

## สรุป

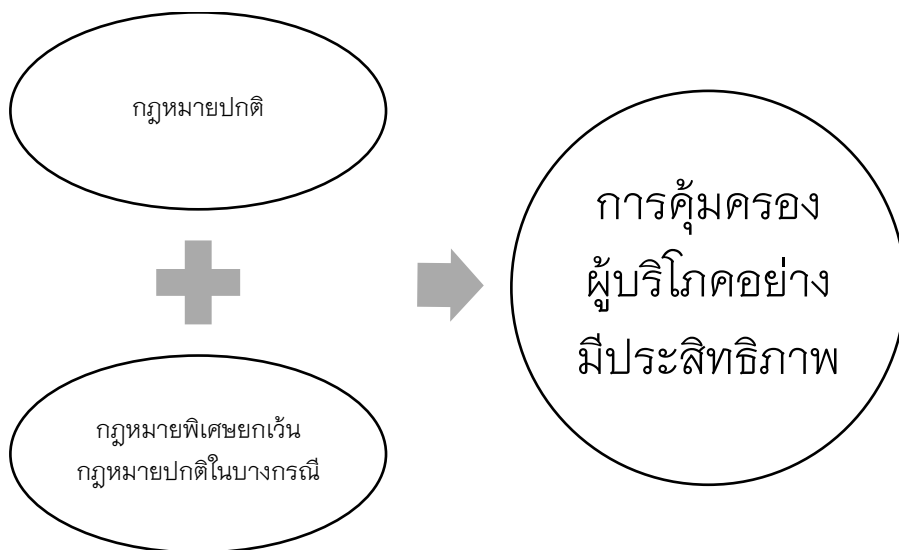
# หลักกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

1. ภาพกว้าง
2. พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 ในฐานะกฎหมายกลาง

## 1. กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคในภาพกว้าง

### 1.1 แนวคิดพื้นฐาน

ในชีวิตประจำวัน บุคคลย่อมมีการบริโภคสินค้าหรือบริการเป็นปกติ ซึ่งอาจจะเจอสินค้าและบริการที่ดีมีคุณภาพบ้าง ด้อยคุณภาพบ้าง ไม่ตรงตามที่โฆษณา หรือมีการบิดบังข้อมูล หรือมีการทำสัญญาสำเร็จรูปเอาเปรียบผู้บริโภคบ้าง ดังนั้น รัฐจึงต้องมีกฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภค



**การคุ้มครองผู้บริโภคภายใต้กฎหมายปกติ** รัฐมีกฎหมายทั่วไปในกรณีดังต่อไปนี้

หากผู้บริโภคไม่ได้รับสินค้าหรือบริการที่เป็นไปตามที่ตกลง อาจดำเนินการให้ผู้ประกอบธุรกิจรับผิดชอบตามกฎหมาย หากได้รับอันตรายจากการบริโภคสินค้าหรือบริการ ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างผู้บริโภคและผู้ประกอบธุรกิจย่อมเป็นความสัมพันธ์ในทางละเมิดตามประมวลกฎหมายแพ่งและ

พาณิชย์ หากการกระทำนั้นมีลักษณะเป็นการกระทำผิดในทางอาญา ผู้ประกอบธุรกิจอาจต้องรับผิดชอบในทางอาญา เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม หลักกฎหมายแพ่งนั้นตั้งอยู่ความเสมอภาคและเสรีภาพในการแสดงเจตนา ผู้ประกอบธุรกิจจึงมักอาศัยความเสียเปรียบในด้านต่าง ๆ ของผู้บริโภค มาทำเป็นสัญญายกเว้นความรับผิดชอบต่าง ๆ

ภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เกิดยุคสังคมนิยมของการบริโภค ทำให้เกิดอำนาจทางการตลาดของผู้ประกอบธุรกิจ มีผู้ประกอบธุรกิจข้ามชาติ สินค้าและบริการก็มีความหลากหลายซับซ้อน กฎหมายทั่วไปจึงไม่เพียงพอหรือมีประสิทธิภาพไม่เหมาะสมอีกต่อไป

## 1.2 พัฒนาการของกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคในไทย

- ประเทศไทยมีกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคมานานแล้ว โดยออกกฎหมายเป็นเรื่อง ๆ ทยอยนับ

- พ.ศ.2522 มีการตราพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 เป็นกฎหมายทั่วไปในการคุ้มครองผู้บริโภค ทำให้เกิดมาตรการทั่วไป อย่างไรก็ตาม ก็ยังคงมีการตรากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคเป็นเรื่อง ๆ จนถึงปัจจุบัน

## 1.3 ขอบเขตและลักษณะของกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค

ประเทศไทยมีกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคจำนวนมาก ครอบคลุมกฎหมายหลายด้าน พอจัดเป็นกลุ่มได้เป็น กฎหมายที่มีเจตนารมณ์คุ้มครองผู้บริโภคโดยตรง และกฎหมายที่มีเจตนารมณ์เพื่อการอื่นแต่มีผลเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคด้วย

### 1.3.1 กฎหมายที่มีเจตนารมณ์คุ้มครองผู้บริโภคโดยตรง

กฎหมายที่มีเจตนารมณ์คุ้มครองผู้บริโภคโดยตรง ยังแยกได้เป็นกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคเป็นการทั่วไป และกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคเฉพาะเรื่อง

#### 1.3.1.1 กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคเป็นการทั่วไป

- พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522
- พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ.2542
- พระราชบัญญัติวิธีพิจารณาดีผู้บริโภค พ.ศ.2551

### 1.3.1.2 กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคเฉพาะเรื่อง

- พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.2522
- พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2558
- พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม
- พระราชบัญญัติธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ.2544
- พระราชบัญญัติขายตรงและการตลาดแบบตรง พ.ศ.2545

### 1.3.2 กฎหมายที่มีเจตนารมณ์เพื่อการอย่างอื่นแต่มีผลเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคด้วย

พระราชบัญญัติจัดสรรที่ดิน พ.ศ.2543

พระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ.2522

พระราชบัญญัติเกี่ยวกับการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2542

พระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจสถาบันการเงิน พ.ศ.2551

พระราชบัญญัติการประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ.2544

พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ.2551

## 3. พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522

### 3.1 เหตุผลในการประกาศใช้ สรุปลงได้ ดังนี้

(1) ผู้ประกอบธุรกิจการค้าและผู้ประกอบธุรกิจโฆษณาได้นำวิชาการในทางการตลาดและทางการโฆษณามาใช้ในการส่งเสริมการขายสินค้าและบริการ ซึ่งการกระทำดังกล่าวทำให้ผู้บริโภคตกอยู่ในฐานะที่เสียเปรียบ เพราะผู้บริโภคไม่อยู่ในฐานะที่ทราบภาวะตลาด และความจริงที่เกี่ยวกับคุณภาพและราคาของสินค้าและบริการต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้องทันท่วงที

(2) ในบางกรณีแม้จะมีกฎหมายให้ความคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคโดยการกำหนดคุณภาพและราคาของสินค้าและบริการอยู่แล้วก็ตาม แต่การที่ผู้บริโภคแต่ละรายจะไปฟ้องร้องดำเนินคดีกับผู้ประกอบธุรกิจการค้าหรือผู้ประกอบธุรกิจโฆษณาเมื่อมีการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค

ย่อมจะเสียเวลาและค่าใช้จ่ายเป็นการไม่คุ้มค่า และผู้บริโภคจำนวนมากไม่อยู่ในฐานะที่จะเสียเวลาและเสียค่าใช้จ่ายในการดำเนินคดีได้

(3) ในบางกรณีก็ไม่อาจระงับหรือยับยั้งการกระทำที่จะเกิดความเสียหายแก่ผู้บริโภคได้ทันเวลาที่

### 3.2 ขอบเขตการบังคับใช้

#### 3.2.1 เป็นกฎหมายกลาง

- มุ่งคุ้มครองผู้บริโภคเป็นการทั่วไป ต่างจากกฎหมายฉบับอื่นที่มุ่งคุ้มครองผู้บริโภคเฉพาะเรื่อง

- กรณีกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคเฉพาะเรื่องกำหนดหลักเกณฑ์ไว้เป็นการเฉพาะแล้วก็บังคับตามนั้น (มาตรา 21)

#### 3.2.2 กลไกและมาตรการในการคุ้มครองผู้บริโภค

##### 3.2.2.1 โครงสร้างของกฎหมาย ประกอบด้วย 4 หมวด

หมวด 1 คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

หมวด 2 การคุ้มครองผู้บริโภค

ส่วนที่ 1 การคุ้มครองผู้บริโภคในด้านการโฆษณา

ส่วนที่ 1/1 การคุ้มครองผู้บริโภคในด้านความปลอดภัย

ส่วนที่ 2 การคุ้มครองผู้บริโภคในด้านฉลาก

ส่วนที่ 2 ทวิ การคุ้มครองผู้บริโภคในด้านสัญญา

ส่วนที่ 3 การคุ้มครองผู้บริโภคโดยประการอื่น

หมวด 3 การอุทธรณ์

หมวด 4 บทกำหนดโทษ

##### 3.2.2.2 การรับรองสิทธิของผู้บริโภค

มาตรา 4 บัญญัติว่า

“ผู้บริโภคมีสิทธิได้รับความคุ้มครองดังต่อไปนี้

(1) สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ

(2) สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ

(3) สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ

(3 ทวิ) สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา

(4) สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย

ทั้งนี้ ตามที่กฎหมายว่าด้วยการนั้น ๆ หรือพระราชบัญญัติบัญญัติไว้

(1) สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ

สิทธินี้เป็นสิทธิในการได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณาหรือแสดงฉลาก โดยต้องมีข้อมูลอย่างเพียงพอต่อการตัดสินใจ ไม่ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบธุรกิจ

(2) สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ

สิทธิในการเลือกหาสินค้าหรือบริการโดยอิสระ มิใช่ถูกบังคับหรือถูกจูงใจอันไม่เป็นธรรมจากผู้ประกอบธุรกิจ หากผู้ประกอบธุรกิจฝ่าฝืน ย่อมเป็นการละเมิดต่อสิทธิผู้บริโภค

(3) สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ

สิทธินี้เป็นสิทธิในการที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าและบริการ อันได้แก่ สิทธิที่จะได้รับสินค้าและบริการที่ปลอดภัย มีคุณภาพได้มาตรฐาน เหมาะสมกับประโยชน์ที่พึงจะได้รับ ไม่ก่อให้เกิดอันตรายแก่ชีวิตร่างกาย สุขภาพอนามัย หรือทรัพย์สิน หากผู้บริโภคสินค้าหรือรับบริการได้ดำเนินการตามคำแนะนำหรือใช้ความระมัดระวังตามสภาพของสินค้าหรือบริการแล้ว หากเกิดความเสียหาย ผู้บริโภคย่อมได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย

(4) สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา

เป็นสิทธิที่จะไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบจากผู้ประกอบธุรกิจ แม้โดยหลักทั่วไปแล้ว ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคและผู้ประกอบธุรกิจจะตั้งอยู่บนความเสมอภาคและเสรีภาพในการแสดงเจตนาก็ตาม ดังนั้น ผู้บริโภคย่อมได้รับความคุ้มครองจากสัญญาใดที่ไม่เป็นธรรม

### (5) สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย

เป็นสิทธิที่จะโต้แย้งคัดค้านสินค้าและบริการของผู้ประกอบธุรกิจและได้รับการพิจารณาจากองค์กรของรัฐที่เกี่ยวข้อง และมีสิทธิที่จะได้รับการชดเชยความเสียหายจากการกระทำละเมิดสิทธิของผู้บริโภค

จากสิทธิทั้ง 5 ประการ จะพบว่า (1) พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคฯ มีลักษณะเป็นกฎหมายทั่วไปในการคุ้มครองผู้บริโภค (2) เป็นการกำหนดสิทธิแก่ผู้บริโภคซึ่งในเวลาเดียวกันก็เป็นการกำหนดหน้าที่ผู้ประกอบธุรกิจ (3) จากลักษณะของสิทธิดังกล่าว เป็นลักษณะทั้งเป็นสิทธิในการป้องกันการละเมิดและสิทธิในการได้รับการเยียวยาในกรณีที่มีการละเมิดสิทธิดังกล่าว

## 3.3 องค์กรในการคุ้มครองผู้บริโภค

นอกจากการรับรองสิทธิผู้บริโภคแล้ว กฎหมายยังกำหนดให้มีองค์กรในการคุ้มครองผู้บริโภค ทั้งที่เป็นองค์กรรัฐ และยังรับรององค์กรเอกชนด้วย

### 3.3.1 คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (คคบ.)

เป็นองค์กรที่มีอำนาจหน้าที่ในเชิงนโยบาย และมีอำนาจหน้าที่เฉพาะเรื่องที่สำคัญ

#### (1) โครงสร้างคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

1. นายกรัฐมนตรีเป็นประธานกรรมการ
2. กรรมการโดยตำแหน่ง ได้แก่ ปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี ปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ปลัดกระทรวงคมนาคม ปลัดกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ปลัดกระทรวงพาณิชย์ ปลัดกระทรวงมหาดไทย ปลัดกระทรวงสาธารณสุข ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม

3. ผู้ทรงคุณวุฒิอีกไม่เกิน 8 คนซึ่งคณะรัฐมนตรีแต่งตั้งตามหลักเกณฑ์ที่รัฐมนตรีกำหนด โดยต้องมีผู้แทนที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านการคุ้มครองผู้บริโภคจากภาควิชาการ ภาคประชาชน และภาคผู้ประกอบการ อย่างน้อยภาคละสองคน เป็นกรรมการ

4. เลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นกรรมการและเลขานุการ

## (2) อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค นอกจากมีอำนาจทั่วไปแล้ว ในที่นี้ ขอยกเฉพาะอำนาจหน้าที่เฉพาะเรื่องซึ่งมีความสำคัญ ได้แก่

1. พิจารณาเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคที่ได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหายอันเนื่องมาจากการกระทำของผู้ประกอบธุรกิจ (มาตรา 10(1))

โดยอำนาจดังกล่าว กฎหมายบัญญัติให้คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีอำนาจสั่งให้บุคคลหนึ่งบุคคลใดส่งเอกสารหรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่มีผู้ร้องทุกข์หรือเรื่องอื่นใดที่เกี่ยวกับการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคมาพิจารณาได้ ในการนี้จะเรียกบุคคลที่เกี่ยวข้องมาชี้แจงด้วยก็ได้ (มาตรา 17) ทั้งนี้ คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคต้องให้โอกาสแก่ผู้ถูกกล่าวหาหรือสงสัยว่ากระทำการอันเป็นการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค เพื่อชี้แจงข้อเท็จจริงและแสดงความคิดเห็นตามสมควร เว้นแต่ในกรณีที่จำเป็นและเร่งด่วน (มาตรา 18)

2. ดำเนินคดีเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคที่คณะกรรมการเห็นสมควรหรือมีผู้ร้องขอ (มาตรา 10(7))

อำนาจหน้าที่เป็นเรื่องที่สำคัญมาก มาตรา 39 วรรคหนึ่ง บัญญัติว่า

“ในกรณีที่คณะกรรมการเห็นสมควรเข้าดำเนินคดีเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค หรือเมื่อได้รับคำร้องขอจากผู้บริโภคที่ถูกละเมิดสิทธิ ซึ่งคณะกรรมการเห็นว่า การดำเนินคดีนั้นจะเป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภคเป็นส่วนรวม คณะกรรมการมีอำนาจแต่งตั้งพนักงานอัยการ โดยความเห็นชอบของอธิบดีกรมอัยการ หรือข้าราชการในสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งมีคุณวุฒิไม่ต่ำกว่าปริญญาตรีทางนิติศาสตร์ เป็นเจ้าหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้มีหน้าที่ดำเนินคดีแพ่งและคดีอาญาแก่ผู้กระทำการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคในศาล และเมื่อคณะกรรมการได้แจ้งไปยังกระทรวงยุติธรรมเพื่อแจ้งให้ศาลทราบแล้ว ให้เจ้าหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภคมีอำนาจดำเนินคดีตามที่คณะกรรมการมอบหมายได้”

กรณีเป็นการเยียวยาสิทธิผู้บริโภคที่ถูกละเมิด หากไม่มีกลไกในการเยียวยา ก็จะทำให้สิทธิผู้บริโภคที่มีการรับรองไม่เป็นประโยชน์

อำนาจหน้าที่นี้ คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคสามารถดำเนินการแทนผู้บริโภคได้ ทำให้เกิดประโยชน์ต่อภาพรวมในการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นอย่างมาก เพราะหลายเรื่องที่ไม่มีการเยียวยา เพราะผู้บริโภคมักจะเห็นว่าเป็นเรื่องเสียเวลาและเสียค่าใช้จ่ายไม่คุ้มกับสิ่งที่ได้รับการเยียวยา และก็ไม่เป็นที่แน่นอนว่าจะได้รับการเยียวยาจากการดำเนินคดีเต็มตามความเสียหาย

3. โกล่เกลี่ยหรือประนีประนอมข้อพิพาทเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคตามที่ผู้บริโภคและผู้ประกอบธุรกิจตกลงกันก่อนมีการฟ้องคดีต่อศาล (มาตรา 10(1/1))

4. พิจารณาวินิจฉัยการอุทธรณ์คำสั่งของคณะกรรมการเฉพาะเรื่อง (มาตรา 10(4))

นอกกฎหมายจะกำหนดให้มีคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคแล้ว มาตรา 14 ยังกำหนดให้มีคณะกรรมการเฉพาะเรื่องอีก 4 คณะ ได้แก่

คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา คณะกรรมการว่าด้วยความปลอดภัยของสินค้าและบริการ คณะกรรมการว่าด้วยฉลาก และ คณะกรรมการว่าด้วยสัญญา ซึ่งคณะกรรมการ 4 ชุดนี้ มีอำนาจหน้าที่ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคฯ เฉพาะเรื่องที่บัญญัติไว้ ซึ่งอาจออกคำสั่งใด ๆ อันมีผลกระทบต่อสิทธิของผู้ประกอบธุรกิจได้ ในกรณีที่ผู้ประกอบธุรกิจไม่เห็นด้วยกับคำสั่งดังกล่าว สามารถอุทธรณ์ต่อคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคต่อไป

4. อำนาจในการ กำหนดแนวทางการแจ้งหรือโฆษณาข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่อาจกระทบต่อสิทธิของผู้บริโภคหรืออาจก่อให้เกิดความเสียหายหรือเสื่อมเสียแก่สิทธิของผู้บริโภค (มาตรา 10(3))

5. อำนาจในการรับรองสมาคมและมูลนิธิ (มาตรา 10(8))

นอกจากองค์กรรัฐแล้ว กฎหมายนี้ยังบัญญัติให้มีองค์กรเอกชนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภคด้วย แต่ทั้งนี้ตามที่กฎหมายบัญญัติไว้ โดยจะต้องได้รับการรับรองจากคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคด้วย

มาตรา 40 บัญญัติว่า “สมาคมและมูลนิธิที่มีวัตถุประสงค์ในการคุ้มครองผู้บริโภคหรือต่อต้านการแข่งขันอันไม่เป็นธรรมทางการค้า และข้อบังคับของสมาคมและมูลนิธิดังกล่าวในส่วนที่เกี่ยวกับคณะกรรมการ สมาชิก และวิธีการดำเนินการของสมาคมและมูลนิธิเป็นไป



ตามเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวง สมาคมและมูลนิธินั้นอาจยื่นคำขอให้คณะกรรมการรับรองเพื่อให้  
สมาคมและมูลนิธินั้นมีสิทธิและอำนาจฟ้องตามมาตรา 41 ได้”

#### 6. อำนาจเปรียบเทียบความผิดตามกฎหมายนี้

มาตรา 62 บัญญัติว่า “บรรดาความผิดตามพระราชบัญญัตินี้มีโทษ  
ปรับสถานเดียว หรือเป็นความผิดที่มีโทษปรับหรือมีโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี ให้คณะกรรมการมีอำนาจ  
เปรียบเทียบได้ และในการนี้ ให้คณะกรรมการมีอำนาจมอบหมายให้คณะกรรมการเฉพาะเรื่องหรือ  
คณะอนุกรรมการ พนักงานสอบสวน พนักงานเจ้าหน้าที่ หรือเจ้าพนักงานท้องถิ่น ดำเนินการ  
เปรียบเทียบได้ โดยจะกำหนดหลักเกณฑ์ในการเปรียบเทียบหรือเงื่อนไขประการใด ๆ ให้แก่ผู้ได้รับ  
มอบหมายตามที่เห็นสมควรด้วยก็ได้”

เป็นการเปรียบเทียบความผิดตามกฎหมายอาญา เมื่อเปรียบเทียบ  
แล้ว สิทธิในการฟ้องคดีอาญาเป็นอันระงับไป

### (3) การมอบหมายการปฏิบัติหน้าที่ให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครอง ผู้บริโภค

กฎหมายฉบับนี้ บัญญัติให้มีการจัดตั้งสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครอง  
ผู้บริโภค (สคบ.) ขึ้นในสำนักนายกรัฐมนตรี และให้มีอำนาจหน้าที่ต่าง ๆ ตามมาตรา 20 แต่นอกจาก  
หน้าที่ตามที่กฎหมายกำหนดไว้เฉพาะแล้ว มาตรา 20(7) ยังบัญญัติให้ สคบ. ปฏิบัติการอื่นใดตามที่  
คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคหรือหรือคณะกรรมการเฉพาะเรื่องมอบหมายอีกด้วย

อย่างไรก็ตาม คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคไม่อาจมอบหมายอำนาจหน้าที่  
เฉพาะที่เป็นของคณะกรรมการได้

### 3.3.2 คณะกรรมการเฉพาะเรื่อง

มาตรา 14 ให้มีคณะกรรมการเฉพาะเรื่อง ได้แก่ คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา  
คณะกรรมการว่าด้วยความปลอดภัยของสินค้าและบริการ คณะกรรมการว่าด้วยฉลาก และ  
คณะกรรมการว่าด้วยสัญญา

#### 3.3.2.1 คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา

การคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณา มีบทบัญญัติตั้งแต่มาตรา 22-29

##### (1) การคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณา

การคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณา แบ่งออกเป็น 2 เรื่อง ได้แก่ การคุ้มครองผู้บริโภคต่อการโฆษณาที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค และ วิธีการโฆษณาที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค

(ก) การคุ้มครองผู้บริโภคต่อการโฆษณาที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค มาตรา 22 บัญญัติว่า

“การโฆษณาจะต้องไม่ใช่ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ทั้งนี้ ไม่ว่าข้อความดังกล่าวนั้นจะเป็นข้อความที่เกี่ยวกับแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ หรือลักษณะของสินค้าหรือบริการ ตลอดจนการส่งเสริม การจัดหา หรือการใช้สินค้าหรือบริการ

ข้อความดังต่อไปนี้ ถือว่าเป็นข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม

- (1) ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง
  - (2) ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการไม่ว่าจะกระทำโดยใช้หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการ สถิติ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันไม่เป็นความจริงหรือเกินความจริง หรือไม่ก็ตาม
  - (3) ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมายหรือศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ
  - (4) ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน
  - (5) ข้อความอย่างอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง
- ข้อความที่ใช้ในการโฆษณาที่บุคคลทั่วไปสามารถรู้ได้ว่าเป็นข้อความที่ไม่อาจเป็นความจริงได้โดยแน่แท้ ไม่เป็นข้อความที่ต้องห้ามในการโฆษณาตาม (1)”

(ข) วิธีการโฆษณาที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค มาตรา 23 บัญญัติว่า “การโฆษณาจะต้องไม่กระทำด้วยวิธีการอันอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ ร่างกายหรือจิตใจ หรืออันอาจก่อให้เกิดความรำคาญแก่ผู้บริโภค ทั้งนี้ ตามที่กำหนดในกฎกระทรวง” เช่น การโฆษณา

ด้วยป้ายขนาดใหญ่ที่อาจพังลงมาเป็นอันตราย การโทรศัพท์มาโฆษณาสินค้าและบริการที่ไม่เหมาะสม  
ก่อความเดือดร้อนรำคาญต่อผู้บริโภค เป็นต้น

## (2) การดำเนินการของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา

การดำเนินการของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา แบ่งเป็นการ  
กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจมีการให้ข้อมูลที่ชัดเจนเพิ่มขึ้นแก่ผู้บริโภค และการดำเนินการต่อการ  
โฆษณาที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค

(ก) การกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจมีการให้ข้อมูลที่  
ชัดเจนเพิ่มขึ้นแก่ผู้บริโภค

### มาตรา 24 บัญญัติว่า

“ในกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นว่าสินค้าใด  
อาจเป็นอันตรายแก่ผู้บริโภคและคณะกรรมการว่าด้วยฉลากได้กำหนดให้สินค้านั้นเป็นสินค้าที่ควบคุม  
ฉลากตามมาตรา 30 ให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามีอำนาจออกคำสั่งดังต่อไปนี้

(1) กำหนดให้การโฆษณานั้นต้องกระทำไปพร้อมกับ  
คำแนะนำหรือคำเตือนเกี่ยวกับวิธีใช้หรืออันตราย ...”

### มาตรา 25 บัญญัติว่า

“ในกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นว่าสินค้าหรือ  
บริการใดผู้บริโภคจำเป็นต้องทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสภาพ ฐานะ และรายละเอียดอย่างอื่น  
เกี่ยวกับผู้ประกอบการด้วย คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามีอำนาจกำหนดให้การโฆษณาสินค้า  
หรือบริการนั้นต้องให้ข้อเท็จจริงดังกล่าวตามที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณากำหนดได้”

### มาตรา 26 บัญญัติว่า

“ในกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นว่าข้อความ  
ในการโฆษณาโดยทางสื่อโฆษณาใด สมควรแจ้งให้ผู้บริโภคทราบว่าข้อความนั้นเป็นข้อความที่มี  
ความมุ่งหมายเพื่อการโฆษณา คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามีอำนาจกำหนดให้การโฆษณาโดย  
ทางสื่อโฆษณานั้นต้องมีถ้อยคำชี้แจงกำกับให้ประชาชนทราบว่าข้อความดังกล่าวเป็นการโฆษณาได้  
...”

ผู้บริโภค

(ข) การดำเนินการต่อการโฆษณาที่ไม่เป็นธรรมต่อ

### มาตรา 27 บัญญัติว่า

“ในกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นว่าการโฆษณาใดฝ่าฝืนมาตรา 22 มาตรา 23 มาตรา 24 (1) หรือมาตรา 25 ให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามีอำนาจออกคำสั่งอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างดังต่อไปนี้

- (1) ให้แก้ไขข้อความหรือวิธีการในการโฆษณา
- (2) ห้ามการใช้ข้อความบางอย่างที่ปรากฏในการโฆษณา
- (3) ห้ามการโฆษณาหรือห้ามใช้วิธีการนั้นในการโฆษณา
- (4) ให้โฆษณาเพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดของผู้บริโภคที่อาจ

เกิดขึ้นแล้วตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณากำหนด

(ค) การให้ความเห็นแก่ผู้ประกอบการธุรกิจ

### มาตรา 29 บัญญัติว่า

“ผู้ประกอบการธุรกิจผู้ใดสงสัยว่าการโฆษณาของตนจะเป็นการฝ่าฝืนหรือไม่เป็นไปตามพระราชบัญญัตินี้ ผู้ประกอบการธุรกิจผู้นั้นอาจขอให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาพิจารณาให้ความเห็นในเรื่องนั้นก่อนทำการโฆษณาได้ ในกรณีนี้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาจะต้องให้ความเห็นและแจ้งให้ผู้ขอทราบภายในสามสิบวันนับแต่วันที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาได้รับคำขอ ถ้าไม่แจ้งภายในกำหนดระยะเวลาดังกล่าว ให้ถือว่าคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาให้ความเห็นชอบแล้ว

.....

การให้ความเห็นของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาตามวรรคหนึ่ง มิถือว่าเป็นการตัดอำนาจของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาที่จะพิจารณาวินิจฉัยใหม่เป็นอย่างอื่นเมื่อมีเหตุอันสมควร

การใดที่ได้กระทำไปตามความเห็นของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาที่ให้ตามวรรคหนึ่ง มิให้ถือว่าการกระทำนั้นเป็นความผิดทางอาญา”

### 3.3.2.2 คณะกรรมการว่าด้วยฉลาก มีบทบัญญัติตั้งแต่มาตรา 30 – 35

#### (1) การควบคุมฉลาก

“ฉลาก” หมายความว่า รูป รอยประดิษฐ์ กระดาษหรือสิ่งอื่นใดที่ทำให้ปรากฏข้อความเกี่ยวกับสินค้าซึ่งแสดงไว้ที่สินค้าหรือภาชนะบรรจุหรือหีบห่อบรรจุสินค้า หรือ สอดแทรกหรือรวมไว้กับสินค้าหรือภาชนะบรรจุหรือหีบห่อบรรจุสินค้า และหมายความรวมถึงเอกสาร หรือคู่มือสำหรับใช้ประกอบกับสินค้า ป้ายที่ติดตั้งหรือแสดงไว้ที่สินค้าหรือภาชนะบรรจุหรือหีบห่อ บรรจุสินค้านั้น

#### (ก) การกำหนดให้สินค้าใดเป็นสินค้าที่ควบคุมฉลาก

สินค้าที่เป็นสินค้าควบคุมฉลาก ได้แก่

#### - สินค้าที่ควบคุมฉลากตามกฎหมาย

มาตรา 30 วรรคหนึ่ง บัญญัติว่า

“ให้สินค้าที่ผลิตเพื่อขายโดยโรงงานตามกฎหมายว่าด้วย โรงงานและสินค้าที่สั่งหรือนำเข้ามาราชอาณาจักรเพื่อขายเป็นสินค้าที่ควบคุมฉลาก”

กรณีนี้ สินค้าตามที่กฎหมายกำหนดดังกล่าว ย่อมเป็นสินค้าที่ กฎหมายกำหนดให้เป็นสินค้าควบคุมฉลากโดยตรงตามกฎหมาย

#### - สินค้าที่คณะกรรมการว่าด้วยฉลากกำหนด

มาตรา 30 วรรคสาม บัญญัติว่า

“ในกรณีที่ปรากฏว่ามีสินค้าที่อาจก่อให้เกิดอันตรายแก่ สุขภาพ ร่างกาย หรือจิตใจ เนื่องในการใช้สินค้าหรือโดยสภาพของสินค้านั้น หรือมีสินค้าที่ประชาชน ทั่วไปใช้เป็นประจำ ซึ่งการกำหนดฉลากของสินค้านั้นจะเป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภค ในการที่จะ ทราบข้อเท็จจริงในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้านั้น แต่สินค้านั้นดังกล่าวไม่เป็นสินค้าที่ควบคุมฉลากตาม วรรคหนึ่ง ให้คณะกรรมการว่าด้วยฉลากมีอำนาจกำหนดให้สินค้านั้นเป็นสินค้าที่ควบคุมฉลากได้ โดย ประกาศในราชกิจจานุเบกษา”

จากบัญญัติดังกล่าว มีหลักเกณฑ์ในการกำหนด คือ

1. ไม่เป็นสินค้าที่ควบคุมฉลากโดยกฎหมายโดยตรง

2. แต่เนื่องจาก

(ก) สินค้านั้นในการใช้สินค้าหรือโดยสภาพของ

สินค้านั้น หรือ

(ข) สินค้านั้นเป็นสินค้าที่ประชาชนทั่วไปใช้เป็นประจำ

ซึ่งอาจก่อให้เกิดอันตรายแก่สุขภาพ ร่างกาย หรือจิตใจ และ

3. การกำหนดฉลากของสินค้านั้นจะเป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภค

ในการที่จะทราบข้อเท็จจริงในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้านั้น

(ข) ลักษณะฉลากของสินค้าที่ควบคุมฉลาก

มาตรา 31 บัญญัติว่า

“ฉลากของสินค้าที่ควบคุมฉลาก จะต้องมีลักษณะดังต่อไปนี้

(1) ใช้ข้อความที่ตรงต่อความจริงและไม่มีข้อความที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้า

(2) ต้องระบุข้อความดังต่อไปนี้

(ก) ชื่อหรือเครื่องหมายการค้าของผู้ผลิตหรือของผู้

นำเข้าเพื่อขาย แล้วแต่กรณี

(ข) สถานที่ผลิตหรือสถานที่ประกอบธุรกิจนำเข้า

แล้วแต่กรณี

(ค) ระบุข้อความที่แสดงให้เห็นได้ว่าสินค้านั้นคือ

อะไร ในกรณีที่เป็นสินค้านำเข้าให้ระบุชื่อประเทศที่ผลิตด้วย

(3) ต้องระบุข้อความอันจำเป็น ได้แก่ ราคา ปริมาณ วิธีใช้

ข้อแนะนำ คำเตือน วัน เดือน ปีที่หมดอายุในกรณีเป็นสินค้าที่หมดอายุได้ หรือกรณีอื่น เพื่อคุ้มครอง

สิทธิของผู้บริโภค ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่คณะกรรมการว่าด้วยฉลากกำหนดโดยประกาศ  
ในราชกิจจานุเบกษา...”

(ค) ผู้มีหน้าที่จัดทำฉลาก

มาตรา 31 วรรคสาม บัญญัติว่า

“ให้ผู้ประกอบธุรกิจซึ่งเป็นผู้ผลิตเพื่อขายหรือผู้ส่งหรือผู้  
นำเข้ามาในราชอาณาจักร เพื่อขายซึ่งสินค้าที่ควบคุมฉลาก แล้วแต่กรณี เป็นผู้จัดทำฉลากก่อน  
ขายและฉลากนั้นต้องมีข้อความดังกล่าวในวรรคหนึ่ง ในการนี้ ข้อความตามวรรคหนึ่ง (2) และ  
(3) ต้องจัดทำตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการว่าด้วยฉลากกำหนด โดยประกาศในราช  
กิจจานุเบกษา”

(2) การดำเนินการของคณะกรรมการว่าด้วยฉลากต่อสินค้าที่

ควบคุมฉลาก

(ก) การดำเนินการกรณีฉลากสินค้าไม่เป็นไปตามที่

กฎหมายกำหนด

มาตรา 33 บัญญัติว่า

“เมื่อคณะกรรมการว่าด้วยฉลากเห็นว่าฉลากใดไม่เป็นไปตาม  
มาตรา 31 คณะกรรมการว่าด้วยฉลากมีอำนาจสั่งให้ผู้ประกอบธุรกิจเลิกใช้ฉลากดังกล่าวหรือ  
ดำเนินการแก้ไขฉลากนั้นให้ถูกต้อง”

(ข) การให้ความเห็นแก่ผู้ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับฉลากที่

ฝ่าฝืนต่อกฎหมาย

มาตรา 34 บัญญัติว่า

“ผู้ประกอบธุรกิจผู้ใดสงสัยว่าฉลากของตนจะเป็นการฝ่าฝืน  
หรือไม่เป็นไปตามมาตรา 31 ผู้ประกอบธุรกิจผู้นั้นอาจขอให้คณะกรรมการว่าด้วยฉลากพิจารณาให้  
ความเห็นในฉลากนั้นก่อนได้ ในกรณีนี้ให้นำมาตรา 29 มาใช้บังคับโดยอนุโลม”

### 3.3.2.3 คณะกรรมการว่าด้วยสัญญา มีบทบัญญัติตามมาตรา 35 ทวิ –

35 นว

เป็นการคุ้มครองผู้บริโภคในเรื่องสัญญาโดยเฉพาะ ซึ่งเป็นจุดที่ผู้ประกอบการธุรกิจใช้เป็นโอกาสเอาเปรียบผู้บริโภคผ่านข้อตกลงโดยอาศัยอำนาจตามกฎหมายเอกชน

ลักษณะเป็นการควบคุมรายการของสัญญาที่เอาเปรียบผู้บริโภคและควบคุมรายการในหลักฐานการรับเงินที่ผู้ประกอบการธุรกิจออกให้ผู้บริโภค เพื่อป้องกันมิให้ผู้ประกอบการธุรกิจปกปิดข้อมูลที่ควรแจ้งแก่ผู้บริโภคในหลักฐานการรับเงินเกี่ยวกับรายละเอียดของการดำเนินการของผู้ประกอบการธุรกิจ

#### (1) การที่ควบคุมสัญญาหรือควบคุมรายการในหลักฐานการรับเงิน

##### (1.1) ธุรกิจที่ควบคุมสัญญา

##### (ก) ลักษณะของธุรกิจที่ควบคุมสัญญา

มาตรา 35 ทวิ วรรคหนึ่ง บัญญัติว่า

“ในการประกอบธุรกิจขายสินค้าหรือให้บริการใด ถ้าสัญญาซื้อขายหรือสัญญาให้บริการนั้นมีกฎหมายกำหนดให้ต้องทำเป็นหนังสือ หรือที่ตามปกติประเพณีทำเป็นหนังสือ คณะกรรมการว่าด้วยสัญญา มีอำนาจกำหนดให้การประกอบธุรกิจขายสินค้าหรือให้บริการนั้นเป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญาได้...”

##### (ข) ลักษณะของสัญญาของธุรกิจที่ควบคุมสัญญา

มาตรา 35 ทวิ วรรคสอง บัญญัติว่า

ในการประกอบธุรกิจที่ควบคุมสัญญา สัญญาที่ผู้ประกอบการธุรกิจทำกับผู้บริโภคจะต้องมีลักษณะดังต่อไปนี้

(1) ใช้ข้อสัญญาที่จำเป็นซึ่งหากมิได้ใช้ข้อสัญญาเช่นนั้น จะทำให้ผู้บริโภคเสียเปรียบผู้ประกอบการธุรกิจเกินสมควร

(2) ห้ามใช้ข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค



ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์ เงื่อนไข และรายละเอียดที่ คณะกรรมการว่าด้วยสัญญากำหนด และเพื่อประโยชน์ของผู้บริโภคเป็นส่วนรวม คณะกรรมการว่าด้วยสัญญาจะให้ผู้ประกอบการธุรกิจจัดทำสัญญาตามแบบที่คณะกรรมการว่าด้วยสัญญา กำหนดก็ได้”

วิธีการในการกำหนดรายการของสัญญานั้น อาจกระทำ ได้ 2 กรณี คือ (ก) ให้ใช้ข้อสัญญาที่จำเป็นหรือห้ามใช้ข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม ตามหลักเกณฑ์ เงื่อนไข และรายละเอียดที่ คณะกรรมการว่าด้วยสัญญากำหนด หรือ (ข) กำหนดแบบของสัญญาขึ้นให้ผู้ ประกอบธุรกิจใช้แบบสัญญานั้น

(ค) ผลทางกฎหมายในกรณีสัญญาไม่เป็นไปตามที่ คณะกรรมการว่าด้วยสัญญากำหนด

กรณีคณะกรรมการว่าด้วยสัญญากำหนดให้ใช้ข้อ สัญญาใด แต่ฝ่าฝืนไม่ใช้ข้อสัญญาดังกล่าว มาตรา 35 ตี ๒ บัญญัติว่า “..ให้ถือว่าสัญญานั้นใช้ข้อ สัญญาดังกล่าวหรือใช้ข้อสัญญาดังกล่าวตามเงื่อนไขนั้น..”

กรณีคณะกรรมการว่าด้วยสัญญากำหนดว่าต้องไม่ใช้ข้อ สัญญาใด แต่ฝ่าฝืนใช้ มาตรา 35 จัตวาบัญญัติว่า “...ถ้าสัญญานั้นใช้ข้อสัญญาดังกล่าว ให้ถือว่า สัญญานั้นไม่มีข้อสัญญาเช่นว่านั้น”

## 1.2 ธุรกิจที่ควบคุมรายการในหลักฐานการรับเงิน

(ก) ลักษณะของธุรกิจที่ควบคุมรายการในหลักฐานการ รับเงิน

มาตรา 35 เบญจ วรรคหนึ่ง บัญญัติว่า

“คณะกรรมการว่าด้วยสัญญา มีอำนาจกำหนดให้การ ประกอบธุรกิจขายสินค้าหรือให้บริการอย่างใดอย่างหนึ่ง เป็นธุรกิจที่ควบคุมรายการในหลักฐานการ รับเงินได้”

(ข) ลักษณะหลักฐานการรับเงินของธุรกิจที่ ควบคุม รายการในหลักฐานการรับเงิน

มาตรา 35 เบญจ วรรคสอง บัญญัติว่า

“ในการประกอบธุรกิจที่ควบคุมรายการในหลักฐานการรับเงิน หลักฐานการรับเงินจะต้องมีลักษณะดังต่อไปนี้

(1) มีรายการและใช้ข้อความที่จำเป็น ซึ่งหากมิได้มีรายการหรือมิได้ใช้ข้อความเช่นนั้นจะทำให้ผู้บริโภคเสียเปรียบผู้ประกอบการ

(2) ห้ามใช้ข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค”

ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์ เงื่อนไข และรายละเอียดที่คณะกรรมการว่าด้วยสัญญากำหนด”

(ค) ผลทางกฎหมายในกรณีหลักฐานการรับเงินของการประกอบธุรกิจที่ควบคุมรายการในหลักฐานการรับเงินไม่เป็นไปตามที่คณะกรรมการว่าด้วยสัญญากำหนด

มาตรา 35 ฉ บัญญัติว่า

“เมื่อคณะกรรมการว่าด้วยสัญญากำหนดให้หลักฐานการรับเงินของการประกอบธุรกิจที่ควบคุมรายการในหลักฐานการรับเงินต้องใช้ข้อความใด หรือต้องใช้ข้อความใด โดยมีเงื่อนไขในการใช้ข้อความนั้นด้วย หรือต้องไม่ใช้ข้อความใดตามมาตรา 35 เบญจ แล้ว ให้นำมาตรา 35 ตริ และมาตรา 35 จัตวา มาใช้บังคับแก่หลักฐานการรับเงินดังกล่าวโดยอนุโลม”

(2) การดำเนินการของคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา

(ก) การดำเนินการกรณีสัญญาหรือรายการในหลักฐานการรับเงินไม่เป็นไปตามที่คณะกรรมการกำหนด

กรณีคณะกรรมการว่าด้วยสัญญามีอำนาจกำหนดให้การประกอบธุรกิจขายสินค้าหรือให้บริการนั้นเป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญา (มาตรา 35 ทวิ) หรือกรณีคณะกรรมการว่าด้วยสัญญามีอำนาจกำหนดให้การประกอบธุรกิจขายสินค้าหรือให้บริการอย่างใดอย่างหนึ่ง เป็นธุรกิจที่ควบคุมรายการในหลักฐานการรับเงิน (มาตรา 35 เบญจ) ผู้ประกอบธุรกิจดังกล่าว ต้องปฏิบัติตามคำสั่งของคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา หากฝ่าฝืน มีผลตามที่กฎหมายบัญญัติโดยอัตโนมัติ

(ข) การให้ความเห็นแก่ผู้ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับแบบสัญญาหรือแบบหลักฐานการรับเงินที่ฝ่าฝืนหรือไม่เป็นไปตามพระราชบัญญัตินี้

มาตรา 35 นว บัญญัติว่า

“ผู้ประกอบธุรกิจผู้ใดสงสัยว่าแบบสัญญาหรือแบบหลักฐานการรับเงินของตนจะเป็นการฝ่าฝืนหรือไม่เป็นไปตามพระราชบัญญัตินี้ ผู้ประกอบธุรกิจผู้นั้นอาจขอให้คณะกรรมการว่าด้วยสัญญาให้ความเห็นในแบบสัญญาหรือแบบหลักฐานการรับเงินนั้นก่อนได้ ในกรณีนี้ให้นำมาตรา 29 มาใช้บังคับโดยอนุโลม”

### 3.3.3 สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นส่วนราชการจัดตั้งขึ้นในสำนักนายกรัฐมนตรี (มาตรา 19 วรรคหนึ่ง) มีเลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีอำนาจหน้าที่ควบคุมดูแลโดยทั่วไปและรับผิดชอบในการปฏิบัติราชการของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (มาตรา 19 วรรคสอง)

สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภคเป็นหน่วยงานส่วนกลางในระดับปฏิบัติการมีหน้าที่สำคัญคือ (มาตรา 20)

(1) รับเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคที่ได้รับความสะดวกหรือเสียหายอันเนื่องมาจากการกระทำของผู้ประกอบธุรกิจ เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการ

(2) ติดตามและสอดส่องพฤติการณ์ของผู้ประกอบธุรกิจ ซึ่งกระทำการใด ๆ อันมีลักษณะเป็นการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค และจัดให้มีการทดสอบหรือพิสูจน์สินค้าหรือบริการใด ๆ ตามที่เห็นสมควรและจำเป็นเพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค

(3) ส่งเสริมและสนับสนุนการมีส่วนร่วมและการรวมตัวกันของผู้บริโภคในการจัดตั้งองค์กรของผู้บริโภค และส่งเสริมองค์กรของผู้บริโภคในการรักษาสีทธิของผู้บริโภคตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค

(4) แจ้งหรือโฆษณาข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่อาจกระทบต่อสิทธิของผู้บริโภคหรืออาจก่อให้เกิดความเสียหายหรือเสื่อมเสียแก่สิทธิของผู้บริโภค โดยจะระบุชื่อสินค้าหรือบริการ หรือชื่อของผู้ประกอบธุรกิจด้วยก็ได้

(5) สนับสนุนหรือทำการศึกษาระยะวิจัยปัญหาเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับสถาบันการศึกษาและหน่วยงานอื่น

(6) ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการศึกษาแก่ผู้บริโภคในทุกระดับการศึกษาเกี่ยวกับความปลอดภัยและอันตรายที่อาจได้รับจากสินค้าหรือบริการ

(7) ดำเนินการเผยแพร่วิชาการ และให้ความรู้และการศึกษาแก่ผู้บริโภค เพื่อสร้างนิสัยในการบริโภคที่เป็นการส่งเสริมพละนามัย ประหยัด และใช้ทรัพยากรของชาติให้เป็นประโยชน์มากที่สุด

(8) ประสานงานกับส่วนราชการหรือหน่วยงานของรัฐที่มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการควบคุม ส่งเสริม หรือกำหนดมาตรฐานของสินค้าหรือบริการ

(9) ปฏิบัติการอื่นใดตามที่คณะกรรมการหรือคณะกรรมการเฉพาะเรื่องมอบหมาย

### 3.4 หน้าที่และความรับผิดชอบของผู้ประกอบธุรกิจ

#### (1) หน้าที่เกี่ยวกับการโฆษณาที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค

ถือเป็นหน้าที่ที่สำคัญอันเป็นเหตุผลในการตรากฎหมายนี้ เพราะผู้บริโภคมักไม่ทราบภาวะตลาดและความจริงเกี่ยวกับสินค้าและบริการต่าง ๆ การโฆษณาจึงเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกสินค้าหรือบริการ อันเกิดการเอาเปรียบกันได้ กฎหมายจึงถือว่ากรณีต่อไปนี้ เป็นการโฆษณาที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคซึ่งผู้ประกอบการมีหน้าที่ต้องไม่กระทำ ได้แก่

##### (1.1) หน้าที่ตามมาตรา 22 และ มาตรา 23

(ก) หน้าที่ที่ต้องไม่โฆษณาด้วยข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม

มาตรา 22 บัญญัติว่า

“การโฆษณาจะต้องไม่ใช้ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ทั้งนี้ ไม่ว่าข้อความดังกล่าวนั้นจะเป็นข้อความที่เกี่ยวกับแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ หรือลักษณะของสินค้าหรือบริการ ตลอดจนการส่งมอบ การจัดหา หรือการใช้สินค้าหรือบริการ

ข้อความดังต่อไปนี้ ถือว่าเป็นข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม

(1) ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง

(2) ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการไม่ว่าจะกระทำโดยใช้หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการ สถิติ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันไม่เป็นความจริงหรือเกินความจริง หรือไม่ก็ตาม

(3) ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมายหรือศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ

(4) ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน

(5) ข้อความอย่างอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

ข้อความที่ใช้ในการโฆษณาที่บุคคลทั่วไปสามารถรู้ได้ว่าเป็นข้อความที่ไม่อาจเป็นความจริงได้โดยแน่แท้ ไม่เป็นข้อความที่ต้องห้ามในการโฆษณาตาม (1)

**(ข) หน้าที่เกี่ยวกับวิธีโฆษณาที่ต้องไม่กระทำด้วยวิธีการอันอาจเป็นอันตราย**

มาตรา 23 บัญญัติว่า

“การโฆษณาจะต้องไม่กระทำด้วยวิธีการอันอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ ร่างกายหรือจิตใจ หรืออันอาจก่อให้เกิดความรำคาญแก่ผู้บริโภค ทั้งนี้ ตามที่กำหนดในกฎกระทรวง”

**(1.2) ความรับผิดชอบที่ไม่ปฏิบัติตามหน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจ และผู้โฆษณา**

**ข้อสังเกต** มาตรา 50 บัญญัติ “ถ้าการกระทำตามมาตรา 47 มาตรา 48 หรือมาตรา 49 เป็นการกระทำของเจ้าของสื่อโฆษณา หรือผู้ประกอบการโฆษณา ผู้กระทำต้องระวางโทษเพียงกึ่งหนึ่งของโทษที่บัญญัติไว้สำหรับความผิดนั้น” ดังนั้น ความรับผิดชอบนี้อาจเป็นกรณีที่ผู้กระทำการโฆษณามิใช่ผู้ประกอบการธุรกิจควบคุมการโฆษณาด้วย แต่กฎหมายให้ผู้กระทำการโฆษณารับโทษเพียงครึ่งหนึ่งของผู้ประกอบการเท่านั้น

(ก) กรณีทำการโฆษณาโดยมีเจตนาทำให้เกิดความเข้าใจผิด ได้แก่การโฆษณาที่ใช้ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง หรือข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการไม่ว่าจะกระทำโดยใช้หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการ สถิติ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันไม่เป็นความจริงหรือเกินความจริง หรือไม่ก็ตาม ตามมาตรา 22 วรรคสอง (1) และ(2)

มาตรา 47 บัญญัติว่า

“ผู้ใดโดยเจตนาก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ ปริมาณ หรือสาระสำคัญประการอื่นอันเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ไม่ว่าจะเป็นอย่างใดของตนเองหรือผู้อื่น โฆษณาหรือใช้ฉลากที่มีข้อความอันเป็นเท็จหรือข้อความที่รู้หรือควรรู้อยู่แล้วว่าอาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดเช่นนั้น ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ถ้าผู้กระทำความผิดตามวรรคหนึ่งกระทำความผิดซ้ำอีก ผู้กระทำต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปีหรือปรับไม่เกินสองแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ”

(ข) กรณีทำการโฆษณาโดยใช้ข้อความที่ก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม หรือใช้วิธีการที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค

มาตรา 48 บัญญัติว่า

“ผู้ใดโฆษณาโดยใช้ข้อความตามมาตรา 22 วรรคสอง (3) หรือ (4) หรือข้อความตามที่กำหนดในกฎกระทรวงที่ออกตามมาตรา 22 วรรคสอง (5) หรือฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามมาตรา 23 ..... ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามเดือนหรือปรับไม่เกินหกหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ”

ได้แก่กรณีดังนี้

- กรณีตามมาตรา 22 วรรคสอง (3) (4) และ (5) กล่าวคือ โฆษณาด้วยความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมายหรือศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ หรือข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน หรือข้อความอย่างอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

- กรณีตามมาตรา 23 คือ การโฆษณาด้วยวิธีการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ ร่างกายหรือจิตใจ หรืออันอาจก่อให้เกิดความรำคาญแก่ผู้บริโภค

(ค) กรณีฝ่าฝืนกฎหมายหรือคำสั่งของคณะกรรมการว่าด้วยการ

โฆษณา

มาตรา 48 บัญญัติว่า

“ผู้ใดโฆษณาโดย...ฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตาม... มาตรา 24 มาตรา 25 หรือมาตรา 26 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามเดือนหรือปรับไม่เกินหกหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ”

มาตรา 49 บัญญัติว่า

“ผู้ใดฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาซึ่งสั่งตามมาตรา 27 หรือมาตรา 28 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ”

- กรณีตามมาตรา 24 คือ ฝ่าฝืนคำสั่งของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา เกี่ยวกับการโฆษณาสินค้าอันเป็นอันตรายแก่ผู้บริโภคซึ่งคณะกรรมการว่าด้วยฉลากได้กำหนดให้สินค้านั้นเป็นสินค้าที่ควบคุมฉลาก

- กรณีตามมาตรา 25 คือ ฝ่าฝืนคำสั่งคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาที่ให้การโฆษณาสินค้าหรือบริการนั้นต้องให้ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสภาพ ฐานะ และรายละเอียดอย่างอื่นเกี่ยวกับผู้ประกอบการกิจด้วย

- กรณีตามมาตรา 26 คือ ฝ่าฝืนคำสั่งคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาที่แจ้งให้ผู้บริโภคทราบข้อความในการโฆษณาโดยทางสื่อโฆษณาใดนั้นเป็นข้อความที่มีความมุ่งหมายเพื่อการโฆษณา

- กรณีตามมาตรา 27 คือ ฝ่าฝืนคำสั่งคณะกรรมการโฆษณาที่สั่งให้แก้ไขข้อความหรือวิธีการโฆษณา หรือห้ามใช้ข้อความบางอย่างที่ปรากฏในโฆษณาหรือห้ามโฆษณาหรือห้ามใช้วิธีการนั้นในการโฆษณา หรือให้โฆษณาเพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดของผู้บริโภค

(ง) กรณีผู้กระทำการโฆษณาไม่สามารถพิสูจน์ได้ว่าข้อความที่ใช้ในการโฆษณาเป็นไปตามที่อ้างอิง

มาตรา 28 วรรคสอง บัญญัติว่า

“ในกรณีที่ผู้กระทำการโฆษณาอ้างอิงรายงานทางวิชาการ ผลการวิจัย สถิติ การรับรองของสถาบันหรือบุคคลอื่นใด หรือยืนยันข้อเท็จจริงอันใดอันหนึ่งในการโฆษณา ถ้าผู้กระทำการโฆษณาไม่สามารถพิสูจน์ได้ว่าข้อความที่ใช้ในการโฆษณาเป็นไปตามที่อ้างอิง คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาอาจออกคำสั่งตามมาตรา 27 ได้ และให้ถือว่าผู้กระทำการโฆษณารู้ หรือควรได้ว่าข้อความนั้นเป็นความจริง”

ซึ่งมาตรา 49 บัญญัติว่า

“ผู้ใดฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาซึ่งสั่งตามมาตรา 27 หรือมาตรา 28 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ”

## (2) หน้าที่และความรับผิดชอบของผู้ประกอบธุรกิจในด้านฉลาก

### (2.1) หน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับสินค้าที่ควบคุมฉลาก

(ก) หน้าที่ในการใช้ข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงและไม่ใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้า (มาตรา 31 วรรคหนึ่ง (1))

(ข) หน้าที่ที่จะต้องระบุข้อความตามที่กฎหมายกำหนด (มาตรา 31 วรรคหนึ่ง (2) และ(3))

(ค) หน้าที่ที่จะไม่ใช้ฉลากที่คณะกรรมการว่าด้วยฉลากสั่งให้เลิกใช้ (มาตรา 33)

(ง) หน้าที่แก้ไขฉลากให้ถูกต้องตามคำสั่งคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก

### (2.2) ความรับผิดชอบกรณีไม่ปฏิบัติตามหน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจ

(ก) คนที่ขายสินค้าที่ควบคุมฉลากโดยไม่มีฉลากหรือมีฉลากแต่ฉลากหรือการแสดงฉลากนั้นไม่ถูกต้อง โดยรู้หรือควรรู้อยู่แล้วว่าการไม่มีฉลากหรือการแสดงฉลากดังกล่าวนั้นไม่ถูกต้องตามกฎหมาย ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ (มาตรา 52 วรรคหนึ่ง) แต่ถ้าผู้กระทำเป็นผู้ผลิตเพื่อขาย หรือผู้ส่งหรือนำเข้ามาราชอาณาจักรเพื่อขาย ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินสองแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ (มาตรา 52 วรรคสอง)



(ข) คนที่ขายสินค้าที่มีฉลากที่คณะกรรมการว่าด้วยฉลากสั่งเลิกใช้ ตามมาตรา 33 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ (มาตรา 52 วรรคหนึ่ง) แต่ถ้าผู้กระทำเป็นผู้ผลิตเพื่อขาย หรือผู้ส่งหรือนำเข้าในราชอาณาจักรเพื่อขาย ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินสองแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ (มาตรา 52 วรรคสอง)

(ค) ผู้ประกอบธุรกิจฝ่าฝืนคำสั่งคณะกรรมการว่าด้วยฉลากที่ให้เลิกใช้ ฉลากหรือไม่แก้ไขฉลากตามที่คณะกรรมการว่าด้วยฉลากสั่งให้แก้ไข ผู้ประกอบธุรกิจนั้น ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ (มาตรา 53)

(ง) กรณีบุคคลได้รับจ้างทำฉลากที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมาย หรือรับจ้างติดตริ่งฉลากที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมายกับสินค้า โดยรู้หรือควรรู้อยู่แล้วว่าฉลากดังกล่าวนั้นไม่ถูกต้องตามกฎหมาย ต้องระวางโทษปรับไม่เกินสองแสนบาท (มาตรา 54)

### (3) หน้าที่และความรับผิดชอบของผู้ประกอบธุรกิจในด้านสัญญา

(3.1) หน้าที่ของผู้ประกอบการในด้านสัญญาและรายการในหลักฐานการรับเงิน

(ก) หน้าที่ในการจัดทำสัญญาให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด (มาตรา 35 ทวิ)

(ข) หน้าที่ในการส่งมอบสัญญาให้แก่ผู้บริโภค (มาตรา 35 อัญญัติ)

#### มาตรา 35 อัญญัติ บัญญัติว่า

“ผู้ประกอบธุรกิจมีหน้าที่ส่งมอบสัญญาที่มีข้อสัญญาหรือมีข้อสัญญา และแบบถูกต้องตามมาตรา 35 ทวิ หรือส่งมอบหลักฐานการรับเงินที่มีรายการและข้อความถูกต้อง ตามมาตรา 35 เบญจ ให้แก่ผู้บริโภคภายในระยะเวลาที่เป็นทางปฏิบัติตามปกติสำหรับการประกอบ ธุรกิจประเภทนั้น ๆ หรือภายในระยะเวลาที่คณะกรรมการว่าด้วยสัญญากำหนด โดยประกาศในราชกิจจานุเบกษาสุดแต่ระยะเวลาใดจะถึงก่อน”

(ค) หน้าที่ในการจัดทำหลักฐานการรับเงินให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด (มาตรา 35 ฉ)

(ง) หน้าที่ในการส่งมอบหลักฐานการรับเงินที่มีรายการและ  
ข้อความที่ถูกต้องให้แก่ผู้บริโภครายในระยะเวลา (มาตรา 35 วรรค 2)

### 3.5 กลไกในการเยียวยาความเสียหาย

#### 3.5.1 กรณีองค์กรของรัฐฟ้องคดีและดำเนินคดีแทนผู้บริโภค

มาตรา 39 บัญญัติว่า

“ในกรณีที่คณะกรรมการเห็นสมควรเข้าดำเนินคดีเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค หรือเมื่อได้รับคำร้องจากผู้บริโภคที่ถูกละเมิดสิทธิ ซึ่งคณะกรรมการเห็นว่า การดำเนินคดีนั้นจะเป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภคเป็นส่วนรวม คณะกรรมการมีอำนาจแต่งตั้งพนักงานอัยการโดยความเห็นชอบของอธิบดีกรมอัยการ หรือข้าราชการในสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคซึ่งมีคุณวุฒิไม่ต่ำกว่าปริญญาตรีทางนิติศาสตร์ เป็นเจ้าหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภคเพื่อให้มีหน้าที่ดำเนินคดีแพ่งและคดีอาญาแก่ผู้กระทำการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคในศาล และเมื่อคณะกรรมการได้แจ้งไปยังกระทรวงยุติธรรมเพื่อแจ้งให้ศาลทราบแล้ว ให้เจ้าหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภคมีอำนาจดำเนินคดีตามที่คณะกรรมการมอบหมายได้”

ในการดำเนินคดีในศาล ให้เจ้าหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภคมีอำนาจฟ้องเรียกทรัพย์สินหรือค่าเสียหายให้แก่ผู้บริโภคที่ร้องขอได้ด้วย และในการนี้ให้ได้รับยกเว้นค่าธรรมเนียมทั้งปวง”

อย่างไรก็ตาม มิใช่ว่าองค์กรรัฐจะเข้าดำเนินการแทนผู้เสียหายได้ทุกกรณี ต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขดังนี้

1. เป็นการกระทำอันของผู้ประกอบธุรกิจอันเป็นการละเมิดต่อสิทธิของผู้บริโภค
2. เป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภคเป็นส่วนรวม

เมื่อคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เข้าดำเนินคดีแล้ว ก่อให้เกิดผลทางกฎหมายคือสามารถดำเนินคดีอาญาและคดีแพ่งได้ อีกทั้งการฟ้องเรียกทรัพย์สิน หรือค่าเสียหายให้แก่ผู้บริโภคที่ร้องขอได้ด้วย และในการนี้ให้ได้รับยกเว้นค่าธรรมเนียมทั้งปวง

#### 3.5.2 กรณีองค์กรเอกชนฟ้องและดำเนินคดีแทนผู้บริโภคที่ได้รับความเสียหาย

## มาตรา 40 บัญญัติว่า

“สมาคมและมูลนิธิที่มีวัตถุประสงค์ในการคุ้มครองผู้บริโภคหรือต่อต้านการแข่งขันอันไม่เป็นธรรมทางการค้า และข้อบังคับของสมาคมและมูลนิธิดังกล่าวในส่วนที่เกี่ยวกับคณะกรรมการสมาชิก และวิธีการดำเนินการของสมาคมและมูลนิธิเป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวง สมาคมและมูลนิธินั้นอาจยื่นคำขอให้คณะกรรมการรับรองเพื่อให้สมาคมและมูลนิธินั้นมีสิทธิและอำนาจฟ้องตามมาตรา 41 ได้

สมาคมหรือมูลนิธิที่คณะกรรมการรับรองตามวรรคหนึ่ง ให้มีอายุคราวละสองปีนับแต่วันที่รับการรับรอง

การยื่นคำขอตตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กำหนดในกฎกระทรวง

การรับรองสมาคมและมูลนิธิตามวรรคหนึ่ง ให้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา”

## มาตรา 41 บัญญัติว่า

“ในการดำเนินคดีที่เกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค ให้สมาคมหรือมูลนิธิที่คณะกรรมการรับรองตามมาตรา 40 มีสิทธิฟ้องคดีแพ่ง คดีอาญา และดำเนินกระบวนการพิจารณาใด ๆ ในคดีเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคโดยส่วนรวมตามลักษณะหรือประเภทคดีที่คณะกรรมการประกาศกำหนดได้ และให้มีอำนาจฟ้องเรียกทรัพย์สินและค่าเสียหายแทนผู้บริโภคได้ ถ้ามีหนังสือมอบหมายให้เรียกทรัพย์สินและค่าเสียหายแทนจากผู้บริโภคดังกล่าว

ในการดำเนินคดีในศาล มิให้สมาคมและมูลนิธิถอนฟ้อง เว้นแต่ศาลจะอนุญาตเมื่อศาลเห็นว่า การถอนฟ้องนั้นไม่เป็นผลเสียต่อการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นส่วนรวม สำหรับคดีแพ่งเกี่ยวกับการเรียกทรัพย์สินหรือค่าเสียหายแทนผู้บริโภค การถอนฟ้องหรือการพิพากษาในกรณีที่คุณความตกลงหรือประนีประนอมยอมความกัน จะต้อง มีหนังสือแสดงความยินยอมของผู้บริโภคผู้มอบหมายให้เรียกทรัพย์สินหรือค่าเสียหายแทน แล้วแต่กรณี มาแสดงต่อศาลด้วย”

เงื่อนไขในการฟ้องคดีของสมาคมหรือมูลนิธิ

1. สมาคมและมูลนิธิที่มีวัตถุประสงค์ในการคุ้มครองผู้บริโภคหรือต่อต้านการแข่งขันอันไม่เป็นธรรมทางการค้า ซึ่งได้จดทะเบียนจัดตั้งตามกฎหมายแล้ว

2. สมาคมและมูลนิธินั้นได้รับรองจากคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีสิทธิและอำนาจฟ้องคดีคดีที่เกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคได้