

บทที่ 7 กฎหมายผู้บริโภค

กฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค

ในประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นเวลานานที่เกี่ยวกับการหลอกลวงการเสนอสินค้าออกสู่ตลาดได้กระทำกันอย่างเปิดเผยตามอำเภอใจของกลุ่มผู้ผลิต ซึ่งรัฐบาลไม่สามารถจะจัดการอะไรลงไปได้ เนื่องจากงบประมาณในค่านี้อำนาจ Ralp Nadar ได้ก่อตั้งและชักชวนบุคคลหลายอาชีพ รวมทั้งนักกฎหมายด้วย ช่วยกันกระตุ้นชาวอเมริกันให้ตื่นตัวป้องกันผลประโยชน์ของตน ทำให้บริษัทใหญ่ ๆ เช่น บริษัทเจเนอรัลมอเตอร์ ซึ่งเป็นผู้ผลิตรถยนต์รายใหญ่เกี่ยวกับความปลอดภัยของรถยนต์ ต้องระมัดระวังการผลิตสินค้าหรือบริการของตน และภายหลังก็ได้มีการตรากฎหมายเรื่องความปลอดภัยของรถยนต์ขึ้น ในปัจจุบันสมาคมผู้พิทักษ์ผลประโยชน์ผู้บริโภคในอเมริกา มีสมาชิก 400,000 คน และได้แจกเอกสารต่อคนทั่วไปถึง 2,500,000 คน ตลอดจนรายงานให้ประชาชนได้ทราบถึงการทุจริตของบริษัท รัฐบาล ตำรวจ และชี้ให้เห็นถึงอันตรายที่เกิดจากสินค้าหรือการโฆษณา และทำให้รัฐบาลเพิ่มความกวัดแกว่งต่อสินค้าที่เข้าสู่ตลาด จะต้องเป็นสินค้าที่ถูกต้องและไม่มีอันตรายเท่านั้น เช่น องค์การอาหารและยา จะควบคุมและคิดสินค้ายาชนิดใดจะนำออกจำหน่ายได้ และชนิดใดต้องมีป้ายฉลากบอก และห้ามการจำหน่ายอาหารที่ผสมสีและกัมมี่ที่เป็นต้น สภาการค้าเป็นผู้สอดส่องเกี่ยวกับการโฆษณา องค์การเกษตร มีหน้าที่ควบคุมการใช้สารผสมในอาหาร และ Federal Reserve Board เป็นผู้ มีหน้าที่เกี่ยวกับการควบคุมดอกเบี้ย การกู้ การเช่าซื้อต่าง ๆ

สำหรับประเทศในกลุ่มเสรีทั่ว ๆ ไป ยกเว้นประเทศในกลุ่มคอมมิวนิสต์ ต่างก็มีองค์การพิทักษ์ป้องกันผลประโยชน์ของผู้บริโภคด้วยกันทั้งสิ้น อย่างน้อยในกลุ่มประเทศสังคมนิยมก็ยังมีหน่วยงานของรัฐบาล ซึ่งควบคุมรับผิดชอบในค่านี้อันที่ จะไม่ให้สินค้าหรือบริการที่อาจก่อให้เกิดอันตรายต่อประชาชนเข้าไปสู่ตลาดได้ และการ

เคลื่อนไหวของกลุ่มผู้บริโภคหลายประเทศ โดยเฉพาะในต่างประเทศ ได้ทำให้เกิดมีการก่อตั้งองค์การพิทักษ์ผลประโยชน์ผู้บริโภคขึ้น เรียกว่า International Organization of Consumer Unions (IOCU) ซึ่งตั้งอยู่ในประเทศเนเธอร์แลนด์ โดยมีประเทศไทยเป็นสมาชิกด้วย สมาคมนี้เป็นตัวจักรสำคัญที่คอยให้ความช่วยเหลือเสนอแนะ และแลกเปลี่ยนแนวความคิดใหม่ในกลุ่มของสมาคมผู้บริโภค ในระยะหลังนี้ ได้มีบทบาทมากขึ้น โดยเร่งเร้าให้กลุ่มผู้พิทักษ์ผลประโยชน์ต่าง ๆ ให้ความสนใจและร่วมมือกันมากยิ่งขึ้น

ประวัติศาสตร์กฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคทางด้านการโฆษณาในประเทศไทย

การคุ้มครองผู้บริโภคทางด้านการโฆษณาในประเทศไทยนั้น อาจกล่าวได้ว่าประเทศไทยเริ่มให้ความสนใจในการคุ้มครองผู้บริโภคมาตั้งแต่สมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ก็จะเห็นได้จากกฎหมายลักษณะอาญา ร.ศ. 127 มาตรา 310 ซึ่งมีบัญญัติว่า "ผู้ใดขายโดยหลอกลวงด้วยประการใด ๆ ให้ผู้ซื้อหลงเชื่อในแหล่งกำเนิดสภาพ คุณภาพ หรือปริมาณแห่งของนั้น อันเป็นเท็จ มีความผิดต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 1 ปี หรือปรับไม่เกิน 2,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ"

ต่อมาเมื่อได้มีการประกาศใช้กฎหมายอาญาแทนกฎหมายลักษณะอาญา ร.ศ. 127 การคุ้มครองผู้บริโภคตามกฎหมายลักษณะอาญา ร.ศ. 127 มาตรา 310 ก็ได้บัญญัติแทน ประมวลกฎหมายอาญาในมาตรา 236 และมาตรา 271

ประมวลกฎหมายอาญา ในมาตรา 236 และมาตรา 271

มาตรา 236 ใ้บัญญัติว่า "ผู้ใดปลอมปนอาหาร ยา หรือเครื่องอุปโภคบริโภค ซ้ำเติม เพื่อให้บุคคลอื่นเสพยาหรือใช้ และการปลอมปนนั้นน่าจะเป็นเหตุให้เกิดอันตรายแก่สุขภาพ หรือจำหน่าย หรือเสนอขายสิ่งเร้นว่านั้น เพื่อบุคคลเสพยาหรือใช้ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามปี หรือปรับไม่เกินหกพันบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ"

มาตรา 271 บัญญัติว่า "ผู้โคขายของโคยตลอดวงก้วยประการใด ๆ ให้ผู้ซื้อทองเชื่อในแห่งกำเนิก สภาท กุณภาพ หรือปริมาณแห่งของนั้นอันเป็นเท็จ ถ้า การกระทำนั้นไม่เป็นความผิดฐานฉ้อโกง ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับ ไม่เกินสองพันบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ทั้งกฎหมายลักษณะอาญา ร.ศ. 127 และประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 236 และมาตรา 271 เป็นความผิดที่เอาโทษแก่ผู้ขายโคยเฉพาะ มิได้บัญญัติลงโทษถึงผู้ โฆษณาสินค้าอันเป็นเท็จไว้โดยตรง กังนั้นการที่จะลงโทษผู้โฆษณาสินค้าอันเป็นเท็จจึงต้อง ปรับตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 86 ในฐานะที่ผู้โฆษณาเป็นผู้สนับสนุนผู้ขายสินค้า ให้กระทำผิด ตามมาตรา 236 และมาตรา 271 ซึ่งมาตรา 86 ได้บัญญัติไว้ว่า "ผู้โค กระทำผิดก้วยประการใด ๆ อันเป็นการช่วยเหลือหรือให้ความสะดวกในการที่ผู้อื่นกระทำ ความผิดก่อนหรือขณะกระทำผิด แม้ผู้กระทำความผิดจะมีไ้รู้ถึงการช่วยเหลือหรือให้ ความสะดวกนั้นก็ตาม ผู้นั้นเป็นผู้สนับสนุนการกระทำผิด ต้องระวางโทษสองในสามส่วน ของโทษที่กำหนดไว้ สำหรับความผิดที่สนับสนุนนั้น" เพราะการโฆษณาเกี่ยวกับสินค้า เป็นการช่วยเหลือและให้ความสะดวกแก่ผู้ผลิตสินค้าอันเป็นเท็จในอันที่จะขายสินค้าอัน เป็นเท็จให้แก่ลูกค้าได้ เพราะการโฆษณาทำให้ลูกค้าหลงเชื่อมาซื้อสินค้าอันเป็นเท็จนั้น กังนั้น จึงอาจเอาความผิดแก่ผู้โฆษณาสินค้าอันเป็นเท็จได้ตามมาตรา 236, มาตรา 271 ประกอบมาตรา 86

ปัญหาที่น่าจะพิจารณามีว่า การโฆษณาสินค้าอันเป็นเท็จนั้น จะมีความผิด ความประมวลกฎหมายอาญามาตรา 85 ฐานโฆษณาให้บุคคลทั่วไปกระทำความผิดหรือไม่ ตามมาตรา 85 ได้บัญญัติว่า "ผู้โคโฆษณาหรือประกาศแก่บุคคลทั่วไปให้กระทำความผิด และความผิดนั้นกำหนดโทษไม่ต่ำกว่าหกเดือน ผู้นั้นต้องระวางโทษกึ่งหนึ่งของโทษที่กำหนดไว้ สำหรับความผิดนั้น" การโฆษณาสินค้าเป็นเท็จนั้น ถ้าพิจารณาให้ถี่แล้วจะเห็นว่า การโฆษณา มิได้มุ่งใจให้ผู้ขายขายสินค้าอันเป็นเท็จ แต่เป็นการมุ่งใจให้ผู้บริโภคมาซื้อสินค้าอันเป็นเท็จ ค่างหาก กังนั้นการโฆษณาอันเป็นเท็จจึงไม่มีความผิดตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 85

นอกจากประมวลกฎหมายอาญา ซึ่งเป็นกฎหมายทั่วไปที่คุ้มครองผู้บริโภค ในการโฆษณาแล้ว ประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายอื่น ๆ ที่มุ่งควบคุมการโฆษณาโดยตรง เป็นฉบับทั่วไป (ฉบับรวม) คงมีแต่กฎหมายที่มุ่งควบคุมการโฆษณาในกิจการเฉพาะอย่าง เท่านั้น โดยได้กำหนดโทษทางอาญาแก่ผู้โฆษณาอันเป็นเท็จ หรือเกินความจริงไว้ด้วย ซึ่งกฎหมายที่ควบคุมการโฆษณาอันเป็นเท็จ หรือเกินความจริงในกิจการเฉพาะที่สำคัญ ๆ มีดังต่อไปนี้ คือ

1. พระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ. 2504

มาตรา 22 ซึ่งบัญญัติว่า "ห้ามมิให้ผู้รับอนุญาตหรือผู้ดำเนินการ โฆษณาหรือประกาศหรือขอมให้ผู้อื่นโฆษณา หรือประกาศด้วยประการใด ๆ ซึ่งชื่อ ที่ตั้งหรือกิจการของสถานพยาบาล หรือคุณวุฒิ หรือประกาศความสามารถของผู้ ประกอบโรคคือปะสำหรับสถานพยาบาล อันเป็นไปในทางโอ้อวดหรือเป็นเชิงชักชวน ให้ผู้ช่วยมารับการรักษาพยาบาล"

มาตรา 39 ใ้บัญญัติลงโทษผู้ฝ่าฝืนมาตรา 22 โดยองโทษปรับ ไม่เกิน 1,000 บาท

2. พระราชบัญญัติควบคุมประกอบโรคคือปะ พ.ศ. 2479

มาตรา 22 ซึ่งบัญญัติว่า "ผู้ใดไม่ได้ขึ้นทะเบียนและรับใบอนุญาต เป็นผู้ประกอบโรคคือปะ หรือได้ขึ้นทะเบียนและรับใบอนุญาตเป็นผู้ประกอบโรคคือปะแล้ว แต่อยู่ในระหว่างถูกพัก หรือเพิกถอนใบอนุญาตโฆษณาด้วยวิธีใด ๆ แสดงว่าพร้อมที่จะกระทำการประกอบโรคคือปะ เพื่อแสวงหาผลประโยชน์หรือสินจ้าง หรือเพื่อ บำเหน็จรางวัลหรือไม่ก็ตาม ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 2 ปี หรือปรับไม่เกิน 2,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ"

นอกจากนี้ ยังมีกฎหมายกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งออกโดยอาศัยความ ในพระราชบัญญัติควบคุมประกอบโรคคือปะ พ.ศ. 2479 (ฉบับที่ 3) ข้อที่ 25 ว่า

"ผู้ประกอบโรคคือปะทุกสาขาท้องรักษาพยาบาลทางวิชาชีพ โดยไม่ประพฤติกหรือกระทำกรใด ๆ อันอาจเป็นเหตุเชื่อมเสียเกียรติแห่งวิชาชีพของตน และต้องไม่ประพฤติกหรือกระทำกร ดังต่อไปนี้คือ

1. โฆษณา ไร่ ้าง หรือยินยอมให้ผู้อื่นโฆษณา การประกอบโรคคือปะ ความรู้หรือความสามารถของตนไม่ว่าด้วยประการใด ๆ

3. พระราชบัญญัติวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2498

มาตรา 10 ซึ่งบัญญัติว่า "ห้ามมิให้ผู้ใดส่งหรือจักให้ส่งวิทยุกระจายเสียงหรือวิทยุโทรทัศน์อันตนรู้หรือเชื่อว่าเป็นเท็จ หรือมิได้รับอนุญาตจากพนักงานเจ้าหน้าที่ ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่ประเทศชาติหรือประชาชน"

และมาตรา 21 ได้กำหนดโทษทางอาญาแก่ผู้ฝ่าฝืนมาตรา 10 โดยระวางโทษปรับไม่เกิน 2,000 บาท หรือจำคุกไม่เกิน 1 ปี หรือทั้งจำทั้งปรับ

4. พระราชบัญญัติวิทยุคมนาคม พ.ศ. 2510

มาตรา 22 บัญญัติว่า "ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาสรรพคุณของวิทยุคมนาคมอันเป็นเท็จ หรือเกินความจริง"

และมาตรา 38 ได้กำหนดโทษแก่ผู้ฝ่าฝืนมาตรา 22 โดยระวางโทษจำคุกไม่เกิน 3 เดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งพันบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

5. พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522

มาตรา 40 "ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาคุณภาพหรือสรรพคุณของอาหารอันเป็นเท็จหรือการหลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อโดยไม่สมควร"

มาตรา 41 ผู้ใดประสงค์จะโฆษณาคุณภาพหรือสรรพคุณของอาหารทางวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ทางฉายภาพบนตร์ หรือ

ทางหนังสือพิมพ์ หรือสิ่งพิมพ์อื่น หรือด้วยวิธีอื่นใดเพื่อประโยชน์ในทางการค้า ต้อง
นำเสียง ภาพ ภาพยนตร์ หรือข้อความที่จะโฆษณาถึงอ่าวนั้นให้ผู้อนุญาตตรวจ
พิจารณาก่อน เมื่อได้รับอนุญาตแล้วจึงจะโฆษณาได้

มาตรา 70 ผู้ใดโฆษณาอาหารโดยฝ่าฝืนมาตรา 40 ต้องระวางโทษ
จำคุกไม่เกินสามปี หรือปรับไม่เกินสามหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

6. พระราชบัญญัติควบคุมคุณภาพอาหารสัตว์ พ.ศ. 2506

มาตรา 8 ซึ่งบัญญัติว่า "ห้ามมิให้ผู้ใดนำข้อความในรายงาน
วิเคราะห์อาหารสัตว์ ซึ่งพนักงานเจ้าหน้าที่ทำขึ้น เพื่อปฏิบัติการให้เป็นไปตามพระราชบัญญัตินี้
ออกโฆษณาเพื่อประโยชน์การค้า"

มาตรา 17 ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 8 ต้องระวางโทษปรับไม่เกิน 500 บาท

7. พระราชบัญญัติการประกันชีวิต พ.ศ. 2510

มาตรา 27 ซึ่งบัญญัติว่า "ห้ามมิให้บริษัทโฆษณาการรับประกันเป็นเท็จ
หรือเกินความจริงเกี่ยวกับบริษัท หรือธุรกิจประกันชีวิตของบริษัท"

มาตรา 76 ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 27 ต้องระวางโทษปรับไม่เกิน
100,000 บาท

8. พระราชบัญญัติประกันวินาศภัย พ.ศ. 2510

มาตรา 23 ซึ่งบัญญัติว่า "ห้ามมิให้บริษัทโฆษณาการรับประกันเป็นเท็จ
หรือเกินความจริง เกี่ยวกับบริษัทหรือธุรกิจประกันวินาศภัยของบริษัท"

มาตรา 68 ใ้กล่าวหนดโทษอาญาแก่ผู้ที่ฝ่าฝืนมาตรา 23 โดยระวางโทษ
ปรับไม่เกิน 100,000 บาท

9. พระราชบัญญัติควบคุมมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ. 2511

มาตรา 36 ซึ่งบัญญัติว่า "ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณา จำหน่าย หรือมีไว้จำหน่าย ซึ่งผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมโดยรู้ยู่่าไม่เป็นไปตามมาตรา 16, มาตรา 20, มาตรา 21, มาตรา 29 หรือมาตรา 33 หรือโดยรู้ยู่่าผลิตภัณฑ์ อุตสาหกรรมที่ไร้ หรือแสดงเครื่องหมายมาตรฐานอันเป็นการฝ่าฝืนมาตรา 31, มาตรา 32 หรือมาตรา 35

มาตรา 55 ใ้ระวางโทษอาญาแก่ผู้ฝ่าฝืนมาตรา 36 ใ้ระวางโทษ จำคุกไม่เกินหนึ่งเดือน หรือปรับไม่เกินห้าพันบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

10. พระราชบัญญัติเครื่องสำอางค์ พ.ศ. 2517

มาตรา 32 บัญญัติว่า "ห้ามมิใ้บุคคลใดโฆษณาคุณภาพของ เครื่องสำอางค์อันเป็นเท็จ หรือเกินความจริง อันอาจทำให้ผู้อื่นหลงเชื่อหรือสำคัญผิด ในคุณภาพของเครื่องสำอางค์นั้น"

มาตรา 53 ใ้ระวางโทษอาญาแก่ผู้ฝ่าฝืนมาตรา 32 โดยระวางโทษ ปรับไม่เกิน 5,000 บาท

11. พระราชบัญญัติปุ๋ย พ.ศ. 2518

มาตรา 43 บัญญัติว่า "ผู้โฆษณาขายปุ๋ยเคมีนั้นจะต้อง

1. ไม่แสดงสรรพคุณเคมีเป็นเท็จ หรือเกินความจริง
2. ไม่ทำให้เข้าใจว่ามีวัตถุใดเป็นปุ๋ยเคมีหรือเป็นส่วนประกอบ ของปุ๋ยเคมี ซึ่งความจริงไม่มีวัตถุหรือส่วนประกอบนั้นในปุ๋ยเคมีหรือมีแต่ไม่ทำให้เข้าใจ
3. ไม่มีการรับรองหรือยกย่องสรรพคุณเคมีบุคคลอื่น

มาตรา 69 ใ้กำหนดโทษอาญาแก่ผู้ฝ่าฝืนมาตรา 43 โดยระวางโทษ จำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

12. พระราชบัญญัติวัตถุที่ออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท พ.ศ. 2518

มาตรา 48 ซึ่งบัญญัติว่า "ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเพื่อการค้า
ซึ่งวัตถุออกฤทธิ์เว้นแต่

1. การโฆษณาซึ่งกระทำโดยตรงแก่ผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรม
ผู้ประกอบโรคศิลปะแผนปัจจุบันชั้นหนึ่งในสาขาพันธุกรรม เกษตรกร หรือประกอบการ
นำวัตถุโรคสัตว์ชั้นหนึ่ง หรือ

2. เป็นฉลากหรือเอกสารกำกับวัตถุออกฤทธิ์ที่ภษณะ หรือหีบห่อ
บรรจุวัตถุออกฤทธิ์

มาตรา 104 ใ้กระวางโฆษณาแก่ผู้ฝ่าฝืนมาตรา 48 โดยระวางโฆษณา
จำคุกไม่เกิน 3 ปี หรือปรับไม่เกิน 60,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

จะเห็นได้ว่า โฆษณที่ลงแก่ผู้โฆษณาฝ่าฝืนมาตรา 60 นั้น กฎหมายได้
บัญญัติโทษจำคุกไว้รุนแรงมากกว่าการคุ้มครองสินค้าอื่น ๆ ทุกประเภท กล่าวคือ
ใ้กระวางโฆษณาจำคุกไว้ไม่เกิน 3 ปี และปรับไม่เกินเป็นเงินสูงถึง 60,000 บาท ทั้งนี้
เพราะกฎหมายเห็นว่า วัตถุที่ออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาทเป็นสินค้าซึ่งมีอันตรายต่อสุขภาพจิต
ของประชาชน ถ้าหากปล่อยให้มีโฆษณาโดยไม่มีการควบคุมแล้ว ก็จะเป็นอันตราย
อย่างมากต่อผู้บริโภค ซึ่งต้องเชื่อในการโฆษณานั้น โดยไม่รู้ถึงอันตรายที่จะตามมา
ต่อสุขภาพของตน

12. พระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 (แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2522)

พระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 (แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2522)
เป็นกฎหมายที่ควบคุมการโฆษณาที่ค่อนข้างจะเข้มงวดและบัญญัติลักษณะของการโฆษณาไว้
หลายประการ ดังจะกล่าวต่อไปนี้ คือ

มาตรา 88 การโฆษณาขายยาจะต้อง

1. ไม่เป็นการโอ้อวดสรรพคุณยาหรือวิฤตอันเป็นส่วนประกอบของยา ว่าสามารถบำบัด บรรเทา หรือป้องกันโรค หรือความเจ็บป่วยได้อย่าง ศักดิ์สิทธิ์ หรือหายขาด หรือใช้ด้อยค่าที่อื่นใดที่มีความหมายผ่านองเดียวกัน
2. ไม่แสดงสรรพคุณยาอันเป็นเท็จหรือเกินความจริง
3. ไม่ทำให้เข้าใจว่ามีวิฤตใดเป็นตัวยา หรือเป็นส่วนประกอบของยา ซึ่งความจริงไม่มีวิฤตหรือส่วนประกอบนั้นในยา หรือมีแต่ไม่เท่าที่ ทำให้เข้าใจ
4. ไม่ทำให้เข้าใจว่าเป็นยาทำให้แท้งลูกหรือยาขับระดูอย่างแรง
5. ไม่ทำให้เข้าใจว่าเป็นยาบำรุงกามหรือยาคุมกำเนิด
6. ไม่แสดงสรรพคุณยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษ
7. ไม่แสดงสรรพคุณยาว่าสามารถบำบัด บรรเทา หรือรักษาป้องกันโรค หรืออาการของโรคที่รัฐมนตรีประกาศตามมาตรา 77

ความใน 5 และ 6 ไม่ใช่บังคับแก่ข้อความในฉลากหรือเอกสารกำกับยาและ ความใน 1, 4, 6, 7 และ 8 ไม่ใช่บังคับแก่การโฆษณาซึ่งกระทำโดยตรงต่อผู้ประกอบโรคคือปะ หรือผู้ประกอบกรบำบัดโรคสัตว์

มาตรา 88 ทวิ การโฆษณาขายยาทางวิทยุกระจายเสียง เครื่องขยายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ทางฉายภาพหรือภาพยนตร์ หรือทางสิ่งพิมพ์จะต้อง

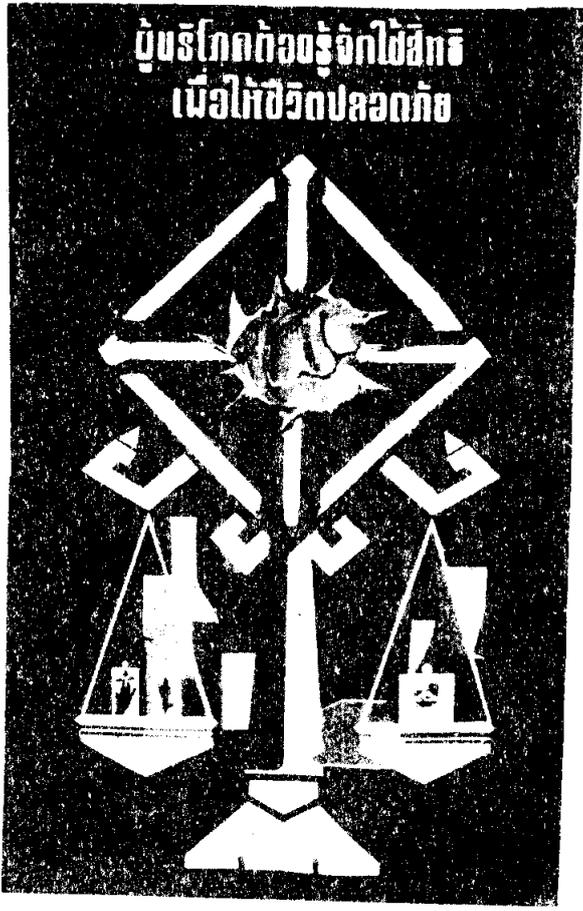
1. ใ้รับอนุมัติข้อความ เสียง หรือภาพที่ใช้ในการโฆษณาจากผู้อนุญาต
2. ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ผู้อนุญาตกำหนด

มาตรา 89 ห้ามมิให้โฆษณาการขายยาโดยไม่สุภาพ หรือโดยการร้องรำ ทำเพลง หรือแสดงความทุกข์หอรมานของผู้ป่วย

มาตรา 90 ห้ามมิให้โฆษณาขายยาโดยวิธีแฉกแพก หรือออกฉลากวางไว้

มาตรา 90 ทวิ เจ้าอธิการคณะกรรมการอาหารและยา มีอำนาจสั่ง เป็นหนังสือให้ระงับการโฆษณาขายยาที่เห็นว่า เป็นการโฆษณาโดยฝ่าฝืนพระราชบัญญัติ นี้ได้

(เป็นที่น่าสังเกตว่าเจ้าอธิการคณะกรรมการอาหารและยา มีอำนาจสั่งให้ ระงับการโฆษณาเท่านั้น แต่ไม่มีอำนาจสั่งให้ผู้โฆษณาแก้ไขข้อความหรือวิธีการในการ โฆษณา หรือสั่งห้ามการโฆษณาข้อความบางอย่างที่ปรากฏในการโฆษณา หรือสั่งให้โฆษณา แก้ไขความเข้าใจผิด)



มาตรา 124 โค้ดกำหนดโทษทางอาญาแก่ผู้โฆษณาฝ่าฝืนมาตรา 88, 89 และ 90 โดยระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ต่อมาในช่วงเวลา 10 ปีที่ผ่านมา การคุ้มครองผู้บริโภคได้รับความสนใจจากนักวิชาการ นักสังคมสงเคราะห์ในประเทศไทยเป็นอย่างมาก มีการรวมกลุ่มก่อตั้งเป็นสมาคม องค์การ เพื่อเรียกร้องความสนับสนุนจากรัฐบาลและประชาชน ในรูปอาสาสมัคร ได้แก่ สมาคมผู้บริโภคแห่งประเทศไทย องค์การผู้พิทักษ์ประโยชน์ของผู้บริโภคและโครงการสภาสตรีส่งเสริมผู้บริโภคของสภาสตรีแห่งชาติ ทั้ง 3 องค์การร่วมกับข้าราชการในกระทรวงพาณิชย์ สาธารณสุขและอุตสาหกรรม ได้บุกเบิกทำงานเรื่องสิทธิและการคุ้มครองผู้บริโภค โดยเฉพาะการควบคุมการโฆษณา แต่กิจการธุรกิจมีมากมายหลายอย่าง จนไม่อาจจะตรากฎหมายควบคุมกิจการเฉพาะอย่างให้ครบถ้วนได้ จึงเห็นควรตรากฎหมายกลางขึ้น เพื่อควบคุมการโฆษณาให้ครอบคลุมกิจการธุรกิจทุกประเภท และเพื่อให้การควบคุมการโฆษณาบรรลุผลสำเร็จ จะต้องระวางโทษอาญาแก่ผู้โฆษณาเท็จหรือเกินความจริง สภาสตรีแห่งชาติได้เข้าเป็นสมาชิกขององค์การ The International Organization of Consumers Unions ในปี พ.ศ. 2517 และในปี พ.ศ. 2519 สภาสตรีได้แนะนำให้รัฐบาลไทยในขณะนั้นซึ่งรัฐบาลสมัย ม.ร.ว.คึกฤทธิ์ ปราโมช เป็นนายกรัฐมนตรี แต่งตั้งกรรมการชุดหนึ่ง เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อให้ดำเนินงานอย่างเป็นทางการ รัฐบาลจึงได้แต่งตั้งคณะกรรมการขึ้นในสำนักนายกรัฐมนตรี เรียกว่า คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค คณะกรรมการชุดนี้ได้สลายตัวไปเมื่อเปลี่ยนรัฐบาล จนกระทั่งถึงสมัยรัฐบาลพลเอกเกรียงศักดิ์ ชมนานนท์ ในปี พ.ศ. 2520 สภาสตรีแห่งชาติได้มีหนังสือแนะนำไปยัง พลเอกเกรียงศักดิ์ ชมนานนท์ ขอให้แต่งตั้งคณะกรรมการถาวร เพื่อคุ้มครองประโยชน์ผู้บริโภคขึ้น รัฐบาลได้เห็นความสำคัญของการคุ้มครองสิทธิและผลประโยชน์ของประชาชน ให้ได้รับความปลอดภัยจากการบริโภค และเพื่อส่งเสริมคุ้มครองสิทธิและผลประโยชน์ของผู้บริโภคให้ได้รับ

ความเป็นธรรม รัฐบาอิจงอาศัยอำนาจตามประกาศของคณะปฏิวัติฉบับที่ 218 ลงวันที่ 29 กันยายน 2515 ข้อ 9 (6) แห่งกึ่งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคคณะหนึ่ง เมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2521 ประกอบด้วยคณะกรรมการ 18 คน มี าทษา รอง-นายกรัฐมนตรีเป็นหัวหน้า คณะกรรมการชุดนี้ได้ร่างกฎหมายเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งมีลักษณะเป็นกฎหมายกลางควบคุมการโฆษณากิจการธุรกิจทุกประเภท เรียกว่า ร่างพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งต่อมาได้ผ่านสภาประกาศใช้เป็นกฎหมายในปี พ.ศ. 2522 เรียกว่า "พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522"

ภาวะของผู้บริโภคในปัจจุบันและการพยายามแก้ปัญหา

เมื่อวิทยาการก้าวหน้าต่าง ๆ และความก้าวหน้าทางอุตสาหกรรมเจริญมากขึ้น ฝ่ายผู้บริโภคจะเริ่มได้รับความไม่เป็นธรรมสูงขึ้นตามลำดับ ดังจะกล่าวต่อไปนี้ คือ

ก. การจัดทำสินค้า การนำวิทยาการสมัยใหม่มาใช้ทำให้ผู้บริโภคไม่อาจมีความรู้ความเข้าใจในคุณภาพ และการใช้สินค้าได้เท่าฝ่ายผู้ผลิต ดังจะเห็นได้ว่า ถ้าไม่ใช่ผู้เชี่ยวชาญโดยเฉพาะแล้ว ไม่มีใครอาจทราบได้ว่าวิทยุหรือโทรทัศน์มีอุปกรณ์อะไร ทำงานได้อย่างไร คุณภาพคงทนถาวรเพียงใด หรืออาหารกระป๋องประเภทใด มีคุณค่าอาหารแค่ไหน มีวัตถุเคมีใดหรือมีการอามรังสีใดที่เป็นอันตรายต่อร่างกายหรือไม่ หรือวิธีการให้สินค้าหรือระบบใดคึกคอกเบ้ซับซ้อนอย่างไร เป็นต้น ความเสียหายที่อาจเกิดแก่ผู้บริโภคจึงมีได้เ็นทางชีวิตร่างกายและทรัพย์สิน ความไม่รู้เหล่านี้ทำให้ผู้บริโภคตกอยู่ในฐานะเสียเปรียบ ไม่อาจทราบแน่ชัดว่าตนต้องการได้สินค้าคุณภาพอย่างไร ในราคาเท่าใด โอกาสที่จะตัดสินใจเลือกใช้สิ่งของให้ตรงกับความต้องการของตน จึงขึ้นกับภาวะทางตลาดและเทคนิคในพาณิชย์กรรมเป็นส่วนใหญ่ กฎหมายจึงเริ่มขยายตัว มาควบคุมการผลิตสินค้า หรือให้บริการบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับสาธารณสุข เช่น การผลิตอาหารกระป๋อง การใช้วัตถุพิษ การกำหนดมาตรฐานสินค้า การกำหนดควมรับผิดชอบของผู้ผลิตในกรณีอะเมิต เป็นต้น กฎหมายในระยะนี้จะมีก็มากมายหลายฉบับตามประเภท

ของสินค้าและบริการ คือ เป็นไปในรูปที่ว่าเมื่อมีปัญหาในเรื่องใดก็ตามกฎหมายเฉพาะ
ขึ้นมาควบคุมในเรื่องนั้น ๆ ตัวอย่างกฎหมายในกรณีนี้ คือ พระราชบัญญัติควบคุมการฆ่าสัตว์
และจำหน่ายเนื้อสัตว์ พ.ศ. 2502 พระราชบัญญัติควบคุมคุณภาพอาหาร พ.ศ. 2507
พระราชบัญญัติวิศวกรรมการ พ.ศ. 2510 พระราชบัญญัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
พ.ศ. 2511 และพระราชบัญญัติปุ๋ย พ.ศ. 2518

ข. ความสัมพันธ์ระหว่างผู้จัดทำกันเอง การพัฒนาด้านการจัดองค์กร
และพาณิชย์กรรม ทำให้มีสถาบันทางพาณิชย์กรรมที่แปลกแตกต่างกว่าเดิม และเป็น
สถาบันที่มีพลังทางเศรษฐกิจสูง บางครั้งสถาบันเหล่านี้ถึงกับมีพลังในทางการเมืองด้วย
นอกจากนั้น สถาบันเหล่านี้ยังมีการร่วมมือกันในระดับสูงของประเทศ เช่น บริษัท
ผู้ถือหุ้น (Holding Company) หรือในระดับระหว่างประเทศ เช่น บริษัทนานาชาติ
(Multinational Enterprise) ด้วย นักกฎหมายก็เริ่มเปลี่ยนแนวความคิด
มาเห็นกันว่า การส่งเสริมระบบเศรษฐกิจเสรีโดยรัฐ ไม่มีส่วนยุ่งเกี่ยวกับหรือควบคุม
การแข่งขันในทางการค้าเสียเลยนั้นเป็นไปได้ เพราะจะทำให้เกิดการผูกขาดขึ้น
ในที่สุด อันเป็นอันตรายต่อเศรษฐกิจของประเทศและเห็นกันว่า กฎหมายจำต้องออกมา
เพื่อควบคุมให้การแข่งขันทางการค้าเป็นไปโดยเสรี ภายในขอบเขตนี้เป็นธรรมดาทุกฝ่าย
อย่างเช่นทุกกฎหมาย incitrust ของประเทศในโอกาสวันตก เป็นต้น โดยกฎหมายนี้
จะวางหลักเกณฑ์ทุกอย่างเพื่อให้การแข่งขันโดยเสรี สามารถดำเนินไปได้โดยไม่ชงกัน
มีการควบคุมมิให้รวมหัวกันกำหนดราคา หรือทำสัญญาผูกมัดที่ไม่เป็นธรรม สำหรับ
ประเทศไทยกฎหมายในด้านนี้ยังไม่มีการพัฒนา แต่เคยมีกฎหมายบางฉบับเท่านั้น
มาใช้บังคับในระหว่างภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจเท่านั้น เช่น พระราชบัญญัติควบคุม
เครื่องอุปโภค และของอื่นในภาวะคับขัน พ.ศ. 2488 พระราชบัญญัติป้องกันการค้า
กำไรเกินควร พ.ศ. 2490 พระราชบัญญัติควบคุมโภคภัณฑ์ พ.ศ. 2495 และ
พระราชบัญญัติป้องกันการผูกตลาด พ.ศ. 2507 ผลเสียของการไม่มีกฎหมายในเรื่องเหล่านี้
นอกจากจะเกิดผลร้ายแก่คู่แข่งทางการค้าแล้ว ยังมีผลโดยตรงต่อผู้บริโภคด้วย

ก. ความสัมพันธ์ระหว่างผู้จัดทำและผู้บริโภค การรวมตัวทางแนวความคิด และการรวมทุนระหว่างผู้จัดทำ ทำให้ฝ่ายผู้จัดทำมีฐานะทางเศรษฐกิจได้เปรียบผู้บริโภค ทุกประการ บางสถาบันมีคณะกรรมการกลางของงานขึ้นโดยเฉพาะ และนอกจากนี้ การกระจายสินค้าในรูปแบบแปลก ๆ เช่น ขายแฉก ขายส่ง ส่ง เข้าซื้อ หรือ มีตรึงเงินเชื่อ ฯลฯ แล้ว ยังมีเทคนิคในการโฆษณาเข้ามาด้วย ภาวะความไม่มีความรู้ หรือความเข้าใจในวิทยาการแผนใหม่ ทำให้ผู้บริโภคมีฐานะเสียเปรียบอยู่แล้วตามข้อ ก. ที่กล่าวข้างต้น การโฆษณาที่ไม่เหมาะสม ยิ่งทำให้ผู้บริโภคมีอุปสรรคในการตัดสินใจ เลือกสินค้าเพิ่มสูงขึ้นไปอีก กฎหมายเฉพาะที่ห้ามการโฆษณาและการใช้เทคนิคทาง พาณิชยกรรมบางประเภทจึงเริ่มมีขึ้น โดยส่วนใหญ่เป็นมาในรูปกฎหมายเฉพาะเรื่อง เช่น พระราชบัญญัติควบคุมคุณภาพอาหาร พ.ศ. 2507 พระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 พระราชบัญญัติวัตถุอันตราย พ.ศ. 2510 พระราชบัญญัติเครื่องสำอางค์ พ.ศ. 2517 และพระราชบัญญัติวัตถุที่ออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท พ.ศ. 2518 แต่การห้ามการโฆษณา ที่ออกวางหรือเกินความจริงเป็นการทั่วไปยังไม่มี

ขอบเขตของกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคทางการโฆษณา

ในปัจจุบันเริ่มมีแนวความคิดแน่นอนขึ้นตามลำดับว่า การคุ้มครองผู้บริโภค เกี่ยวข้องอยู่กับเรื่องใดบ้าง แต่ก็ยังไม่ลงรอยกันนัก บางคนกล่าวถึงหัวข้อต่าง ๆ เรียงลำดับกันไม่เป็นรายหัวข้อ โดยไม่มีการจัดระบบแต่บางคนก็พยายามจะวางระบบ ในเรื่องนี้ขึ้นในปี ค.ศ. 1962 ประธานาธิบดีเคนเนดี เคยกล่าวสุนทรพจน์ครั้งหนึ่งว่า สิทธิของผู้บริโภคมี 4 ประการ คือ

1. สิทธิที่จะมีความปลอดภัย (Right of Safety)
2. สิทธิที่จะได้รับข่าวสาร (Right to be Informed)
3. สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือก (Right to Choose)
4. สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาเยียวยาความเสียหาย (Right to be Compensated)

ซึ่งก่อนมีผู้ขายชี้ว่า การได้รับการเยียวยาความเสียหายนี้รวมทั้ง การเรียกร้องป้องกันตนเอง และการให้รัฐเข้าช่วยเหลือค่าเนิ่นคืบหนคืบ แต่ บางตำราก็ไม่ผูกมัดที่จะพิจารณา แต่ว่าสิทธิไต่ถามที่ผู้บริโภคควรมี แต่พิจารณา เป็นรายละเอียดความขั้นตอนของกระบวนการโดยแยกเป็น ดังนี้

1. ขั้นก่อนการซื้อ (Pre-Purchase Phrase) ซึ่งเกี่ยวกับการโฆษณา การได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าโดยการที่ตัวสินค้าหรือการได้รับข่าวสาร ในร้านค้า
2. ขั้นการซื้อ (Purchase Phrase) ซึ่งเกี่ยวข้องกับวิธีการขาย การกำหนดราคาและการจำกัดคัดลอกทางเศรษฐกิจ ที่มีผลบังคับต่อการตัดสินใจ ของผู้บริโภค
3. ขั้นหลังการซื้อ (Post - Purchase Phrase) ซึ่งเกี่ยวข้องกับ การประกันคุณภาพสินค้า การรับผิดชอบในความชำรุดบกพร่องของสินค้า หรือความเสียหาย อันเกิดจากตัวสินค้า และการฟ้องร้องคดี

อย่างไรก็ตาม การจำแนกขอบเขตเช่นนี้ดูจะเป็นการเอาตัวผู้บริโภค เป็นตัวปีนมากไป บางกระบวนการที่ผู้บริโภคมิได้เข้าไปเกี่ยวข้องโดยตรง แต่กรณี อาจเกิดผลเสียแก่ผู้บริโภคได้เช่นกัน เช่น การแข่งขันกันเองระหว่างผู้ประกอบการ อาจก่อให้เกิดความไม่เหมาะสมในการผลิตและการขาย อาจส่งผลกระทบต่อผู้บริโภค ต้องซื้อสินค้าราคาแพง หรือมีคุณภาพไม่เหมาะสมตามไปด้วย หรือการโฆษณาและการผลิตสินค้าบางครั้งก็ก่อผลเสียแก่ผู้บริโภคโดยทางอ้อม และเป็นผลต่อสังคมเป็นการ ห่วงไปก็มี เช่น การโฆษณาที่ชักชวนคือชกรรม หรือก่อให้เกิดค่านิยมที่ไม่เหมาะสมในสังคม หรือก่อให้เกิดภาวะสิ่งแวดล้อมเป็นพิษ เป็นต้น กรณีเหล่านี้จะถือว่าอยู่นอกขอบเขต การคุ้มครองผู้บริโภคที่เกี่ยวไม่ได้ เพราะเมื่อกล่าวโดยสรุปทุกคนในสังคมก็คือผู้บริโภค และมาตรการทุกอย่างที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้า การขายสินค้า และผลจากการซื้อ

การใช้สินค้า อันมีผลต่อผู้บริโภค จำต้องถือว่าอยู่ในขอบเขตของงานคุ้มครองผู้บริโภค เหมือนกัน ส่วนหน่วยงานใดจะเน้นหนักในการรับผิดของงานด้านใด เป็นไปตามความเหมาะสมของภารกิจระบบขององค์กรเท่านั้น เมื่อพิจารณาจากกลุ่มของวิชาที่ศึกษากัน ประกอบกับขั้นตอนของกระบวนการที่เกี่ยวกับผู้บริโภคแล้ว เห็นว่ากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคควรมีขอบเขตเกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

ก. คุณภาพของสินค้า ซึ่งกรณีรวมถึงคุณภาพของบริการและสินเชื่อด้วย โดยกฎหมายในส่วนนี้จะต้องมีขึ้นเพื่อควบคุมให้มีการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพอันได้แก่ กฎหมายควบคุมคุณภาพสินค้า หรือกฎหมายกำหนดหลักเกณฑ์หรือแบบของบริการหรือสินค้า เชื่อว่าคงทำในรูปใด มีการตอบแทนอย่างใด เช่น การกำหนดหลักเกณฑ์ในการประกันภัย เป็นต้น การที่กฎหมายเพ่งเล็งถึงการควบคุมสินค้าให้มีคุณภาพ จะมีผลป้องกันการหลอกลวง และก่อให้เกิดความรับผิดชอบในกรณีที่เกิดเสียหายขึ้นในครัว กฎหมายในเรื่องนี้ นอกจากจะเพ่งเล็งถึงความเหมาะสมในการใ้รับค่าตอบแทนและความปลอดภัยของผู้บริโภคแล้ว ยังคงคำนึงถึงประโยชน์ที่สังคมจะใ้รับจากการใช้เศรษฐกิจด้วย สำหรับประเทศไทยมีปัญหาเพิ่มขึ้นอีกส่วนหนึ่ง เพราะยังไม่มีอุตสาหกรรมมากพอ การผลิตรายย่อยและขายเร่ยังมีแพร่หลาย ซึ่งเป็นกรณีที่ยากแก่การควบคุมคุณภาพ และเกี่ยวกับอาชีพของราษฎรด้วย

ข. การแข่งขันทางการค้า กฎหมายในเรื่องนี้เพ่งเล็งถึงการก่อให้เกิดภาวะการแข่งขันที่เป็นธรรม เพื่อให้เกิดระบบเศรษฐกิจแบบเสรีที่เหมาะสมภายใต้ขอบเขตของกฎหมาย อันจะส่งไปยังผู้บริโภคต่อไป ในสหรัฐอเมริกาเองก็ยังคงเถียงกันว่า เรื่องนี้จะ เป็นอีกเรื่องหนึ่งเฉพาะหรือไม่ หรือเป็นเรื่องเกี่ยวข้องกับผู้บริโภคด้วย แต่ทางปฏิบัติ Federal Trade Commission อันเป็นองค์กรในค่านนี้ก็มิหน้าที่รับผิดชอบในการคุ้มครองผู้บริโภคหลายประการเหมือนกัน

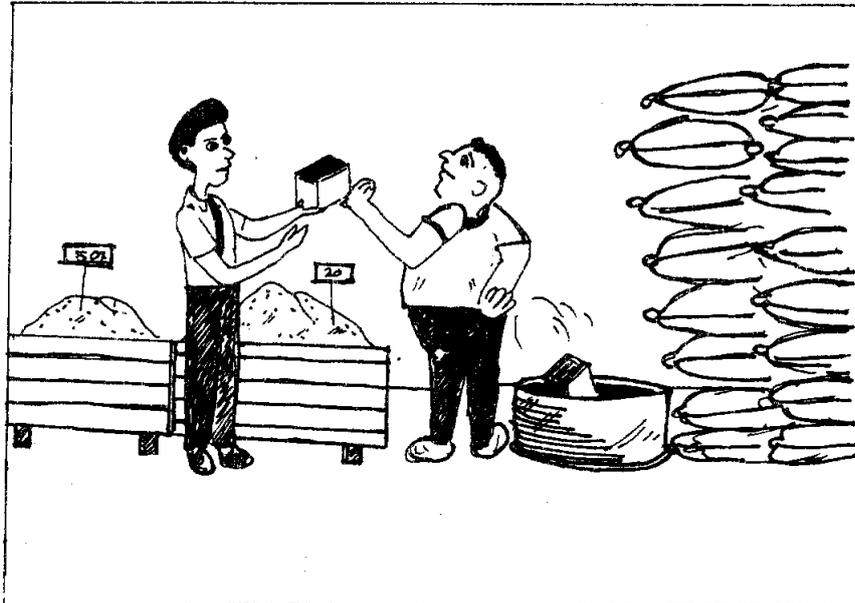
ค. การแสวงข่าวสาร กฎหมายในเรื่องนี้เพ่งเล็งในการใ้ผู้บริโภคใ้รับข่าวสารที่ถูกต้อง เหมาะสม และเพียงพอที่จะใ้ผู้บริโภคสามารถมีความรู้

ธรรมชาติในทางการค้าต่าง ๆ พัฒนาไปเร็วมาก ทำให้เกิดรูปแบบสัญญาใหม่ ๆ มากขึ้น
 ขึ้นไม่เคยมีกำหนดไว้เฉพาะในกฎหมายมาก่อน หรือเดิมกฎหมายเห็นว่าสัญญาบางลักษณะ
 มีเรื่องยุ่งยากที่จะเอาเปรียบกัน จึงกำหนดแค่หลักเกณฑ์ใหญ่ ๆ เช่น สัญญาเช่า
 หรือเช่าซื้อ แต่ต่อมาเทคนิคในทางพาณิชย์กรรมพัฒนามากจนมีสัญญาต่างคอนแทกยิ่งกว่า
 การเช่า การเช่าซื้อที่เป็นหลักกลางปัจจุบันก็เป็นช่องทางให้สามารถคิดคอกเบียดกัน
 เกินอัตรา และสามารถยึดทรัพย์สินที่เช่าซื้อคืนได้ง่ายเกินไป หรือสังเกตในทางกฎหมาย
 ส่วนนี้คือ บางกรณีมีไร้เกิดจากผู้ประกอบการค้าประเภทนั้น แต่อาจเกิดจากบุคคล
 บางคนซึ่งเขาทำสัญญาเช่นนั้นเป็นครั้งคราว อันมีไร้ปกติธุรกิจก็ได้ แต่เมื่อกรณีเป็นช่องทาง
 ให้ผู้วิโลกเสียเปรียบก็ควรมีการควบคุมเช่นกัน โดยต้องมีการกำหนดแบบและหลักเกณฑ์
 ในการทำสัญญาประเภทต่าง ๆ เพิ่มขึ้น ข้อที่คงคำนึงถึงคือ กฎหมายในส่วนนี้จะต้องมี
 รายละเอียดเหมาะสมกับสินค้าแต่ละประเภท และสภาพธุรกิจ ว่ามีการกระทำเป็นการค้า
 ความปกติธุรกิจหรือไม่ เพราะในกรณีนี้ต่างกับหลักเกณฑ์กฎหมายจะเหมือนกันไม่ได้ และ
 กฎหมายนั้นจะต้องไม่เคร่งครัดจนไปจำกัดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ

ปัญหาในกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

ก. การพัฒนาทางพาณิชย์ กิจกรรมด้านพาณิชย์มีความไหลเชี่ยวมา ทั้งนี้
 เพราะมีการรวมทุนรวมแนวความคิดกัน และเชื่อมโยงต่อไปยังภาคอุตสาหกรรมด้วย
 ประกอบทั้งมีการวางระบบให้มีการแข่งขันวิธีการผลิตและวิธีการกระจายสินค้าไปยัง
 ผู้บริโภคจึงมีกันหลายวิธี เพื่อประโยชน์ในการหากำไรและความมั่นคงในกำนกลาง
 การพัฒนาในด้านนี้จะเริ่มมีมาก่อนแล้ว และถ้าวิธีการใดก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้
 บริโภค ก็มักจะต้องรอจนเกิดความเสียหายมากพอควรจนมีร้องเรียนกันขึ้น จึงจะเริ่ม
 แก้ไขกฎหมาย ในการแก้ไขกฎหมายนั้น โดยสภาจะต้องได้ข้อมูลและมีหลักการอันเป็น
 ร้อยปีก่อน แล้วจึงจะเริ่มลงมือได้ ผลทางปฏิบัติจึงเป็นว่ากว่าจะมีกฎหมายผ่านรัฐสภา
 มาได้ ผู้บริโภคก็อยู่ในฐานะย่ำแย่ไปก่อนแล้ว เมื่อมีกฎหมายออกมาปิดช่องโหว่ที่ทุกโค

ผ่านผู้ซื้อและผู้ประกอบการก็จะพยายามหาช่องทางอื่นต่อไป สภาพการณ์จะหมุนเวียน
อยู่เช่นนี้ การแก้ปัญหาโดยให้รัฐสภาตรากฎหมายเช่นนี้จึงไม่ทันกับเหตุการณ์



จะซื้อ จะขาย ระวังการชั่งและเครื่องชั่ง ถ้าถูกโกง
ต้องเจ็บแค้น กฎหมายมี ต้องช่วยกันทำสายคดีเอา ๆ ที่ว่า
"จะคาขายของ โกง เป็น"

การออกกฎหมายเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง มิใช่สิ่งที่
ง่ายนัก เพราะมีปัญหาให้ต้องศึกษามากมาย เช่น กฎหมายเช่าซื้อในปัจจุบันเป็นแค่
วางหลักกว้าง ๆ ว่าจะกำหนดค่าเช่าซื้อกี่งวด และงวดละเท่าใดก็ได้ ถ้าผิดนัด
ชำระค่าเช่า 2 ครั้ง ก็จะถูกยึดทรัพย์สินที่เช่าซื้อคืน ทั้งนี้ไม่ว่าจะมีการชำระไปแล้ว
เพียงใด ในกรณีที่ชำระค่าเช่าซื้อไปแล้วถึง 3 ใน 4 ของราคาของ หรือกว่านั้น
การยึดคืนเป็นผลเสียแก่ผู้เช่าซื้ออย่างมาก และกฎหมายปัจจุบันมิได้มีอัตรากำหนด
ค่าเช่าซื้อด้วย จึงเป็นช่องทางให้กำหนดกันสูงเพียงใดก็ได้ ซึ่งเมื่อผิดนัดเป็น
คอกเบี้ยแล้ว บางครั้งสูงเป็น 2 เท่าตัวก็มี ในกรณีเช่นนี้บางท่านอาจเห็นกฎหมาย

ความคุ้มครองเช่าซื้อในต่างประเทศทันสมัยกว่าของไทย ก็อาจอยากแก้ไขกฎหมายความ
 คุ้มครองเช่าซื้อในต่างประเทศ แต่กรณีไม่ง่าย ๆ เช่นนั้น เพราะกิจการเหล่านี้จะต้องพิจารณาให้
 เหมาะกับสภาพสังคม เศรษฐกิจ ความจำเป็น และแหล่งเงินทุนในต่างประเทศ อาจ
 กล่าวได้ว่า การเช่าซื้อสินค้าต่างประเทศนั้น เงื่อนไขความเป็นธรรมที่ต่างกันด้วย
 เช่น ในการคิดดอกเบี้ยกฎหมาย ผู้คิดพรายหรือยังว่าการเช่าซื้ออสังหาริมทรัพย์เล็ก ๆ ต่างกับ
 การเช่าซื้อรถยนต์ หรือบ้านอย่างไร และมีวิธีเงินต้นจำนวนเท่าใดที่พร้อมจะปล่อย
 สินเชื่อในการนี้ การเช่าซื้อสินค้าบางประเภทถ้าไม่มีการแก้ไขอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น
 กรณีรถยนต์ ถ้าการจ่ายของรถยนต์ยังมีไม่ไต่กรามโค ภาวะการเลี้ยงในกิจการนี้ก็สูง
 มากขึ้น ถ้าให้คิดดอกเบี้ยเช่าซื้อเท่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคารพาณิชย์ บริษัท
 เงินทุนใดจะยอมเสี่ยงในการลงทุน ผลจะกลายเป็นว่ามีกฎหมายขึ้นมา แค่เศรษฐกิจ
 ไม่เจริญก้าวหน้าก็ได้อีก นอกจากนั้นกรณีปัจจัยทางสังคมก็จำเป็นต้องนำมาประมวลวิเคราะห์
 ในสภาพที่ตนมีไม่พอสำหรับรถยนต์ เช่น ปัจจุบันขณะที่ถ้าใครจากกิจการนั้นตกได้กับบริษัท
 ต่างชาติ กรณีต้องคิดเหมือนกันว่า การให้เช่าซื้อรถยนต์ที่ง่ายจะทำให้การไร้เงิน
 คุ้มครองมากขึ้นหรือไม่ จะทำให้รถติดมากขึ้นหรือไม่ จะทำให้ระบบขนส่งมวลชนในกรุงเทพฯ
 ไม่อาจพัฒนาต่อไปหรือไม่ และเมื่อมีรถยนต์ส่วนตัวมากขึ้น รถนั้นจะไปวิ่งที่ไหน รัฐจะต้อง
 เพิ่มงบประมาณสร้างถนนหรือสะพานลอยเพิ่มขึ้นอีกเท่าใด ตัวอย่างอันนี้เป็นแค่เรื่อง
 การเช่าซื้อรถยนต์เรื่องเดียว การเช่าซื้อของอื่นที่มีปัญหายุ่งยากเช่นนี้เหมือนกันหมด
 การจะออกกฎหมายต่างประเทศมาใช้จึงมีภาระที่ยุ่งเหมือนกัน โดยต้องศึกษแปลงให้มี
 รายละเอียดเหมาะสมกับสังคมไทย การแก้ไขกฎหมายจึงมีอะไรเรื่องง่าย ๆ อย่างที่
 บางคนคิด และการออกเป็นกฎหมายจะทำให้ไม่ยืดหยุ่นเท่าที่ควร กรณีควรหาวิธีออก
 กฎหมายที่ง่ายกว่ากระบวนการปกติ และอาจแก้ไขเปลี่ยนแปลงได้ง่ายด้วย

โดยที่การพาณิชย์ไหลตัวเร็ว กฎหมายที่สร้างขึ้นใหม่จึงมักเป็นกฎหมาย
 เฉพาะปัจจุบันเกี่ยวกับตัววิโลกมีไม่น้อยกว่า 50 ฉบับ และอยู่ในความควบคุมดูแลของ
 กระทรวงไม่น้อยกว่า 8 กระทรวง สำนักนายกรัฐมนตรี กระทรวงการคลัง กระทรวง
 เกษตรและสหกรณ์ กระทรวงคมนาคม กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงมหาดไทย

กระทรวงสาธารณสุข และกระทรวงอุตสาหกรรม และกระทรวงอื่น ๆ ก็มีความ
 เกี่ยวข้องโดยอ้อมอยู่ด้วย แต่ละกระทรวงก็พิจารณาแต่ในแง่หน้าที่หลักของคนจนกล่าว
 ได้ว่ายังมีใครมีกระทรวงใดพิจารณาในแง่ของผู้บริโภคเป็นหลักเลย การประสานงานและ
 แนวความคิดในการคุ้มครองผู้บริโภคในปัจจุบัน จึงไม่มี ภารกิจต้องมีการปรับปรุงในแง่
 นี้
 อีกมาก

สิทธิ 7 ประการของผู้บริโภค

1. สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัย	4. สิทธิที่จะร้องเรียนเพื่อความเป็นธรรม
2. สิทธิที่จะได้รับความรู้	5. สิทธิที่จะได้รับค่าใช้ความเสียหาย
3. สิทธิที่จะซื้อเครื่องอุปโภคบริโภคที่ ปลอดภัย	6. สิทธิที่จะได้อยู่ในสิ่งแวดล้อมที่สะอาด
7. สิทธิที่จะได้รับบริโภคศึกษา	

ข. ฐานะของผู้บริโภค ภารกิจเหมือนที่กล่าวมาข้างต้น คือฝ่ายผู้ผลิต
 และประกอบธุรกิจมีการร่วมมือกันดำเนินงาน แต่ฝ่ายผู้บริโภคไม่มีการรวมตัวกันทำให้
 ผู้บริโภคต้องเสียเปรียบในการต่อรอง การได้ข่าวสาร หรือการเข้ามามีมติสัมพันธ์กับ
 ฝ่ายผู้ผลิตและผู้ประกอบธุรกิจ ความยุ่งยากในวิทยาการที่นำมาใช้ในการผลิต ประกอบ

กับวิธีการในทางพาณิชย์ ทำให้ผู้บริโภคอยู่ในสภาพที่ไม่เข้าใจและรุนแรงจนอาจถูกชักนำไปทางใดก็ได้ จึงคงหาวิธีให้ผู้บริโภคข่าวสารที่เพียงพอและถูกต้อง การออกกฎหมายกำหนดวิธีการโฆษณาและการแจ้งข่าวสารในฉลากสินค้า เป็นวิธีการอย่างหนึ่ง แต่ก็ควรมีองค์การหนึ่งที่อยู่ฝ่ายผู้บริโภค คอยศึกษาคำให้ข่าวสารที่ถูกต้องแก่ผู้บริโภค ประกอบกัน เพื่อให้ผู้บริโภคมีฐานะในการตัดสินใจเลือกซื้อได้ทัดเทียมกับผู้ผลิตและผู้ประกอบการธุรกิจ โดยสามารถมีความรู้ที่สินค้าใดมีคุณภาพอย่างไร การให้ข่าวสารใดไม่ตรงกับความเป็นจริง หรือการพาดพิงดูยาใดเป็นผลเสียแก่ผู้บริโภค

ในแง่การฟ้องร้องคดีก็เช่นเดียวกัน กฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง บิดหลักว่า ผู้จะฟ้องร้องคดีก็จะต้องเป็นผู้ได้รับความเสียหายโดยตรง ดังนั้นการที่เอกชนคนใดจะฟ้องคดีว่าการผลิตสินค้าของบริษัทจำหน่ายแก่ประชาชนแล้วจะเกิดอันตราย เช่นนี้เอกชนคนนั้นจะฟ้องไม่ได้ หรือจะฟ้องว่าการโฆษณาเช่นใดเป็นการโฆษณาเกินความจริงก็ฟ้องไม่ได้เช่นกัน เว้นแต่เอกชนคนนั้นจะหลงเชื่อตามไปแล้ว และตนได้รับความเสียหายด้วยตนเองจากการนั้นก่อน

อนึ่ง การฟ้องร้องในปัจจุบันยังมีแรงจูงใจน้อยโดยสภาพของคดี เพราะบุคคลคนหนึ่งจะไปฟ้องแทนคนอื่นไม่ได้ เว้นแต่จะฟ้องเกี่ยวกับความเสียหายที่ตนเองได้รับเท่านั้น การหลงเชื่อซื้อสินค้าราคา 5 - 10 บาท หรือการกินอาหารประเภทใด และเกิดอาเจียรหนึ่งครั้งหรือท้องเสียหนึ่งวัน สภาพเช่นนี้ไม่มีใครอยากนำมาฟ้องร้องในศาล เพราะไม่คุ้มค่ากับการจ้างทนายความ และการเสียเวลาเป็นปีกว่าจะทราบผลของคดี อีกทั้งการพิสูจน์ทางเทคนิคต่าง ๆ ว่าวัตถุใดมีพิษมีภัยอย่างไร เป็นกรณีเกินความสามารถของทนายความทั่วไป เว้นแต่ผู้เชี่ยวชาญเท่านั้นโดยเฉพาะ ทนายความด้านนี้จึงยังมีไม่ถึงจะมีก็หาถูกความไม่ได้ เพราะเหตุที่ไม่มีคนอยากจะมาจ้าง การแก้ไขปัญหาค่าความเสียหายเปรียบเทียบในการดำเนินคดี จึงไม่อาจพึ่งระบบวิธีพิจารณาความที่มีมาแต่เดิมที่ให้เอกชนฟ้องร้องกันเอง การเกิดความเสียหายแก่เอกชนคนหนึ่งอาจมีราคาเพียง 5 - 10 บาท ก็จริงอยู่ แต่ถ้าเกิดเป็นหมื่น เป็นแสนคน สภาพของคดีก็มิใช่

เรื่องเอกรชนก่อเอกรชนแล้ว แต่เป็นเรื่องที่รัฐจะต้องเข้ามาดำเนินการแทนให้ และพิจารณา
 หมายความที่มีความเกี่ยวข้องกับราชอาณาจักร โดยอาจฟ้องเรียกค่าเสียหายให้แก่ผู้มา
 ร้องเรียนได้ หรือถ้าไม่มีผู้มาร้องเรียนก็ควรให้รัฐฟ้องร้องให้ระงับการกระทำที่อาจ
 เป็นภัยอันตรายต่อสาธารณชนนั้นได้ (ปัจจุบันพนักงานอัยการอาจดำเนินคดีแพ่งได้
 เฉพาะกรณีความผิด 7 - 8 ประเภท ความมาตรา 43 ป.วิ.อ. เท่านั้น) หรือไม่
 ก็ควรให้สิทธิสมาคมคุ้มครองผู้บริโภคดำเนินคดีในศาลได้ เป็นต้น

ก. สภาพสังคม การตัดสินใจซื้อและการโฆษณาเมื่อเกิดผลเสียหายแก่
 เอกรชนคนหนึ่ง ๆ แล้วยังมีผลต่อคนอื่น ๆ ต่อไปด้วย เอกรชนคนหนึ่งยอมไม่อาจฟ้องคดี
 ให้ระงับการกระทำที่มีผลพ้นจากตนไปแล้ว และถึงจะฟ้องได้ก็ต้องเสียค่าใช้จ่ายมากมาย
 รัฐเท่านั้นที่ควรจัดองค์กรเฉพาะขึ้น เพื่อลดความเป็นธรรมให้เกิดแก่สังคม นอกจากนี้
 การโฆษณาหรือการฉ้อโกงบางอย่างจะไม่มีผลเสียหายแก่เอกรชนเฉพาะคนจนแจ้งชัดที่จะ
 เรียกว่าเป็นผู้เสียหายได้ เช่น การโฆษณาที่โน้มนำไปทางกระตุ้นทางเพศ การโฆษณา
 ที่ปลุกค่านิยมให้คนฟุ้งเฟ้อ เป็นต้น จึงต้องถือว่ากรณีเป็นการจำเป็นที่รัฐจะต้องเข้ามา
 ดำเนินคดีเหล่านี้

วิธีการคุ้มครองผู้บริโภค

จากสภาพความเสียหายเปรียบของของผู้บริโภค และปัญหาในทางกฎหมายตามที่
 ก่อว่านั้น เห็นว่าวิธีการคุ้มครองผู้บริโภคนั้นจะต้องมีการคิดขึ้นใหม่ลักษณะที่เหมาะสม
 กับสังคมไทย โดยเฉพาะจะออกเขียนต่างประเทศทั้งหมดไม่ได้ โดยควรมีการดำเนินการ
 ดังนี้

ก. การตรากฎหมาย การออกกฎหมายโดยรัฐสภา ทำให้ข้าราชการไม่ทัน
 เหตุการณ์ จึงควรใช้วิธีออกกฎหมายลูกบท เช่น กฎกระทรวงขึ้นแทน แต่การจะให้
 กฎกระทรวงนั้นมีผลอย่างกฎหมายได้ก็ยังไม่สมควร เพราะฝ่ายที่มีอำนาจในทางนิติบัญญัติ
 คือรัฐสภา ควรให้ออกกฎหมายมาแก้ไขกฎหมายของฝ่ายบริหารได้ เพื่อให้มีการคานกัน

และคู่กัน การให้ฝ่ายบริหารออกกฎหมายอุกมทได้มีผลดีกว่าการออกกฎหมายเฉพาะของรัฐบาล เพราะทำให้ฝ่ายแก้การแก้ไขเพิ่มเติม การพัฒนาแนวความคิดนี้เท่ากับยอมรับว่าในการออกกฎหมายในทางพาณิชย์นั้น ฝ่ายรัฐบาลอาจมอบอำนาจ (delegation of power) ให้แก่ฝ่ายบริหารไ้มากกว่าปกติ คือ

ขั้นแรก รัฐบาลตรากฎหมายแม่บท วางหลักกว้าง ๆ ให้สามารถครอบคลุมกรณีทั้งสี่กรณีที่อยู่ในขอบเขตการคุ้มครองผู้บริโภค คือ

1. คุณภาพของสินค้า
2. การแข่งขันทางการค้า
3. การแสดงข่าวสาร
4. การทำสัญญากับผู้บริโภค

เพื่อแสดงให้เห็นว่าอำนาจควบคุมแท้จริงอยู่ที่รัฐบาล และอาจใช้กฎหมายนั้นเป็นแม่บทในการดำเนินงานของฝ่ายบริหารและศาล

ขั้นสอง ให้ฝ่ายบริหารออกกฎกระทรวงกำหนดรายละเอียดเพิ่มเติมกฎหมายต่าง ๆ ที่มีอยู่ในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ และกฎหมายเฉพาะต่าง ๆ ได้ โดยอาศัยหลักกว้าง ๆ ที่รัฐบาลกำหนดในกฎหมายตามขั้นแรกนั้น การออกกฎกระทรวงของฝ่ายบริหารจะถูกตั้งหรือไม่ จะได้รับการตรวจสอบโดยรัฐบาล คือถ้าไม่ชอบก็ออกกฎหมายห้ามเสีย และอาจได้รับการตรวจสอบโดยศาลในกรณีที่ออกมาเกินอำนาจแม่บท

ขั้นสาม เมื่อการตีความของศาลและของฝ่ายบริหารในการใช้อำนาจตามกฎหมายและตามกฎกระทรวงต่าง ๆ มีหลักเกณฑ์แน่นอนแล้วว่า การคุ้มครองผู้บริโภคเรื่องใดควรเป็นอย่างไร หรือควรยกเลิกกฎหมายของรัฐบาลฉบับต่าง ๆ หรือลักษณะต่าง ๆ ของเอกสารสัญญาในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์แล้ว จึงรวบรวมหลักที่ยุติได้แล้วนั้นเสนอรัฐบาลตราเป็นกฎหมายเฉพาะขึ้น

ตจกจากการนี้ ก็ไม่ต้องเสียเวลาสำหรับการร่างกฎหมายขณะนั้น และอาจให้ความคุ้มครองผู้บริโภคได้ทันที โดยมีความยืดหยุ่นที่เหมาะสม

ข. การจัดองค์การ จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้นจะเห็นได้ว่า ฝ่ายผู้บริโภค ต้องการข่าวสารที่ถูกต้อง ต้องการมีส่วนร่วมราชการช่วยรับร้องทุกข์ไปดำเนินคดีแพน และ ต้องการความประสานงานระหว่างกระทรวงต่าง ๆ เหล่านั้น โดยพิจารณาในแง่ของ ผู้บริโภค จึงเห็นว่า การคุ้มครองผู้บริโภคไม่มีวิธีใดที่เหมาะสมไปกว่าการจัดตั้งองค์กร ของราชการโดยเฉพาะขึ้น โดยให้องค์กรนี้มีหน้าที่

1. รับเรื่องร้องทุกข์ เพื่อจะไต่สวนว่าข้อเสียหายมีอยู่ที่ใหนบ้าง และมีวิธีการดำเนินการเกี่ยวกับเรื่องร้องทุกข์นั้นอย่างใดขอ เพราะถ้าร้องทุกข์ไม่ไต่สวน คนจะไม่อยากร้องทุกข์

2. พ้องรองคดีในศาลแทนผู้ร้องทุกข์ โดยจัดหาเจ้าหน้าที่ที่มีความสามารถสูงในการวิเคราะห์ข้อมูลทางวิทยาศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ และกฎหมาย ให้ร่วมประสานงานกัน ซึ่งในระยะแรกอาจขอความร่วมมือจากหน่วยราชการเฉพาะ ที่มีอยู่แล้ว และขอให้พนักงานอัยการดำเนินคดีแทนให้จนกว่าจะมีเจ้าหน้าที่ของคนเฉพาะ

3. ประสานงานให้ส่วนราชการอื่นที่เกี่ยวข้องโดยตรงครบทุกถึง ปัญหาที่มีต่อผู้บริโภค และให้มีการแก้ไขปัญหาร่วมกัน โดยองค์กรนี้มีหน้าที่ทั่วไปในงาน ที่มีหน้าที่ของส่วนราชการใดโดยตรง

4. เผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับผู้บริโภค ทั้งนี้อาจโดยการจัดทำวารสารแสดงคุณภาพและราคาสินค้า การจัดรายการทางวิทยุโทรทัศน์ การสัมมนา การเตือนผู้บริโภคถึงอันตรายในสินค้าบางอย่าง ฯลฯ

โดยสภาพงานคุ้มครองผู้บริโภคเป็นเรื่องใหม่ กรณีที่ไม่อยู่ในบังคับกฎหมายใดโดยเฉพาะอาจมีได้ เพื่อป้องกันมิให้เกิดภาวะที่ว่า ไม่มีกฎหมายใช้บังคับ แก่ผู้ทำให้ผู้บริโภคเสียหาย จึงควรต้องมีมาตรการพิเศษนั้นคือ ถ้ากรณีใดอาจก่อให้เกิด

ความเสียหายอย่างรุนแรงแก่ผู้บริโภค และไม่อาจใช้วิธีการทางการศาล หรือการอื่นได้
ทันห่วงทีแล้ว ควรให้อำนาจนายกรัฐมนตริตี่จะดำเนินการใช้มาตรการชั่วคราวระงับการ
กระทำนั้น ๆ ได้

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

- | | |
|---|--|
| มาตรา 4 ผู้บริโภคมีสิทธิได้รับความคุ้มครองดังต่อไปนี้ | (2) สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ |
| (1) สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ | (3) สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ |
| | (4) สิทธิที่จะได้รับพิจารณาและชดเชยความเสียหาย |

ในการแก้ปัญหาสังคม นักวิชาการหลายคนมักจะดำเนินในรูปแบบจัดตั้งเป็นกรมเฉพาะขึ้น ความจริงการดำเนินการเช่นนั้นเป็นการสิ้นเปลืองมากเกินไป บางกรมจัดตั้งขึ้นแล้วกลับมือขีบคี่และนักวิชาการเฉพาะที่ยังไม่เข้ามาครุฐานก็มี จึงควรตั้งเป็นหน่วยงานเล็ก ๆ ขึ้นก่อน และเมื่อมีผลงานมากพอ และมีเจ้าหน้าที่เฉพาะถึงระดับแล้ว จึงจะขยายเป็นกรมต่อไป สำหรับงานคุ้มครองผู้บริโภคนี้จะเป็นงานใหญ่มากในอนาคต ถ้าจะเริ่มค้นกันจริงจึงก็ควรเริ่มในฐานะตั้งแค่ระดับกองขึ้นไป และโดยที่สภาพงานเป็นการประสานงานกับกระทรวงต่าง ๆ ทายกระทรวง กองนี้ถ้าตั้งขึ้นก็ควรอยู่ในสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี แต่การไม่จัดตั้งองค์กรนี้เป็นระดับกองนั้น เข้าใจว่างานนี้

จะไม่ได้ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร เพราะขาดเจ้าหน้าที่ประจำที่มีอำนาจหน้าที่และ
ลักษณะเฉพาะกิจก่อ

การพิทักษ์ผลประโยชน์ผู้บริโภคนั้น มิใช่เป็นเพียงแก่การป้องกันให้กับผู้
บริโภกเท่านั้น แต่หมายรวมถึงแนวทางหรือทิศทางที่จะชี้นำสังคมเราให้อยู่ใน
สภาวะที่ประชาชนทั่วไปสามารถอาศัยอยู่ได้ด้วยความปลอดภัย มีสุขภาพดี รวมทั้งสภาพ
สังคมที่ดีตามมาด้วย



กฎหมายใกล้ตัว

มีผู้บริโภคอีกเป็นจำนวนมากที่ไม่มีความรู้ แต่เชื่อง่าย เกรงใจ หรือไม่สนใจในสิทธิของตนโดยเซ็นชื่อหรือพิมพ์ลายนิ้วมือลงไปในแผ่นกระดาษหรือเอกสารสัญญาให้แก่ใคร ๆ โดยไม่มีความเข้าใจอย่างกระจ่างแจ้งในเอกสารนั้น หรือโดยไม่มีความรู้ว่าจะได้เปรียบเสียเปรียบอย่างไรหรือไม่

สัญญาเกิดขึ้นได้จากหลายประการ เช่น สัญญาซื้อขาย ซึ่งอาจกำหนดเงื่อนไขในการโอนกรรมสิทธิ์ การส่งมอบ ความรับผิดชอบในการชำรุดบกพร่อง ความรับผิดชอบในการรอนสิทธิและสัญญาขายฝาก สัญญาขายตามตัวอย่าง สัญญาขายตามคำพรรณนา สัญญาขายเมื่อชอบ สัญญาแลกเปลี่ยน สัญญาให้ สัญญาเช่าทรัพย์สิน สัญญาจ้างลง สัญญาเช่าซื้อ สัญญาจ้างทำของ สัญญาพิมพ์ สัญญาฝากทรัพย์สิน สัญญาค้ำประกัน สัญญาจำนำ สัญญาตัวแทน สัญญานายหน้า สัญญาประนีประนอมยอมความ สัญญาประกันภัย เหล่านี้เป็นต้น

สาระสำคัญจริง ๆ และมุ่งที่จะเตือนผู้บริโภคให้พึงระวังหรือให้สร้างนิสัยไว้ก็คือ จะเป็นสัญญาอะไรหรือไม่ใช้สัญญาโดยตรง ถ้ามีถาวรจะต้องเซ็นชื่อหรือลงลายมือ ก็คิดหลาย ๆ ครั้ง

การเซ็นชื่อลงในเอกสารใด ๆ

1. อย่าเซ็นชื่อง่าย ก่อนที่จะเซ็นชื่อลงไปในกระดาษหรือเอกสารสัญญาใด ๆ ต้องให้รู้แน่ชัดว่าจะเกิดความผูกพัน รับผิดชอบอะไร อย่างไร ถูกต้องเป็นธรรมเข้าใจดีแล้วหรือไม่ ถ้าสงสัยไม่แน่ใจ ก็อย่าเซ็น ชวนำไปปรึกษานักกฎหมายให้แน่นอนเสียก่อน

2. อย่าเชื่อง่ายว่าไม่เป็นไร ไม่มีอะไร แค่นั้นแล้วภายหลังอาจกลายเป็นสัญญาไปก็ได้

3. ทองถวนถึละเอียลละออ มิฉะนั้นจะเกิดความเสียหาย มีตัวอย่าง
อยู่มากที่เซ็นสัญญากู้เงิน 1,000 บาท ต่อมาเลข 0 มันเพิ่มขึ้นข้างหลัง กลายเป็น
10,000 หรือ เลข 1 เพิ่มขึ้นข้างหน้า เป็น 11,000 ก็เคยมี จึงต้องมีตัวอักษรกำกับ
ลงไปให้แน่ชัด เพราะกฎหมายให้ถือเอาตัวอักษรเป็นสำคัญ ถ้าเกิดปัญหาตัวเลขกับ
ตัวหนังสือไม่ตรงกัน

ผู้บริหารควรสร้างนิสัยในการไม่เซ็นชื่อลงในแผ่นกระดาษเปล่าหรือ
เอกสารใด ๆ หรือพูดจาใด ๆ เป็นการก่อให้เกิดความมั่นใจสัญญากับใคร ๆ โดยไม่ทราบ
แน่ชัดว่าเป็นเรื่องอะไร ทำให้เกิดความผูกพัน และจะต้องรับผิดชอบอย่างไรบ้าง
โดยที่ไม่มีความรู้จริง หรือโดยความมั่งง่ายหรือโดยเกรงใจ ถูกกะยั้นกะยอให้เขียน
ให้เซ็น หรือโดยคิดว่าเป็นคนรู้จักชอบพอกันคงไม่เป็นไร แต่ภายหลังเกิดเป็นสัญญาที่
มีความผูกพันรับผิดชอบขึ้น ทำให้เกิดความเสียหายได้

ส่วนในเรื่องสัญญากรรมกรรมประกันภัยก็ สัญญาจำนองก็ สัญญา
เหล่านี้มักจะทำที่สถานที่ราชการต่อหน้าเจ้าพนักงาน หรือที่บริษัทประกันภัยซึ่งแบบพิมพ์
กรรมกรรมไว้เรียบร้อยแล้ว แต่เพื่อความรอบคอบป้องกันความเสียหายที่จะเกิดขึ้น
ผู้บริหารอาจขอสำเนาสัญญาหรือกรรมกรรมประกันภัยนั้นมาปรึกษาหารือกับทนายความ
หรือผู้รู้ก่อนที่จะทำสัญญาลงลายมือชื่อ แต่สัญญาทั้ง 2 อย่างนี้ ประมวลกฎหมายแพ่งและ
พาณิชย์มีบทบัญญัติคุ้มครองอยู่บ้างแล้ว เช่น ประกันวินาศภัย ประกันชีวิต ส่วนสัญญา
จำนองก็ได้บัญญัติถึงสิทธิจำนอง สิทธิและหน้าที่ของผู้รับจำนองและผู้จำนอง การบังคับ
จำนอง นอกจากเงื่อนไขเพิ่มเติมบางประการที่คู่สัญญาจะตกลงกันให้เพิ่มเข้าไปในสัญญา

แต่ยุคนี้เป็นยุคขนส่ง แม้ความตายก็ต้องขนส่งให้แก่ถึงแควคล้อมเป็นพิษ
และสังคมที่โหดเหี้ยม เห็นแก่ได้ ในด้านการค้าก็เต็มไปด้วยการโฆษณาขายสินค้า
ของบริษัทเครดิต หรือบินก่อนจ่ายทีหลัง อยู่ก่อนจ่ายทีหลัง ชวนให้เซ็นชื่อลงไป
กระดาษแบบพิมพ์ต่าง ๆ และนั่นก็คือสัญญานั้นเอง

สัญญาเช่าซื้อ

สัญญาที่ผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับมากในสมัยนี้ ก็คือสัญญาเช่าซื้อ กับสัญญาซื้อเชื่อ หรือสัญญาซื้อเงินผ่อน เช่น สัญญาซื้อบ้านและที่ดิน สัญญาซื้อรถยนต์ หรือรถแทรกเตอร์ สัญญาซื้อจักรเย็บผ้า วิทยุ โทรทัศน์ ตู้เย็น เครื่องบำรุงบำเรอความสุขสำราญต่าง ๆ ซึ่งพอคำพยายามปรนเปรอ อำนวยความสะดวกให้ต่าง ๆ เนื่องจากความเจริญของการค้าขายได้ก้าวหน้าไปรวดเร็วล้ำหน้า กฎหมายตามไม่ทัน เช่น การโฆษณาการขายเงินผ่อน การขายสินค้าของบริษัทเคอคิกเป็นต้น จนมีภาคีของสมาคมผู้บริโภคเตือนผู้บริโภคว่า "คนยิ่งจนยิ่งจ่ายมาก" ซึ่งหมายความว่าผู้มีรายได้น้อยยิ่งต้องซื้อของแพง เช่น เมื่อไม่มีเงินพอซื้อข้าวสารเป็นกระสอบ เป็นถังได้ ก็ต้องซื้อเป็นลิตร หรือซื้อเนื้อหมูเป็นกิโลกรัมไม่ได้ ก็ต้องซื้อเป็นซีก หรือซื้อบ้านที่ดิน รถยนต์ โดยเงินสดไม่ได้ ก็ต้องเช่าซื้อ

สัญญาเช่าซื้อหรือพูดภาษาชาวบ้านว่าสัญญาซื้อเงินผ่อน กับสัญญาซื้อเชื่อ นั้น มีสาระสำคัญที่แตกต่างกันมาก คือ

สัญญาเช่าซื้อหรือสัญญาซื้อเงินผ่อน หรือสัญญาผ่อนส่งตามที่เรียกกันในภาษาชาวบ้านนั้นกรรมสิทธิ์ยังเป็นของผู้ขายอยู่ตลอดเวลา ทรัพย์สินที่มาอยู่ในครอบครองของผู้เช่าซื้อนั้นมาอยู่ในลักษณะผู้เช่า จนกว่าจะชำระเงินค่าทรัพย์สินนั้นครบถ้วนแล้ว จึงจะเป็นการซื้อขายที่สมบูรณ์กรรมสิทธิ์ตกมาเป็นของผู้เช่าซื้อโดยการต้องโอนกรรมสิทธิ์ให้ถูกต้องตามกฎหมายของการซื้อขายทรัพย์สินนั้น ๆ ค่าย เช่น ซื้อรถก็ต้องโอนทะเบียนรถ ซื้อที่ดินก็ต้องโอนโฉนดที่ดินเป็นต้น

ส่วนสัญญาซื้อเชื่อ นั้น กรรมสิทธิ์ในของที่ซื้อนั้นตกมาเป็นของผู้ซื้อทันทีเมื่อทำสัญญาแต่ผู้ซื้อยังเป็นหนี้ค่างอนนั้นอยู่จำนวนหนึ่ง ซึ่งมีกำหนดเวลาชำระตามที่ตกลงกันประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ บัญญัติเรื่องเช่าซื้อเป็นหลักไว้เพียง

3 มาตราคือ

มาตรา 572 อันว่าเช่าซื้อนั้น คือสัญญาซึ่งเจ้าของเอาทรัพย์สินออกให้เช่า และให้ค้ำมีนว่าจะขายทรัพย์สินนั้น หรือจะให้ทรัพย์สินนั้นตกเป็นสิทธิแก่ผู้เช่า โดยเงื่อนไขที่ผู้เช่าได้ใช้เงินเป็นจำนวนเท่านั้นเท่านั้นคราว

สัญญาเช่าซื้อนั้น ถ้าไม่ทำเป็นหนังสือ ถือว่าเป็นโมฆะ
 มาตรา 573 ผู้เช่าจะบอกเลิกสัญญาในเวลาหนึ่งก็ได้ ทั่วส่งมอบ
 ทรัพย์สินกลับคืนให้แก่เจ้าของ โดยเสียค่าใช้จ่ายของตนเอง

มาตรา 574 ในกรณีผิดนัดไม่ใช้เงินสองคราวติด ๆ กัน หรือกระทำผิด
 สัญญาในข้อที่เป็นส่วนสำคัญ เจ้าของทรัพย์สินจะบอกเลิกสัญญาเสียก็ได้ ถ้าเช่นนั้น
 บรรดาเงินที่ได้มาแล้วแต่ก่อนให้ริบเป็นของเจ้าของทรัพย์สิน และเจ้าของทรัพย์สิน
 ชอบที่จะกลับเช่าครองทรัพย์สินนั้นได้ด้วย

อนึ่ง ในกรณีกระทำผิดสัญญาเพราะผิดนัดไม่ใช้เงิน ซึ่งเป็นคราวที่สุกนั้น
 ท่านว่าเจ้าของทรัพย์สินชอบที่จะริบบรรดาเงินที่ได้ใช้มาแล้วแต่ก่อน และกลับเช่าครอง
 ทรัพย์สินได้ต่อเมื่อระยะเวลาใช้เงินได้พ้นกำหนดไปอีกงวดหนึ่ง

เมื่อการค้าเจริญมาถึงยุคเงินผ่อน รายละเอียดวิธีการต่าง ๆ ที่จะทำให้
 ขายได้มาก ๆ และให้ได้เปรียบ ไม่เสี่ยงต่อความเสียหายของผู้ขายก็เกิดตามมาเป็น
 อันมาก เนื่องจากผู้ขายส่วนมากตระหนักในความจริงว่า ผู้บริโภคส่วนมากนั้นไม่
 ใช้เงินไม่เป็น และมักจะไม่สนใจในสิทธิประโยชน์ของตน ท่องการความสะดวกสบาย
 แม้จะเป็นการสุรุ่ยสุร่าย

ในประเทศอื่น ๆ ก็เช่นเดียวกัน เดิมก็มีแต่กฎหมายเช่าซื้อเป็นหลักทั่วไป
 ที่ครอบคลุมวิธีการชั้นเชิงในแบบสัญญาเช่าซื้อใหม่ ๆ ของพ่อค้าไม่ถึงทำให้ผู้บริโภคเสีย
 เปรียบหลายประการ หลายประเทศจึงออกกฎหมายเช่าซื้อขึ้นโดยเฉพาะเพื่อช่วยคุ้มครอง
 ผู้บริโภค

สาระสำคัญของการเช่าซื้อ

1. ความมุ่งหมายหลักของสัญญาเช่าซื้อเช่าครอบครองใช้ประโยชน์ใน
 สินค้านั้น แต่ความจริงผู้เช่าซื้อก็ได้ต้องการจะเช่าสินค้านั้น เขาต้องการจะซื้อจริง ๆ
 โดยการซื้อเชื่อและชำระให้ตามกำหนดเวลาที่ตกลงกัน

2. สัญญาเช่าซื้อต้องทำเป็นหนังสือตามแบบสัญญาเช่าซื้อมาตรฐาน และกำหนดให้ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย
3. บัญญัติว่า สินค้าประเภทใดบ้างที่อยู่ในบังคับของกฎหมายนี้
4. บัญญัติว่า ราคาสินค้าของสินค้าประเภทใดเกินกว่าวงเงินเท่าใดที่อยู่ในบังคับของกฎหมายนี้
5. ผู้เช่าซื้อจะต้องได้รับสำเนาสัญญาเช่าซื้อและใบแจ้งสิทธิต่าง ๆ ที่ผู้เช่าซื้อจะพึงได้รับนั้น
6. ของใช้แล้ว หรือการขายของส่วนตัว ก็อยู่ในบังคับของกฎหมายนี้
7. วิธีการและเวลาออกกล่าวและการส่ง เอกสารของผู้ให้เช่าซื้อแก่ผู้เช่าซื้อ
8. ข้อความที่ผู้ให้เช่าซื้อจะต้องบอกแก่ผู้เช่าซื้อก่อนทำสัญญา เช่น ราคาสินค้าที่ขายด้วยเงินสดเท่าไร ค่าประกันภัยเท่าไร ค่าขนส่ง ค่าจดทะเบียนเท่าไร ค่าดอกเบี้ยหรือค่าป่วงการอื่น ๆ ที่ขายแบบเช่าซื้อจะมีอะไร เท่าไร ผู้เช่าซื้อจะต้องชำระเงินทั้งหมดรวมทั้ง เงินที่ชำระงวดแรกเป็นเท่าไร
9. ถ้าสัญญาเป็นแบบพิมพ์ จะต้องใช้ตัวอักษรขนาดใด
10. ถ้ามีการประกันภัยแก่สิ่งของที่ซื้อ ผู้เช่าซื้อจะต้องได้รับกรมธรรม์ประกันภัย หรือสำเนาภายในกี่วัน
11. สิทธิที่ผู้เช่าซื้อจะไถ่ส่วนลดเท่าไร ถ้าชำระเงินให้หมดก่อนถึงกำหนดสัญญา
12. สิทธิที่ผู้เช่าซื้อจะส่งคืนสิ่งของที่เช่าซื้อ ถ้าเขาว่าจะไม่สามารถชำระเงินที่ยังค้าง
13. ผู้ให้เช่าซื้อต้องให้มีบัญชีรายการชำระเงินแก่ผู้เช่าซื้อเมื่อเรียกร้อง
14. ถ้าสิ่งของที่เช่าซื้อไม่ได้แจ้งว่าเป็นของใช้แล้ว และผู้เช่าซื้อไม่ทราบจริง ๆ ว่าเป็นของใช้แล้ว เมื่อปรากฏภายหลังว่าเป็นของใช้แล้ว ผู้เช่าซื้อไม่จ่ายเงินตามสัญญาได้

15. ผู้เช่าซื้อต้องชำระเงินมัดจำไม่น้อยกว่าร้อยละ ๑๐ ของราคาเงินสด และอาจชำระด้วยสิ่งของอย่างอื่นแทนเงิน เช่น สินค้า หรืออาจจะชำระด้วยเงินส่วนหนึ่ง และสินค้าอีกส่วนหนึ่งก็ได้

16. เงินมัดจำตามข้อ 15 จะต้องไม่ใช่เงินที่ผู้ให้เช่าซื้อให้ยืม เว้นแต่ผู้ให้เช่าซื้อเป็นธนาคาร หรือเป็นเงินยืมจากคนใช้หรือคนที่ทำงานในนามของผู้ให้เช่าซื้อ

17. ผู้ให้เช่าซื้อจะเรียกเก็บเงินเพิ่มเป็นค่าใด ๆ นอกจากที่ปรากฏในสัญญาเช่าซื้อไม่ได้ เว้นแต่อัตราค่าธรรมเนียมขนส่ง ค่าภาษีรถยนต์ ในกรณีเช่าซื้อรถยนต์ หรือค่าเบี้ยประกันใดเพิ่มขึ้นจากเดิมเท่านั้น

18. ข้อกำหนดพิเศษที่เกี่ยวกับสินค้าใช้แล้ว เช่น ผู้ให้เช่าซื้อจะต้องเขียนไว้ในสัญญาให้ชัดเจนของใช้แล้ว ผู้เช่าซื้อถือว่าเป็นของใช้แล้ว สภาพของของนั้นตรงตามความประสงค์ของผู้เช่าซื้อ

19. สิทธิอื่น ๆ ของผู้เช่าซื้อ เช่น การโอนสิทธิแห่งสัญญานั้นให้บุคคลอื่น ๆ ย้ายสิ่งของที่เช่าซื้อไป ณ ที่แห่งอื่น หรือการประกันภัย

20. สิทธิของผู้เช่าซื้อที่จะแบ่งชำระเงินออกเป็น 2 ครั้ง หรือกว่านั้น เมื่อมีความจำเป็น เพื่อจะป้องกันหรือประวิงการเช่าครอบครองสิ่งของที่เช่าซื้อของผู้ให้เช่าซื้อ

21. สิทธิของผู้ให้เช่าซื้อ และความรับผิดชอบของผู้เช่าซื้อ เช่น ผู้เช่าซื้อหรือผู้อื่นใดโกง หลอกหลวง ซึ่งมีโทษปรับและโทษจำ การประกันภัยอีกส่วนหนึ่งนอกจากผู้เช่าซื้อและประกันแล้ว การเอาของกลับคืนเมื่อผู้เช่าซื้อผิดสัญญา แต่ถ้าวเช่าซื้อไม่ยอม ผู้ให้เช่าซื้อยื่นคำร้องต่อศาลได้

22. ผู้ให้เช่าซื้อจะมีหนังสือถามสถานที่ที่ของอยู่ได้ทุกเวลา ผู้เช่าซื้อจะต้องตอบเป็นหนังสือภายใน 14 วัน นับแต่วันได้รับหนังสือถาม ถ้าไม่ตอบมีโทษปรับและโทษจำ

23. การเช่าครอบครองหรือเอาสิ่งของคืนเมื่อผิดสัญญา และขายสิ่งของนั้นให้ผู้อื่นต่อไป แต่ผู้เช่าซื้อที่มีสิทธิจะชำระเงินพร้อมกับค่าใช้จ่ายเอาของกลับไปได้ ถ้าของนั้นยังไม่ได้ขายไป

เนื่องจากกฎหมายเช่าซื้อโดยเฉพาะที่ตราออกมาใช้ในหลายประเทศ ซึ่งเป็นของใหม่ มีการลงโทษปรับและโทษจำคุก เช่น กฎหมายของสิงคโปร์ มีโทษปรับอย่างสูงไม่เกิน 2,000 เหรียญ และโทษจำคุกอย่างสูง 3 ปี สมาคมหรือองค์การผู้บริโภคร่างต่าง ๆ ผู้บริโภคควรจะทราบกันอย่างทั่วถึง เพื่อจะได้ไม่ทำสัญญาเช่าซื้ออะไรง่าย ๆ โดยไม่ไตร่ตรองให้รอบคอบถึงความสามารถในการชำระเงินค่าสินค้าและการปฏิบัติตามสัญญา

สมาคมผู้บริโภคร่างสิงคโปร์ ได้โฆษณาเตือนผู้บริโภคว่า "ถ้าไม่สนใจจะรู้เรื่องกฎหมายการเช่าซื้อให้ถี่พอแล้ว อย่าซื้อสิ่งของอะไรโดยการเช่าซื้อจะดีกว่า"

