

รู้จักพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562

โดย

มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค

กฎหมายใหม่ แก้อะไรบ้าง

1. ปรับปรุงองค์ประกอบและอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (ม.9)
2. อำนาจวินิจฉัยชี้ขาด (ม.21)
3. อำนาจฟ้องคดีแทนผู้บริโภค (ม.39/1)
4. การคุ้มครองผู้บริโภคด้านความปลอดภัย (ม.29/1 – 29/17)
5. ปรับปรุงบทลงโทษ

มีผลใช้บังคับเมื่อ วันอาทิตย์ที่ 25 สิงหาคม 2562

ปรับปรุงองค์ประกอบและอำนาจหน้าที่ของ คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (ม.9)

- ▶ เลขานุการนายกรัฐมนตรี → ปลัดกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม
- ▶ เลขานุการ อย. → ปลัดกระทรวงสาธารณสุข
- ▶ ผู้ทรงคุณวุฒิไม่เกิน 8 คน →

นายกรัฐมนตรี
ปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี
ปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
ปลัดกระทรวงคมนาคม
ปลัดกระทรวงพาณิชย์
ปลัดกระทรวงมหาดไทย
ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม

ผู้ทรงคุณวุฒิไม่เกิน 8 คน
จากภาควิชาการ ภาค
ประชาชน และภาคผู้ประกอบการ
ธุรกิจ อย่างน้อยภาคละ 2 คน

อำนาจวินิจฉัยชี้ขาด (ม.21)

- ▶ ในกรณีที่มีข้อโต้แย้งระหว่างหน่วยงานของรัฐเกี่ยวกับการใช้บังคับกฎหมายระหว่างการใช้บังคับตามบทบัญญัติในหมวดนี้กับการใช้บังคับตามกฎหมายเฉพาะ ให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเสนอเรื่องต่อคณะกรรมการเพื่อพิจารณาวินิจฉัยชี้ขาด คำวินิจฉัยชี้ขาดของคณะกรรมการให้เป็นที่สุดและผูกพันหน่วยงานของรัฐ
- ▶ ในกรณีที่มีกฎหมายบัญญัติไว้โดยเฉพาะแล้ว และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเห็นสมควรจะต้องเข้าไปดำเนินการเพื่อส่งเสริมหรือแก้ไขเยียวยาผู้บริโภคในเบื้องต้นให้นำบทบัญญัติในหมวดนี้ไปใช้บังคับได้เท่าที่ไม่ซ้ำหรือขัดกับบทบัญญัติดังกล่าว

อำนาจฟ้องคดีแทนผู้บริโภค (ม.39/1)

- ▶ “นอกจากคณะกรรมการมีอำนาจดำเนินคดีตามมาตรา 39 และกฎหมายว่าด้วยวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภคแล้ว ให้เลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีอำนาจดำเนินคดีเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคแทนผู้บริโภคได้ด้วย”
- ▶ ทั้งนี้ การดำเนินคดีของเลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

จัดการโฆษณาเร็วขึ้น (ม.28)

- ▶ บัตรปลั๊กงานที่เคยมีข่าวว่ารักษาอาการป่วยได้
- ▶ น้ำผลไม้รักษาโรค
- ▶ แหวนแห่งโชค เพิ่มพลังชีวิต ช่วยปลดหนี้

เดิมต้องพิสูจน์ก่อน แต่ กฎหมายฉบับใหม่ แค่สันนิษฐานว่าไม่ถูกต้อง โฆษณาเกินจริง ก็ระงับ หรือให้แก้ไขการโฆษณาได้ โดยไม่ต้องให้มีการดำเนินคดี

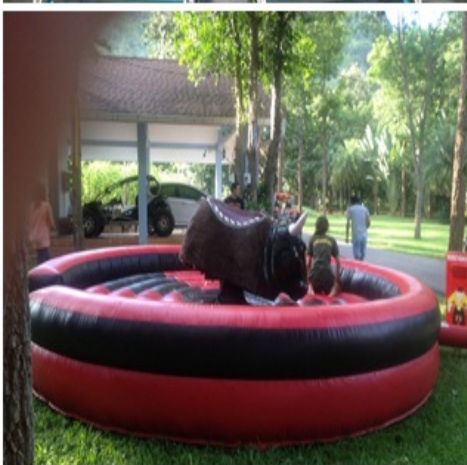
การคุ้มครองผู้บริโภคด้านความปลอดภัย (ม.29/1 - 29/17)

▶ กำหนดหลักการทั่วไป

สินค้าที่นำออกสู่ตลาดจะต้องเป็นสินค้าที่ปลอดภัย และผู้ประกอบการต้องไม่ผลิตหรือนำเข้าสินค้าที่เป็นอันตรายแก่ผู้บริโภค และต้องไม่แนะนำหรือโฆษณาสินค้านั้นอย่างกล่าว

▶ กำหนดหน้าที่ผู้ประกอบการ

- มีมาตรการเพื่อป้องกันหรือทำให้ความเสี่ยงต่ออันตรายของสินค้าหรือบริการหมดสิ้นไป
- แจ้งความเป็นอันตรายอันเกิดจากสินค้าหรือบริการ
- ปัดป้องอันตรายหรือทำให้อันตรายของสินค้าหรือบริการนั้นหมดสิ้นไป



โสภณ หนูรัตน์ นำเสนอ คคส. ๒๔ ส.ค. ๖๒

มาตรการเพื่อป้องกันหรือทำให้ความเสี่ยงต่ออันตรายอันเนื่องมาจากสินค้าหรือบริการหมดสิ้นไปที่ผู้ประกอบการธุรกิจต้องจัดให้มี (ม.29/4)

1. สอดส่องดูแลความปลอดภัยของสินค้าหรือบริการของตนตลอดระยะเวลาประกันของสินค้าหรือบริการนั้น พร้อมทั้งเก็บรักษาสถิติหรือรายงานที่เกี่ยวข้อง
2. มาตรการอันเหมาะสมกับสินค้าหรือบริการเพื่อให้ทราบได้ถึงความเสี่ยงต่ออันตรายที่อาจจะเกิดขึ้นตามสภาพของสินค้าหรือบริการเพื่อประโยชน์ในการป้องกันความเสี่ยงดังกล่าว
3. ช่องทางในการให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภค และช่องทางการรับแจ้งข้อมูลจากผู้บริโภค การตรวจสอบและพิจารณาข้อมูลที่ได้รับแจ้งจากผู้บริโภค และการแจ้งผลการพิจารณาให้ผู้บริโภคทราบโดยไม่ชักช้าพร้อมทั้งจัดทำและเก็บรักษาสันติทินหรือรายงานเกี่ยวกับการรับแจ้งและผลการพิจารณาดังกล่าว
4. มาตรการในการติดตามสินค้าที่ได้จัดจำหน่ายไป ซึ่งรวมถึงการระบุชื่อและรายละเอียดของผู้ผลิต ผู้ส่งหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักร หรือผู้จัดจำหน่าย และเลขหมายประจำสินค้าไว้ที่ตัวสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์
5. มาตรการในการติดตามบริการที่ได้ให้บริการไป ซึ่งรวมถึงการระบุชื่อและที่อยู่ของผู้รับบริการ และรายละเอียดของการให้บริการ

การคุ้มครองผู้บริโภคด้านความปลอดภัย (ม.29/1 - 29/17)

- ▶ อำนาจของคณะกรรมการว่าด้วยความปลอดภัย

สั่งผู้ประกอบการธุรกิจให้**ดำเนินการทดสอบหรือพิสูจน์**สินค้าหรือบริการ
สั่ง**ห้ามขาย**สินค้าหรือบริการชั่วคราวจนกว่าจะทราบผลทดสอบ

- ▶ อำนาจจัดการสินค้าหรือบริการ

- สั่งห้ามขายหรืองดให้บริการ รวมทั้งกำหนดมาตรการในการจัดการสินค้าหรือบริการภายหลังมีคำสั่ง เช่น เสนอแผนจัดเก็บหรือเรียกคืนสินค้า และการปิดประกาศแจ้งโฆษณาข่าวสาร

การคุ้มครองผู้บริโภคด้านความปลอดภัย (ม.29/1 - 29/17)

- ▶ ให้คณะกรรมการว่าด้วยความปลอดภัยเป็นคณะกรรมการเฉพาะเรื่อง (ม.14)

กรรมการเฉพาะเรื่องอยู่ในตำแหน่ง คราวละสามปี

- ▶ กรรมการและกรรมการเฉพาะเรื่องอยู่ต่อจนกว่าจะมีกรรมการชุดใหม่ (ม.11)

“เมื่อครบกำหนดตามวาระในวาระหนึ่ง หากยังมิได้มีการแต่งตั้งกรรมการขึ้นใหม่ ให้กรรมการซึ่งพ้นจากตำแหน่งตามวาระนั้นอยู่ในตำแหน่งเพื่อดำเนินงานต่อไปจนกว่ากรรมการซึ่งได้รับแต่งตั้งใหม่เข้ารับหน้าที่”

ปรับปรุงบทลงโทษ

- ▶ เพิ่มอัตราโทษปรับเป็นสองเท่า แต่ยังคงประกอบความผิดยังคงเดิม

ม.49 ไม่ปฏิบัติตามคำสั่ง
ของคณะกรรมการโฆษณา มี
โทษจำคุกไม่เกิน 6 เดือน
ปรับไม่เกิน 50,000
บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ



ม.49 ไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของ
คณะกรรมการโฆษณา มีโทษ
จำคุกไม่เกิน 6 เดือน ปรับไม่
เกิน 100,000 บาท หรือ
ทั้งจำทั้งปรับ

บทลงโทษกับองค์กรผู้บริโภคที่ไม่สุจริต ม.60

▶ “มาตรา 60

ผู้ใดโดยเจตนาทุจริต ใช้ จ้าง วาน ยุยง หรือดำเนินการให้สมาคม หรือมูลนิธิที่คณะกรรมการรับรองตามมาตรา 40 พ้องร้องผู้ ประกอบธุรกิจคนใดเป็นคดีแพ่งหรือคดีอาญาต่อศาลเพื่อกลับ แก่ผู้ประกอบธุรกิจนั้นให้ได้รับความเสียหาย ต้องระวางโทษ จำคุกไม่เกินสามปี หรือปรับไม่เกินหกแสนบาท หรือทั้งจำทั้ง ปรับ”

แต่ความผิดผู้ประกอบที่ฝ่าฝืน ไม่เกินสองแสนบาท

กระจายอำนาจให้ส่วนท้องถิ่น (ม.62 และ 63)

- ▶ มาตรา ๖๒ บรรดาความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ที่มีโทษปรับสถานเดียว หรือเป็นความผิดที่มีโทษปรับหรือมีโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี ให้คณะกรรมการมีอำนาจเปรียบเทียบได้ และในการนี้ให้คณะกรรมการมีอำนาจมอบหมายให้คณะกรรมการเฉพาะเรื่องหรือคณะอนุกรรมการ พนักงานสอบสวน พนักงานเจ้าหน้าที่ หรือเจ้าพนักงานท้องถิ่น ดำเนินการเปรียบเทียบได้
- ▶ มาตรา ๖๓ ค่าปรับจากการเปรียบเทียบที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้ปฏิบัติการ และดำเนินการเปรียบเทียบความผิดตามที่ได้รับมอบหมายตามมาตรา 62 วรรคหนึ่ง ให้ตกเป็นรายได้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนั้น”
- ▶ **กระจายอำนาจให้ส่วนปกครองท้องถิ่น แต่ สคบ.ต้องมีการอบรมให้ความรู้เรื่องสิทธิผู้บริโภคตาม พรบ.คุ้มครองผู้บริโภคเพิ่มเติมด้วย**

สิทธิผู้บริโภคไทย ด้อยกว่าสิทธิผู้บริโภคสากล

1. สิทธิที่จะได้รับข่าวสาร รวมทั้งคำ
พรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและ
เพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ
2. สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหา
สินค้าหรือบริการ
3. สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจาก
การใช้สินค้าหรือบริการ
4. สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมใน
การทำสัญญา
5. สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและ
ชดเชยความเสียหาย

1. สิทธิที่จะได้รับสินค้าและบริการที่จำเป็นในการดำรงชีวิต
2. สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากผลิตภัณฑ์ กรรมวิธีผลิต
และบริการที่เป็นอันตรายต่อคุณภาพชีวิต
3. สิทธิที่จะได้รับการคุ้มครองจากการหลอกลวงของโฆษณา
หรือการแจ้งประกาศที่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิด หรือสิทธิที่จะ
ได้รับข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ
4. สิทธิที่จะได้เลือกซื้อสินค้าและบริการในราคายุติธรรม ใน
ราคาที่เกิดการแข่งขันกัน
5. สิทธิที่จะแสดงความคิดเห็นในฐานะตัวแทนผู้บริโภค
6. สิทธิที่จะได้รับค่าชดเชย ในกรณีที่ถูกละเมิด หลอกลวงให้
ได้รับสินค้าและบริการที่ไม่มีคุณภาพ
7. สิทธิที่จะได้รับความรู้และไหวพริบอันจำเป็นต่อการบริโภค
อย่างเท่าทัน
8. สิทธิที่จะดำรงชีวิตอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดี และยังชีพได้อย่าง
ปลอดภัย