

# บทที่ 1

## ผู้บริโภค

(Consumer)

ตามพจนานุกรมคำว่า "บริโภค" แปลได้ความเหมือนกับ "อุปโภค" แต่ในทางการใช้ปัจจุบันมีแนวโน้มว่า

"บริโภค" เน้นเรื่องของการกิน

"อุปโภค" เน้นเรื่องของการใช้

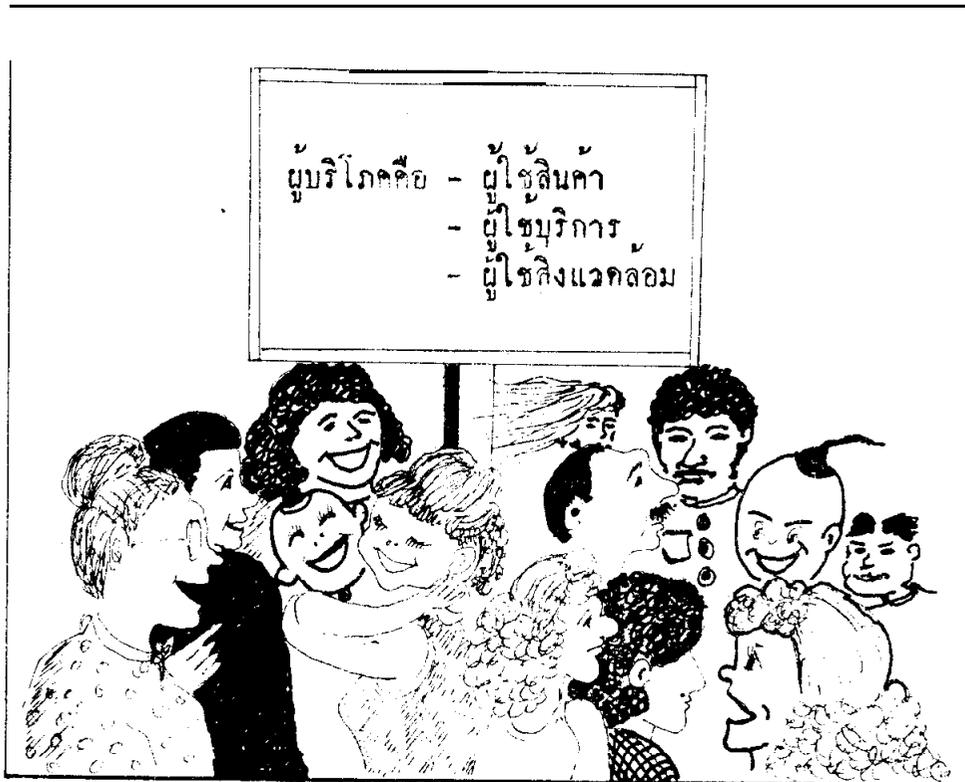
การเรียก "อุปโภคและบริโภค" ติดกันอยู่ตลอดเวลา นั้น มีผู้เห็นว่า ยาวเกินไป และมีได้มีการแบ่งประเภทที่สอดคล้องกับแนวความคิดในทางนั้น จึงเริ่มมีผู้ใช้คำว่า "บริโภค" (เป็นคำกริยา แปลว่า กิน, เสพ, ใช้, ลินเปลือง, ใช้สอย, จีบจ่าย) เพียงคำเดียวใช้รวมทั้งการกิน การใช้เข้าด้วยกัน

เพราะฉะนั้น คำว่า ผู้บริโภคหรือ Consumer ซึ่งเป็นคำสากลที่ใช้กันอยู่ทั่วโลก จึงหมายถึงผู้กิน, ผู้ใช้, ผู้เสพ, ผู้ใช้สินเปลือง, ผู้ใช้สอยและ ผู้จیبจ่าย (นั่นคือ หมายถึงผู้ใช้สินค้า ผู้ใช้บริการ ผู้ใช้สิ่งแวดลอม)

เพราะฉะนั้น "ผู้บริโภค" คือผู้ใช้เครื่องอุปโภคหรือบริโภคต่าง ๆ รวมทั้งผลิตภัณฑ์และบริการทุกชนิด ซึ่งอาจเป็นของส่วนบุคคล เอกชนหรือของสาธารณะ

หรือ "ผู้บริโภค" คือ ผู้ใดก็ตามที่จ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้า และบริการต่าง ๆ เพื่อสนองความต้องการทางกาย ทางใจ ทางสังคม ก็จัดว่าเป็นผู้บริโภคทั้งนั้น

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มาตราที่ 3 ใ้ให้ความหมายของคำว่า "ผู้บริโภค" ว่า หมายถึง ผู้ซื้อหรือได้รับการบริการจากผู้ประกอบธุรกิจ และหมายความรวมถึง ผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือการชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจ เพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการด้วย



ดังนั้นผู้บริโภครือผู้ซื้อสินค้า คนใช้ นักเรียน, เด็ก, ครู  
ทุกคนคือ ผู้บริโภค ตัวทานก็คือ ผู้บริโภค

ทำไมจึงต้องเรียนรู้ถึง "สุขภาพผู้บริโภครือ" ?

เพราะวิวัฒนาการทางสังคมของมนุษย์มีการเปลี่ยนแปลงไป ดังตัวอย่าง  
ที่เปรียบเทียบจากความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ (Basic Need) หรือปัจจัย 4  
ดังต่อไปนี้

1. อาหาร (Food) คนสมัยก่อนหาอาหารรับประทานที่มีอยู่ตามธรรมชาติ  
พบสัตว์ก็ล่าจับมากิน พบผักผลไม้ในป่าก็เก็บมากิน เมื่อรู้จักแหล่งอาหารก็จับสัตว์  
มาเลี้ยงไว้กินเพื่อกินไข่ ปลูกผัก ผลไม้เพื่อเก็บผลผลิตกิน ซึ่งเป็นการเริ่มต้น  
สร้างแหล่งอาหารโดยธรรมชาติ

อารยธรรมก้าวหน้าไปเรื่อย ๆ เริ่มมีแหล่งขายและตลาด เริ่มเก็บถนอมอาหารไว้ในบ้านโดยเครื่องไฟฟ้า การกินและอาหารพัฒนาเจริญรุดหน้า มีการผลิตอาหารสำเร็จรูป รู้จักที่จะออกมารับประทานอาหารนอกบ้าน จากการรับประทานอาหารป่าอย่างชาวบ้าน → เป็นอาหารธรรมดาในระดับกลาง → การรู้จักเลือกและเปรียบเทียบอาหารที่พิเศษ และเลิศรสมากกว่านั้นอีก รู้จักเปรียบเทียบกัน กระทั่งว่า ร้านใดทำอาหารอร่อยกว่า มีบรรยากาศดีกว่า หรือมีคนตรี นักร้อง สถานที่ใดที่ชั้นชั้นสูงชอบไปรับประทาน ก็พยายามที่จะไปทดลอง รู้จักที่จะแยกรสชาตของอาหาร เช่น ปลาจาระเม็ดชวาราคาแพงแต่อร่อยกว่า ปลาจาระเม็ดคั่ว น้ำบาดาล → น้ำประปา → น้ำแข็งเปลา → Pepsi Cola → สุรา 35 ดีกรี → เบียร์ แม่โขง → เหล้าฝรั่ง ปัจจุบันก็ยังเป็นที่น่ายินดีว่า คนไทยส่วนมากคำนึงถึงคุณค่าอาหารด้วย

2. เครื่องนุ่งห่ม แรกก่อนโน้นมนุษย์หาเครื่องแต่งกายมาเพื่อปกปิดร่างกายและป้องกันความร้อนหนาวเท่านั้น ปัจจุบันประกวดประชันกันเป็นแฟชั่นตามฤดูกาลต่าง ๆ มีสีสัน ต้องการความสวยงาม ความประณีต โดดเด่น นิยมแฟชั่นจากต่างประเทศมากขึ้น

3. ที่อยู่อาศัย สมัยก่อนสร้างเพื่อพอกันแดด คุ้มฝน ปัจจุบันต้องสร้างให้ใหญ่โตสมกับฐานะและหน้าที่การงาน มีการออกแบบและเลือกบ้านที่สวยงาม พยายามจัดหาเครื่องอำนวยความสะดวกทุกอย่างเท่าที่จะหาได้ → หมู่บ้านจัดสรร จึงเกิดขึ้นเป็นดอกเห็ด เพื่อสนองความต้องการของมนุษย์

4. ยารักษาโรค สมัยก่อนหาได้จากสมุนไพร ที่ขุดได้จากสัตว์ และพืชโดยธรรมชาติ กลายมาเป็นยาแผนปัจจุบันที่ทันสมัย และทันต่อความร้ายแรงของโรค ซึ่งมีบริษัทผลิตยาหลายบริษัท พยายามที่จะผลิตและใช้ผลงานของตัวเอง ทั้งที่ขายอย่างเดียวกัน แต่สีสรรพยายามที่จะทำให้ชวนรับประทานกว่ากัน

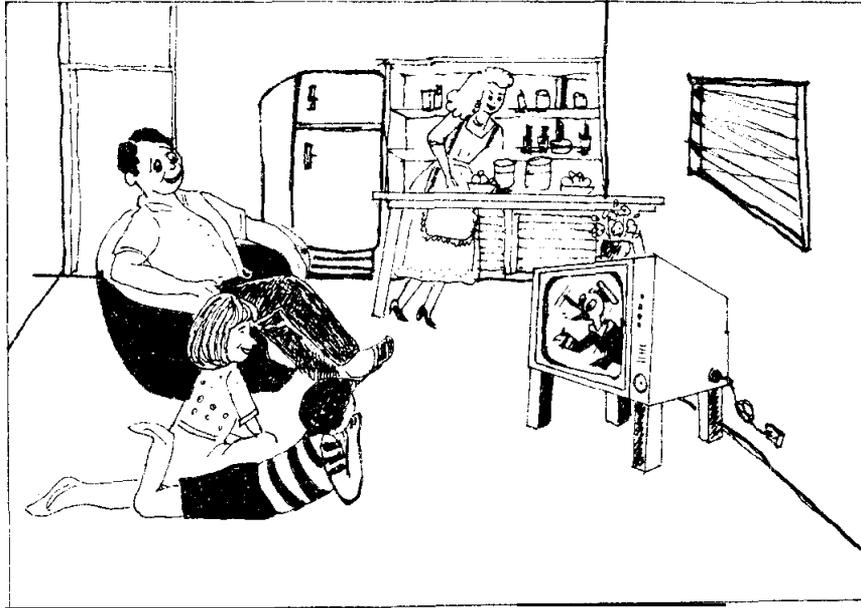
ควยสาเหตุที่มนุษย์เริ่มเกิดมาก็กลายเป็นผู้บริโภคนั้นที่ ครั้นโต เป็นหนุ่มสาว ความต้องการขั้นมูลฐานก็เริ่มมีมากขึ้น (ซึ่งอาจถือได้ว่าเป็นความต้องการ ที่เกินขั้นมูลฐาน) นั่นคือ

5. ความรัก คือความต้องการเป็นผู้มีความรัก หรือได้รับความรัก  
ต้องการความอบอุ่น ต้องการการยอมรับ ตลอดจนความรู้สึกที่เป็นส่วนหนึ่งของสังคม

6. บุตรหรือผู้สืบสกุล เพื่อเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวระหว่างบิดามารดา  
เครือญาติ หรือดำรงเผ่าพันธุ์

7. ความสะดวกสบาย ความเป็นอยู่ การเดินทาง การติดต่อ  
ความต้องการในสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ของมนุษย์ ทำให้เกิดความเจริญ  
(เปลี่ยนแปลง) ให้กับบ้านเมือง กับสังคม กับชุมชนมากเท่าใด ก็ย่อมก่อให้เกิด  
การบริโภคนั้นเป็นเงาตามตัว

เมื่อมีการบริโภคนั้นอย่างกว้างขวาง ก็ย่อมเกิดมีนักประดิษฐ์  
ผลิต คิดค้น ค้นคว้าและออกแบบแปลก ๆ ใหม่ ๆ เพื่อสนองความต้องการของ  
ผู้บริโภคนั้นสินค้าใดที่มีผู้นิยมมาก ก็มีนักประดิษฐ์ ออกเลียนแบบ ทำปลอม หรือ  
คล้ายคลึงออกจำหน่าย มีการโฆษณาจูงใจผู้ใช้ ทำให้ประชาชนหรือผู้บริโภคนั้นทั่วไป  
งมงาย หลงเชื่อทำให้เสียเงินเสียทอง เสียเวลา เสียใจ เสียสุขภาพจิต  
ควยเหตุนี้จึงควรได้รับเรียนรู้ถึง "สุขภาพของผู้บริโภค" เพื่อผู้บริโภคทั้งหลาย  
จะไ้รู้ทันเล่ห์เหลี่ยมของผู้เอาโรคเอาเปรียบทั้งหมด หรือรู้จักเลือกหา เลือกใช้  
ผลิตภัณฑ์และบริการทุกชนิดได้อย่างถูกต้อง ทั้งวัตถุประสงค์ของวิชาที่พึงไว้



ผู้บริโภคที่ฉลาดจะรอบคอบหมั่นหาความรู้รอบตัว และใช้  
สิทธิผู้บริโภคเต็มที่ เป็นครอบครัวที่มีความสุขสำราญ

### วัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายของวิชา

1. เพื่อให้ผู้เรียนได้รอบรู้ในสิทธิของตน เพื่อมิให้ผู้ผลิตเอาเปรียบ  
ตลอดจนรู้ทันเล่ห์เหลี่ยมกลโกงของผู้โฆษณา
2. เพื่อให้ผู้เรียนสามารถเลือกใช้บริการ และผลิตภัณฑ์ทางสุขภาพ  
ได้อย่างถูกต้อง และรู้ข้อเท็จจริงไม่หลงเชื่อคำโฆษณา
3. เพื่อให้ผู้เรียนตระหนักถึงอันตรายจากการใช้ยา และรู้จักใช้ยา  
อย่างมีขอบเขต ตลอดจนหลีกเลี่ยงการวินิจฉัยโรคด้วยตนเอง

4. เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้เกี่ยวกับองค์การต่าง ๆ ที่ทำหน้าที่พิทักษ์  
ผู้บริโภค
5. เพื่อให้ผู้เรียนเกิดแนวความคิดใหม่ ที่จะพิทักษ์สิทธิของตน  
และรู้หน้าที่ของผู้บริโภคที่ดี
6. เพื่อให้ผู้เรียนนำความรู้ไปใช้ให้เป็นประโยชน์ ในการดำรงชีวิต  
ประจำวัน

### สภาพปัจจุบันและปัญหาสุขภาพของผู้บริโภค

เมื่อสมัยที่เรายังภูมิใจในคำขวัญที่ว่า ในน้ำมีปลา ในนามีข้าว ผู้ผลิตและผู้บริโภคมีความใกล้ชิดกันมาก เป็นกลุ่มบุคคลที่มีสายสัมพันธ์ต่อกัน เพราะชีวิตประจำวันของมนุษย์เราหลีกเลี่ยงไม่พ้น ที่จะเกี่ยวข้องกับกาจจ่ายซื้อของ เพื่อใช้สนองความต้องการหลังจากการปฏิวัติอุตสาหกรรม มีการนำเอาเทคโนโลยี และวิทยาการแขนงใหม่มาใช้แทนทรัพยากรคน ชีวิตความเป็นอยู่ต้องเปลี่ยนแปลงตามความเจริญของอุตสาหกรรม ผู้บริโภคไม่สามารถเป็นผู้ผลิตสิ่งของมาใช้สอยบำรุงความสุขให้แก่ตนเองได้อีกต่อไป อุปกรณ์ เครื่องอำนวยความสะดวกต่าง ๆ จำเป็นต้องอาศัยเครื่องมือ เครื่องจักรที่ทันสมัย วัตถุดิบ ตลอดจนบุคคลที่ชำนาญ เฉพาะเรื่องเป็นผู้ผลิตแทน ภาวะการณ์เช่นนี้ ผู้ผลิตกับผู้บริโภคจึงขาดความสัมพันธ์ต่อกัน ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการ กลายเป็นผู้เสนอขายสินค้า ผู้บริโภคกลายเป็นผู้รับซื้อสินค้า ธุรกิจการค้าในปัจจุบัน ผู้ประกอบการธุรกิจสามารถรวมตัวเข้าด้วยกัน เพื่อเป็นพลังต่อรองในการเสนอขายสินค้าและบริการในระบบผูกขาด ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาผู้บริโภคตกอยู่ในภาวะจำยอม ถูกเอารัดเอาเปรียบและไม่ได้รับความเป็นธรรมในการซื้อสินค้าและบริการ ผู้ผลิตผลิตสินค้าจำนวนมากไม่คำนึงถึงคุณภาพ มาตรฐาน หรืออันตราย อันอาจเกิดแก่สุขภาพร่างกาย หรือจิตใจของผู้บริโภค ระบบการค้าที่ซับซ้อนรวมไปถึงการโฆษณาชวนเชื่อ เป็นอีกตัวการอันสำคัญที่สร้างความต้องการ

ในสิ่งฟุ่มเฟือยให้เกิดขึ้น การบริการทางการแพทย์ที่แพงขึ้น ยารักษาโรคที่มีส่วนผสมของควายบางอย่าง นำอันตรายต่อระบบการทำงานในร่างกาย จนอาจเป็นอันตรายถึงชีวิต เมื่อใช้ติดต่อกันเป็นเวลานาน ที่อยู่อาศัยวัสดุก่อสร้าง และแบบของอาคารที่ก่อสร้าง อย่างไม่คำนึงถึงระบบผังเมือง นับเป็นควาทำลายสภาพแวดล้อมหรือแม้กระทั่งอาหารสำเร็จรูปตามท้องตลาด ผู้ผลิตบางรายไม่บอกส่วนผสม หรือบางอย่างไม่ตรงกับความจริง มีส่วนผสมที่เป็นพิษต่อร่างกายผสมอยู่ด้วย เช่น สีส้มอาหาร สารเคมี สารกันบูด หรือแม้แต่อาหารสก ก็อาจมีพิษตกค้างจากยาฆ่าแมลง ที่ไม่แน่ว่าจะเป็นควาทำลายชาติพันธุ์ในรุ่นต่อ ๆ ไป หรือไม่



ผู้บริโภคที่ฉลาด จะโทรศัพท์หรือจดหมายสอบถาม  
ราคาหลาย ๆ แห่งก่อนตัดสินใจซื้อ... เพื่อทราบราคาและคุณภาพ

ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เป็นปัญหาที่เกิดจากความรู้ที่ผิด ๆ ที่ผู้ผลิตป้อนให้ และจากความไม่รู้เท่าถึงความสัมพันธ์ ไม่เป็นประโยชน์ ไม่คุ้มค่ากับเงินที่เสียไป

### ปัญหาของผู้บริโภคในฐานะผู้ซื้อ

#### 1. ขาดความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

ก. คุณภาพ ขาดความรู้เกี่ยวกับคุณภาพอย่างแท้จริงของสินค้า มองเพียงส่วนนอก เช่น ยี่ห้อ สิ่งตกแต่ง การบรรจุหีบห่อ และคิดว่าสิ่งนั้น คือคุณภาพ หรือเชื่อคำแนะนำโฆษณาของผู้ขาย ซึ่งไม่อาจที่จะเปรียบเทียบคุณภาพกับราคาได้

ข. ราคา ผู้ซื้อขาดความรู้เรื่องราคาที่แท้จริง ปัจจุบันสิ่งที่ผู้บริโภคทำอยู่ก็เพียงเดินเปรียบเทียบราคาหลายร้าน หรือถือเอาราคาที่จำได้เท่านั้น จึงทำให้ถูกหลอก เช่น บางร้านประกาศลดราคา ผู้ซื้อไม่รู้ราคาที่แน่นอน คิดว่าลดราคาจริงจึงลงชื่อ บางครั้งอาจพบว่าแพงกว่าราคาจริง

ค. จำนวนและขนาดบรรจุ ผู้บริโภคขาดความรู้เกี่ยวกับจำนวนและขนาดบรรจุ มีสินค้าหลายประเภทที่สามารถสร้างความเข้าใจผิด เช่น ขนาดประหยัด ขนาดครอบครัว ขนาดยักษ์ โดยไม่มีความรู้ว่าแต่ละขนาดนั้นบรรจุจริงเท่าไร บางครั้งพบกล่องภายนอกใหญ่ขึ้นจริงคามโฆษณา แต่ปริมาณภายในส่วนมากจะมองข้ามไป

ง. มาตรฐานสินค้าที่แน่นอน นอกจากขาดความรู้เกี่ยวกับคุณภาพราคา ขนาดบรรจุแล้ว ผู้บริโภคยังไม่ค่อยคำนึงถึงเกรดของสินค้า แต่กลับไปยึดใฝ่ในตราของสินค้า ซึ่งส่วนมากจะมาจากกาโฆษณา

จ. ข้อมูล สมัยก่อนการบริโภคอยู่ในวงแคบ สินค้ามีน้อย ผู้บริโภคมีโอกาสใช้และศึกษาข้อมูล ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพิ่มมากขึ้น จนผู้บริโภคเกิดการ

สืบสน ไม่รู้จะศึกษาข้อมูลจากยี่ห้อใดดี จะใช้ยี่ห้อใดดี เพราะแต่ละยี่ห้อพยายามที่จะอ้างถึงคุณประโยชน์ของสินค้าตนเองอย่างมากมาย จึงเกิดความเบื่อหน่าย ไม่สนใจ หรือไม่ยินดียินร้ายที่จะหาข้อมูล ผู้บริโภคเหล่านี้จะกลายเป็นเหยื่อของการโฆษณาได้ง่าย

เพราะฉะนั้น ยี่ห้อใดทางด้านยอดขายหรือการแสดงที่จูงใจเก่ง ก็จะเป็นยี่ห้อที่ได้รับการต้อนรับมาก

## 2. ขาดการใช้ความรู้ที่มี

ถึงแม้ผู้บริโภคจะมีความรู้เกี่ยวกับคุณภาพ ราคา จำนวนและขนาดบรรจุ แต่ไม่นำเอาความรู้เหล่านั้นมาใช้ เช่น บางครั้งการซื้อที่เป็นไปโดยมิได้ตั้งใจมาก่อน ไม่ได้วางแผนมาก่อน แต่ซื้อเพราะแรงกระตุ้นหรือจูงใจ เช่น การแจกบัตรสมนาคุณ บัตรชิงโชค ของแถม การบริการดี ต้อนรับดี

## 3. การโฆษณา

การโฆษณาเป็นสิ่งที่พ้อค่า แม้ค่า พยายามที่จะหาค่า หากภาพสร้างเหตุการณ์ที่สามารถจูงใจผู้บริโภค ปัจจุบันการโฆษณาในเมืองไทย เป็นการโฆษณาอย่างฟุ้งเฟ้อ ต้องการที่จะหาประโยชน์เข้าพกเข้าห่อของตนประการเดียว โดยไม่คำนึงถึงผลเสีย และพยายามที่จะบอกอย่างเห็นแก่ตัวว่า "การโฆษณามีได้ผลลวงผู้บริโภคแต่เพื่อเอาใจผู้บริโภค" รายละเอียดจะกล่าวอีกครั้งในบทการโฆษณา

## 4. ผู้ผลิตพยายามเอาตัวเอาเปรียบผู้บริโภค

โดยเฉพาะผู้บริโภคที่ขาดความรู้ข้อ 1, 2 และ 3 จึงเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตฉวยโอกาสต่าง ๆ เช่น

- ผู้ผลิตสินค้าที่ก๊อปปี้คุณภาพ

- ปนปลอมสิ่งที่ไม่ดีมีประโยชน์ลงในอาหาร ยา (สีย้อมผ้า)
- ทำเทียม, ปลอม, เลียนแบบ



### สิทธิของผู้บริโภคที่จะได้รับการคุ้มครอง 7 ประการ (7. Consumers Rights)

แนวความคิดเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภค ได้มีมานานแล้วในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก โดยเฉพาะที่ในยุโรปและอเมริกา ซึ่งโดยนโยบายแล้วอยู่ในลักษณะคล้ายคลึงกัน และแต่ละประเทศก็มีการศึกษาค้นคว้า แลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร ซึ่งกันและกัน เกี่ยวกับสินค้าและบริการว่า ถ้าสินค้าและบริการใดเป็นอันตรายต่อผู้บริโภคก็ย่อมมีผลถึง

ผู้บริโภคในต่างประเทศที่สินค้าไปถึงด้วย ดังนั้น สมาคมคุ้มครองผู้บริโภคของ  
ประเทศต่าง ๆ จึงได้รวมตัวกัน และบัญญัติเป็นสหพันธ์ผู้บริโภคระหว่างประเทศ

International Organization of Consumers Unions (IOCU)

ซึ่งได้บัญญัติสิทธิของผู้บริโภค ซึ่งหมายถึงประชาชนทั่วโลกที่ควรจะได้รับ ความคุ้มครอง  
7 ประการ คือ

1. สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัย (The right to safety)

คนทุกคนย่อมต้องการชีวิตและความเป็นอยู่ที่มีคุณภาพ คือการอยู่ดี  
กินดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งความปลอดภัยในชีวิตจากการใช้สินค้าและบริการที่อยู่รอบตัว  
ดังนั้น ผู้บริโภคทุกคนจึงมีสิทธิที่จะได้รับความคุ้มครองให้ปลอดภัย จากสินค้าและ  
บริการที่มีอยู่

2. สิทธิที่จะได้รับความรู้ (ข้อมูล, ข่าวสาร) ถูกต้องเพียงพอ

(The right to be informed)

ปัจจุบันเราจะพบว่าถึงฉลากที่ปิดบนผลิตภัณฑ์สินค้า มีการระบุ  
ข้อความที่ไม่ชัดเจนถึงคุณภาพและวิธีการใช้สินค้านั้น การบรรจุหีบห่อก็เป็นส่วนหนึ่ง  
ที่ผู้ผลิตมักทำให้มีขนาดใหญ่ ขณะที่ตัวสินค้าจริง ๆ มีเพียงเล็กน้อย เมื่อเทียบกับ  
หีบห่อที่บรรจุ ซึ่งผู้บริโภคเกิดการเข้าใจผิดและซื้อไปโดยได้รับประโยชน์ไม่คุ้มค่า  
ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะได้รับความเป็นจริงความเป็นธรรม ไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบหรือ  
คดโกง หรือบอกเล่าผิด ๆ โดยเฉพาะในการโฆษณา ถ้าเป็นการโฆษณาที่เกิน  
ความจริง หรือไม่ตรงกับความเป็นจริง ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะได้รับความคุ้มครอง

3. สิทธิที่จะซื้อเครื่องอุปโภคบริโภคด้วยราคาราคายุติธรรม (The right  
to just prices)

การปฏิบัติต่าง ๆ ของผู้ผลิตหรือผู้ขาย ต้องเป็นไปอย่างยุติธรรม  
ไม่ขึ้นราคาตามใจชอบ ไม่รวมหัวกันกับคุณสินค้าเพื่อหวังผลประโยชน์ในการค้ากำไร  
เกินควร

ตามหลักการทางธุรกิจนั้น ถือว่าเป็นการลงทุนจะต้องได้กำไรสูงสุด เราพบเสมอถึงสินค้าและการบริการที่มีราคาสูง โดยอ้างสาเหตุจากต้นทุนวัตถุดิบขึ้นราคา ถึงแม้จะสูงอยู่บ้าง แต่อัตราการขายที่สูงขึ้นนั้นสูงกว่าราคาค้นทุนที่สูงขึ้นหลายเท่าตัว ทั้งยังมีการผลิตภาวะภาษีทางตรง ทางอ้อมไปสู่ผู้บริโภคอย่างไม่เป็นธรรม ซึ่งผู้บริโภคจะต้องรับภาระนี้โดยไม่มีทางเลือกเลย โครงสร้างการจึคจำหน่าย เป็นอีกปัญหาหนึ่งที่สินค้าจากแหล่งผลิต มีการผ่านมือจากพ่อค้าคนกลาง ตัวแทน นายหน้า หลายทอดหลายชั้นก่อนจะถึงมือผู้บริโภค ก็ทำให้ราคาขายสุดท้ายกับราคาจากแหล่งผลิต แตกต่างกันหลายเท่าตัว ดังนั้น ราคาสินค้าและบริการจึงไม่ยุติธรรมต่อผู้บริโภค ซึ่งผู้บริโภคมีสิทธิที่จะได้รับการคุ้มครอง

4. สิทธิที่จะร้องเรียนเพื่อความเป็นธรรม (The right to be heard)

สินค้าทุกชนิดที่ผลิตขึ้นและไปสู่มือผู้บริโภคนั้น เมื่อเกิดอันตรายหรือเสียหายต่อผู้บริโภค อันเนื่องมาจากการใช้สินค้านั้น ไม่ว่าจะเป็นการแสวงหากำไรสูงสุดหรือเพราะต้นทุนการผลิตก็ตาม ประชาชนผู้บริโภคมีสิทธิที่จะร้องเรียน เพื่อความเป็นธรรม เมื่อพบว่าถูกเอาเปรียบหรือจากผู้ขายหรือผู้ผลิต โดยขอความเป็นธรรมกับหน่วยงานราชการที่มีส่วนเกี่ยวข้อง หรือมีอำนาจหน้าที่โดยตรง

5. สิทธิที่จะได้รับการชดเชยความเสียหาย (The right to

redress for damages)

การบริโภคอาหารหลายชนิดที่เจือปนสารที่มีพิษต่อร่างกายจนเกิดอันตรายต่อผู้บริโภค หรือมีสินค้าค่านอุปโภคที่ขาดความคงทนแตกหักก่อนเวลาอันควร หรือผลิตขึ้นในลักษณะอาจเป็นอันตรายต่อผู้ใช้ เมื่อผู้บริโภคมีสิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยแล้ว ก็ควรจะมีสิทธิที่จะได้รับการพิจารณา และได้รับการชดเชยความเสียหาย อันเนื่องมาจากการใช้สินค้าและการบริการ ที่ขาดความปลอดภัยด้วย

6. สิทธิที่จะได้อยู่ในสิ่งแวดล้อมที่สะอาด (The right to clean environment)

ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่สะอาด เป็นสมบัติส่วนรวมที่ประชาชนทุกคนมีส่วนเป็นเจ้าของโดยเท่าเทียมกัน ชีวิตความเป็นอยู่ที่มีคุณภาพของมนุษย์ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมที่ตนอยู่ ดังนั้น ประชาชนผู้บริโภคจึงควรได้รับสิทธิที่จะได้รับการปกป้อง เพื่อให้ได้สภาพแวดล้อมที่ดี เพื่อชีวิตและความเป็นอยู่ที่มีคุณภาพของตน

7. สิทธิที่จะได้รับบริโภคศึกษา (The right to consumer education)

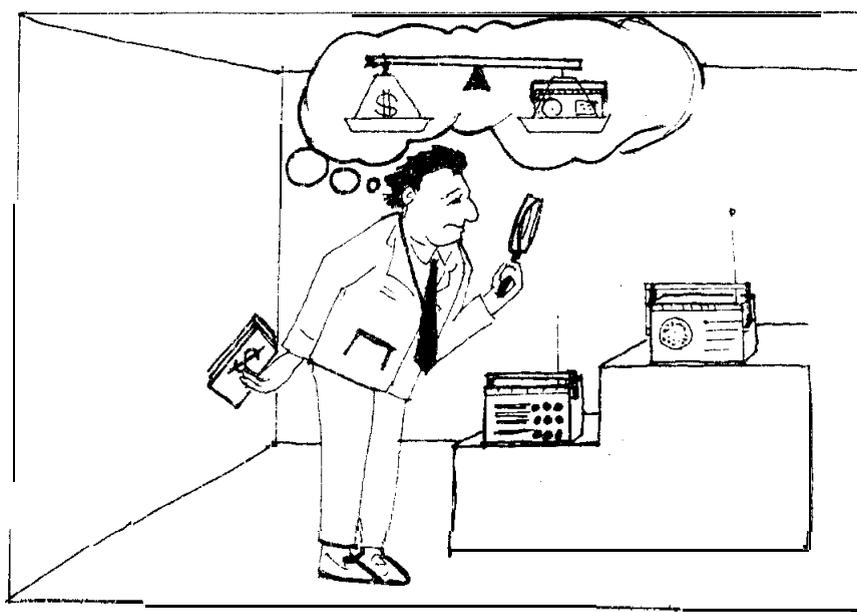
มนุษย์ทุกคนในโลกจะต้องพบกับการซื้อขายเสมอ เพราะไม่สามารถจะสร้างสิ่งที่ต้องการขึ้นมาได้ทั้งหมด และปัจจุบันนี้มีสินค้าต่าง ๆ มากขึ้น ดังนั้น เราควรจะได้เรียนรู้เอาไว่ว่า ทำอย่างไรจึงจะได้เป็นผู้บริโภคที่ฉลาด สามารถที่จะรู้ว่าสิ่งใดควรซื้อ และสิ่งใดไม่ควรซื้อ มีความระมัดระวังในการเลือกซื้อ ไม่หลงใหลต่อการโฆษณา

ผู้บริโภคที่ฉลาด ย่อมไม่ตัดสินใจซื้ออย่างรวดเร็วเกินไป จะต้องตัดสินใจระหว่างสินค้า 2 อย่าง และราคาต่างกันว่า ควรจะซื้อของแพงที่คุณภาพดีกว่า หรือซื้อของถูกที่คุณภาพไม่ค่อยดีนัก

หน้าที่ของผู้บริโภค

1. ต้องรู้ว่าตนมีส่วนอย่างไรในเศรษฐกิจของประเทศ
  - การซื้อทำให้เกิดการหมุนเวียน
  - การซื้อของต่างประเทศ
  - การใช้ - จ่ายของที่ไม่จำเป็น
2. จะต้องตระหนักว่าการซื้ออย่างมีเหตุผลนั้น สำคัญกว่าการซื้อตามอารมณ์

มุ่งให้รู้จักเลือกซื้อเพราะความจำเป็น ไม่ใช่อารมณ์พาไป และควรจะรู้ว่าของปลอม การโกงและการปฏิบัติต่าง ๆ ที่ไม่พึงปรารถนาจะยังดำเนินไปได้ เพราะไม่มีการต่อต้านเป็นกลุ่ม และการป้องกันที่ไม่ดีของรัฐบาล



ทุกครั้งเมื่อซื้อของ คิดถึงค่าของเงินที่หามาได้ยาก  
 คู่มือแนวจะทองโคของสมคาเงิน

### 3. ข้อตระหนักในความพยายามของฝ่ายธุรกิจ

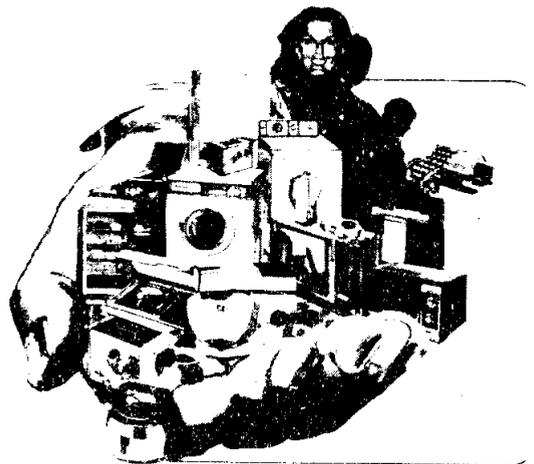
โดยพยายามเป็นผู้มีวิจรรณญาอย่างรอบคอบ เพราะธุรกิจ  
 การโฆษณาและจูงใจ มีวิธีและเทคนิคที่บางครั้งผู้บริโภคจะตามไม่ทัน ความใดที่

ผู้บริโภคโอนอ่อนไปตามการโฆษณา ย่อมเป็นการสนับสนุนการเอาโรคเอาเปรียบ  
มากขึ้นทุกทีในสังคม

#### 4. ต้องเข้าใจในหน้าที่ของตน

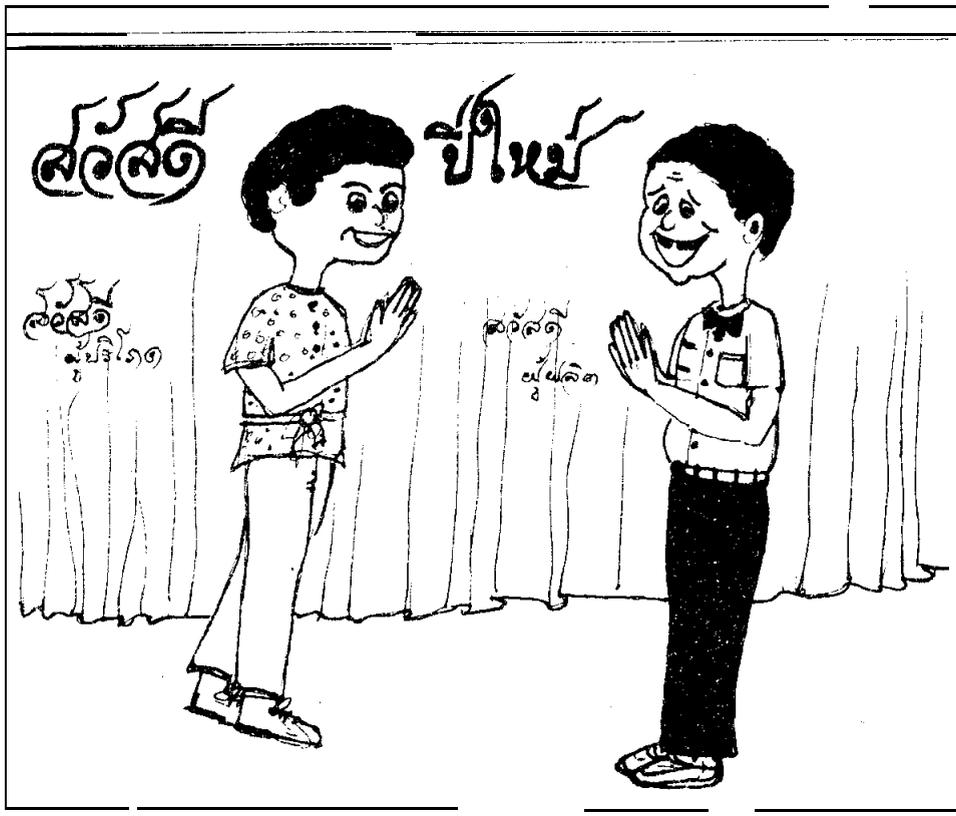
คือปฏิบัติตนอย่างมีประสิทธิภาพในการซื้อ ไม่เป็นผู้ที่ถูกชักจูงหรือ  
โน้มน้าว หลงเชื่อใครง่าย โดยอาศัยบัญญัติ 10 ประการของการเป็นผู้ซื้อที่ดี คือ

1. อย่าซื้อตามคำเล่าลือ
2. อย่าซื้อตามธรรมเนียม
3. อย่าซื้อตามอย่างเขา
4. อย่าซื้อตามตำรา
5. อย่าซื้อตามที่เคาเอาเอง
6. อย่าซื้อตามการคาดคะเน
7. อย่าซื้อตามที่คิดเอาเอง
8. อย่าซื้อตามความพอใจ
9. อย่าซื้อตามความชอบ
10. อย่าซื้อตามอาจารย์สอน



# 30 เมษายน

## “วันคุ้มครองผู้บริโภค”



เราจะช่วยกันทำให้บรรยากาศเช่นนี้ ให้มีขึ้นได้หรือไม่ ?