

การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพอนามัย

ฉัตรสุมน พงศ์ภิณโย*

บทนำ

ผู้บริโภคคือประชาชนทั้งหลายในประเทศ ทั้งนี้พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้ให้ความหมายของผู้บริโภคเป็นผู้ซื้อ หรือ ผู้ใช้บริการจากผู้ประกอบธุรกิจ หรือผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการ และหมายรวมถึงผู้ใช้สินค้า องค์กรต่างประเทศที่ว่าด้วยสหภาพผู้บริโภค (International Organization of Consumer Union) ได้กำหนดสิทธิผู้บริโภคที่ควรจะได้รับ ได้แก่ ความปลอดภัย ข้อมูลข่าวสาร ราคาสินค้าที่ยุติธรรม การเรียกร้องความเป็นธรรม ค่าชดเชยความเสียหาย การบริโภคศึกษา ความจำเป็นขั้นพื้นฐาน และสิ่งแวดล้อมที่สะอาด สิทธิเหล่านี้ถือเป็นบรรทัดฐานให้แก่ประเทศต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการดูแลมิให้ผู้บริโภคในประเทศถูกเอารัดเอาเปรียบจากการดำเนินชีวิตภายใต้ระบบการค้าเสรีตามแนวทางของทุนนิยม ซึ่งปล่อยให้สินค้าหรือบริการถูกซื้อขายกันในตลาดได้อย่างอิสระ โดยอยู่ภายใต้กรอบและกฎเกณฑ์ของกฎหมาย และมีผลโดยตรงต่อผู้ประกอบการและผู้บริโภคในหลาย ๆ ด้าน เช่น การแข่งขันในด้านการผลิตสินค้า การพัฒนาคุณภาพและรูปแบบของสินค้า การหาช่องทางการจำหน่ายสินค้าในรูปแบบใหม่ รวมทั้งพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค

ส่วนการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นเรื่องระเบียบกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ที่รัฐปกป้องเพื่อประโยชน์สาธารณะ ตัวอย่างเช่น ภาครัฐมีคำสั่งให้ภาคธุรกิจเปิดเผยรายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูลของผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะประเด็นที่เกี่ยวกับสาธารณสุข หรือความปลอดภัย เช่น อาหาร ผู้บริโภคต้องเชื่อมโยงความคิดเกี่ยวกับสิทธิของ

ผู้บริโภคและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้ผลิต ซึ่งจะทำให้เกิดทางเลือกในการเลือกผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น¹

บทความนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อนำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งมีประเด็นใหญ่ครอบคลุม 3 ประเด็น กล่าวคือ หลักปรัชญาแนวคิดการคุ้มครองผู้บริโภค แนวคิดการคุ้มครองความเสียหายของผู้บริโภค และความรับผิดชอบเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

หลักปรัชญาแนวคิดการคุ้มครองผู้บริโภค

แนวคิดการคุ้มครองผู้บริโภคได้รับการพัฒนาในลักษณะที่ตรงกันข้ามกับแนวคิดเศรษฐกิจแบบเสรีนิยม เมื่อระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนิยมไม่อาจให้ความเป็นธรรมแก่คู่สัญญาฝ่ายที่มีอำนาจต่อรองน้อยกว่า สำหรับมุมมองที่ศึกษา ได้แก่

1. แนวคิดว่าด้วยหลักความศักดิ์สิทธิ์ในการแสดงเจตนา (Autonomy of Will) แนวคิดนี้อาศัยผลทางนิติปรัชญาว่าด้วยนิติสัมพันธ์ทางหนี้ซึ่งอยู่บนรากฐานของการแสดงเจตนาของบุคคล เจตนาเป็นแห่งกำเนิดและเป็นมาตรการของสิทธิ แนวคิดนี้ หมายถึง อำนาจบังคับทั้งหมดของสัญญาอยู่ที่เจตนาของคู่สัญญา เสมือนกฎหมายที่คู่สัญญาต้องปฏิบัติตามเสรีภาพในการทำสัญญาตามหลักเศรษฐศาสตร์เสรีนิยมที่อธิบายในรูปกฎหมาย² ได้ว่า

1.1 หลักปัจเจกชนนิยม (Individualism) หลักนี้มีความใกล้ชิดกับปรัชญาในคริสต์ศตวรรษที่ 18 ซึ่งเป็นผลความคิดทางการเมือง ที่ต้องการยืนยันหลักปัจเจกชนนิยมต่อผู้กับรัฐโดยยืนยันหลักที่ว่า รัฐต้องรับรู้สิทธิส่วนบุคคลให้มากที่สุดเท่าที่เป็นไปได้ รัฐต้องรับรองเสรีภาพส่วนบุคคล ทุกคนมีเสรีภาพเสรีภาพส่วนบุคคล

* ภาควิชาบริหารงานสาธารณสุข คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

จะถูกจำกัดลงได้ด้วยความสะดวกใจของบุคคลเท่านั้น เจตนาของบุคคลมีความศักดิ์สิทธิ์และอิสระ

1.2 หลักเสรีภาพในการทำสัญญา (Freedom of Contract) ระบบเศรษฐกิจการค้าแบบเสรี (Laissez Faire) ในคริสต์ศตวรรษที่ 18 คือหลักที่ว่ามนุษย์ทุกคนจะต้องมีเสรีภาพ เว้นแต่ในกรณีที่เป็นการสมควรที่จะวางข้อจำกัดเสรีภาพลง กฎเกณฑ์ที่ดีที่สุดที่สังคมควรจะเป็นนั้น คือกฎเกณฑ์ที่คู่สัญญาที่มีความเท่าเทียมกัน เป็นผู้ตกลงกันเอง โดยถือว่า กฎเกณฑ์ที่ถือว่าตกลงได้นั้น เป็นกฎเกณฑ์อันหนึ่งที่เกิดจากเจตนาที่ให้ใช้บังคับแก่กรณีตนเอง โดยเฉพาะ ซึ่งเป็นกฎเกณฑ์ที่ก่อให้เกิดความยุติธรรมแก่เอกชนด้วยกันเอง ข้อความคิดนี้นำไปสู่เสรีภาพที่รัฐจะไม่บัญญัติกฎหมายไปบีบบังคับการทำสัญญาเอกชน ปล่อยให้เอกชนวางเกณฑ์ใช้บังคับแก่สัญญาของตนได้ตามลำพัง กฎหมายจะเข้าไปเกี่ยวข้องเฉพาะกรณีที่เป็นผลประโยชน์ต่อส่วนรวมเท่านั้น

อย่างไรก็ตาม แนวคิดนี้อธิบายความรับผิดชอบคู่สัญญา (Privities of Contract) เป็นผลสืบเนื่องจากการมีเสรีภาพในการทำสัญญาซึ่งมีความเหมาะสมสำหรับคู่กรณีที่มีความสามารถในการต่อรองเท่าเทียมกัน แต่ในการบริโภคนั้นเป็นปรากฏการณ์ธรรมชาติของมนุษย์ ไม่ได้ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขทางสังคม ความสามารถของบุคคล หรือข้อตกลงในทางนิติกรรมสัญญาเท่านั้น ดังนั้น สิทธิในการได้รับการเยียวยาขาดใช้เมื่อความเสียหายเกิดขึ้นจากการบริโภค จึงไม่ได้คำนึงถึงหลักความสัมพันธ์ทางสัญญาเสมอไป กล่าวคือ บางครั้งผู้บริโภคอาจไม่ใช่ผู้ซื้อด้วยตนเองหรือคู่สัญญาโดยตรง (อาจเป็นบุคคลในครอบครัวหาซื้อมาให้) เมื่อผู้บริโภคแท้จริงมิได้เสียค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้านั้น หากยึดหลักการบริโภคหรือการซื้อสินค้าโดยอาศัยความสัมพันธ์ทางสัญญาเสมอไป จะทำให้ผู้บริโภคที่ไม่ใช่คู่สัญญาได้รับความเสียหายซึ่งอาจไม่ได้รับความคุ้มครองหรือเรียกค่าเสียหายจากผู้ประกอบการได้

การซื้อขายสินค้าหรือบริการ โดยทั่วไปโดยปกติประเพณี ไม่มีกฎหมายกำหนดให้ต้องทำเป็นหนังสือคู่สัญญาจะตกลงซื้อขายหรือให้บริการกันด้วยวาจาก็ได้ อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันนี้พบว่าคู่สัญญาต่างตกลงทำสัญญากันไว้เป็นหนังสือลงลายมือชื่อคู่สัญญาทั้งสอง

ฝ่ายเป็นสำคัญ เพื่อให้มีหลักฐานใช้อย่างยืนยันได้ในภายหลัง และอีกทั้งใช้เป็นพยานหลักฐานในการดำเนินคดีกันตามกฎหมายต่อไปได้ เมื่อคู่สัญญาฝ่ายผู้ซื้อได้ชำระเงินค่าซื้อทรัพย์สินให้แก่ผู้ขายตามที่ตกลงกันแล้ว ก็จะได้รับหลักฐานการรับเงินที่เรียกว่าใบเสร็จรับเงินจากผู้ขาย ทั้งนี้ไม่ว่าการซื้อขายนั้นจะได้ทำเป็นหนังสือหรือทำด้วยวาจาก็ตาม ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 326 บัญญัติว่า “บุคคลผู้ชำระหนี้ชอบที่จะได้รับใบเสร็จเป็นสำคัญจากผู้รับชำระหนี้

ข้อความส่วนใหญ่ที่ปรากฏในหลักฐานการรับเงินจะมีรายการข้อความเกี่ยวกับชื่อและที่อยู่ของผู้รับชำระหนี้ (ผู้ขายหรือผู้ให้บริการ) ชื่อสินค้าที่ซื้อขายกัน จำนวนเงินที่ผู้ขายได้รับจากผู้ซื้อ เป็นต้น แต่สำหรับข้อความที่เกี่ยวกับการรับประกันสินค้าที่ขายนั้น พบว่าส่วนใหญ่จะไม่มีระบุไว้ในหลักฐานการรับเงิน จึงทำให้ผู้ซื้อไม่ได้รับความเป็นธรรม และไม่มีหลักฐานที่จะดำเนินการกับผู้ขายให้รับประกันสินค้าได้

โดยเหตุนี้ รัฐจึงได้ตราพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 เพิ่มสิทธิของผู้บริโภคที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา โดยกำหนดมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคในด้านสัญญา มีคณะกรรมการว่าด้วยสัญญาประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญในด้านกฎหมายสาขาต่าง ๆ เช่น ผู้พิพากษา อัยการ ตำรวจ เป็นต้น เป็นองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคที่มีอำนาจหน้าที่กำหนดให้การประกอบธุรกิจขายสินค้าหรือให้บริการใดที่มีกฎหมายกำหนดต้องทำเป็นหนังสือหรือที่ตามปกติประเพณีทำเป็นหนังสือเป็นธุรกิจควบคุมคณะกรรมการว่าด้วยสัญญาได้กำหนดให้การประกอบธุรกิจขายอสังหาริมทรัพย์เป็นธุรกิจควบคุมรายการในหลักฐานการรับเงิน ทั้งนี้ คณะกรรมการเห็นว่าเป็นธุรกิจที่มีการใช้สัญญาสำเร็จรูปที่ผู้ขายเป็นฝ่ายทำขึ้นกันอย่างแพร่หลาย และมีข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคด้วย

สำหรับข้อความที่ใช้เป็นหลักฐานการรับเงิน เพื่อให้ความคุ้มครองแก่ผู้บริโภคนั้นต้องมีรายการและใช้ข้อความที่จำเป็น ซึ่งหากมิได้มีรายการหรือมิได้ใช้ข้อความเช่นนั้นจะทำให้ผู้บริโภคเสียเปรียบผู้ประกอบการ

ธุรกิจเกินสมควร รายการเกี่ยวกับคู่สัญญา ได้แก่ ชื่อและที่อยู่ของผู้ขาย ลายมือชื่อของผู้ขายหรือผู้รับมอบอำนาจจากผู้ขายให้เป็นผู้รับชำระหนี้แทน

ประการที่สองคือ ห้ามใช้ข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค ได้แก่ ห้ามใช้ข้อความที่ทำให้ผู้บริโภคต้องรับผิดชอบหรือรับภาระมากกว่าที่กฎหมายกำหนด ห้ามใช้ข้อความที่ทำให้สัญญาสิ้นสุดลงโดยไม่มีเหตุอันสมควร หรือให้ผู้ขายมีสิทธิบอกเลิกสัญญาได้โดยผู้บริโภคมิได้ผิดสัญญาในข้อสาระสำคัญ ห้ามใช้ข้อความที่ทำให้สิทธิผู้ขายที่จะไม่ปฏิบัติตามสัญญาหรือปฏิบัติตามสัญญาในระยะเวลาที่ล่าช้าได้โดยไม่มีเหตุอันสมควร

กรณีที่เกิดความไม่เป็นธรรมขึ้นแล้ว ตามพระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 ได้บัญญัติถึงข้อตกลงในสัญญาระหว่างผู้บริโภคกับผู้ประกอบการค้าหรือวิชาชีพ หรือในสัญญาสำเร็จรูป หรือในสัญญาขายฝากที่ทำให้ผู้ประกอบการค้า หรือวิชาชีพ หรือผู้กำหนดสัญญาสำเร็จรูป หรือผู้ซื้อฝากได้เปรียบคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งเกินสมควร เป็นข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม และให้มีผลบังคับได้เพียงเท่าที่เป็นธรรมและพอสมควรแก่กรณีเท่านั้น

ส่วนข้อตกลงที่มีลักษณะหรือมีผลให้คู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งปฏิบัติหรือรับภาระเกินกว่าที่วิญญูชนจะพึงคาดหมายได้ตามปกติ เป็นข้อตกลงที่อาจถือได้ว่า ทำให้ได้เปรียบคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่ง เช่น ข้อตกลงยกเว้นหรือจำกัดความรับผิดชอบที่เกิดจากการผิดสัญญา ข้อตกลงให้ต้องรับผิดชอบหรือรับภาระมากกว่าที่กฎหมายกำหนด หรือข้อตกลงที่กำหนดวิธีคิดดอกเบี้ยทบต้นที่ทำให้ผู้บริโภคต้องรับภาระสูงเกินกว่าที่ควร เป็นต้น สำหรับการวินิจฉัยว่าข้อสัญญาจะมีผลบังคับเพียงใดจึงจะเป็นธรรมและพอสมควรแก่กรณีให้พิจารณาถึงพฤติการณ์ทั้งปวง รวมทั้ง

(1) ความสุจริต อำนาจต่อรอง ฐานะทางเศรษฐกิจ ความรู้ความเข้าใจ ความสันทัดจัดเจน

(2) แนวทางที่เคยปฏิบัติ ทางเลือกอย่างอื่น และทางได้-เสียของคู่สัญญาตามสภาพที่เป็นจริง

(3) ปกติประเพณีของสัญญาชนิดนั้น

(4) เวลาและสถานที่ในการทำสัญญาหรือในการปฏิบัติตามสัญญา

(5) การรับภาระหน้าที่หนักกว่ามากของคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่ง

2. แนวคิดความรับผิดชอบละเมิด เรื่องละเมิดเกิดจากแนวคิดทางศีลธรรมที่ว่า บุคคลจักต้องรับผิดชอบเมื่อตนกระทำความผิดในทางศีลธรรม หรือกระทำความชั่ว หากตนมิได้กระทำความชั่วก็ไม่ต้องรับผิดชอบ *Lex Talionis* หรือตาต่อตา ฟันต่อฟัน อย่างไรก็ตาม การปล่อยให้มีการแก้แค้นระหว่างผู้เสียหายกับผู้ประทุษร้าย ทำให้เกิดความไม่สงบมากขึ้น จุดนี้จึงมีการแบ่งการลงโทษทางอาญากับการได้รับการชดเชยความเสียหายที่ตนได้รับ กำหนดให้มีสิทธิเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนเพื่อความเสียหายทางแพ่ง

ละเมิด คือ การกระทำใด ๆ ของบุคคลหรือการกระทำที่อยู่ในความรับผิดชอบของบุคคลอันก่อให้เกิดความเสียหายต่อบุคคลอื่น ผู้ได้รับความเสียหายนั้นชอบที่จะได้รับการเยียวยา โดยการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนหรือเรียกร้องให้ผู้ละเมิดปฏิบัติหรือละเว้นปฏิบัติแล้วแต่กรณี ความรับผิดชอบละเมิดเป็นสิ่งที่ผู้ก่อความเสียหายให้แก่ผู้อื่น ย่อมต้องรับผิดชอบเยียวยาให้แก่ผู้เสียหายได้กลับคืนสู่สภาพเดิม โดยวิธีการที่เหมาะสม ลักษณะของการกระทำละเมิด มีดังนี้

(1) จงใจหรือประมาทเลินเล่อ หากเป็นการกระทำที่ละเมิดได้มีการระมัดระวังเต็มที่แล้ว ยังก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้อื่นอีกก็อาจไม่ต้องรับผิดชอบ เช่น พนักงานเสิร์ฟอาหารในภัตตาคารกำลังยกอาหารร้อนจัดไปให้ลูกค้า ด้วยความระมัดระวังเต็มที่ ขณะนั้นลูกค้าคนหนึ่งรีบเดินเข้ามาไม่ทันเห็น จึงชนขามซุปรหก ลาดบนขาของตนเองได้รับบาดเจ็บ กรณีเช่นนี้ผู้ได้รับบาดเจ็บเรียกร้องฐานละเมิดไม่ได้

(2) ผิดกฎหมาย โดยปกติกฎหมายให้ความคุ้มครองชีวิต ร่างกาย ชื่อเสียง และทรัพย์สินของบุคคลไว้อยู่แล้ว การกระทำต่อสิ่งเหล่านี้โดยไม่มีอำนาจถือว่าเป็นการกระทำที่ผิดกฎหมาย

(3) กระทำต่อสิ่งที่กฎหมายคุ้มครอง คือ ชีวิต ร่างกาย อนามัย เสรีภาพ ทรัพย์สินหรือสิทธิอย่างหนึ่งอย่างใด ถ้ากระทำต่อสิ่งอื่นนอกจากนี้ไม่ถือว่าเป็นการละเมิด

(4) เกิดความเสียหาย ละเมิดนั้นต้องการเยียวยาความเสียหายที่เกิดขึ้น ถ้าไม่มีความเสียหายก็ไม่มีอะไรต้องเยียวยา เช่น คนที่รถจักรยานประมาทเดินเลี้ยวพุ่งเข้าชนรถบรรทุก รถจักรยานพัง และผู้ขี่ได้รับบาดเจ็บ รถบรรทุกไม่เสียหายใด ๆ ลักษณะเช่นนี้เจ้าของรถบรรทุกไม่มีสิทธิฟ้องฐานละเมิด เพราะตนเองไม่มีความเสียหายใด ๆ จากการประมาทเดินเลี้ยวของผู้อื่น

(5) มีความสัมพันธ์ระหว่างการกระทำและผล ความเสียหายที่เกิดขึ้นต้องสามารถคาดเห็นได้ ความเสียหายอื่น ๆ ที่ผิดปกติ กฎหมายไม่รับรองที่จะเยียวยาได้

มติของการประชุมของสหประชาชาติ³ ได้เน้นให้ประเทศสมาชิกคุ้มครองผู้บริโภคโดยใช้วิธีการง่าย ๆ และประหยัด ตัวอย่าง ปี 1986 รัฐบาลอินเดียได้มีกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคซึ่งบังคับใช้ได้ 14 ปี เนื่องจากเกิดข้อจำกัดเกี่ยวกับตัวผู้บริโภคเอง ต่อมาได้มีการปรับปรุงเพื่อให้ทำให้ผู้บริโภคยอมรับมากขึ้น อย่างไรก็ตามกฎหมายเป็นสิ่งสากล ครอบคลุมทั้งภาครัฐ เอกชน และกลุ่มความร่วมมือ ศาลได้ยึดหลักปรัชญาที่ว่า ผู้ขายพึงระวัง ซึ่งตรงข้ามกับแนวคิดปรัชญายุคแรกที่ว่า ผู้ซื้อพึงระวัง “*These consumer courts are based on the philosophy of "sellers beware", which is contrary to the earlier philosophy of "buyers beware"*.”⁴

3. แนวคิดเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภค

แนวคิดเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคซึ่งมีการพัฒนาจากปรัชญาสิทธิมนุษยชน (Human Rights) และสิทธิผู้บริโภคเป็น Soft Human Rights คำว่า“สิทธิมนุษยชน” เป็นคำที่เกิดขึ้นใหม่หลังสงครามโลกครั้งที่สอง และเป็นแนวความคิดที่มีวิวัฒนาการมาจากอุดมคติเก่าแก่ของชาวตะวันตก แต่แนวคิดสิทธิมนุษยชนนั้นมีมานานตั้งแต่สมัยกรีก จากความคิดในเรื่องกฎหมายธรรมชาติ และสิทธิธรรมชาติได้วิวัฒนาการมาสู่การจัดทำ“ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชนแห่งสหประชาชาติ” (Universal

Declaration of Human Rights of the United Nations) ในปี ค.ศ.1948 ซึ่งได้อธิบายแนวคิดเกี่ยวกับการปกป้องสิทธิของผู้บริโภคไว้ดังนี้⁵

“ข้อ 23 (3) มีสิทธิที่จะทำงาน และเลือกงานอย่างเสรี และมีสภาวะการทำงานที่ยุติธรรมและพอใจ ที่ จะได้รับการคุ้มครองจากการว่างงาน บุคคลมีสิทธิที่จะรับค่าตอบแทนเท่ากันสำหรับการทำงานที่เท่ากัน โดยไม่มีการเลือกปฏิบัติใด ๆ บุคคลที่ทำงานมีสิทธิในรายได้ซึ่งยุติธรรมและเอื้อประโยชน์เพื่อเป็นประกันสำหรับตนเอง และครอบครัวให้การดำรงมีค่าควรแก่ศักดิ์ศรีของมนุษย์ และถ้าจำเป็นก็ชอบที่จะได้รับการคุ้มครองทางสังคมอื่น ๆ เพิ่มเติม”

“ข้อ 25 (1) มีสิทธิในมาตรฐานการครองชีพที่เพียงพอสำหรับสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีสำหรับตนเองครอบครัว รวมทั้งอาหาร เสื้อผ้า ที่อยู่อาศัย การรักษาพยาบาลและบริการทางสังคมที่จำเป็น และสิทธิในความมั่นคงในกรณีว่างงาน เจ็บป่วย ทูพพลภาพ ชราภาพ หรือการขาดปัจจัยในการเลี้ยงชีพอื่นใดในพฤติการณ์อันเกิดจากที่ตนควบคุมได้”

ปฏิญญาสากลในข้อ 23 (3) และข้อ 25 (1) นี้มีเป้าประสงค์และวัตถุประสงค์ เพื่อคุ้มครองสิทธิขั้นพื้นฐานของผู้บริโภค ต่อมาสหประชาชาติได้ออกกติการะหว่างประเทศว่าด้วยสิทธิทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม (International Covenant on Economic Social and Cultural Rights: ICESCR) ในปี ค.ศ. 1966 ซึ่งได้ถูกพัฒนามาจากปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน และวางรากฐานที่มั่นคงสำหรับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิมนุษยชนในอนุภาค ICESCR ในข้อ 11 ได้เรียกร้องให้มีการปรับปรุงวิธีการผลิตอาหาร และวิธีการจัดจำหน่ายอาหารและผลิตภัณฑ์อาหารอย่างถูกสุขลักษณะ รวมทั้งปรับปรุงวิธีการอื่น ๆ เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค และ ICESCR ในข้อ 12 ได้อธิบายถึงสิทธิต่อสุขภาพไว้ว่า สิทธิผู้บริโภคขั้นพื้นฐาน คือ การป้องกันอันตรายที่มีต่อความปลอดภัยและสุขภาพของผู้บริโภค โดยการจัดการสุขลักษณะทางสิ่งแวดล้อมเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพ ประเทศทั่วโลกได้อ้างอิงหลักการของปฏิญญาสากลดังกล่าวและพัฒนาแนวความคิดไปสู่หลักการสิทธิมนุษยชนด้านต่าง ๆ ที่

ถูกบัญญัติไว้ในกฎหมายของประเทศ รวมทั้งประเทศไทยที่ได้เข้าร่วมลงมติรับรองปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชนมาตั้งแต่เริ่มแรก และได้บัญญัติหลักการสิทธิมนุษยชนด้านต่าง ๆ ไว้ในกฎหมาย

กระแสความคิดในการคุ้มครองผู้บริโภคมิได้เกิดขึ้นเฉพาะในระดับนานาชาติเท่านั้น ประเทศไทยมีกฎหมายที่กล่าวถึงสิทธิผู้บริโภคในภาพรวม ได้แก่ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และมีการแก้ไขเพิ่มเติมในปี พ.ศ. 2541 กำหนดให้ผู้บริโภคไทยได้รับสิทธิ 5 ประการ คือ

1. สิทธิที่จะได้รับข่าวสาร รวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ
2. สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ
3. สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ
4. สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา
5. สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย

ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะเลือกซื้อสินค้าหรือใช้บริการที่ดีและมีคุณภาพจากผู้ประกอบการ และเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพ ผู้บริโภคควรพิจารณาในเรื่องของข่าวสารข้อมูลที่มีมากับตัวสินค้า ไม่หลงเชื่อคำโฆษณาเกินจริง และเลือกดูว่าสินค้าที่จะเลือกใช้นั้นมีความจำเป็นหรือไม่อย่างไร

แนวคิดการคุ้มครองความเสียหายของผู้บริโภค

แนวคิดความรับผิดทางละเมิดในระบบกฎหมาย Common Law มี 2 แนว กล่าวคือ แนวคิดแรกเกิดก่อนศตวรรษที่ 19 มีพื้นฐานมาจากหลักการคุ้มครองสิทธิของบุคคลในอันที่จะไม่ถูกทำให้เสียหาย เมื่อมีความเสียหายเกิดขึ้น ต้องมีผู้ชดใช้ความเสียหาย เท่ากับเป็นการคุ้มครองสิทธิผู้เสียหาย แนวคิดนี้เน้นความเสียหายไม่ได้เน้นความผิด เป็นความรับผิดเด็ดขาด (Strict Liability) ส่วนอีกแนวคิดหนึ่ง เกิดปลายศตวรรษที่ 19 ซึ่งอธิบายความรับผิดทางละเมิดชัดเจนมากขึ้น กล่าวคือ

จะต้องมีความผิดจึงจะมีความรับผิดได้ (No Liability without Fault) เชื่อกันว่า แนวคิดนี้ได้รับอิทธิพลจากการค้าเสรี Laissez Faire และการปฏิวัติอุตสาหกรรมในยุโรป

ในปัจจุบัน ประเทศอุตสาหกรรมในยุโรปและอเมริกาต่างมองเห็นว่า เมื่อมีความเสียหายจากการดำรงชีวิตประจำวัน เช่น อุบัติเหตุรถยนต์ ความเสียหายจากการบริโภคสินค้าและบริการ กรณีเหล่านี้ ผู้เสียหายต้องพิสูจน์ความผิดของผู้ทำละเมิด แต่เป็นการยากมากที่ผู้เสียหายจะพิสูจน์ได้ว่า “ผู้ใดต้องรับผิดเพราะจงใจทำให้เสียหายหรือประมาทเลินเล่อในการผลิตสินค้าและบริการ”

แนวคิดการคุ้มครองผู้บริโภคจากผู้ประกอบการ

แนวคิดเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคเน้นหนักไปที่แนวทางเพื่อป้องกันความเสียหาย อันเกิดจากการบริโภคสินค้าและบริการ ไม่ปลอดภัย ดังจะเห็นได้จากบทบัญญัติเกี่ยวกับอาหาร ยา วัตถุอันตราย เครื่องสำอาง และการป้องกันการกระทำทางธุรกิจอันเกิดความไม่เป็นธรรมแก่ผู้บริโภค เช่น บทบัญญัติเกี่ยวกับธนาคาร ประกันชีวิต ประกันภัย และเมื่อพิจารณาพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 และพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2541 ในหมวด 2 การคุ้มครองผู้บริโภคมีการคุ้มครองในด้านการโฆษณา ฉลาก ข้อสัญญา พบว่าเป็นมาตรการในทางอาญาที่เน้นเรื่องการป้องกัน⁶

ส่วนการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทยที่ผ่านมา มีแนวทางให้รัฐเป็นผู้คุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคเป็นหลัก เนื่องจากมีความเชื่อมั่นว่า ถ้ารัฐจัดการได้ดีแล้ว ผู้บริโภคจะไม่เกิดปัญหา ดังจะเห็นได้จากพระราชบัญญัติอาหารและยาซึ่งเน้นบทบาทของภาครัฐในการควบคุมและกำกับผลิตภัณฑ์ให้เกิดความปลอดภัยก่อนถึงมือผู้บริโภค โดยเชื่อว่าเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคโดยทางอ้อม ซึ่งกฎหมายจะไม่มีผลให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในระดับต่างๆ ปัจจุบันแนวคิดดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคที่ยังดำรงอยู่ เพราะที่ไม่สามารถคุ้มครองผู้บริโภคได้จริง นอกจากนี้ยังเป็นการสร้าง

ปัญหาหรือภาระหนักให้กับหน่วยงานที่ควบคุมกฎหมายดังกล่าวอีกด้วย

ประเทศไทยได้เริ่มค้ำประกันสิทธิของผู้บริโภคเป็นครั้งแรกในสมัยของพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 7) โดยการใช้นิติกรรมทางกฎหมายเพื่อป้องกันความเสียหายที่เกิดจากการบริโภคทางนมในปี พ.ศ. 2470(14) และการให้ความสำคัญต่อเรื่องสิทธิของผู้บริโภคได้เริ่มเด่นชัดขึ้น เมื่อมีการจัดตั้ง “กรรมการศึกษาและส่งเสริมผู้บริโภค” ขึ้น เพื่อศึกษาปัญหาต่าง ๆ ของผู้บริโภคในปี พ.ศ. 2514 จนมีพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และแก้ไขเพิ่มเติมในปี พ.ศ. 2541 และได้บัญญัติถึงสิทธิของผู้บริโภคที่จะได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายไว้อีกด้วย

อย่างไรก็ตาม สภาพการตลาดการค้าเสรีในปัจจุบัน ได้เน้นอิสรภาพในการซื้อขายเป็นหลัก ทำให้มีกลยุทธ์ทางการตลาดใหม่ ๆ จากผู้ประกอบการเกิดขึ้นมากมาย ซึ่งในบางครั้งผู้บริโภคตกเป็นฝ่ายเสียเปรียบจากการประกอบการ ไม่ว่าจะเป็นการขายสินค้าหรือบริการที่ไม่ได้มาตรฐาน หรือการกักตุนสินค้าจนทำให้สินค้าขาดแคลนและมีราคาแพง ดังนั้น ผู้บริโภคจำเป็นต้องปกป้องสิทธิตามที่กฎหมายคุ้มครอง และหากละเลยไม่ใช้สิทธิอันชอบธรรมนั้น ก็เท่ากับเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการเอาเปรียบได้

แนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบของผู้ประกอบการที่มีต่อผู้บริโภค มีดังนี้

1. แนวคิดตามทฤษฎีคุณภาพของผลิตภัณฑ์

ทฤษฎีที่เน้นคุณภาพของผลิตภัณฑ์อธิบายถึงความรับผิดชอบต่อของเอกชน องค์กรเอกชนต่าง ๆ อาจเข้าไปมีบทบาทรับผิดชอบต่อการจัดการด้านมาตรฐานของสินค้า การแข่งขันการตลาด โดยเน้นความปลอดภัยจากการบริโภคสินค้า รวมทั้งการจัดอันดับหรือระดับของสินค้าและบริการ เช่น การจัดอันดับความปลอดภัยด้านอาหารของภัตตาคารในโรงแรมต่าง ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคและผู้ให้บริการสามารถพิจารณาและตัดสินใจต่อสินค้าหรือบริการที่จะได้รับแม้ไม่เคยใช้บริการมาก่อน การให้ประกาศนียบัตรหรือรับรองความสะอาดของภัตตาคารและร้านอาหาร รวมทั้งผลิตภัณฑ์อาหาร และเครื่องดื่มสำเร็จรูปทั้งหลาย ซึ่งหน่วยงานของรัฐจะเข้ามาควบคุม

มาตรฐานด้านสุขอนามัยของสินค้า แต่ก็ยังมีการร้องเรียนจากผู้บริโภคในจำนวนมากต่อการได้รับอันตรายจากการใช้สินค้าหรือบริการที่ไม่ปลอดภัย ทั้งนี้ผู้ประกอบการมีบทบาทความรับผิดชอบ 4 ประการ คือ หน้าที่ในความยินยอมซึ่งผู้ประกอบการต้องมีหน้าที่ ดังนี้

หน้าที่ยินยอมให้แสดงออกอย่างชัดเจน
โดยเฉพาะเรื่องอายุของการบริการ การดูแลรักษา ความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ และความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ เพราะผู้ซื้อต้องจะได้ตัดสินใจได้ว่าซื้อหรือไม่ในผลิตภัณฑ์ชนิดนั้น

หน้าที่ในการเปิดเผย มีข้อโต้แย้งว่าผู้จำหน่ายควรที่จะเปิดเผยส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์หรือส่วนผสมหรือลักษณะของผลิตภัณฑ์ ต้นทุนการบริหารอันดับที่ของผลิตภัณฑ์ และสิ่งซึ่งแสดงถึงมาตรฐานต่าง ๆ โดยผู้จำหน่ายต้องเปิดเผยถึงสิ่งต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ซื้อได้รับความรู้และความเป็นธรรมในการเลือกผลิตภัณฑ์

หน้าที่การไม่บิดเบือน การบิดเบือนมีหลายรูปแบบ เช่น การตั้งชื่อหรือตราผลิตภัณฑ์ให้สับสน การอ้างสรรพคุณที่ไม่ชัดเจน ผู้จำหน่ายไม่ควรที่จะบิดเบือนข้อมูลที่จะจูงใจให้ผู้บริโภคเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของตน และการตั้งใจบิดเบือนเหมือนกับการปกปิดไม่ให้ทราบว่าผลิตภัณฑ์นั้นมีความผิดพลาดหรือบกพร่อง

หน้าที่ในการไม่บังคับ กรณีที่ผู้ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของความกลัวหรือความกดดันทางอารมณ์ ผู้จำหน่ายจะหาผลประโยชน์จากความกลัวและความกดดันทางอารมณ์ดังกล่าวเท่ากับเป็นการบังคับผู้ซื้อ ผู้จำหน่ายที่ดีไม่ควรหาประโยชน์ดังกล่าวแต่ควรให้ผู้ซื้อซื้อด้วยความเต็มใจ หรือโดยเหตุผลของตน

ปัญหาของแนวคิดที่เน้นคุณภาพของผลิตภัณฑ์ แนวคิดนี้ได้รับการวิจารณ์เพราะเท่ากับตั้งข้อสมมติไว้ล่วงหน้าว่า ผู้ซื้อและผู้จำหน่ายมีความชำนาญในการประเมินคุณภาพของผลิตภัณฑ์โดยเท่าเทียมกัน ผู้ประกอบการและผู้บริโภคมีการตกลงกันซึ่งกันไปได้อย่างแข็งปฎิบัติ และอีกประการหนึ่งก็คือการให้ข่าวสารข้อมูลแก่ผู้บริโภคถ้าผู้บริโภคทราบแล้ว อาจจะไม่ซื้อเลยก็ได้ เท่ากับเป็นการเสี่ยงต่อการจำหน่ายไม่ได้

2. แนวคิดที่เน้นความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์
แนวคิดนี้ตั้งอยู่บนความคิดพื้นฐานที่ว่าผู้จำหน่ายมีความ
เชี่ยวชาญ ในขณะที่ผู้บริโภคไม่มี ดังนั้น ผู้ประกอบการ
จึงมีหน้าที่ดูแลในสิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสนใจ โดยเฉพาะ
3 ด้าน ได้แก่ การที่ผู้ประกอบการต้องมีความรับผิดชอบ
ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ในลักษณะที่ไม่เป็นอันตราย
ปลอดภัย และมีงานวิจัยตรวจสอบผลิตภัณฑ์ ส่วนความ
รับผิดชอบด้านการผลิต ต้องมีการควบคุมกระบวนการ
ขั้นตอน การผลิต ตลอดจนควบคุมคุณภาพการผลิต
ข่าวสาร ต้องมีสติกก้ากับ ระบุส่วนประกอบ วิธีใช้ และ
ผลข้างเคียงที่ก่อให้เกิดอันตรายและปัญหา แนวคิด
สุดท้ายได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุนทางสังคม ซึ่งธุรกิจ
ควรตระหนักและควบคุมไม่ให้มีผลกระทบต่อสังคม
ต่อสังคม การผลิตผลิตภัณฑ์และบริการบางอย่างที่
กระทบต่อสิ่งแวดล้อม ผลเสียที่ตามมาคือก่อให้เกิดผล
ต่อภายนอกซึ่งเมื่อประเมินค่าออกมาเป็นตัวเงินก็จะเป็น
ต้นทุนทางสังคม (Social costs)

ความรับผิดชอบเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

กรณีนี้เป็นนโยบายทางกฎหมายที่กำหนดให้ผู้หนึ่ง
ผู้ใดต้องรับผิดชอบ แม้ว่าตนเองมิใช่เป็นผู้กระทำละเมิด
โดยตรง เพราะผู้นั้นเป็นผู้ได้รับประโยชน์จากกิจการงาน
ของผู้กระทำละเมิด หรือผู้นั้นมีหน้าที่ดูแลผู้กระทำ
ละเมิด คือ

ก. นายจ้างต้องรับผิดชอบต่อการกระทำ
ละเมิดของลูกจ้าง ถ้าลูกจ้างกระทำละเมิดในทางที่จ้าง

ข. ตัวการต้องรับผิดชอบต่อการกระทำละเมิดของ
ตัวแทน

ค. ผู้ว่าจ้างทำของ “ไม่ต้องรับผิดชอบ” ต่อการ
ละเมิดของผู้รับจ้าง เว้นแต่ผู้ว่าจ้างทำของผิดในส่วนการ
งานที่สั่งให้ทำ หรือในคำสั่งที่ตนให้ไว้หรือในการเลือก
หาผู้รับจ้าง

ง. บิดามารดา หรือผู้อนุบาล ต้องรับผิดชอบ
ต่อการกระทำละเมิดของผู้เยาว์หรือในการเลือกหาผู้รับ
จ้าง

จ. ครู อาจารย์ นายจ้าง หรือผู้รับดูแล ต้องรับ
ผิดต่อการกระทำของผู้เยาว์ หรือบุคคลไว้ความสามารถ

ความรับผิดชอบเพราะการมีทรัพย์สินบางประเภท ไว้ในครอบครอง

ทรัพย์สินบางประเภทมีลักษณะที่เป็นอันตรายหรือ
มีอันตรายที่อาจจะเกิดขึ้นกับบุคคลอื่น ได้ โดยไม่
สามารถรู้ได้ว่าจะเกิดขึ้นได้อย่างไร ดังนั้น ผู้ที่ได้รับ
ประโยชน์จากการที่ทรัพย์สินนั้นอยู่ คือผู้ครอบครอง
ย่อมมีภาระที่จะต้องรับผิดชอบต่อความเสียหายใด ๆ ที่เกิด
จากทรัพย์สินดังกล่าว ซึ่งมีกรณีดังต่อไปนี้

ก. ความเสียหายเกิดขึ้นนั้นเพราะสัตว์
เจ้าของหรือผู้รับเลี้ยงรักษาต้องรับผิดชอบ

ข. ความเสียหายเกิดขึ้นเพราะโรงเรียน หรือ
สิ่งปลูกสร้างอย่างอื่น ก่อสร้างไว้ชำรุดบกพร่อง หรือ
บำรุงรักษาไม่เพียงพอ ผู้ครอบครองต้องรับผิดชอบ

ค. ความเสียหายเกิดเพราะยานพาหนะ
รถยนต์ ทรัพย์สินเป็นของเกิดอันตรายโดยสภาพ เช่น
เครื่องจักร วัตถุระเบิด เป็นต้น ผู้ครอบครองหรือ
ควบคุมต้องรับผิดชอบ

การเยียวยาความเสียหาย

1. ให้กระทำการ การกล่าวถ้อยคำหมิ่นประมาทผู้อื่น
ศาลอาจสั่งให้ผู้ละเมิดประกาศคำขอโทษลงใน
หนังสือพิมพ์รายวัน

2. งดเว้นกระทำการ การใช้เครื่องหมายการค้าของ
ผู้อื่นมาประกอบธุรกิจโดยไม่มีอำนาจ การเปิดวิทยุเสียง
ดัง รบกวนเพื่อนบ้านข้างเคียง ศาลอาจสั่งให้ผู้ละเมิด งด
เว้นการกระทำดังกล่าว

3. ค่าสินไหมทดแทน คือการเรียกให้ผู้ละเมิดชำระ
เงินเพื่อความเสียหายที่เกิดขึ้นในลักษณะ ดังนี้

ก. ความเสียหายแก่ชีวิต ร่างกาย อนามัย และ
เสรีภาพ สามารถเรียกค่ารักษาพยาบาล ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ
ในการรักษาพยาบาล เช่น ค่าเดินทาง ค่าขาดรายได้จาก
การประกอบอาชีพขณะบาดเจ็บ ค่าเสียหายทางจิตใจ
กรณีถูกกระทบกระเทือนทางจิตใจอย่างรุนแรง หรือ
สูญเสียอวัยวะ กรณีตายสามารถเรียกค่าทำศพ
ค่าเสียหายที่ไม่อาจคำนวณได้แน่นอน เช่น การละเมิด
ต่อเสรีภาพ ชื่อเสียง ศาลก็จะคำนวณตามพฤติการณ์และ
ความร้ายแรงแห่งการละเมิด

ข. ความเสียหายต่อทรัพย์สิน เรียกค่าซ่อมแซมตามที่จำเป็น ถ้าสูญเสียมรดกสิ้นไปก็เรียกให้ชำระราคาทั้งหมดได้

บทสรุป

ลัทธิบริโภคนิยมมีวิธีการและใช้เครื่องมือต่างๆ ที่จะทำให้ผู้คนหลงการบริโภค ชื้อหาหาเพื่อบริโภค โดยผู้ประกอบการทำทุกอย่าง เพื่อให้สินค้าสามารถจำหน่ายได้หมด ตั้งแต่เส้นผมจรดเล็บเท้า อยากจำหน่ายอะไร ก็สร้างเป็นกระแสหรือแฟชั่นขึ้นมา เพื่อให้เกิดเป็นความนิยมอยากบริโภค ลัทธิบริโภคนิยมเสนอสิ่งที่ให้เกิดการเสพสุขภายนอก เช่น การโฆษณาว่าเป็นความสุขที่คุณดื่มได้ การโฆษณาที่ทำให้ผู้บริโภครู้สึกถึงภาคภูมิใจว่า ถ้าได้ซื้อสินค้านั้น ๆ แล้วจะทำให้ผู้มีเกียรติภูมิสูงขึ้น นอกจากนี้ ยังมีสินค้าอีกจำนวนหนึ่งที่ผู้บริโภคขาดความรู้ความเข้าใจ ซึ่งเป็นสินค้าในกลุ่มที่ถูกควบคุมโดยรัฐ เพื่อสุขภาพอนามัยที่ดีของผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงการบังคับกฎหมายที่ใช้ในการป้องกันการแข่งขันและการคุ้มครองผู้บริโภคกำลังเปลี่ยนรูปไปสู่การพัฒนาที่เหมาะสมต่อแนวโน้มของการเปิดประเทศสู่การค้าโลกอย่างเสรี⁷

อย่างไรก็ตาม การปล่อยให้เสรีโดยให้เอกชนแข่งขันกันเองเสรีโดยไม่มีการควบคุมนั้น ก่อให้เกิดการแข่งขันเกินควร และมีแนวโน้มก่อให้เกิดการผูกขาดการผลิต (Monopoly) และมีการตั้งราคาเอาเปรียบผู้บริโภค แนวความคิดการคุ้มครองผู้บริโภคได้เข้ามามีบทบาทต่อการออกกฎหมายเพื่อควบคุมการแข่งขันให้เป็นอย่างมีจริยธรรมตามแนวคิดลัทธิทุนนิยมใหม่ (Modern Capitalism) รัฐมีอำนาจแทรกแซงธุรกิจได้พอควรเพื่อพิทักษ์ให้เกิดการแข่งขันและเพื่อประโยชน์ของสาธารณะ การเปลี่ยนแปลงแนวคิดทางเศรษฐกิจและวิชาการด้านการผลิตและการตลาดได้มีการพัฒนาและมีกระบวนการที่สลับซับซ้อนขึ้นอย่างมาก ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการใช้แนวคิดจากลัทธิทุนนิยมกระตุ้นให้

ผู้บริโภคนิยม ภาวะความไม่เสมอภาคภายใต้ระบบเศรษฐกิจเสรีดังกล่าว ทำให้หลักผู้ซื้อต้องระวังไม่สามารถนำมาใช้ได้ทุกกรณี

เอกสารอ้างอิง

1. Consumer Protection From Wikipedia, the free encyclopedia. Available at http://en.wikipedia.org/wiki/consumer_protection
2. คาราวร ธีระวัฒน์. กฎหมายสัญญา สถานะใหม่ของสัญญาปัจจุบันและปัญหาข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2542; 12-15.
3. THE United Nations by Consumer Protection Resolution No39/248, on April 9, 1985.
4. M.R. Pai An Act of faith. <http://www.tribuneindia.com/2003/20030223/spectrum/alert.htm>
5. ศุภสิทธิ์ พรธรรมา ไรท์, ประสิทธิ์ อ่อนดี, สารี อ่องสมหวัง และคณะ. รายงานวิจัยเบื้องต้นการพัฒนากลไกการคุ้มครองผู้บริโภค ตามเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540. ศูนย์วิจัยและติดตามความเป็นธรรมทางสุขภาพ คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2549.
6. สุขุม สุภนิษฐ์. การเปิดตลาดเสรีด้านการค้าและบริการมาตรการทางกฎหมายเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค. Chulalongkorn Review. ปีที่ 7 ฉบับที่ 27 (เมษายน-มิถุนายน 2538) น.52.
7. The Australian Competition and Consumer Commission. November 10, 1998. Sydney, Australia. <http://www.ftc.gov/speeches/swindle/austspch.shtml>