

เอกสารประกอบการบรรยายแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

การอบรมเชิงปฏิบัติการฟื้นฟูความรู้ในการปฏิบัติงานแก่พนักงานเจ้าหน้าที่
ผู้ปฏิบัติงานด้านคุ้มครองผู้บริโภค พื้นที่จังหวัดขอนแก่น ปีงบประมาณ 2548
วันที่ 2 พฤษภาคม 2548 ณ ห้องศรีจันทร์ 1 โรงแรมเจริญธานีปรีนเซส ขอนแก่น

เรื่อง

ทำอย่างไรเมื่อผู้บริโภคมาร้องเรียน



เรียบเรียงโดย

เกสัชกรสาธารณสุข แสนภักดี M.P.H. CMU

หัวหน้างานประสานรัฐและท้องถิ่น สสจ.ขอนแก่น

ผู้ประสานงานเครือข่ายองค์กรผู้บริโภคจังหวัดขอนแก่น

www.prachasan.com

รายการสิ่งที่ต้องเตรียมรับการร้องเรียน/ร้องทุกข์

1. แบบฟอร์มรับเรื่องเรียน/ร้องทุกข์ (ควรจะเป็นแบบฟอร์มมาตรฐานที่ใช้ร่วมกันทั้งจังหวัด รวมทั้งเป็นแบบฟอร์มที่ผู้บริโภคสามารถจะกรอกรายละเอียดได้ด้วยตัวเอง)
2. รายละเอียดมาตรฐานระบบงานการร้องทุกข์/ร้องเรียน (Standard Operating Procedure - SOP) สำหรับการรับเรื่องและแก้ไขปัญหาการร้องเรียน เพื่อให้ประกอบในการชี้แจงกับผู้บริโภคให้ทราบถึงขั้นตอนในการรับเรื่องและดำเนินการประสานงานหรือดำเนินการในการแก้ไขปัญหาในทุกขั้นตอนจากเริ่มต้นรับเรื่องไปจนถึงสิ้นสุดกระบวนการ (Process of Problem Solving)

การสื่อสารกับผู้บริโภคที่มาร้องทุกข์/ร้องเรียน

เพื่อให้การทำงานในฐานะภาครัฐที่ต้องให้บริการประชาชน เพื่อสนองความต้องการและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับภาคประชาชน โดยเฉพาะการแก้ไขปัญหาที่ประชาชนผู้บริโภคเดือดร้อนจนถึงขั้นที่ต้องมาร้องทุกข์/ร้องเรียน ผู้ปฏิบัติงานรับเรื่องร้องทุกข์/ร้องเรียนจะต้องให้ความสำคัญในเรื่องของการสื่อสาร ซึ่งในที่นี้ขอเรียกว่า "การสื่อสารเพื่อผู้บริโภค" C4C หรือ Communication for Consumer โดยประเด็นสำคัญที่ต้องเน้นในการสื่อสารกับผู้บริโภคที่มาร้องทุกข์/ร้องเรียนประกอบด้วย

1. ฟัง (Listening) สิ่งแรกที่สำคัญมากคือการฟัง ผู้รับเรื่องร้องทุกข์/ร้องเรียนควรจะมีทักษะในการฟัง ให้ผู้บริโภคเขาเล่าเรื่องความทุกข์ของเขาทุกขั้นตอนที่เกิดขึ้น (Storytelling all process) ผู้รับเรื่องร้องทุกข์ใช้วิธีจดบันทึกจากการฟังในประเด็นที่สำคัญ ด้วยหลักการ 4W1H ประกอบด้วย

- 1.1 Where - เรื่องเกิดขึ้นที่ไหน ตลาดสด หมู่บ้าน ห้างสรรพสินค้า พื้นที่ตำบล อำเภอ จังหวัดใด

- 1.2 When - เหตุเกิดเมื่อใด บางครั้งเหตุที่เกิดขึ้นนานและอาจจะส่งผลต่อการเกิดเชื้อหรือการสูญสลายของสารเคมีที่ปนเปื้อนในผลิตภัณฑ์ที่ร้องเรียน รวมทั้งอาจหมายถึง พบหลายครั้งก่อนจะมาร้องเรียนหรือไม่

- 1.3 Who - ใครเป็นผู้ก่อปัญหา ผู้ประกอบการ ผู้ผลิต หรือผู้จำหน่าย ขายปลีก ขายส่ง หรือเร่ขาย หรือจำหน่ายตรง หรือเสียงโฆษณา วิทยุ หรือสื่อต่างๆ

- 1.4 What - อะไร พอฟังไปสักระยะเราจะเริ่มได้ความชัดเจนว่า เรื่องที่เขาเรียนคืออะไร โดยในที่นี้แยกเป็นสองกลุ่มใหญ่ๆ ก็คือ ผลิตภัณฑ์สุขภาพ (Health Product) หรือบริการสุขภาพ (Health Service) แล้วก็ค่อยลงลึกในรายละเอียดว่า แต่ละอันปัญหาคืออะไร เช่น หากเป็นผลิตภัณฑ์สุขภาพ เป็นอาหาร ยา เครื่องสำอาง เครื่องมือแพทย์ หรืออะไร

- 1.5 How - เกิดขึ้นอย่างไร หมายถึงปัญหาที่ร้องเรียนนั้นมันเกิดผลอย่างไร หรือวิธีการเกิด หรือธรรมชาติของปัญหานั้นเป็นอย่างไร เช่น มีคนมาขายยาสมุนไพร

โดยใช้วิธีการแจก แกรม หรือการสาธิตวิธีการรักษาโรค เป็นตัวอย่างของ How ที่เราจะต้องฟังให้เข้าใจ

2. ถาม (Ask) เมื่อฟังเขาเล่าเรื่องจนหมดสิ้นที่ผู้บริโภครู้ว่าเขาต้องการระบายความทุกข์ ในใจจนหมดสิ้นแล้ว ต่อไปเป็นหน้าที่ของผู้รับเรื่องร้องทุกข์/ร้องเรียน ที่จะต้องถาม ผู้บริโภคกลับไป โดยในการถามคำถาม เราจะต้องถามในหัวข้อที่จะเป็นประโยชน์ ในการแก้ไขปัญหา

2.1 วัตถุประสงค์ของการร้องทุกข์/ร้องเรียน (Objectives) ที่ต้องถามวัตถุประสงค์

ประสงค์ในการร้องทุกข์/ร้องเรียนก็เพื่อให้เราดำเนินการแก้ไขปัญหา รวมทั้งชี้แจงผู้ บริโภคให้ทราบถึงขอบเขต อำนาจหน้าที่ในการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียน เช่น ผู้ บริโภคบางคนมีวัตถุประสงค์ในการร้องเรียนคือ เพื่อให้มีการสั่งปิดโรงงานน้ำแข็ง แต่อำนาจจริง ๆ หรือผู้มีอำนาจกลับอยู่ที่ระดับกระทรวง เราก็จะต้องชี้แจงให้เขาเข้าใจเพื่อไม่คาดหวังเกิดอำนาจของหน่วยงานที่รับเรื่อง วัตถุประสงค์หลักๆ ให้เราถาม เขาว่า ในการร้องทุกข์/ร้องเรียนครั้งนี้ต้องการอะไรจากการร้องเรียน/ร้องทุกข์ ในหัว ข้อต่อไปนี้

- ก) ต้องการเรียกเงินคืน
- ข) ต้องการเปลี่ยนใหม่
- ค) ต้องการการซ่อมหรือแก้ไข
- ง) ต้องการการชดเชย
- จ) หรือเพียงแต่อยากให้สังคมรับรู้

หากเราสามารถระบุความต้องการของเขาได้ชัดเจน ก็ย่อมจะมองเห็นวิธีการดำเนินการ ต่อในวัตถุประสงค์นั้นๆ เช่น ต้องการการชดเชย การดำเนินการก็คือ หากคนผิดให้ได้ ทำการเจรจา สามฝ่าย ผู้ประกอบการ ผู้บริโภคและ ภาครัฐ แล้วหาข้อสรุปของการชดเชยว่า จะเป็นเท่าใด หรืออย่างไร เป็นต้น

2.2 ถามถึงหลักฐาน ในการร้องทุกข์/ร้องเรียน สิ่งที่มีความสำคัญมากๆ อีกอย่าง หนึ่งก็คือ เรื่องของหลักฐาน ซึ่งจะมีความหลากหลายมาก ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็น ปัญหา เอกสารฉลากผลิตภัณฑ์ เอกสารแผ่นพับ แผ่นปลิว ข้อความโฆษณา เทปบันทึก เสียงการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และอื่นๆ อีกมากมาย ตามยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป หลักการสำคัญในเรื่องของการถามหาหลักฐานก็คือ จะต้องอาศัยหลักการ ร เรือ คือ รวบรวม - เรื่องราว - เรียบเรียง - เรียบร้อย - รวบรวม ซึ่งแต่ละคำนั้นมีความหมาย

รวบรวม - ต้องรวบรวมให้ครบถ้วนสมบูรณ์ หลักฐาน เอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อ ประโยชน์ในการแก้ไขปัญหา หากถึงขั้นตอนที่จะต้องดำเนินการคดี

เรื่องราว - หากเป็นไปได้ควรจะให้ผู้ร้องเรียนเขียนออกมาเป็นเรื่องราว (Process Document) เกิดอะไรขึ้น วันไหน ตอนไหน ใคร อย่างไร ซึ่งจะเป็น ประโยชน์ในการติดตามสอบสวนข้อมูลของพนักงานเจ้าหน้าที่ รวมทั้งเป็น

กรณีศึกษาที่สามารถเก็บไว้เป็นตัวอย่างให้กับผู้บริโภครายอื่นๆ ที่มีปัญหาในแบบเดียวกันได้ในอนาคต

เรียบเรียง - การจัดการกับข้อมูลในการร้องเรียน เช่น เอกสารที่เกี่ยวข้องในเรื่องของราคา เอกสารการโฆษณา เอกสารสัญญา การเรียบเรียงในที่นี้จะช่วยให้การทำงานที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายหลายๆ ฉบับหรือ องค์กรที่เกี่ยวข้องหลายๆ องค์กร เช่น การร้องเรียนอาจจะเกี่ยวข้องกับพาณิชย์ เรื่องของราคาเกี่ยวข้องกับ สคบ. เรื่องสัญญาที่ไม่เป็นธรรม เพราะปัญหาบางปัญหาเกิดจากหลายมิติ ไม่ได้เกิดขึ้นด้านเดียว

เรียบร้อย - จะต้องตรวจสอบความเรียบร้อยของเอกสารก่อนจะรับเรื่องร้องเรียน มีการเซ็นชื่อกำกับ หรือบันทึกรายการเอกสารที่เรารับเรื่อง รวมทั้งสอบถามผู้บริโภคว่ามีการทำสำเนาไว้หรือไม่ หากต้องการเอกสารตัวจริง จะสามารถติดต่อผู้บริโภคได้ในภายหลัง เพราะมีบางรายที่ไม่ให้เอกสารตัวจริงกับหน่วยงานที่รับเรื่องร้องเรียน

หน่วยงานที่ควรจะมีการประสานงานกันในเรื่องการแก้ไขปัญหาผู้บริโภค

ในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพ นั้นจะต้องมีการประสานงานกันของหน่วยงานหรือองค์กรจากหลายๆ ภาคส่วนเพื่อช่วยให้การแก้ไขปัญหาเป็นไปอย่างยั่งยืน ไม่สร้างปัญหาซ้ำ หรือก่อปัญหาใหม่ หน่วยงานที่ควรจะมีรวมตัวหรือประสานงานกันไว้เป็นภาคี คุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วย

- 1) หน่วยงานภาครัฐ เช่น สสจ. พาณิชย์ สำนักงานจังหวัด อุตสาหกรรม
- 2) หน่วยงานภาคประชาชน/องค์กรพัฒนาเอกชน เช่น มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค ชมรมอาสาสมัครเพื่อผู้บริโภค สหพันธ์องค์กรผู้บริโภค สมาคมพิทักษ์สิทธิ์
- 3) หน่วยงานภาคธุรกิจเอกชน เช่น ชมรมร้านขายยา ชมรมผู้ผลิตน้ำดื่ม
- 4) เครือข่ายนักวิชาการ เช่น แพทย์ เกสัชกร
- 5) เครือข่ายสื่อ (Media) เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุชุมชน โทรทัศน์

การทำงานเรื่องการร้องเรียนหากเราประสานงานได้ครบทุกภาคส่วนจะช่วยให้การแก้ไขปัญหาของเราหลังจากรับเรื่องร้องเรียนเป็นไปอย่างเป็นระบบ สามารถแก้ไข และติดตามปัญหาได้ในกรอบเวลาที่เหมาะสม

สายด่วนที่เกี่ยวข้องกับการร้องเรียน/ร้องทุกข์

สายด่วน อย. 1556 | สายด่วนพาณิชย์ กรมการค้าภายใน 1569 | สายด่วน สคบ. สำนักงานรัฐมนตรี 1166

เพื่อให้ผู้บริโภครับประโยชน์สูงสุด หน่วยงานต่างๆ ก็ควรมีการให้ข้อมูลเรื่องสายด่วนต่างๆ เหล่านี้กับผู้บริโภค โดยทั่วไปเพื่อให้เราร้องเรียน/ร้องทุกข์ได้ตรงกับหน่วยงานรับผิดชอบ จะได้ไม่เสียเวลาไปติดต่อหลายหน่วยงาน

บัญญัติ 10 ประการสู่ความสำเร็จของการร้องทุกข์ (สำหรับเอาไว้อบรมผู้บริโภค)

เพื่อให้การร้องทุกข์ได้รับการพัฒนาในอนาคต เป็นระบบที่ผู้บริโภคพึงพาได้และประชาชนเห็นความสำคัญของการร้องทุกข์ ท่านในฐานะของเจ้าหน้าที่ในการรับเรื่องร้องทุกข์/ร้องเรียน ก็ควรจะได้ช่วยให้ Education กับผู้บริโภคในเรื่องการร้องทุกข์ ร้องเรียนด้วย เมื่อรับเรื่องของผู้บริโภคแล้ว ก็ควรจะต้องบอกเขาว่า เพื่อความสำเร็จในการร้องทุกข์ให้ทำตามขั้นตอนต่อไปนี้

1. รวบรวมเรียบเรียงเรื่องราวของปัญหา ตั้งต้นเป็นลำดับๆ วัน เวลา ทำไม อย่างไร แล้วบันทึกเป็นเครื่องช่วยจำไว้ กันข้อมูลหายหรือผิดพลาด
2. เก็บรักษาหลักฐานทุกชิ้นไว้เป็นอย่างดี อย่าทำลายหรือเก็บไม่เป็นที่ทาง หลักฐานเช่น ใบโฆษณา (โบรชัวร์) ใบแจ้งหนี้ ใบส่งของ ใบเสร็จ สัญญา หนังสือรับประกัน รูปถ่าย(ถ้ามี) ปัญหา รวมทั้งถ้ามีพยานบุคคลต้องจดชื่อที่อยู่ ซึ่งสามารถติดต่อได้สะดวกด้วย
3. อย่าลังเลเมื่อตั้งใจแล้วให้รีบลงมือ เพราะหากช้าอาจเสียโอกาส เช่น กำหนดระยะเวลาคืนสินค้ารับประกัน
4. เข้าถึงบุคคลหรือหน่วยงานที่ถูกต้อง ท่านอาจจะคุยกับทุกคนได้ แต่การเจรจาต้องทำกับผู้บริหารเท่านั้น เพราะเป็นผู้มีอำนาจสั่งการได้แทนที่จะไปเสียเวลาต่อล้อต่อเถียงกับพนักงานขาย
5. สถานที่แรกที่ต้องติดต่อคือ สถานที่ที่ท่านซื้อสินค้ามา หรือบุคคลที่เป็นตัวแทนขายกับท่าน แม้บางที่ร้านอาจเป็นเพียงสาขาย่อยหรือตัวแทนขาย ไม่มีอำนาจ (เช่น รับคืนสินค้า) แต่ท่านก็ต้องไปที่นั่นก่อน จากนั้นอาจให้สาขานั้นทำเรื่องไป หรือท่านไปจัดการเอง แต่ต้องมีหลักฐานว่าไปที่แรกมาแล้ว
6. ตลอดระยะเวลาที่มีการติดต่อร้องทุกข์ ท่านต้องบันทึกสถานการณ์ไว้ตลอดเวลา รวมทั้งคำพูดที่มีการเจรจากับคุณ ต้องมีรายชื่อบุคคล สถานที่ติดต่อของคนที่เราเจรจาไว้เสมอทุกครั้ง เพื่อให้งานดำเนินไปอย่างรวดเร็ว
7. บางครั้งต้องใช้จดหมายเพื่อเป็นการสร้างหลักฐาน ว่าเราติดต่อกับบริษัทมาเป็นระยะเวลาตามกำหนดในใบรับประกัน โดยส่งเป็นจดหมายลงทะเบียน เก็บต้นไว้และในจดหมายต้องบรรยายปัญหาที่เกิดขึ้น ความต้องการของท่าน รวมทั้งยื่นกำหนดเวลาการจัดการปัญหาไว้ด้วย หากเกินนั้นท่านจะได้มีหลักฐานว่าท่านติดต่อบริษัทไปก่อนจริง
8. ควรมีหลักฐานทุกอย่างทั้งฉบับจริงและสำเนา โดยการยื่นเอกสารให้บริษัทไม่ควรให้เอกสารจริงทั้งหมดไป ควรทำเป็นสำเนาให้บริษัทจะดีกว่า

9. อย่างร้อนใจ หากที่ปรึกษาหรือหน่วยงานรับผิดชอบปัญหาผู้บริหารโศกไว้ของรับความช่วยเหลือในกรณีที่ท่านเองไม่ไหวแล้ว ศึกษาข้อกฎหมายที่จำเป็นไว้บ้าง เพื่อช่วยในการเจรจาได้ง่ายขึ้น
10. จำไว้ว่าการร้องทุกข์ส่วนใหญ่แล้วต้องการเวลาระยะหนึ่ง อย่าท้อแท้ให้พยายามอดทนและรอคอย

ทั้งหมดนี้คือ แนวทางในการให้คำแนะนำกับผู้บริหารโศกที่มาร้องทุกข์/ร้องเรียน เพื่อให้การเรียนรู้อุบัติขึ้นระหว่างการร้องทุกข์/ร้องเรียน ของทั้งผู้ร้องและผู้รับเรื่อง

“ ร้องทุกข์หนึ่งครั้ง ดีกว่าบ่นพันครั้ง ”



เป้าหมายของการแก้ไขปัญหาผู้บริหารโศกก็คือ

เพื่อความปลอดภัย

เป็นธรรม

และ ประหยัด

ตัวอย่าง

แบบบันทึกรายละเอียดเรื่องร้องทุกข์/ร้องเรียน

อาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคภาคอีสาน

"ห่วงใยโฆษณา ตาอ่านฉลาก ปากร้องเรียน"

วัน เดือน ปี

ชื่อ - สกุล ผู้ร้อง.....

ที่อยู่.....

.....

หมายเลขโทรศัพท์/โทรสารที่สามารถติดต่อได้.....

E-mail:(ถ้ามี).....

ประเด็นการร้องทุกข์/ร้องเรียน

[] ผลิตภัณฑ์/บริการที่เกิดปัญหา.....

[] ลักษณะของปัญหาที่เกิดขึ้น.....

[] สถานที่เกิดปัญหา.....

[] วัน เวลา ที่เกิดปัญหา.....

[] ข้อบกพร่องข้อสงสัยที่พบ.....

[] ชื่อผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการที่ก่อ/เกิดปัญหา.....

.....

ข้อเรียกร้องของผู้ร้องเรียน

.....

.....

.....

.....

(ลงชื่อ).....ผู้ร้องทุกข์/ร้องเรียน
()

(ลงชื่อ).....เจ้าหน้าที่ผู้รับเรื่อง
()

แผ่นความจริง(Fact Sheet)

สถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภคในเมืองไทย

ภก.ประชาสรรค์ แสนภักดี M.P.H. CMU

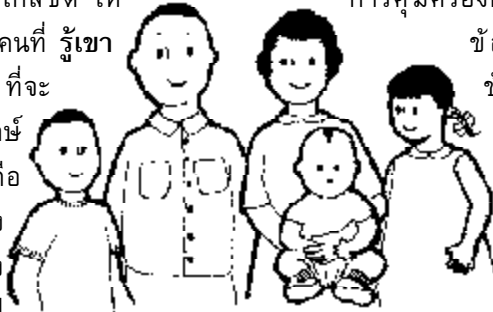
ผู้ประสานงานเครือข่ายองค์กรผู้บริโภคจังหวัดขอนแก่น

<http://www.glocalization.org>

e-mail: glocalization@thailand.com

วันอาทิตย์ที่ : 30 เมษายน 2545 เวลา 13.00 น.

ปัจจุบันสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภคในเมืองไทย นับว่าอยู่ในสภาวะแห่งการเปลี่ยนแปลง ข้อมูลต่อไปนี้ เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคไทยต้องติดตามอย่างใกล้ชิด ให้ ความสำคัญ และไม่นิ่งเฉย ทำตัวเป็นคนที่ รู้เขา รู้เรา รู้เท่า รู้ทัน รู้กัน รู้แก่ พร้อม ที่จะ เป็นครอบครัวแห่งการพึ่งตนเอง พึ่งพิทักษ์ สิทธิของตนเอง และชุมชนต่อไป นี่คื ความจริง (Fact)**กฎหมาย คุ้มครอง ผู้บริโภคล้ำสมัย **สิทธิผู้บริโภค มีเพียง 5 ข้อเท่านั้น ซึ่งน้อยเกินไป



อันประกอบด้วย ๑) สิทธิที่จะได้รับข้อมูลข่าวสาร ๒) สิทธิจะมีอิสระในการเลือก ๓) สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัย ๔) สิทธิที่จะได้รับการชดเชย ๕) ได้รับสัญญาที่เป็นธรรม *** ประชาชนผู้ บริโภคโดยส่วนใหญ่ ไม่รู้ สิทธิ ของตนเองว่ามีอะไรบ้างจึงไม่เกิดการตระหนัก *** ผู้บริโภค ไม่แสดงบทบาท และหน้าที่ของตนเอง อย่างเต็มที่ เช่น ไม่ ประเมินสินค้าหรือบริการ ไม่ร้องทุกข์ ไม่รวมตัวกัน ไม่มีจิต สภาวณะ ไม่นึกถึงสิ่งแวดล้อม *** หน่วยงานที่รับผิดชอบ การคุ้มครองผู้บริโภคในเมืองไทย มีจำนวนมาก ทำให้การ ดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคเกิดความยุ่งยาก ซ้ำซ้อน *** องค์กรผู้บริโภคในเมืองไทยยังมีจำนวนน้อย ทำให้การทํางานขาดพลัง การต่อสู้จึงมักจะเป็นฝ่ายเสียเปรียบเสมอมา *** ผู้ประกอบการขาดจิตสำนึกไม่ยึดปรัชญาของการคุ้มครองผู้บริโภคที่ว่า "อาหารที่ให้เพื่อนบ้านนั้นควรสะอาด ปลอดภัย และถูกอนามัย" *** ปัจจุบันผู้บริโภคมีทางเลือก ในเรื่องข้อมูลข่าวสารมากขึ้น เช่น การมีสายด่วน ผู้บริโภค ของหน่วยงานต่างๆ อาทิ สายด่วน ออย.-1556 สายด่วน สุขภาพ-1669 สายด่วนสคบ.-1166 สายด่วน พาณิชยราคา-1569 ผู้บริโภคจึงมีที่พึ่งทางข้อมูลมากขึ้น *** ในด้านการ ศึกษา ในโรงเรียนทุกระดับยังไม่มีหลักสูตร เรื่อง การคุ้มครองผู้บริโภคโดยตรง สิ่งที่ดีควรจะเป็นคือ การกำหนดให้ มีวิชาเรียนทางการคุ้มครองผู้บริโภค (Consumer Protec-

tion) *** สื่อมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของ ผู้บริโภคโดยเฉพาะวัยรุ่นนิยมบริโภคตามๆ กัน รวมทั้งตาม ดารา นักร้อง นิยมวัฒนธรรมต่างประเทศโดยขาดการเรียนรู้ถึงที่ไปที่มาของสิ่งที่ตัวเองบริโภค เช่น อาหาร Fast Food อาหารขยะทั้งหลาย ***

ทางออกของการคุ้มครองผู้บริโภคในเมืองไทย

๑) การปรับแก้กฎหมายให้ทันสมัยมากขึ้น โดยเฉพาะ การเร่งให้เกิดองค์การอิสระ มาตรา 57 ตามรัฐธรรมนูญ ใหม่ ๒) ผู้บริโภคไทยต้องออกมารวมตัวกันเป็นองค์กรในระดับ ต่างๆ เช่น ระดับหมู่บ้าน ชุมชน ตำบล อำเภอ จังหวัด ระดับภูมิภาค และระดับประเทศ เพื่อการต่อรอง เพื่อการ เคลื่อนไหวเพื่อผู้บริโภค โดยประสานงานกันเป็นเครือข่าย ๓) รัฐจะต้องจัดให้มีข้อมูลสาธารณะ ที่เป็นประโยชน์ ต่อ การคุ้มครองผู้บริโภค เช่น ข้อมูลราคาสินค้า ข้อมูลผลวิเคราะห์คุณภาพสินค้า ข้อมูลรายชื่อผู้ประกอบการที่ ทำ ผิดกฎหมาย รวมทั้งกฎหมาย ที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค อาจจะ ทำในรูปแบบของ CD วิทยุ หรือ ระบบเสียงผ่านโทรศัพท์ (Audiotext)

๔) ผู้ประกอบการต้องไม่เอากำไร เป็นตัวตั้ง ต้องยึดมั่น ในเป้าหมายของการคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกัน คือ การมี "ความปลอดภัย เป็นธรรม และประหยัด"

๕) สื่อมวลชนจะต้องแสดงความมุ่งมั่นในการคุ้มครองผู้ บริโภคมากกว่าเดิม เช่น การจัดผังรายการวิทยุ โทรทัศน์ เรื่องของการคุ้มครองผู้บริโภค ให้อยู่ในช่วงเวลา ที่มีผู้ฟัง หรือชมจำนวนมาก เช่น ช่วงเย็น (Prime time)

๖) ต่อไปนี้ใครทำผิดเราจะต้องรวมตัวกันก็ดกกัน สินค้า ให้ออกไปจากท้องตลาด ต้องไม่ซื้อมาใช้ หรือบริโภค

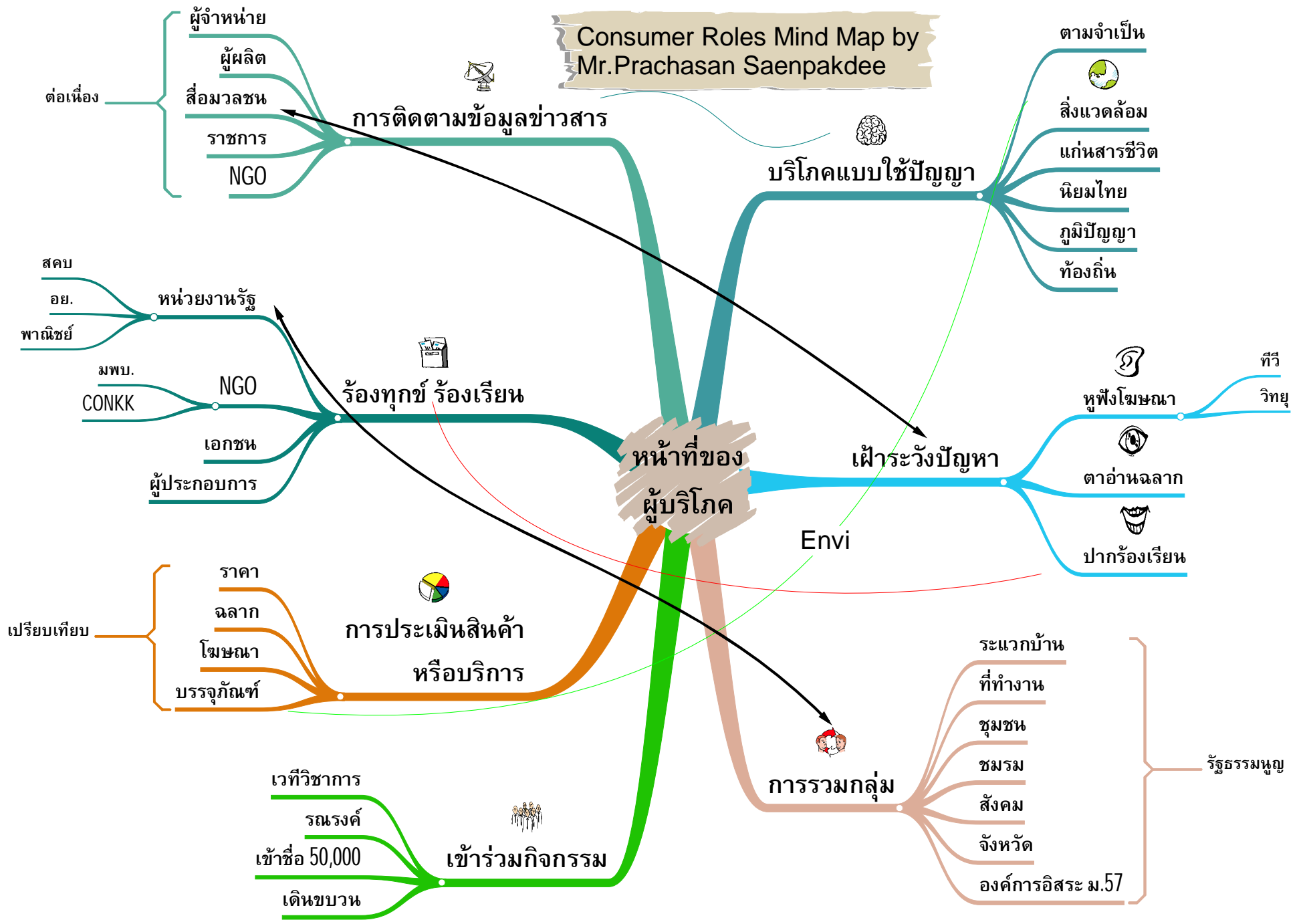
๗) เราต้องร่วมกันกำหนดวันไม่ซื้อ (Buy Nothing Day) เพื่อลดการบริโภคในช่วงวันเทศกาล ต่างๆ ทั่วประเทศ

"ไม่มีคำว่าสายเกินไปสำหรับการเริ่มต้นในสิ่งที่ ถูก ต้อง และดีงาม" พบปัญหา วันนี้ เราจะไม่นิ่งเฉย จะออกมาบอกสังคม ให้รับรู้ที่เราเป็นคนหนึ่ง ที่มี ปัญญา ไม่ ยอมให้ ใคร มาหลอกได้ง่ายๆ เหมือน ที่ ผ่านมา ตู๊ปลน. โทรศัพท์ จดหมาย E-mail หรือ แม้ แต่ การ ร้องทุกข์ ด้วยตัวเอง เราก็จะ ทำ เพื่ออนุชนรุ่นหลัง ที่จะตามพวกเรามา เพราะว่า

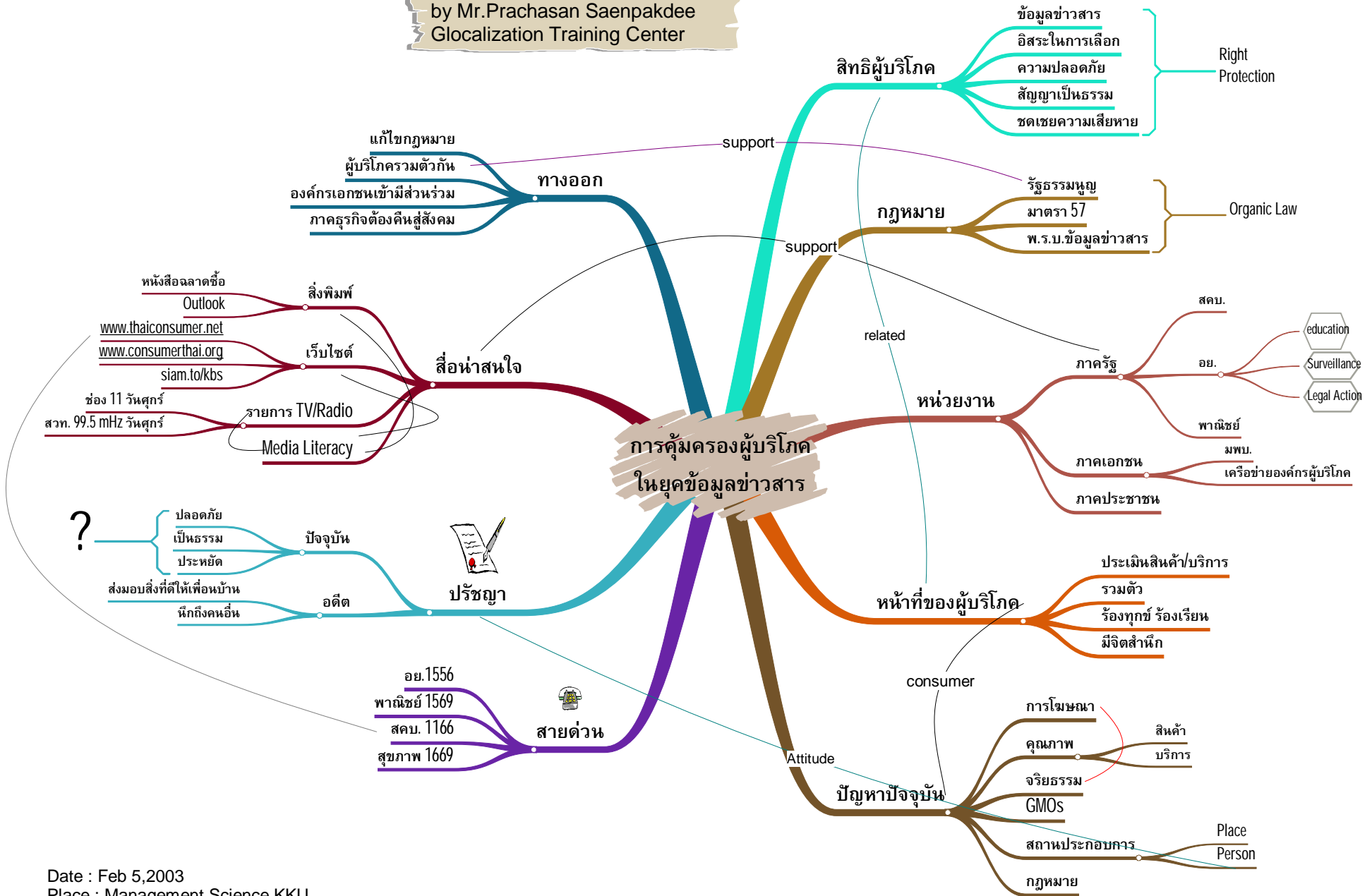


"สังคมดีไม่มีขาย อยากรู้ได้ต้องร่วมสร้าง"

Consumer Roles Mind Map by Mr.Prachasan Saenpakdee



Consumer Protection in Thailand
by Mr.Prachasan Saenpakdee
Glocalization Training Center



Date : Feb 5,2003
Place : Management Science,KKU
e-mail : glocalization@thailand.com

ผู้บริโภครุ่นใหม่ต้องใส่ใจเรื่องสิทธิตามกฎหมาย
แผนภูมิความคิดโดย เกษัชกรประชาสรรค์ แสนภักดี

- ผู้เสียหายได้รับการชดเชย ✓
- ต้องพิสูจน์ได้ว่าใครทำผิด ✓
- มีหน่วยงานรัฐประสานการชดเชย ✓
- ประเด็นชดเชยต้องชัดเจน ✓

ได้รับการชดเชย
ความเสียหาย

- ใช้แบบสัญญามาตรฐาน ✓
- ข้อความในสัญญาเป็นธรรม ✓
- เป็นไปตามกฎหมาย ✓
- มีหน่วยรับเรื่องแก้ปัญหา ✓

ได้รับความเป็นธรรม
จากสัญญา

สิทธิผู้บริโภค
ตามกฎหมาย

ได้รับข้อมูลข่าวสาร
ครบถ้วน

- ข้อมูลทั้งด้านประโยชน์ ✓
- ข้อมูลทั้งด้านผลเสีย ✓
- ข้อมูลจากรัฐ ✓
- ข้อมูลจากผู้ประกอบการ ✓

อิสระในการเลือก
ซื้อสินค้า/บริการ

- สิทธิที่จะเลือกด้วยตนเอง ✓
- เลือกซื้อตามอิสระ ✓
- ต้องไม่ถูกบังคับจิตใจ ✓
- สร้างทางเลือกให้กับผู้บริโภค ✓

ได้รับความปลอดภัย
จากสินค้า/บริการ

- ต่อร่างกาย ✓
- ต่อสุขภาพ ✓
- จิตใจ ✓
- แต่ต้องไม่เกิดจากผู้บริโภค ✓