



## มาตรการทางกฎหมายเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับท้องถิ่น Legal Measures for Consumer Protection at The Local Level

วิษณุ บาคาล<sup>1\*</sup>, ณัฐภูมิ เจียงเพ็ชร<sup>2</sup>, ปภินวิช รอดบางยาง<sup>3</sup>, ปาลินรดา รอดบางยาง<sup>4</sup> และภาคิน เจริญนนทสิทธิ์<sup>5</sup>  
Wisanu Bakal<sup>1\*</sup>, Nattawut Jiengpet<sup>2</sup>, Papinwish Rodbangyang<sup>3</sup>, Palynrada Rodbangyang<sup>4</sup> and Phakin Jaroennonthasit<sup>5</sup>

<sup>1\*</sup>อาจารย์ ประจำหลักสูตรสาขาวิชานิติศาสตร์ คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

<sup>2,3,4,5</sup>นักวิชาการอิสระ

<sup>1\*</sup>Lecturer from Bachelor of Law Program the Faculty of Law Rajabhat Mahasarakham University

<sup>2,3,4,5</sup>Independent Scholar

\*Corresponding Author Email: Wisanu.b24@gmail.com

Received: 9 October 2025 Revised: 5 November 2025 Accepted: 12 November 2025

### บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษามาตรการทางกฎหมายเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับท้องถิ่น 2. เพื่อวิเคราะห์มาตรการทางกฎหมายเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับท้องถิ่น และ 3. เพื่อเสนอแนะการพัฒนามาตรการทางกฎหมายเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับท้องถิ่น ซึ่งจะทำการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง อาทิ ตำรากฎหมาย บทความวิชาการ วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย ตัวบทกฎหมายและคำพิพากษาของศาลที่เกี่ยวข้องกับมาตรการทางกฎหมายเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับท้องถิ่นแล้วนำมาวิเคราะห์ พบว่า 1) ผู้บริโภคจำนวนมากยังขาดความรู้เกี่ยวกับสิทธิของตนเอง และไม่ทราบถึงช่องทางในการร้องเรียนหรือการดำเนินการทางกฎหมาย แม้จะมีพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 แต่การบังคับใช้ในระดับท้องถิ่นยังไม่เข้มแข็งพอ ทำให้ปัญหาการเอาเปรียบผู้บริโภคยังคงมีอยู่ การเรียกร้องค่าเสียหายเมื่อเกิดข้อพิพาทกับผู้ประกอบการ มักต้องผ่านกระบวนการทางกฎหมายที่ซับซ้อน มีค่าใช้จ่ายสูงและใช้เวลานาน ทำให้ผู้บริโภคท้อถอยและยอมรับความสูญเสีย 2) จากการวิเคราะห์พบว่า ในปัจจุบันมาตรการทางกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคระดับท้องถิ่นในไทยขาดความชัดเจนและประสิทธิภาพในการบังคับใช้กฎหมาย โดยเฉพาะพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ทำให้ผู้บริโภคได้รับความเดือดร้อนจากการซื้อสินค้าและบริการที่ไม่เป็นธรรมหรือจากการหลอกลวง และยังคงเผชิญความยากลำบากในการเรียกร้องสิทธิและค่าเสียหาย เนื่องจากกระบวนการที่ยุ่งยาก ซับซ้อนและมีค่าใช้จ่ายสูง ซึ่งส่งผลให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่ตกอยู่ในฐานะเสียเปรียบและไม่ได้รับความเป็นธรรม แม้การปกครองส่วนท้องถิ่นที่ได้รับการแต่งตั้งให้มีอำนาจหน้าที่ในการปฏิบัติงานตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคในเขตพื้นที่ของตนก็ตาม และ 3) เสนอแนะการพัฒนาและส่งเสริมให้หน่วยงานท้องถิ่น เป็นศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภค เพื่อให้ประชาชนได้รับความคุ้มครองอย่างมีระบบ มีการพัฒนามาตรการทางกฎหมายเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคระดับท้องถิ่น เน้นการปรับปรุงกฎหมายให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล เพิ่มกลไกการรับเรื่องร้องเรียนและแก้ไขปัญหาให้รวดเร็ว จัดตั้งกองทุนเยียวยาความเสียหายในท้องถิ่นโดยเฉพาะจากอาชญากรรมออนไลน์ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคประชา



สังคมและเครือข่ายผู้บริโภคและพัฒนาฐานข้อมูลเพื่อนำไปสู่การปรับปรุงนโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคที่ทันต่อสถานการณ์

**คำสำคัญ:** มาตรการทางกฎหมาย, การคุ้มครองผู้บริโภค, ระดับท้องถิ่น

### Abstract

This academic consists purposes 1. to study legal measures for consumer protection at the local level 2. to analyze legal measures for consumer protection at the local level and 3) to recommend the development of legal measures for consumer protection at the local level. The study and analysis of relevant documents, including legal textbooks, academic articles, theses, research reports, legal texts and court decisions related to legal measures for consumer protection at the local level, reveals: 1) many consumers lack knowledge of their rights and are unaware of channels for complaints or legal action. Despite the Consumer Protection Act of 1979, local enforcement is insufficient, resulting in persistent consumer exploitation. Claiming compensation in disputes with business operators often requires complicated, expensive, and time-consuming legal procedures, leading consumers to become disillusioned and accept losses 2) The analysis reveals that current local consumer protection legal measures in Thailand lack clarity and effectiveness in law enforcement, particularly the Consumer Protection Act of 1979. This results in consumers suffering from unfair or fraudulent purchases of goods and services facing difficulties in claiming their rights and compensation due to the cumbersome, complicated, and expensive procedures. This leaves most consumers at a disadvantage and suffering unfair treatment. Although local governments are appointed to have the authority and responsibility to implement consumer protection laws in their areas and 3) Recommend the development and promotion of local agencies as consumer complaint centers to ensure the public receives systematic protection. Develop legal measures to protect local consumers, emphasizing the improvement of laws to align with international standards, enhancing mechanisms for receiving complaints and resolving issues quickly, establishing local funds to compensate for damages caused by online crimes, promoting civil society participation and consumer networks, and developing a database to lead to the improvement of consumer protection policies and measures that are timely.

**Keywords:** Legal Measures, Consumer Protection, Local Level

## บทนำ

การคุ้มครองผู้บริโภคได้รับความปลอดภัย เป็นหลักการขั้นพื้นฐานและสำคัญที่รัฐต้องคำนึงถึงและดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง และการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นมาตรการทั้งในระดับประเทศและระดับสากลที่เริ่มปรากฏอย่างชัดเจนมาจากรัฐธรรมนูญแล้ว โดยในปี ค.ศ. 1962 ได้กำหนดให้วันที่ 15 มีนาคม ของทุกปี เป็นวัน “สิทธิผู้บริโภคสากล” (World Consumer Rights Day) ซึ่งได้รับการรับรองจากสหพันธ์องค์กรผู้บริโภคสากล ซึ่งสิทธิของผู้บริโภคตามที่กฎหมายกำหนดนั้น เป็นกลไกในการกระตุ้นให้ผู้บริโภคตระหนักในสิทธิของตนเองและรักษาสิทธิตามกฎหมาย รวมถึงมีส่วนร่วมในการป้องกันการถูกเอารัดเอาเปรียบจากผู้ประกอบธุรกิจ และสร้างจิตสำนึกและหน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจให้ผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและมีคุณธรรม (คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, 2562) นอกจากนั้นยังเป็นกลไกที่สำคัญในการกำหนดหน้าที่ของรัฐที่จะต้องกำหนดนโยบาย และกฎหมายที่มีเป้าหมายเพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค สำหรับประเทศไทยมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคทั้งในกฎหมายระดับรัฐธรรมนูญ และพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 (อรรถาธิบายรัฐธรรมนูญ, 2560) พระราชบัญญัติความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ. 2551 พระราชบัญญัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ. 2511 พระราชบัญญัติวิธีพิจารณาความผิดผู้บริโภค พ.ศ. 2551 พระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 ฯลฯ (ประภัสสร เทพชาตรี, 2561) นอกจากนี้ยังมีกฎหมายลำดับรองอีกหลายฉบับ แต่สิทธิของผู้บริโภคก็ยังคงถูกละเมิดอย่างต่อเนื่องเสมอมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมปัจจุบันที่เป็นสังคมเทคโนโลยีดิจิทัล ที่ผู้บริโภคเข้าถึงข้อมูล สื่อออนไลน์ต่าง ๆ ได้สะดวก จึงเป็นช่องทางให้เกิดการหลอกลวงทางช่องทางออนไลน์มากขึ้น (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, 2564) แม้ว่าจะมีการกฎหมายหลายฉบับตามที่กล่าวมาข้างต้น แต่ปัญหาดังกล่าวก็มิได้บรรเทาเบาบางลง ตรงกันข้ามปัญหาที่กระทบต่อสิทธิของผู้บริโภคกลับมีมากขึ้นเรื่อย ๆ จึงกล่าวได้ว่า การคุ้มครองผู้บริโภคด้วยกลไกทางกฎหมายที่กำหนดให้รัฐควบคุม กำกับดูแลยังไม่สามารถคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการคุ้มครองผู้บริโภคระดับท้องถิ่น

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีหน้าที่ที่สำคัญตามภารกิจในการคุ้มครองผู้บริโภค โดยเป็นไปตามประกาศคณะกรรมการการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เรื่อง แผนปฏิบัติการกำหนดขั้นตอน การกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ฉบับที่ 1 ได้กำหนดให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ถ่ายโอนภารกิจในการคุ้มครองผู้บริโภคให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ได้แก่ เทศบาล องค์การบริหารส่วนตำบล เมืองพัทยาและกรุงเทพมหานคร ในปี พ.ศ. 2545 ภารกิจที่ถ่ายโอน คือ การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ ความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคแก่ผู้บริโภคและในปี พ.ศ. 2551 ได้มีประกาศคณะกรรมการการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การให้ความคุ้มครองผู้บริโภค เรื่อง การบังคับใช้แผนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2551 และแผนปฏิบัติการกำหนดขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (ฉบับที่ 2) ภารกิจที่ถ่ายโอน คือ การให้ความคุ้มครองผู้บริโภคและการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคแก่ผู้บริโภค (รัชวดี สุทธิศักดิ์, 2563)

ในปัจจุบันมาตรการทางกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคระดับท้องถิ่นในไทยขาดความชัดเจนและประสิทธิภาพในการบังคับใช้กฎหมายในระดับท้องถิ่น ทำให้ผู้บริโภคในท้องถิ่นได้รับความเดือดร้อนจากการซื้อสินค้าและบริการที่ไม่เป็นธรรมหรือจากการหลอกลวง และยังคงเผชิญความยากลำบากในการเรียกร้องสิทธิและค่าเสียหาย เนื่องจากกระบวนการที่ยุ่งยาก ซับซ้อนและมี

ค่าใช้จ่ายสูง (อนุชา เกียรติธินวิทย์, 2562) ซึ่งส่งผลให้ผู้บริโภคในท้องถิ่นส่วนใหญ่ตกอยู่ในฐานะเสียเปรียบและไม่ได้รับความเป็นธรรม แม้การปกครองส่วนท้องถิ่นที่ได้รับการแต่งตั้งให้มีอำนาจหน้าที่ในการปฏิบัติงานตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคในเขตพื้นที่ของตนก็ตาม (ยุพิน แสงทอง, 2565) จากปัญหาที่กล่าวมาข้างต้นแสดงให้เห็นชัดว่าการคุ้มครองผู้บริโภคในท้องถิ่นยังมีปัญหา โดยเฉพาะอย่างยิ่งมาตรการทางกฎหมายและนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งเป็นปัญหาที่ครอบคลุมเกือบในทุกมิติ ทั้งเศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี สิ่งแวดล้อมและสอดคล้องกับการทำงานขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภคในท้องถิ่น ที่ต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน บทความนี้เป็นการศึกษาวิเคราะห์เอกสารทางกฎหมายและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยใช้แนวทางการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงพรรณนา (Descriptive Content Analysis) เพื่อให้ผู้อ่านเห็นความเป็นระบบของการสังเคราะห์ความรู้มากขึ้น

## บทวิเคราะห์

### 1. มาตรการทางกฎหมายเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของไทยในปัจจุบันมีจำนวนหลายฉบับ ซึ่งกฎหมายแต่ละฉบับมีอำนาจและหน้าที่ในการให้ความคุ้มครองผู้บริโภค ที่แตกต่างกัน โดยมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทำหน้าที่ในการบังคับใช้ให้เป็นไปตามกฎหมาย โดยสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท 1) กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคที่มีหน้าที่คุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคโดยตรง คือ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติม โดยพระราชบัญญัติคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 ได้กำหนดให้ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย 5 ประการ คือ สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ สิทธิที่จะได้อิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา และสิทธิที่จะได้การพิจารณาและชดเชยความเสียหาย และ 2) หลักทั่วไปของการบังคับใช้กฎหมาย คือ เมื่อมีกฎหมายฉบับใดให้อำนาจในการคุ้มครองผู้บริโภคไว้เป็นการเฉพาะแล้วก็ต้องบังคับตามกฎหมายฉบับนั้น เช่น กรณีที่ผู้บริโภคถูกละเมิดสิทธิเกี่ยวกับเรื่องอาหาร ผู้บริโภคสามารถไปร้องเรียนที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ ตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 ซึ่งเป็นกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค เฉพาะเรื่องสินค้าอาหารเท่านั้น แต่ถ้ากรณีไม่มีกฎหมายใดหรือหน่วยงานใดให้ความคุ้มครองผู้บริโภคเป็นการเฉพาะแล้วก็ต้องใช้พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งให้ความคุ้มครองในผู้บริโภคด้านสินค้าและบริการทั่วไป

กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคที่มีหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภค โดยการเข้าไปควบคุมตรวจสอบ และกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจที่ผลิตสินค้าหรือบริการ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความเป็นธรรมและได้รับความปลอดภัยในการใช้สินค้าและการรับบริการโดยสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท 1) กฎหมายคุ้มครองเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความปลอดภัยในการใช้สินค้าและการรับบริการ เช่น กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคโดยกระทรวงสาธารณสุขได้แก่ พระราชบัญญัติหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ พ.ศ. 2545 พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 หรือกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคโดยกระทรวงอุตสาหกรรม พระราชบัญญัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ. 2511 พระราชบัญญัติวัตถุอันตราย พ.ศ. 2535 2) กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความเป็นธรรมในการใช้สินค้าและการรับบริการ เช่น กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคโดยกระทรวงพาณิชย์ ได้แก่ พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542 พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 หรือ กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคโดยกระทรวงยุติธรรม ได้แก่ พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540

เมื่อผู้บริโภคถูกละเมิดสิทธิหรือไม่ได้รับความเป็นธรรมจากผู้ประกอบธุรกิจเนื่องจากการใช้สินค้าหรือบริการ ผู้บริโภคย่อมได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายโดยผู้บริโภคสามารถร้องเรียนได้ที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 เป็นกฎหมายฉบับเดียวที่มีอำนาจในการดำเนินคดีแทนผู้บริโภค เพื่อฟ้องเรียกทรัพย์สินหรือค่าเสียหายให้แก่ผู้บริโภคที่ถูกละเมิดสิทธิ จากการใช้สินค้าและการรับบริการโดยผู้บริโภคไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ ในการดำเนินคดีแต่อย่างใด

จากพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และฉบับที่ 2 แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2541 ที่มีเนื้อหาให้ความคุ้มครองผู้บริโภคหลายประการ แต่ตั้งแต่มีกฎหมายฉบับดังกล่าวมา ก็ตาม แต่ผู้บริโภคสินค้าหรือบริการยังคงเป็นผู้เสียเปรียบแก่ผู้ประกอบการที่กระทำการโดยมิชอบตามกฎหมาย เมื่อเกิดปัญหาของสินค้าและบริการระหว่างผู้ประกอบการกับผู้บริโภค ผู้บริโภคมักตกเป็นผู้เสียเปรียบหลายประการ ซึ่งมีสาเหตุหลายประการ 1) ผู้บริโภคไม่มีความรู้ทางเทคนิควิธี กระบวนการผลิตสินค้า โดยเฉพาะในยุคปัจจุบันที่เทคโนโลยีก้าวไกลทันสมัย ทำให้ผู้บริโภคไม่สามารถรู้ได้ว่าสินค้าหรือบริการที่ตัวเองซื้อหามาใช้มาครอบครอง มีกระบวนการวิธีผลิตถูกต้องหรือไม่ มีความบกพร่องหรือไม่สมบูรณ์อย่างไร 2) ผู้บริโภครู้ว่าตนเองได้สินค้าไม่สมบูรณ์หรือได้รับการบริการที่ไม่สุภาพ ไม่ซื่อสัตย์ต่อลูกค้า แต่ผู้บริโภคก็ไม่อยากเป็นความ เพราะการขึ้นศาลต้องเสียค่าใช้จ่ายในการดำเนินคดีเอง ค่าจ้างทนายหรือเสียเวลา บางครั้งสินค้านั้นราคาถูกไม่คุ้มกับการเป็นความ หรือฟ้องร้องผู้ประกอบการธุรกิจ 3) ผู้บริโภคจะใช้สิทธิฟ้องร้องผู้ประกอบการธุรกิจเสียเปรียบในชั้นพิจารณาที่ผู้ไม่มีความรู้ความสามารถ ในการแสวงหาหรือพิสูจน์พยานหลักฐานว่า สินค้าหรือบริการไม่สมบูรณ์อย่างไร เพราะกฎหมายเดิมให้การะการพิสูจน์เพื่อที่จะเอาผิดกับจำเลยตกอยู่กับผู้ฟ้องคดี และ 4) สัญญาที่ผู้ประกอบการธุรกิจทำกับผู้บริโภค ผู้บริโภคได้รับความเสียเปรียบตั้งแต่ขั้นตอนสัญญา เพราะเป็นสัญญาสำเร็จรูปที่มีข้อความผูกมัดผู้บริโภค เช่น สัญญาเช่าซื้อ สัญญากู้ยืมเงินต่าง ๆ เป็นต้น

จากความไม่เป็นธรรมของผู้บริโภคดังกล่าว ผู้ประกอบการธุรกิจการค้าที่ไม่สุจริตมักฉกฉวยโอกาสเพื่อหวังผลกำไร โดยไม่ได้คำนึงถึงความเสียหายของผู้บริโภคที่อาจได้รับความเสียหายแก่ชีวิต ร่างกาย อนามัยหรือทรัพย์สิน เช่น ขายยาที่หมดอายุความแล้วหรือสินค้าชำรุดด้านในแต่ไม่ยอมบอกผู้บริโภค เพราะเกรงว่าจะขาดทุน ทำให้ผู้ประกอบการค้ากำไรเกินควร ประชาชนในฐานะผู้บริโภคต้องได้รับความเสียหายหรือมีความไม่เป็นธรรมเกิดขึ้น (ฉัตรวรรณ เจริญรัตนพรชัย, 2565)

## 2. ปัญหาทางด้านกฎหมายเกี่ยวกับคุ้มครองผู้บริโภค

ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 แม้ว่าตัวบทกฎหมายพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค ได้มีการปรับปรุงแก้ไขมาแล้วอย่างต่อเนื่องเป็นจำนวนทั้งสิ้น 3 ครั้ง คือ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 แก้ไขเพิ่มเติมโดย (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2556 และพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562 ในภาพรวมเป็นการแก้ไขเพิ่มเติมในเชิงโครงสร้างโดยเฉพาะการ กำหนดให้มีคณะกรรมการเฉพาะเรื่องชุดใหม่ รวมถึงการกำหนดบทบัญญัติขึ้นใหม่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในด้านความปลอดภัย ตามแนวทางของกฎเกณฑ์แห่งสหภาพยุโรปและกฎหมายของต่างประเทศบางประเทศในเรื่องความปลอดภัยของสินค้าอีกด้วย แต่ปัญหาของกฎหมาย พบว่า ยังมีบางประเด็นที่ยังไม่ได้รับการแก้ไขเพิ่มเติมให้ครอบคลุม โดยเฉพาะคำนิยามต่าง ๆ อาทิ คำว่า “ผู้บริโภค” และคำว่า “ผู้ประกอบการ” ซึ่งถือเป็นเรื่องสำคัญอันดับแรกที่ต้องใช้ในการพิจารณาผู้บริโภค ตามมาตรการการคุ้มครองผู้บริโภค อันจะนำไปสู่การคุ้มครองผู้บริโภคในด้าน การชดเชยความเสียหายด้วย

ทั้งนี้ การซื้อขายสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์บนแพลตฟอร์มต่าง ๆ ส่งผลให้มีการดำเนินธุรกิจขายออกเป็นวงกว้าง โดยเฉพาะในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด -19 การโฆษณาสินค้าการบริการที่มีความหลากหลายของข้อมูลและเป็นข้อมูลที่มีจำนวนมาก อาจมีผู้ประกอบการบางรายที่มองเห็นช่องโหว่ของการซื้อขายทางออนไลน์ ฉวยโอกาสเอารัดเอาเปรียบผู้บริโภค ด้วยการโฆษณาชวนเชื่อ ระบายละเมิดสินค้าเกินความเป็นจริง ส่งผลให้ผู้บริโภคได้รับสินค้าไม่ตรงกับความเป็นจริง หรือแม้กระทั่งฉ้อโกงด้วยการเป็นมิจฉาชีพ โดยที่ผู้บริโภคโอนเงินเข้าบัญชีให้กับผู้ค้าแล้ว แต่ผู้บริโภคไม่ได้รับสินค้าแต่อย่างใด นอกจากนี้ สิทธิของผู้บริโภคในกฎหมายไทย ตามที่ได้รับรองไว้ในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2556 และ (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562 ได้รับการคุ้มครองเพียง 5 สิทธิ ยังไม่สอดคล้องกับสิทธิของผู้บริโภคสากล และกฎหมายของต่างประเทศ ซึ่งการแก้ไขกฎหมาย เป็นการแก้ไขเพิ่มเติมเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก ในมิติของเศรษฐกิจ สังคม การเมือง สิ่งแวดล้อม และเทคโนโลยี โดยเฉพาะในยุคดิจิทัล ที่ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของกลไกทางการตลาดในระบบห่วงโซ่อุปทานของผู้ผลิตและผู้บริโภค รวมถึงสถานการณ์ผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อมที่ยังไม่ครอบคลุมต่อการเรียกร้องสิทธิขั้นพื้นฐานที่เทียบเท่าสากล

ด้านกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ตามพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 ดังที่ได้กล่าวไปแล้วในตอนต้นในประเด็นของการแก้ไขเชิงโครงสร้าง แต่ยังคงพบว่า สัดส่วนของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ในมาตรา 9 ยังขาดการถ่วงดุลอำนาจที่เหมาะสม โดยเฉพาะในการเข้าไปมีส่วนร่วมของสภาองค์กรของผู้บริโภค ทั้งในมิติของตำแหน่ง จำนวน และผู้เชี่ยวชาญในแต่ละสาขา ตามประเด็นการคุ้มครองผู้บริโภค ที่ยังมีประเด็นข้อพิพาท เช่น กรณีข้อพิพาทรถยนต์พลังงานไฟฟ้าที่ถือว่าเข้ามามีบทบาทและเริ่มมีผู้บริโภคหันมานิยมใช้กันเพิ่มมากขึ้น แต่กลับพบว่ายังมีการร้องเรียนข้อบกพร่องเกี่ยวกับตัวรถยนต์ นอกจากนี้ยังเป็นการรองรับข้อพิพาทสินค้าและบริการในกรณีที่ต้องใช้ระบบปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) ปัญหาการร้องเรียนฝุ่นควัน PM2.5 ที่เกิดจากการเผาป่า ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) ซึ่งผู้บริโภคควรมีสิทธิที่จะดำรงชีวิตอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี ประเด็นการแก้ไขกฎหมายดังกล่าวจึงเป็นเรื่องใหม่ที่ควรมีการพิจารณาสัดส่วนคณะกรรมการ หรือบุคลากรผู้เชี่ยวชาญในด้านให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าและบริการเป็นสิทธิที่จะเน้นในเรื่องการได้รับความสะอาด ความปลอดภัย จากผลิตภัณฑ์และสภาวะแวดล้อมต่าง ๆ ซึ่งเรื่องสุขภาพและความปลอดภัยเป็นปัญหาสำคัญของผู้บริโภค จึงมีการออกกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคและตั้งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อป้องกันไม่ให้ผู้บริโภคได้รับอันตรายจากสินค้าและบริการ องค์การที่จัดตั้งเพื่อป้องกันสิทธิด้านความปลอดภัยของผู้บริโภค 1) สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าและบริการ เป็นสิทธิที่จะเน้นในเรื่องการได้รับความสะอาด ความปลอดภัย จากผลิตภัณฑ์และสภาวะแวดล้อมต่าง ๆ ซึ่งเรื่องสุขภาพและความปลอดภัยเป็นปัญหาสำคัญของผู้บริโภค จึงมีการออกกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคและตั้งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อป้องกันไม่ให้ผู้บริโภคได้รับอันตรายจากสินค้าและบริการ องค์การที่จัดตั้งเพื่อป้องกันสิทธิด้านความปลอดภัยของผู้บริโภคที่สำคัญมี 2 องค์การคือ องค์การคุ้มครองผู้บริโภค องค์การอาหารและยา 2) สิทธิที่จะได้รับข่าวสาร รวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้อง และเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ข้อมูลที่เกี่ยวกับสินค้าที่ผู้บริโภคควรได้รับมี ได้แก่ 2.1) ราคาหมายถึง ราคาต่อหน่วยของสินค้า ซึ่งราคาผู้บริโภคไม่สามารถรู้ได้ว่าผลิตภัณฑ์ชิ้นไหนดีหรือไม่ดี เพราะสินค้านั้น ๆ จะแตกต่างที่การบรรจุหีบห่อ ปริมาณ ขนาด และมีสินค้าบางชนิดไม่ระบุราคา จึงทำให้ผู้บริโภคไม่สามารถทราบได้ว่าสินค้านั้นดี หรือไม่ และประหยัดที่สุดหรือไม่ 2.2) ป้าย

โภชนาการหมายถึง การให้ข่าวสารข้อมูลของสินค้า ว่าเป็นอะไร บริโภคอย่างไร ใช้อย่างไรเพื่อให้ผู้บริโภคจะได้เข้าใจรายละเอียดโดยปัดอยู่ที่บรรทัดของสินค้านั้น ๆ 2.3) รายละเอียดอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์หมายถึง รายละเอียดเกี่ยวกับอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์ซึ่งประกอบด้วย วัน เดือน ปี ที่ผลิต อายุการใช้งาน และวันหมดอายุของ ผลิตภัณฑ์ โดยจะชี้แจงบนหีบห่อของผลิตภัณฑ์ 2.4) ความจริงเกี่ยวกับสินค้าที่ช่วยสนับสนุนหมายถึง สิ่งที่แสดงให้เห็นถึงรายละเอียดได้ชัดเจน เพื่อเพิ่มความรู้ให้แก่ผู้บริโภค ผู้บริโภค จะต้องแยกข้อมูลที่ได้ออกมา และทำความเข้าใจ เพื่อใช้ในการตัดสินใจ 2.5) รายละเอียดของสินค้าผู้ผลิตมีการกำหนดจำนวนของรายละเอียดของสินค้านั้น ๆ ให้เหมาะสมโดยผู้บริโภคจะใช้รายละเอียดของสินค้านั้น เปรียบเทียบกับสินค้าอื่น ๆ เพื่อจะสามารถเลือกตัวเลือกที่ดีที่สุด ได้ประโยชน์มากที่สุด 3) สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าและบริการ ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ควรมีองค์ประกอบคือ ให้ความรู้เกี่ยวกับเกณฑ์ที่จะใช้ประเมินในตัวสินค้า และบริการที่ต้องใช้เทคโนโลยียุ่งยากซับซ้อน และให้เลือกได้อย่างมีประสิทธิภาพ ให้มีทักษะในการบริหารและการตัดสินใจ ในระดับนี้สามารถเทียบกับการศึกษาที่ให้กับมืออาชีพ ให้ความรู้เกี่ยวกับองค์การธุรกิจต่าง ๆ รัฐบาล และการให้ความรู้ทางด้านการตลาดเพิ่มขึ้น โดยการพิจารณาให้ข่าวสารข้อมูล และความรู้แก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับตัวสินค้าและบริการ ผู้บริโภคจะนำมาใช้ประเมินให้ตรงกับความต้องการและความถูกต้องเหมาะสมที่จะเลือกซื้อสินค้าได้ต่อไป และ 4) สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดใช้ความเสียหาย สิทธิที่ผู้บริโภคจะได้รับการพิจารณาและชดใช้ความเสียหาย ทำได้ 3 วิธี คือ 4.1) การป้องกัน โดยภาครัฐและเอกชนมีการออกกฎหมายพิทักษ์ผู้บริโภค ซึ่งจะเป็นกลไกในการบังคับใช้กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคควบคู่ไปด้วย 4.2) การเอาหลักคืนมา การแก้ไขสิ่งที่ผิดพลาดให้ดังเดิมทำได้หลายวิธี เช่น แก้ไขที่ตัวสินค้า เมื่อเกิดการผิดพลาดหลังจากที่สินค้านั้นออกสู่ตลาด โดยการนำเอากลับมาแก้ไข วิธีนี้จะใช้กันมากในการแก้ไขภาพพจน์ของตัวสินค้า และ 4.3) การกำหนดบทลงโทษ กำหนดตัวบทกฎหมาย ใช้เป็นบทลงโทษต่อผู้ผลิตโดยจะมีทั้งการปรับ ทั้งจำคุก

### 3. องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นตามแผนปฏิบัติการกำหนดขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2551 ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นมีหน้าที่ที่สำคัญตามภารกิจการคุ้มครองผู้บริโภค โดยเป็นไปตามประกาศคณะกรรมการการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เรื่อง แผนปฏิบัติการกำหนดขั้นตอน การกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ฉบับที่ 1 ได้กำหนดให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ถ่ายโอนภารกิจการคุ้มครองผู้บริโภคให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ได้แก่ องค์การบริหารส่วนจังหวัด เทศบาล องค์การบริหารส่วนตำบล เมืองพัทยาและกรุงเทพมหานคร ในปี พ.ศ. 2545 ภารกิจที่ถ่ายโอน คือ การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ ความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคแก่ผู้บริโภคและในปี พ.ศ. 2551 ได้มีประกาศคณะกรรมการการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การให้ความคุ้มครองผู้บริโภค เรื่อง การบังคับใช้แผนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2551 และแผนปฏิบัติการกำหนดขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (ฉบับที่ 2) ภารกิจที่ถ่ายโอน คือ การให้ความคุ้มครองผู้บริโภคและการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคแก่ผู้บริโภค โดยมีรายละเอียด ดังนี้

### 3.1 ขอบเขตการถ่ายโอน

1) ให้ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นพนักงานเจ้าหน้าที่ประจำท้องถิ่นมีอำนาจตามที่คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคกำหนด รวมทั้งให้มีอำนาจแต่งตั้งพนักงานส่วนท้องถิ่น เป็นพนักงานเจ้าหน้าที่เพื่อปฏิบัติหน้าที่ตามกฎหมายในเขตพื้นที่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

2) ให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีหน้าที่ในการรับเรื่องราวร้องทุกข์จากประชาชน ในพื้นที่เพื่อนำเสนอต่อสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) และให้คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคพิจารณามอบอำนาจบางเรื่อง ที่เห็นสมควรให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของประชาชน

3) ให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคทุกระดับ

4) ให้แบ่งรายได้และค่าปรับที่เกิดจากการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

### 3.2 การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคแก่ผู้บริโภค ขั้นตอน/วิธีปฏิบัติ

1) พนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เข้ารับการฝึกอบรมความรู้และเทคนิควิธีการที่ส่วนกลาง (สคบ.)

2) ดำเนินการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ความรู้แก่ประชาชนในเขตองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นของตน ผ่านทางสื่อวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์หอกระจายข่าวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้ดำเนินการถ่ายโอนภารกิจการคุ้มครองผู้บริโภคให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ดังนี้ (1) ทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาค ระหว่าง กระทรวงมหาดไทยและคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ลงวันที่ 7 มิถุนายน พ.ศ. 2549 (2) การแต่งตั้งพนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ส่วนภูมิภาค

3.3 อำนาจหน้าที่ของเทศบาลและองค์การบริหารส่วนตำบลด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เทศบาลและองค์การบริหารส่วนตำบล มีอำนาจรับและพิจารณาเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคในเขตพื้นที่ที่ได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหายอันเนื่องมาจากการกระทำของผู้ประกอบธุรกิจ ในเรื่องเกี่ยวกับการถูกเอารัดเอาเปรียบหรือไม่ได้รับความเป็นธรรมในการซื้อสินค้าหรือบริการ ประสานงานกับส่วนราชการหรือหน่วยงานของรัฐที่มีอำนาจและหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค ดำเนินการเจรจาไกล่เกลี่ยปัญหา ข้อพิพาทในกรณีที่สามารถตกลงกันได้ ให้ทำบันทึกข้อตกลงให้คู่กรณีทั้งสองฝ่ายลงลายมือชื่อไว้ในบันทึกข้อตกลง หากคู่กรณีไม่สามารถตกลงกันได้ให้รวบรวมข้อเท็จจริงและพยานหลักฐาน เพื่อเสนอเรื่องต่อคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำจังหวัดพิจารณา ติดตามและสอดส่องพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจซึ่งการกระทำใด ๆ อันมีลักษณะเป็นการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค และอาจจัดให้มีการทดสอบหรือพิสูจน์สินค้าหรือบริการใด ๆ ตามที่เห็นสมควรและจำเป็นเพื่อการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค สั่งให้บุคคลหนึ่งบุคคลใดส่งเอกสารหรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่มีผู้ร้องทุกข์หรือเรื่องอื่นใดที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค มาพิจารณาได้ ในการนี้จะเรียกบุคคลใด ๆ มาชี้แจงด้วยก็ได้โดยใช้อำนาจผ่านพนักงานเจ้าหน้าที่ให้ความรู้ ความเข้าใจแก่ประชาชนและสร้างเครือข่ายความเข้มแข็งของประชาชน เพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค หรือดำเนินการอื่น ๆ ตามที่คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค หรือคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมอบหมาย รายงานผลการปฏิบัติงานในรอบเดือนให้คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดทราบ

3.4 อำนาจหน้าที่ของกรุงเทพมหานครและเมืองพัทยา กรุงเทพมหานครและเมืองพัทยา มีอำนาจรับและพิจารณาเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคที่ได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหายอันเนื่องมาจากการกระทำของผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการในธุรกิจเกี่ยวกับการถูกเอาเปรียบ หรือไม่ได้รับความเป็นธรรมในการซื้อสินค้า เครื่องอุปโภคบริโภค หรือบริการที่มีการซื้อขายกันในตลาด เพื่อดำเนินการแก้ไขหรือนำเสนอต่อคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคพิจารณาใช้อำนาจดำเนินคดีเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิ ติดตามและสอดส่องพฤติกรรมของผู้ประกอบการซึ่งการกระทำการใด ๆ อันมีลักษณะเป็นการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคและอาจจัดให้มีการทดสอบหรือพิสูจน์สินค้าหรือบริการใด ๆ ตามที่เห็นสมควรและจำเป็นเพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค รวมทั้งให้อำนาจในการแต่งตั้งคณะทำงานเพื่อการนี้ตามที่เห็นสมควร สั่งให้บุคคลหนึ่งบุคคลใดส่งเอกสารหรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่มีผู้ร้องทุกข์หรือเรื่องอื่นใดที่เกี่ยวข้องการคุ้มครองผู้บริโภคมาพิจารณาได้ ในการนี้จะเรียกบุคคลที่เกี่ยวข้องมาชี้แจงด้วยก็ได้ ประสานงานกับส่วนราชการหรือหน่วยงานของรัฐที่มีอำนาจและหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค สอดส่องการปฏิบัติตามอำนาจและหน้าที่ที่กฎหมายกำหนดของพนักงานเจ้าหน้าที่ ส่วนราชการหรือหน่วยงานอื่นของรัฐ และแจ้งให้ผู้บังคับบัญชาเร่งรัดพนักงานเจ้าหน้าที่ให้ปฏิบัติตามอำนาจและหน้าที่ดังกล่าว การให้ความรู้ ความเข้าใจแก่ประชาชนและการสร้างเครือข่ายความเข้มแข็งของประชาชนเพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค รายงานผลการปฏิบัติงานในรอบเดือนให้คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคทราบ

#### 4. การวิเคราะห์มาตรการทางกฎหมายเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคระดับท้องถิ่น

มาตรการทางกฎหมายเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับท้องถิ่น มักเกิดจากหลายมิติทั้งในด้านกฎหมาย การบังคับใช้ และโครงสร้างการทำงานขององค์กรในพื้นที่ ซึ่งสามารถวิเคราะห์ประเด็นสำคัญได้ ดังนี้

##### 4.1 ปัญหาด้านกฎหมายและบทบัญญัติ

ซึ่งกฎหมายกระจายอำนาจองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นยังไม่ชัดเจน แม้จะมีพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และกฎหมายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง แต่ยังไม่มีความเฉพาะที่มอบอำนาจให้ท้องถิ่นดำเนินการได้โดยตรง บทลงโทษและมาตรการคุ้มครองยังไม่เพียงพอซึ่งกฎหมายระดับประเทศมักเน้นบทลงโทษเชิงปรับหรืออาญา แต่ไม่ค่อยเอื้อต่อการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจริงในท้องถิ่น มีความซ้ำซ้อนของกฎหมายในหลายหน่วยงาน เช่น อย., กรมการค้าภายใน, สคบ., และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) อาจมีอำนาจทับซ้อนกันทำให้การบังคับใช้ไม่เป็นเอกภาพ

##### 4.2 ปัญหาด้านการบังคับใช้

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ขาดบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ และเจ้าหน้าที่ท้องถิ่นส่วนมากไม่มีความรู้ด้านกฎหมาย ผู้บริโภคอย่างลึกซึ้ง รวมทั้งการบังคับใช้กฎหมายไม่ทั่วถึงหรือผู้บริโภคในพื้นที่ห่างไกลเข้าถึงกลไกการร้องเรียนหรือการคุ้มครองได้ยาก และงบประมาณและทรัพยากรจำกัดขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มักไม่มีงบประมาณเพียงพอในการทำงานเชิงรุก เช่น ตรวจสอบสินค้า บริการหรือจัดอบรมให้ความรู้

##### 4.3 ปัญหาด้านการประสานงาน

การทำงานไม่บูรณาการระหว่างหน่วยงานส่วนกลางกับท้องถิ่นยังมีช่องว่าง ทำให้การแก้ปัญหาผู้บริโภคไม่ต่อเนื่อง การมีส่วนร่วมของภาคประชาชนยังมีข้อจำกัด และผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่ทราบสิทธิของตนเองหรือไม่กล้าใช้สิทธิในการร้องเรียน

#### 4.4 ปัญหาด้านสังคมและพฤติกรรมผู้บริโภค

ในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังขาดความรู้และความเข้าใจในสิทธิขั้นพื้นฐานของตนเอง ทั้งสิทธิที่จะได้รับความปลอดภัย สิทธิที่จะได้รับข้อมูลข่าวสาร สิทธิในการเลือกซื้อสินค้าและบริการอย่างเป็นธรรม รวมถึงสิทธิในการร้องเรียน และได้รับการเยียวยา การขาดความรู้ดังกล่าวทำให้ผู้บริโภคจำนวนมากไม่ตระหนักถึงสิทธิที่ถูกละเมิด (วิมาน กฤตพลวิมาน, 2560) นอกจากนี้ วัฒนธรรมของสังคมท้องถิ่นไทยที่เน้นความสัมพันธ์ ความเกรงใจและการอยู่ร่วมกันในชุมชนเล็ก ๆ ทำให้ผู้บริโภคไม่กล้าร้องเรียนผู้ประกอบการที่เป็นญาติพี่น้องหรือคนรู้จัก เกรงว่าจะเกิดความขัดแย้งในชุมชน ส่งผลให้การละเมิดสิทธิยังคงดำรงอยู่โดยไม่ถูกแก้ไข อีกทั้งยังมีปัญหาความเหลื่อมล้ำด้านการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ผู้บริโภคในเมืองมักได้รับข้อมูลที่ทันสมัยเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ในขณะที่ผู้บริโภคในชนบทเข้าถึงข้อมูลได้ช้ากว่า จึงตกเป็นเหยื่อของการเอารัดเอาเปรียบจากผู้ประกอบการได้ง่าย ได้แก่ 1) การขาดความรู้ความเข้าใจในสิทธิของตนเอง ประชาชนส่วนใหญ่ไม่ทราบว่าตนมีสิทธิได้รับการคุ้มครองด้านความปลอดภัยในการบริโภค ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านการเลือก และด้านการได้รับการเยียวยา 2) วัฒนธรรมเกรงใจและความสัมพันธ์ในชุมชน ผู้บริโภคในชุมชนเล็ก ๆ มักไม่กล้าร้องเรียนผู้ประกอบการที่เป็นญาติหรือคนรู้จัก เกรงว่าจะกระทบความสัมพันธ์ทางสังคม 3) ความเหลื่อมล้ำด้านข้อมูลข่าวสาร ผู้บริโภคในเขตเมืองมักได้รับข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็วกว่า ในขณะที่ผู้บริโภคในชนบทเข้าถึงข้อมูลช้า ทำให้ตกเป็นเหยื่อการเอารัดเอาเปรียบได้ง่าย

#### 4.5 ปัญหาเชิงนโยบายและการบริหารจัดการ

แม้รัฐจะมีนโยบายการคุ้มครองผู้บริโภค แต่ในทางปฏิบัติกลับพบว่ารัฐบาลและท้องถิ่นมักให้ความสำคัญกับประเด็นอื่น เช่น การพัฒนาเศรษฐกิจหรือโครงสร้างพื้นฐาน มากกว่าการปกป้องสิทธิผู้บริโภค การขาดแผนยุทธศาสตร์ระยะยาวในระดับท้องถิ่นทำให้การทำงานด้านนี้เป็นเพียงมาตรการเฉพาะกิจ ไม่ต่อเนื่อง และไม่สามารถสร้างผลลัพธ์ที่ยั่งยืน นอกจากนี้ การมีส่วนร่วมของประชาชนและภาคเอกชนยังอยู่ในระดับต่ำ องค์กรผู้บริโภคหรือกลุ่มคุ้มครองสิทธิในพื้นที่มีจำนวนน้อย และมักขาดการสนับสนุนจากภาครัฐ ทำให้ไม่สามารถทำหน้าที่ตรวจสอบหรือผลักดันประเด็นผู้บริโภคได้อย่างจริงจัง ได้แก่ 1) การให้ความสำคัญต่อการคุ้มครองผู้บริโภคยังน้อย รัฐบาลและหน่วยงานท้องถิ่นมักให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจหรือโครงสร้างพื้นฐาน มากกว่าการปกป้องสิทธิของผู้บริโภค 2) การขาดแผนยุทธศาสตร์ระยะยาว ไม่มีแผนแม่บทการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับท้องถิ่นที่ชัดเจน การทำงานจึงเป็นเพียงมาตรการชั่วคราว 3) การมีส่วนร่วมของภาคประชาชนและองค์กรเอกชนยังต่ำ กลไกภาคประชาชน เช่น องค์กรคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคในท้องถิ่นมีอยู่น้อย และมักขาดการสนับสนุนจากภาครัฐ

#### ข้อค้นพบเชิงวิชาการ หรือองค์ความรู้ใหม่เชิงวิชาการ

1. ผู้บริโภคจำนวนมากยังขาดความรู้เกี่ยวกับสิทธิของตนเอง และไม่ทราบถึงช่องทางในการร้องเรียนหรือการดำเนินการทางกฎหมาย แม้จะมีพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 แต่การบังคับใช้ในระดับท้องถิ่นยังไม่เข้มแข็งพอ ทำให้ปัญหาการเอารัดเอาเปรียบผู้บริโภคยังคงมีอยู่ การเรียกร้องค่าเสียหายเมื่อเกิดข้อพิพาทกับผู้ประกอบการ มักต้องผ่านกระบวนการทางกฎหมายที่ซับซ้อน มีค่าใช้จ่ายสูงและใช้เวลานาน ทำให้ผู้บริโภคท้อถอยและยอมรับความสูญเสีย
2. จากการวิเคราะห์พบว่า ในปัจจุบันมาตรการทางกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคระดับท้องถิ่นในไทยขาดความชัดเจนและประสิทธิภาพในการบังคับใช้กฎหมาย โดยเฉพาะพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ทำให้ผู้บริโภคได้รับความ

เดือดร้อนจากการซื้อสินค้าและบริการที่ไม่เป็นธรรมหรือจากการหลอกลวง และยังคงเผชิญความยากลำบากในการเรียกร้องสิทธิ์ และค่าเสียหาย เนื่องจากกระบวนการที่ยุ่งยาก ซับซ้อนและมีค่าใช้จ่ายสูง ซึ่งส่งผลให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่ตกอยู่ในฐานะเสียเปรียบ และไม่ได้รับความเป็นธรรม แม้การปกครองส่วนท้องถิ่นที่ได้รับการแต่งตั้งให้มีอำนาจหน้าที่ในการปฏิบัติงานตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคในเขตพื้นที่ของตนก็ตาม

3. เสนอแนะการพัฒนาและส่งเสริมให้หน่วยงานท้องถิ่น เป็นศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภค เพื่อให้ประชาชนได้รับความคุ้มครองอย่างมีระบบ มีการพัฒนามาตรการทางกฎหมายเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคระดับท้องถิ่น เน้นการปรับปรุงกฎหมายให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล เพิ่มกลไกการรับเรื่องราวร้องเรียนและแก้ไขปัญหาให้รวดเร็ว จัดตั้งกองทุนเยียวยาความเสียหายในท้องถิ่นโดยเฉพาะจากอาชญากรรมออนไลน์ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคประชาสังคมและเครือข่ายผู้บริโภคและพัฒนาฐานข้อมูลเพื่อนำไปสู่การปรับปรุงนโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคที่ทันต่อสถานการณ์

### เอกสารอ้างอิง

- คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. (2562). รายงานประจำปีสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค.
- ชาญชัย แสวงศักดิ์. (2560). กฎหมายผู้บริโภคไทย: หลักการและปัญหา. กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์นิติธรรม.
- ณัฐวรรณ เจริญรัตนพรชัย. (2565). มาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภคจากการโฆษณาที่แฝงมาในรูปของบทวิจารณ์สินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต. (นิตยสารกรมทนาย). คณะนิติศาสตร์ กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธีรยุทธ บุญมี. (2559). การคุ้มครองผู้บริโภคในระดับท้องถิ่น: ปัญหาและแนวทางแก้ไข. วารสารนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 45(3), 112-135.
- ประภัสสร เทพชาตรี. (2561). กฎหมายและสิทธิผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ยุพิน แสงทอง. (2565). การพัฒนากลไกการคุ้มครองผู้บริโภคเชิงพื้นที่. เชียงใหม่ ศูนย์วิจัยกฎหมายและสังคม. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- รัชติ สุทธิศักดิ์. (2563). บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการคุ้มครองผู้บริโภค. วารสารการปกครองท้องถิ่น, 14(2), 55-78.
- วิมาน กฤตพลวิมาน. (2560). “การคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทย” ในเอกสารการสอนชุดวิชาการ คุ้มครองผู้บริโภคและกฎหมายเกี่ยวกับการแข่งขันทางการค้า เล่มที่ 1 หน่วยที่ 1. นนทบุรี: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. (2564). คู่มือสิทธิผู้บริโภคและการร้องเรียน. กรุงเทพมหานคร สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค.
- อรสา เบญจจรัสวงศ์. (2560). การคุ้มครองผู้บริโภคจากการปลอมราคาเพื่อขาย. (วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต). คณะนิติศาสตร์ กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.



อนุชา เกียรติธนวิทย์. (2562). การบังคับใช้กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค: ปัญหาและข้อเสนอแนะ. *วารสารนิติศาสตร์ปริทัศน์*, 9(1), 89-107.