคได้สิทธิอะไรเพิ่ม" ค้นคืนวันที่ 9 กันยายน 2552
จาก <http://www.ocpb.go.th>
- _____ . (2552) "1ปี กฎหมายผู้บริโภคเปิดช่องทางการใช้สิทธิให้ผู้บริโภค" ค้นคืนวันที่ 9
กันยายน 2552 จาก <http://www.consumerthai.org>
- จุมพล นิมิพานิช (2547) การวิเคราะห์นโยบาย ขอบข่าย แนวคิด ทฤษฎีและกรณีตัวอย่าง
นนทบุรี โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- เดือนเด่น นิคมบริรักษ์ (2541) การคุ้มครองผู้บริโภค กรุงเทพมหานคร สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนา
ประเทศไทย
- ทัศนีย์ แน่นอุดร (2552, 19 ตุลาคม) หัวหน้าฝ่ายเผยแพร่ มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค สัมภาษณ์โดย
สุกัญญา ทองเกลี้ยง มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค กรุงเทพมหานคร
- นิตยา จันโทภาสกร (2538) ปัญหาในการดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภคขององค์กรพัฒนาเอกชน
กรุงเทพมหานคร : สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักเลขาธิการ
นายกรัฐมนตรี สำนักนายกรัฐมนตรี
- _____ . (2535) "การศึกษาความคิดเห็นของประชาชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
เกี่ยวกับผลปฏิบัติงานของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค" รายงานวิจัย
สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานเลขาธิการนายกรัฐมนตรี สำนัก
นายกรัฐมนตรี
- “พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545” ใน สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครอง
ผู้บริโภค สคบ.กับการคุ้มครองผู้บริโภค (2552) หน้า 240-253 กรุงเทพมหานคร
- “พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522” ใน สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
สคบ.กับการคุ้มครองผู้บริโภค (2552) หน้า 41-62 กรุงเทพมหานคร
- “พระราชบัญญัติความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ. 2551” ใน
สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สคบ.กับการคุ้มครองผู้บริโภค (2552)
หน้า 298-302 กรุงเทพมหานคร
- “พระราชบัญญัติวิธีพิจารณาผู้บริโภค พ.ศ. 2551” ใน สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
สคบ.กับการคุ้มครองผู้บริโภค (2552) หน้า 303-318 กรุงเทพมหานคร

- พิมพ์ฉวี ณะสีลังกูร (2550) “แนวทางในการพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคตามทัศนะของสหวิชาชีพที่ปฏิบัติงานเกี่ยวข้องกับการพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค” วิทยานิพนธ์ปริญญาสังคมสงเคราะห์ศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารและนโยบายสวัสดิการสังคม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- พีระยา สมชัยยานนท์ (2552, 20 ตุลาคม) หัวหน้ากลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านอาหาร กองสุขาภิบาลอาหาร สำนักอนามัย สัมภาษณ์โดย สุกัญญา ทองเกลี้ยง สำนักอนามัย กรุงเทพมหานคร
- มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค (2552) ข้อมูลของมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค คืบค้นวันที่ 9 กันยายน 2552 จาก <http://www.consumerthai.org>
- “รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550” สำนักงานคณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ (2551) กรุงเทพมหานคร
- ละมัย ปานะศรี (2552, 15 ตุลาคม) หัวหน้ากลุ่มงานสุขาภิบาลการจำหน่ายสินค้าในที่หรือทางสาธารณะ กองสุขาภิบาลอาหาร สำนักอนามัย สัมภาษณ์โดย สุกัญญา ทองเกลี้ยง สำนักอนามัย กรุงเทพมหานคร
- วนิดา แก้วพณีกรังษี (2539) "ศักยภาพและความเป็นไปได้ของเทศบาลในการรับมืออบอานาจัดการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านอาหาร" เอกสารวิจัยปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- วรงค์ จันทรศร (2540) การนำนโยบายไปปฏิบัติ กรุงเทพมหานคร บริษัทกราฟฟิคฟอรัมเมท (ไทยแลนด์) จำกัด
- วินัย ตะลันท์ (2545) “ผู้บริโภคตรวจสอบโครงการอาหารปลอดภัยของรัฐ ” มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค คืบค้นวันที่ 9 กันยายน 2552 จาก <http://www.consumerthai.org>
- ศรีประภา เพชรมีศรี (2548) "แนวคิดเกี่ยวกับสิทธิมนุษยชน" ใน แนวการศึกษาชุดวิชา แนวคิดทางการเมืองและสังคม หน่วยที่ 11 หน้า 305-338 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชารัฐศาสตร์
- ศุภชัย ยาวะประภาษ (2548) นโยบายสาธารณะ พิมพ์ครั้งที่ 6 กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ศูนย์บริหารกฎหมายสาธารณสุข กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข (2548) คู่มือพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 พิมพ์ครั้งที่ 3 กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์

- สรารุช เบญจกุล (2552) "ศาลชี้กรม.ใหม่ ไม่เอื้อเอกชน ฟ้องผู้บริโภค" คืบค้นวันที่ 9 กันยายน 2552
จาก <http://www.consumerthai.org>
- สารี อ่องสมหวัง (2551) "แนวคิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค" คืบค้นวันที่ 9 กันยายน 2552 จาก
<http://www.consumerthai.org>
- _____ . (2551) "สถานการณ์ผู้บริโภค ประจำปี 2551 " คืบค้นวันที่ 9 กันยายน 2552 จาก
<http://www.consumerthai.org>
- _____ . (2552) "ข่าวบทสัมภาษณ์ในงานเปิดบ้าน มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค " คืบค้นวันที่ 9
กันยายน 2552 จาก <http://www.consumerthai.org>
- สมบัติ ชำรงธัญวงศ์ (2548) นโยบายสาธารณะ:แนวความคิด การวิเคราะห์ และกระบวนการ
พิมพ์ครั้งที่ 12 กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์เสมาธรรม
- สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (2549) *สคบ.กับการคุ้มครองผู้บริโภค*
กรุงเทพมหานคร ห้างหุ้นส่วนจำกัด อรุณการพิมพ์
- _____ . (2551) *สคบ.กับการคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับประชาชน)* กรุงเทพมหานคร บจก.
มายด์ มีเดีย เซนเตอร์
- _____ . (2551) *รายงานประจำปี 2551* กรุงเทพมหานคร กองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์
- _____ . (2552) *สคบ.กับการคุ้มครองผู้บริโภค* กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์สำนักงาน
พระพุทธศาสนาแห่งชาติ
- _____ . (2552) *ข้อมูลสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค* คืบค้นวันที่ 9 กันยายน
2552 จาก <http://www.ocpb.go.th>
- สำนักงานอัยการสูงสุด (2551) *ความรู้ด้านคุ้มครองผู้บริโภค(ฉบับประชาชน)* กรุงเทพมหานคร
ห้างหุ้นส่วนจำกัด อรุณการพิมพ์
- สำนักอนามัย กรุงเทพมหานคร (2548) *รวมกฎหมายสำหรับการปฏิบัติงานด้านอนามัยสิ่งแวดล้อม*
กรุงเทพมหานคร ห้างหุ้นส่วนจำกัด เจ.เอ็นที.
- _____ . (2550) *คู่มือประชาชน การเลือกซื้ออาหารริมบาทวิถี* กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์
สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ
- สุจิราภรณ์ เพิ่มทองคำ (2552, 20 ตุลาคม) กลุ่มงานสุขาภิบาลทั่วไป กองสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม
สำนักอนามัย สัมภาษณ์โดย สุกัญญา ทองเกลี้ยง สำนักอนามัย กรุงเทพมหานคร
- ชูชาติ พลเดช (2552, 16 ตุลาคม) หัวหน้าฝ่ายสิ่งแวดล้อมและสุขาภิบาล สำนักงานเขตพญาไท
สัมภาษณ์โดย สุกัญญา ทองเกลี้ยง สำนักอนามัย กรุงเทพมหานคร

สุวิทย์ วิจิตรโสภา (2552, 19 ตุลาคม) ผู้อำนวยการส่วนขายตรงและตลาดแบบตรง สำนัก
กฎหมายและคดี สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สัมภาษณ์โดย
สุกัญญา ทองเกลี้ยง สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค กรุงเทพมหานคร
อนุวัฒน์ ธรรมรัช (2546) สคบ.กับการคุ้มครองผู้บริโภค กรุงเทพมหานคร บริษัทประชุมทอง
พรินติ้งกรุ๊ปจำกัด

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

การเตรียมเอกสารหลักฐานของผู้ร้องเรียน
และการยื่นเรื่องร้องเรียนที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

การเตรียมเอกสาร หลักฐานของผู้ร้องเรียน

ผู้ร้องเรียนจะต้องเตรียมเอกสารหลักฐานให้พร้อมเพื่อจะนำมาใช้ประกอบการบันทึก ร้องเรียน ดังนี้

กรณีร้องเรียนเรื่องบ้าน ที่ดินจัดสรรและอาคารชุด

(เอกสารทั้งหมดให้ถ่ายสำเนา 5 ชุด)

1. บัตรประจำตัวประชาชน/บัตรประจำตัวข้าราชการ
2. ทะเบียนบ้านผู้ร้องเรียน
3. ที่อยู่ที่สามารถติดต่อกับผู้ประกอบการ
4. หนังสือจอง, สัญญาจอง, สัญญาจะซื้อขาย
5. เอกสารโฆษณา, ภาพถ่าย (ถ้ามี)
6. ใบเสร็จรับเงิน, เอกสารรับเงินเรียงรับค่าบริการชำระค่างวด
7. หนังสือ, จดหมายโต้ตอบระหว่างผู้ร้องเรียน กับผู้ประกอบการ (ถ้ามี)
8. เอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเช่นสำเนาโฉนดที่ดิน สำเนาหนังสือรับรอง ทะเบียนนิติบุคคล เป็นต้น
9. เตรียมไปรษณียบัตร จำนวน 1 แผ่นพร้อมกรอก ชื่อ - ที่อยู่ของ ผู้ร้องเรียน
10. เตรียมอาคารเสตมป์จำนวน 30 บาท

การยื่นเรื่องร้องเรียน

ผู้บริโภคนยื่นเรื่องร้องเรียนที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (กรุงเทพฯ) หรือคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัดในจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ผู้ร้องเรียนกรอกรายละเอียด ในแบบบันทึกคำร้องเรียนพร้อมแนบเอกสาร (เอกสารลงชื่อรับรองสำเนาทุกฉบับ) มอบให้เจ้าหน้าที่
2. ผู้ร้องเรียนกรอกรายละเอียด ในแบบหนังสือมอบอำนาจ (มอบอำนาจให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคดำเนินการแทนผู้ร้อง) พร้อมติดอาคารเสตมป์จำนวน 30 บาท
3. กรณีผู้บริโภคไม่สามารถร้องเรียนด้วยตนเองได้ ผู้มาร้องเรียนแทน จะต้องมีหนังสือรับรองมอบอำนาจจากผู้บริโภค (พร้อมติดอาคารเสตมป์จำนวน 30 บาท) นำมายื่นต่อเจ้าหน้าที่ด้วย

ภาคผนวก ข

การดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

การดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค มีการดำเนินงานภายใต้วิสัยทัศน์ พันธกิจ และยุทธศาสตร์การทำงาน ดังนี้

วิสัยทัศน์ (VISION) สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นหน่วยงานกลางในการดำเนินการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค เป็นศูนย์กลางข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคโดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้บริโภค เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประโยชน์สูงสุดอย่างโปร่งใส เป็นธรรม

พันธกิจ (MISSION)

1. บังคับใช้กฎหมายอย่างเป็นธรรมและโปร่งใส เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้บริโภค
2. สร้างเครือข่ายผู้บริโภคและประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน
3. เผยแพร่ความรู้เพื่อสร้างจิตสำนึกให้ผู้บริโภค รู้จักปกป้องและรักษาสิทธิของตนเอง
4. พัฒนากฎหมายและนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้ทันต่อเหตุการณ์

ยุทธศาสตร์ การทำงานของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค.

- ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1. ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบบริหารจัดการแบบบูรณาการ
- ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2. ยุทธศาสตร์การพัฒนาและเพิ่มศักยภาพการคุ้มครองผู้บริโภค
- ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3. ยุทธศาสตร์การพัฒนามาตรฐานการคุ้มครองผู้บริโภค
- ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4. ยุทธศาสตร์การพัฒนองค์กรและเครือข่ายการคุ้มครองผู้บริโภค

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้บัญญัติไว้ในมาตรา 20 ให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค มีอำนาจหน้าที่ ดังนี้

1. รับเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคที่ได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหายอันเนื่องมาจากการกระทำของผู้ประกอบธุรกิจ เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

2. ติดตามและสอดส่องพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจซึ่งกระทำการใดๆ อันมีลักษณะเป็นการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค และจัดให้มีการทดสอบหรือพิสูจน์สินค้าหรือบริการใดๆ ตามที่เห็นสมควรและจำเป็นเพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค

3. สนับสนุนหรือทำการศึกษาระดับปริญญาตรีและปริญญาโทเกี่ยวกับธุรกิจของผู้บริโภค ร่วมกับสถาบันการศึกษาและหน่วยงานอื่น

4. ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการศึกษาแก่ผู้บริโภคในทุกระดับการศึกษาที่เกี่ยวกับความปลอดภัยและอันตรายที่อาจได้รับ จากสินค้าหรือบริการ

5. ดำเนินการเผยแพร่วิชาการ และให้ความรู้และการศึกษาแก่ผู้บริโภคเพื่อสร้างนิสัยในการบริโภคที่เป็นการส่งเสริมพละนามับ ประหยัดและใช้ทรัพยากรของชาติให้เป็นประโยชน์มากที่สุด

6. ประสานกับส่วนราชการหรือหน่วยงานของรัฐที่มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการควบคุมส่งเสริม หรือกำหนดมาตรฐานของสินค้าหรือบริการ

7. ปฏิบัติการอื่นใดตามที่คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคหรือคณะกรรมการเฉพาะเรื่องมอบหมาย

ทั้งนี้ในการปฏิบัติงานได้กำหนดกลยุทธ์หลัก ดังนี้

1. เพิ่มขีดความสามารถของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อเป็นแกนหลักในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค

2. ส่งเสริมประสิทธิภาพการบริหารจัดการ การคุ้มครองผู้บริโภคแบบบูรณาการในทุกระดับ ทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ เอกชน องค์กรหน่วยงานอิสระที่เกี่ยวข้อง

3. การปรับปรุงกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

4. ส่งเสริมพัฒนาการเพิ่มศักยภาพในการคุ้มครองผู้บริโภค

5. ส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

6. ส่งเสริมการทำกิจกรรม และประชาสัมพันธ์การคุ้มครองผู้บริโภค

7. ส่งเสริมการพัฒนามาตรฐานการคุ้มครองผู้บริโภคทุกระดับ

8. ส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

9. จัดทำกลไกการตรวจสอบและเฝ้าระวังคุณภาพมาตรฐานสินค้าและบริการ

10. ส่งเสริมการจัดตั้งองค์กร และเครือข่ายการคุ้มครองผู้บริโภค

11. ส่งเสริม สนับสนุนประชาชนให้เป็นผู้บริโภคที่เข้มแข็ง

องค์กรของรัฐที่จัดตั้งขึ้น เพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค ได้แก่

1. คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (Consumer Protection Board) ประกอบด้วย นายกรัฐมนตรีเป็นประธานกรรมการ (แต่ในทางปฏิบัติจะมอบให้รองนายกรัฐมนตรีหรือรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรีเป็นแทน) และกรรมการประกอบด้วย เลขาธิการนายกรัฐมนตรี ปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม ปลัดกระทรวงพาณิชย์ ปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ปลัดกระทรวงมหาดไทย ปลัดกระทรวงคมนาคม เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา ผู้ทรงคุณวุฒิอีกไม่เกิน 8 คนซึ่งคณะรัฐมนตรีแต่งตั้ง และมีเลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นกรรมการและเลขานุการ

2. คณะกรรมการเฉพาะเรื่อง ได้แก่

2.1 คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา (The Committee On Advertisement)

2.2 คณะกรรมการว่าด้วยฉลาก (The Committee On Labels)

2.3 คณะกรรมการว่าด้วยสัญญา (The Committee On Contracts)

3. คณะอนุกรรมการซึ่งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคและคณะกรรมการเฉพาะเรื่องแต่งตั้ง ได้แก่

3.1 คณะอนุกรรมการฝ่ายกฎหมาย

3.2 คณะอนุกรรมการพิจารณากันกรองเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภค

3.3 คณะอนุกรรมการฝ่ายเผยแพร่และประชาสัมพันธ์

3.4 คณะอนุกรรมการสำรวจคุณภาพสินค้าและปริมาณเพื่อการคุ้มครองสิทธิ

ผู้บริโภค

3.5 คณะอนุกรรมการติดตามสอดส่องและวินิจฉัยการโฆษณา

4. สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (The Office Of The Consumer Protection Board) เนื่องจากพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่2) พ.ศ. 2541 เป็นกฎหมายที่มีผลบังคับใช้ทั่วราชอาณาจักร ในแต่ละจังหวัดจะมีองค์กรที่แต่งตั้งโดยคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อทำหน้าที่ในการ คุ้มครองผู้บริโภคตามพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าว รวม 2 องค์กร ได้แก่ คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด (75 จังหวัด) และ คณะอนุกรรมการผู้มีอำนาจเปรียบเทียบความผิดที่เกิดขึ้นในจังหวัดอื่นนอกจากกรุงเทพมหานคร

ภาคผนวก ก

แบบสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน

วัน/เดือน/ปี ที่ตอบแบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์เพื่อการศึกษา คั่นคว้ออิสระ

หัวข้อ การคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550

สำหรับ ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ ภาครัฐ และภาคเอกชน

ที่ดำเนินการเกี่ยวกับการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค

คำชี้แจง

ด้วยนางพรรณณี จารุสมบัติ นักศึกษาปริญญาโท แขนงวิชาการเมืองการปกครอง สาขาวิชารัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ต้องการศึกษาคู่มือคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 ซึ่งเป็นการศึกษาคั่นคว้ออิสระตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

เพื่อให้ได้ข้อมูลในด้านการรับรู้สิทธิ และความต้องการในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ซึ่งภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้มีการดำเนินนโยบายต่างๆ เพื่อคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค จึงขอความร่วมมือจากท่าน ในการให้ข้อมูลตามแบบสัมภาษณ์ ทั้งนี้ผลการศึกษาที่ได้จะได้นำไปวิเคราะห์ผลการน่านโยบายไปปฏิบัติของภาครัฐ และเสนอแนะแนวทางการให้ความคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ให้เป็นไปตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2550 ต่อไป

แบบสัมภาษณ์มีทั้งหมด 5 ข้อหลัก รวม 8 หน้า

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ที่ตรงกับข้อมูลตามความเป็นจริงของท่าน

1. ข้อมูลเบื้องต้นผู้ตอบแบบสำรวจ

1.1 ชื่อ - สกุล

1.2 เพศ ชาย หญิง

1.3 อายุ

 ไม่เกิน 15 ปี 16 - 30 ปี 31 - 45 ปี 46 - 60 ปี มากกว่า 60 ปี

1.4 ระดับการศึกษาสูงสุด

 ประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. อนุปริญญา/ปวส. ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี

2.2 มีหน่วยงานใดบ้างทั้งภาครัฐ ภาคประชาชนที่มีการดำเนินงาน หรือเคลื่อนไหวเพื่อการพิทักษ์
คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. การรับรู้กฎหมายด้านการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค

3.1 ภาครัฐมีการบัญญัติกฎหมาย ข้อกำหนดใดบ้างเพื่อเป็นการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4.4 การนำนโยบายไปปฏิบัติของหน่วยงานของท่านเป็นอย่างไร

- ลักษณะของนโยบายนั้นๆเป็นอย่างไร (ประเภทของนโยบาย ผลประโยชน์สัมพัทธ์ของนโยบายนั้นๆ ความสอดคล้องกับค่านิยมที่มีอยู่ ประสบการณ์ที่ผ่านมาและความต้องการของผู้ที่จะได้รับผลกระทบจากนโยบายนั้น ความเป็นไปได้ในการทดลองปฏิบัติ ความเห็นผลได้ของนโยบายนั้น และคุณภาพของการส่งข้อมูลย้อนกลับ)

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

- วัตถุประสงค์ของนโยบาย (ความชัดเจนของวัตถุประสงค์ ความสอดคล้องต้องกันของวัตถุประสงค์ ความยากง่ายในการรับรู้วัตถุประสงค์ ดัชนีชี้ความสำเร็จของนโยบาย ความเที่ยงตรงของข่าวสารที่มีไปยังผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ)

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

- ความเป็นไปได้ทางการเมือง (การเจรจาระหว่างรัฐกับเอกชน ความสนับสนุนจากทุกๆฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ผลกระทบของนโยบายที่มีต่อกลุ่มอาชีพที่มีอิทธิพล ความสนับสนุนจากชนชั้นนำ การสนับสนุนจากสื่อมวลชน การสนับสนุนจากผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

- ความเป็นไปได้ทางเทคโนโลยี ทางเทคนิคหรือทฤษฎี (การร่างนโยบาย ข้อเรียกร้องให้มีการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ ทฤษฎีที่เชื่อถือได้ ลักษณะของเทคโนโลยี)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

- ความพอเพียงของทรัพยากร(ความสนับสนุนทางการเงิน กำลังและคุณภาพของบุคลากร)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

- ลักษณะของหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ (ประเภทของหน่วยงาน โครงสร้างและลำดับชั้นการบังคับบัญชา ความสามารถของผู้นำ ความสัมพันธ์กับหน่วยงานที่กำหนดนโยบาย ลำดับชั้นของการสื่อสารแบบเปิด)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4.4 ผลการดำเนินงานและปัญหาอุปสรรคในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

5. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

เพื่อการพัฒนา ปรับปรุง การดำเนินงานคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคให้เป็นไปตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอบคุณที่ให้ความร่วมมือด้วยดี
ความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์ต่อการนำไปสู่ข้อเสนอแนะเพื่อการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค
ให้เป็นไปตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 ต่อไป

ภาคผนวก ง
แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ

แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ เพื่อการศึกษา คั่นคว้ออิสระ
หัวข้อ การคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550

เป็นผู้ประกอบธุรกิจในพื้นที่เขต วัน/เดือน/ปี ที่ตอบแบบสัมภาษณ์

คำชี้แจง

ด้วยนางพรรณิ จารุสมบัติ นักศึกษาปริญญาโท แผนกวิชาการเมืองการปกครอง สาขาวิชารัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ต้องการศึกษาคู่มือคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 ซึ่งเป็นการศึกษาคั่นคว้ออิสระตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

เพื่อให้ได้ข้อมูลในด้านการรับรู้สิทธิ และความต้องการในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ซึ่งภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้มีการดำเนินนโยบายต่างๆ เพื่อคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค จึงขอความร่วมมือจากท่าน ในการให้ข้อมูลตามแบบสัมภาษณ์ ทั้งนี้ผลการศึกษาที่ได้จะได้นำไปวิเคราะห์ผลการนำนโยบายไปปฏิบัติของภาครัฐ และเสนอแนะแนวทางการให้ความคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ให้เป็นไปตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2550 ต่อไป

แบบสัมภาษณ์มีทั้งหมด 4 ข้อหลัก รวม 3 หน้า

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ที่ตรงกับข้อมูลตามความเป็นจริงของท่าน

1. ข้อมูลเบื้องต้นผู้ตอบแบบสำรวจ

1.1 เพศ ชาย หญิง

1.2 อายุ
 ไม่เกิน 15 ปี 16 - 30 ปี 31 - 45 ปี
 46 - 60 ปี มากกว่า 60 ปี

1.3 ระดับการศึกษาสูงสุด
 ประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.
 อนุปริญญา/ปวส. ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี

1.4 ประเภทของธุรกิจ .
 การให้บริการ สินค้าอุปโภค สินค้าประเภทอาหารและยา
 อื่นๆ (ระบุ).....

1.5 ระยะเวลาที่ได้ประกอบธุรกิจชนิดนี้

2. การรับรู้กฎหมายด้านการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค

2.1 ท่านทราบหรือไม่ว่ากฎหมายให้ความคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคไว้อย่างไรบ้าง

ไม่ทราบ

ทราบ

.....
.....
.....
.....
.....
.....

2.2 ท่านทราบหรือไม่ว่ารัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 กำหนดให้รัฐกำกับให้การประกอบกิจการมีการแข่งขันอย่างเสรีและเป็นธรรม ป้องกันการผูกขาด ตัดตอน ไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อม และคุ้มครองผู้บริโภคพร้อมกันกับให้สิทธิของบุคคลซึ่งเป็นผู้บริโภคย่อมได้รับความคุ้มครองในการได้รับข้อมูลที่เป็นจริงและมีสิทธิร้องเรียนเพื่อให้ได้รับการแก้ไขเยียวยาความเสียหาย รวมทั้งมีสิทธิรวมตัวกัน เพื่อพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค และมีข้อคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับบทบัญญัติดังกล่าว

ไม่เคยทราบ

ทราบ

ข้อคิดเห็น.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

**3. การมีส่วนร่วมในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคให้เป็นไปตามรัฐธรรมนูญ แห่งราชอาณาจักร
ไทยพุทธศักราช 2550**

3.1 ท่านคิดว่าการประกอบธุรกิจของท่านจะมีโอกาสหรือเป็นสาเหตุให้เกิดการละเมิดสิทธิ
ผู้บริโภคอย่างไรบ้าง และจะมีแนวทางดำเนินการอย่างไรเพื่อลดหรือไม่ให้เกิดการละเมิดสิทธิ
ผู้บริโภค

.....
.....
.....
.....
.....
.....

3.2 หากมีผู้บริโภคร้องเรียนสินค้าหรือบริการของท่าน ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อผู้ที่ร้องเรียน
และจะมีแนวทางในการดำเนินงานเพื่อยุติข้อร้องเรียนอย่างไร

.....
.....
.....
.....
.....
.....

3.3 ท่านเปิดโอกาสหรือมีช่องทางใดบ้างในการให้ผู้บริโภคสามารถเรียกร้องความเป็นธรรมใน
การใช้สินค้าหรือบริการของท่าน

.....
.....
.....
.....
.....
.....

3.4 ท่านคิดว่าจะมีส่วนร่วมในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคอย่างไรเพื่อให้เป็นไปตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

4. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

เพื่อให้การคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคเป็นไปตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยพุทธศักราช 2550 รัฐควรดำเนินการดังนี้.....

.....
.....
.....
.....
.....
.....

ขอบคุณที่ให้ความร่วมมือด้วยดี

ความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์ต่อการนำไปสู่ข้อเสนอแนะเพื่อการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคให้เป็นไปตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 ต่อไป

ภาคผนวก จ
แบบสัมภาษณ์ผู้บริหาร

แบบสัมภาษณ์ผู้บริโภคร เพื่อการศึกษา คั่นคว่ำอิสระ
หัวข้อ การคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550

เป็นผู้บริโภคในพื้นที่เขต วัน/เดือน/ปี ที่ตอบแบบสัมภาษณ์

คำชี้แจง

ด้วยนางพรรณิ จารุสมบัติ นักศึกษาปริญญาโท แผนกวิชาการเมืองการปกครอง สาขาวิชารัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ต้องการศึกษาคู่มือคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 ซึ่งเป็นการศึกษาคั่นคว่ำอิสระตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

เพื่อให้ได้ข้อมูลในด้านการรับรู้สิทธิ และความต้องการในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ซึ่งภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้มีการดำเนินนโยบายต่างๆ เพื่อคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค จึงขอความร่วมมือจากท่าน ในการให้ข้อมูลตามแบบสัมภาษณ์ ทั้งนี้ผลการศึกษาที่ได้จะได้นำไปวิเคราะห์ผลการนำนโยบายไปปฏิบัติของภาครัฐ และเสนอแนะแนวทางการให้ความคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ให้เป็นไปตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2550 ต่อไป

แบบสัมภาษณ์มีทั้งหมด 5 ข้อหลัก รวม 4 หน้า

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ที่ตรงกับข้อมูลตามความเป็นจริงของท่าน

1. ข้อมูลเบื้องต้นผู้ตอบแบบสำรวจ

1.1 เพศ ชาย หญิง

1.2 อายุ
 ไม่เกิน 15 ปี 16 - 30 ปี 31 - 45 ปี
 46 - 60 ปี มากกว่า 60 ปี

1.3 ระดับการศึกษาสูงสุด
 ประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.
 อนุปริญญา/ปวส. ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี

1.4 อาชีพ .
 นักเรียน/นักศึกษา รับจ้าง/พนักงานบริษัท รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว แม่บ้าน อื่นๆ.....

2. ข้อมูลด้านพฤติกรรมการบริโภค

2.1 ท่านใช้เกณฑ์หรือวิธีการตัดสินใจในการเลือกบริโภคสินค้าหรือบริการอย่างไร

- โฆษณาผ่านสื่อมวลชน คำแนะนำจากผู้ประกอบธุรกิจหรือตัวแทนจำหน่าย
 คนใกล้ชิดแนะนำ อ่านฉลากและศึกษาข้อมูลสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ก่อนบริโภค
 ทดลองใช้เอง อื่นๆ (ระบุ)

2.2 ท่านให้ความสำคัญต่อการอ่านฉลากหรือศึกษาข้อมูลสินค้าหรือบริการก่อนการบริโภคมาก

น้อยเพียงไร

- มากถึงมากที่สุด ต้องอ่านทุกครั้ง
 ปานกลาง/เฉยๆ ดูบ้างเล็กน้อย
 น้อยมากถึงไม่เคยอ่านเลย

เพราะเหตุใดท่านจึงเลือกระดับความสำคัญข้างต้น

3. การรับรู้สิทธิผู้บริโภค

3.1 ท่านทราบหรือไม่ว่าสิทธิผู้บริโภคตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 ได้กำหนดสิทธิผู้บริโภคไว้อย่างไรบ้าง

- ไม่ทราบ ทราบ

3.2 ท่านทราบหรือไม่ว่ามีหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนหรือประชาชนใดบ้าง ที่มีการดำเนินงานเพื่อการปกป้องสิทธิผู้บริโภค

3.3 ท่านได้รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคจากแหล่งข้อมูลใด

- วิทยุ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์
 อินเทอร์เน็ต อื่นๆ (ระบุ)

4. การปกป้องสิทธิผู้บริโภค

4.1 หากใช้/บริโภค สินค้า บริการ สัญญาหรือโฆษณา แล้วพบว่าไม่มีคุณภาพ ไม่ปลอดภัย ไม่เป็นธรรม เป็นการลิดรอนสิทธิอันพึงมีพึงได้ ท่านจะทำอย่างไร

- เฉยๆ เพราะไม่ได้ร้ายแรงอะไร เฉยๆ เพราะไม่รู้ว่าควรทำอย่างไรต่อไป
 ร้องเรียนผ่านหน่วยงานภาครัฐ บอกต่อคนใกล้ชิด
 ร้องเรียนผ่านหน่วยงานภาคเอกชน ประชาชน อื่นๆ (ระบุ)

4.2 ท่านคิดว่า ปัจจุบันรัฐให้การคุ้มครองผู้บริโภคมากน้อยเพียงไร

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงตามระดับความพึงพอใจของท่านมากที่สุด

การดำเนินงานคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคด้านต่างๆ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
4.2.1 การคุ้มครองสิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ					
4.2.2 การคุ้มครองสิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ					
4.2.3 การคุ้มครองสิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ					
4.2.4 การคุ้มครองสิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา					
4.2.5 การคุ้มครองสิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย					
4.2.6 การเปิดช่องทางเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงหน่วยงานในการร้องเรียนเมื่อถูกละเมิดสิทธิ					
4.2.7 การคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคโดยภาพรวม					

4.3 ท่านต้องการให้รัฐทำอะไรเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับการคุ้มครองอย่างเต็มที่ตามที่ตามสิทธิที่ได้รับตามรัฐธรรมนูญ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

5. ข้อคิดเห็น และเสนอแนะเพิ่มเติม

เพื่อการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการคุ้มครองสิทธิ
ผู้บริโภค และเพื่อการปกป้องสิทธิผู้บริโภค

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอบคุณที่ให้ความร่วมมือด้วยดี

ความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์ต่อการนำไปสู่ข้อเสนอแนะเพื่อการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค
ให้เป็นไปตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 ต่อไป

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ	นางพรรณณี จารุสมบัติ
วัน เดือน ปีเกิด	10 กุมภาพันธ์ 2500
สถานที่เกิด	77 หมู่3 ต.บางกรูด อ.บ้านโพธิ์ จ.ฉะเชิงเทรา
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรี สื่อสารมวลชน (เกียรตินิยม อันดับ 2) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
สถานที่ทำงาน	กระทรวงอุตสาหกรรม ถนนพระราม 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400
ตำแหน่ง	เลขานุการรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม