



[วันคุ้มครองผู้บริโภค](#) อีกหนึ่งวันสำคัญที่จัดตั้งขึ้นเพื่อปกป้องและคุ้มครองผู้ใช้สินค้าและบริการต่าง ๆ ให้ได้รับความเป็นธรรม

เพราะที่ผ่านมาผู้บริโภคจำนวนมากถูกเอาเปรียบ หรือรู้ไม่เท่าทันกลยุทธทางการโฆษณา ทำให้หลงเชื่อจนสร้างความเสียหายและส่งผลกระทบร้ายแรงต่อตัวผู้บริโภคเอง ด้วยเหตุนี้ "วันคุ้มครองผู้บริโภค" ที่ตรงกับวันที่ 30 เมษายนของทุกปี จึงถือกำเนิดขึ้น...

ที่มาของวันคุ้มครองผู้บริโภค

สำหรับที่มาและจุดเริ่มต้นของวันคุ้มครองผู้บริโภคนั้น ต้องย้อนเล่าไปตั้งแต่เมื่อปี พ.ศ. 2512 ซึ่งในครั้งนั้น ได้มีเจ้าหน้าที่สหพันธ์องค์กรผู้บริโภคระหว่างประเทศ จัดตั้งโดยสมาคมผู้บริโภคของประเทศต่าง ๆ รวมตัวกัน มีสำนักงานใหญ่อยู่ที่กรุงเฮก ประเทศเนเธอร์แลนด์ เข้ามาชักชวนองค์กรเอกชนในประเทศไทยให้เข้าร่วมสหพันธ์เช่นเดียวกับประเทศอื่น ๆ แต่เนื่องจากองค์กรเอกชนของประเทศไทยขณะนั้นยังไม่พร้อม จึงยังไม่ได้เกิดความร่วมมือกัน แต่ถึงกระนั้นทางสหพันธ์ก็ยังส่งเจ้าหน้าที่เข้ามาชักชวนอยู่เรื่อย ๆ

กระทั่งในปี พ.ศ. 2514 องค์กรเอกชนของประเทศไทยได้จัดตั้งคณะกรรมการเพื่อการศึกษาปัญหาผู้บริโภคมีชื่อว่า "กรรมการศึกษาและส่งเสริมผู้บริโภค" และได้มีวิวัฒนาการเรื่อยมาในภาคเอกชน รวมทั้งได้ประสานงานกับภาครัฐบาล จนถึงปี พ.ศ. 2519 รัฐบาลสมัย ม.ร.ว.คึกฤทธิ์ ปราโมช เป็นนายกรัฐมนตรี ได้จัดตั้งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคขึ้นคณะหนึ่ง โดยมีรองนายกรัฐมนตรี พลตรี ประมาณ อติเรกสาร เป็นประธานกรรมการชุดดังกล่าว แต่สุดท้ายก็ได้สลายตัวไปพร้อมกับรัฐบาลในยุคนั้นจากเหตุการณ์ทางการเมือง

ต่อมาในปี พ.ศ. 2522 รัฐบาลในสมัยนายกรัฐมนตรี พลเอก เกรียงศักดิ์ ชมะนันทน์ เล็งเห็นความสำคัญของการคุ้มครองผู้บริโภค จึงได้จัดตั้งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคขึ้นอีกครั้ง พร้อมกับพิจารณา ร่างกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองบริโภค เพื่อนำเสนอต่อรัฐสภา ภายหลังรัฐสภามีมติเอกฉันท์ให้เป็นกฎหมายได้ จึงได้นำร่างขึ้นบังคับใช้ และมีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าโปรดกระหม่อม ให้ตราเป็นพระราชบัญญัติ ทรงลงพระปรมาภิไธยได้ตั้งแต่วันที่ 30 เมษายน พ.ศ. 2522 และประกาศในราชกิจจานุเบกษา ฉบับพิเศษเล่มที่ 96 ตอนที่ 72 วันที่ 4 พฤษภาคม 2522 มีผลการใช้บังคับ ตั้งแต่วันที่ 5 พฤษภาคม 2522 เป็นต้นมา

ด้วยเหตุนี้ จึงกำหนดให้ "วันคุ้มครองผู้บริโภค" ตรงกับวันที่ 30 เมษายนของทุกปี



จุดประสงค์ของการประกาศใช้ พ.ร.บ.คุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

การประกาศใช้ พ.ร.บ. ฉบับดังกล่าว ได้ให้เหตุผลไว้ว่า เนื่องจากผู้ประกอบการค้า และธุรกิจโฆษณา ได้นำวิชาการทางการตลาดและทางการโฆษณามาใช้เพื่อส่งเสริมการขายสินค้าและบริการมากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคเสียเปรียบ เพราะไม่อยู่ในฐานะที่ทราบภาวะตลาดและความจริงเกี่ยวกับคุณภาพและราคาของสินค้าต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้องทันทั่วถึง

อย่างไรก็ตาม แม้จะมีกฎหมายให้คุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคโดยการกำหนดคุณภาพและราคาของสินค้า หรือผู้ประกอบการธุรกิจโฆษณา แต่เมื่อผู้บริโภคถูกละเมิดสิทธิ บางครั้งก็ไม่อยู่ในฐานะที่จะสละเวลาและเสียค่าใช้จ่ายในการดำเนินคดีได้ ขณะเดียวกันในบางกรณีก็ไม่อาจระงับหรือยับยั้งการกระทำทำให้เกิดความเสียหายแก่ผู้บริโภคได้ทันทั่วถึง จึงควรมีกฎหมายให้ความคุ้มครองผู้บริโภคเป็นการทั่วไป จึงได้มีการประกาศใช้กฎหมายฉบับนี้ขึ้นเพื่อ..

1. กำหนดสิทธิของผู้บริโภค
2. กำหนดหน้าที่ของผู้ประกอบการค้าและผู้ประกอบธุรกิจโฆษณาต่อผู้บริโภค เพื่อให้ความเป็นธรรมแก่ผู้บริโภค
3. จัดให้มีองค์กรของรัฐที่เหมาะสมเพื่อตรวจตรา ดูแลและประสานงานการปฏิบัติงานของส่วนราชการต่าง ๆ ในการให้ความคุ้มครองผู้บริโภค

ภายหลังได้มีการจัดตั้งองค์กรของรัฐเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วย

1. คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
2. คณะกรรมการเฉพาะเรื่อง ได้แก่ คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา และคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก
3. สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค โดยให้สังกัดอยู่ในสำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี เพื่อความสะดวกในการปฏิบัติงานตามนโยบายของรัฐบาล



สิทธิของผู้บริโภคตามพระราชบัญญัติ

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

1. สิทธิที่จะได้รับข่าวสาร รวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับการโฆษณาหรือการแสดงฉลากตามความเป็นจริงและปราศจากพิษภัยแก่ผู้บริโภค รวมตลอดถึงสิทธิที่จะได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการอย่างถูกต้องและเพียงพอที่จะไม่หลงผิด ในการซื้อสินค้าหรือรับบริการโดยไม่เป็นธรรม
2. สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ ได้แก่ สิทธิที่จะเลือกซื้อสินค้าหรือรับบริการโดยความสมัครใจของผู้บริโภค และปราศจากการชักจูงใจอันไม่เป็นธรรม
3. สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับสินค้าหรือบริการที่ปลอดภัย มีสภาพและคุณภาพได้มาตรฐานเหมาะสมแก่การใช้ ไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อชีวิต ร่างกายหรือทรัพย์สิน

ในกรณีใช้ตามคำแนะนำหรือระมัดระวังตามสภาพของสินค้าหรือบริการนั้นแล้ว

4. สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับข้อสัญญาโดยไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบจากผู้ประกอบธุรกิจ

5. สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับการคุ้มครองและชดเชยค่าเสียหายเมื่อมีการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคตามข้อ 1, 2, 3 และ 4 ดังกล่าว

ต่อมาการสื่อสารได้มีความเจริญก้าวหน้าและเข้าสู่ยุคดิจิทัล ทำให้เกิดผู้ประกอบการจำนวนมาก จึงได้มีการจัดตั้ง กสทช.

(สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ) ตาม

พ.ร.บ.องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และจากการที่ กสทช.

ได้ทำงานด้านสิทธิและการคุ้มครองผู้บริโภคสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ ก็ได้กำหนดหลักสิทธิการคุ้มครองขั้นพื้นฐานที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับผู้บริโภคสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ มี 7 ข้อ ดังนี้

1. สิทธิในการได้รับข้อมูลข่าวสารครบถ้วน เพียงพอต่อการตัดสินใจ โดยข้อมูลนั้นต้องเป็นข้อมูลที่แท้จริง ไม่ก่อให้เกิดความรำคาญ
2. สิทธิในการได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ โดยเฉพาะเนื้อหาที่ส่งเสริมการศึกษาและการเรียนรู้
3. สิทธิในการได้รับความคุ้มครองในการเข้าถึงสื่อที่เหมาะสม
4. สิทธิในการได้รับความคุ้มครองในข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อรักษาไว้ซึ่งความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภค
5. สิทธิในความเท่าเทียมในการเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากสื่อ
6. สิทธิในการมีส่วนร่วมของประชาชนในด้านการบริหารจัดการสื่อ
7. สิทธิในการได้รับการเยียวยาความเสียหายเมื่อได้รับความเสียหาย



ผู้บริโภคมองว่าบริษัทมีจริยธรรมที่ดีในการดำเนินงาน การดำเนินงานที่โปร่งใสของทางบริษัทนี้ เป็นอีกข้อได้เปรียบของบริษัทที่ช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี ซึ่งการดำเนินงานที่โปร่งใสนี้เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก และรวมกันกับปัจจัยอื่น ๆ เหล่านี้ ทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกที่จะใช้บริการของบริษัทนี้ และเลือกที่จะแนะนำหรือบอกต่อให้ผู้อื่นได้รู้ถึงบริการของบริษัทนี้