

## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

- กฤษณ์ ทองเลิศ. การร้องทุกข์ผ่านสื่อมวลชนในช่วงเปลี่ยนผ่านคณะรัฐบาลจากรัฐบาลพลเอกชาติชาย ชุณหะวัณ สู่รัฐบาล นายอานันท์ ปันยารชุน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.
- ไกรยุทธ ชีระยารินทร์. "ทฤษฎีการถอนตัวและการไว้วางใจ" วารสารเศรษฐศาสตร์จุฬาลงกรณ์ 2,2 (สิงหาคม 2533) : 252-270.
- คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, สำนักงาน. หนังสือรวบรวมบทความเผยแพร่ เล่ม 1, 2538. คำสั่งคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา. 2538-2539.
- ชมภูษ ภูมิปาประการ. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางประชากร พฤติกรรมการเปิดรับสารและการให้ความสำคัญในเรื่องรูปแบบการจูงใจกับความเข้าใจ และความพึงพอใจในโฆษณาเพื่อส่งเสริมสังคมทางโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- วิรัช จีระแพทย์. กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณา. วิทยานิพนธ์นิติศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2523.
- วิรัช ลภีรัตกุล. "ความหมายและความสำคัญของการโฆษณาและประชาสัมพันธ์", หลักการโฆษณาและประชาสัมพันธ์. หน้าที่ 1-7 (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์เอเชียเพรส. 2529)
- สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย. เอกสารการสอนชุดวิชาธุรกิจการโฆษณา หน่วยที่ 1-5, กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2531.
- สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย. เอกสารการสอนชุดวิชาการบริหารงานวิทยุโทรทัศน์ หน่วยที่ 1-7, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2530.)
- สุขุม ศุภนิตย์. คำอธิบายกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์, 2536.
- สุขุม ศุภนิตย์. คู่มือกฎหมายธุรกิจโฆษณา. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์, 2534.
- สุขุม ศุภนิตย์. เอกสารประกอบการเรียนวิชาโฆษณากับสังคม. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538. (เอกสารไม่ตีพิมพ์)
- สุขุม ศุภนิตย์. "กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทย" รายงานการวิจัย (ทุนอุดหนุนสำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ) คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2530.

เสรี วงษ์มณฑา. โฆษณา : เมื่อมองสองแว่นขยาย. กรุงเทพมหานคร. 2528.

สมาคมทนายความแห่งประเทศไทย. หนังสือสรุปผลการสัมมนากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค และกฎหมายกำหนดราคาสินค้าและป้องกันการผูกขาด. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จักรเพชรการพิมพ์, 2522.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. การโฆษณา. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2518.

### ภาษาอังกฤษ

Borrie, Gordon and Diamond, Aubrey L., The Consumer and Society and the Law. (Penguin Books London), 1966.

Coser, Lewis A. and Rosenberg Benard. Sociological Theory : A Book of Reading 5th ed. New York: The Macmillan Publishing, 1982.

Neelankavil, James P. and Stridsberg, Albert B. Advertising Self-Regulation A Global Perspective. (Communication Arts Books), 1980.

Tang Thanh Trai Le. Protecting consumer Right. (McGraw-Hill Book Company), 1987.

Rotzoll, Kim B. and Haefner, James E. Advertising in contemporary society 2th ed. Ohio : South Western Publishing Co., 1990.

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### คำสัมภาษณ์เจาะลึก

1. ท่านมีความรู้เกี่ยวกับเรื่องสิทธิผู้บริโภคหรือไม่อย่างไร
2. ท่านร้องเรียนเรื่องอะไร (สินค้า,บริษัท)
3. - เหตุใดท่านจึงมาร้องเรียนยังหน่วยงาน สคบ. หรือ คปอ. (วารสารฉลาดซื้อ)  
- ท่านรู้จักหน่วยงานนี้ได้อย่างไร
4. หลังจากที่ร้องเรียนไปแล้วท่านได้รับการจัดการอย่างไร
5. ท่านหวังจะได้รับผลอย่างไรจากการร้องเรียน
6. ท่านรู้จักหน่วยงานใดอีกบ้าง
7. ท่านมีความคิดเห็นต่อหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภค ทั้งภาครัฐและเอกชนอย่างไร
8. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อโฆษณาในปัจจุบัน
9. ท่านคิดว่างานโฆษณาที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค มีลักษณะอย่างไร (กรุณาช่วยยกตัวอย่างประกอบ)
10. ท่านคิดว่าผู้บริโภคควรปฏิบัติตนอย่างไร ในการเลือกซื้อสินค้าและหลังจากซื้อสินค้า
11. ถ้าท่านคิดว่าได้รับความไม่เป็นธรรมอีก จะร้องเรียนอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด และจะเรียกร้องที่ใด เพราะเหตุใด

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบสอบถาม

เรื่อง ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้บริโภคในการปกป้องสิทธิของตนเอง  
จากข้อความโฆษณาที่ไม่เป็นธรรม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ○ ในข้อที่เป็นคำตอบของท่านหรือเติมข้อความในช่องว่างที่เว้นไว้ให้

ข้อมูลส่วนตัว

1. เพศ \_\_\_\_\_ 1 ชาย \_\_\_\_\_ 2 หญิง
2. อายุ \_\_\_\_\_ 1 18 - 25 ปี  
\_\_\_\_\_ 2 26 - 30 ปี  
\_\_\_\_\_ 3 31 - 40 ปี  
\_\_\_\_\_ 4 41 - 45 ปี
3. การศึกษา \_\_\_\_\_ 1 ประถม \_\_\_\_\_ 5 ปริญญาตรี  
\_\_\_\_\_ 2 มัธยมต้น \_\_\_\_\_ 6 ปริญญาโท  
\_\_\_\_\_ 3 มัธยมปลาย \_\_\_\_\_ 7 สูงกว่าปริญญาโท  
\_\_\_\_\_ 4 ปวช./ปวส./อนุปริญญา
4. รายได้บุคคล \_\_\_\_\_ 1 น้อยกว่า 5,000 บาท \_\_\_\_\_ 4 20,001 - 30,000 บาท  
ต่อเดือน \_\_\_\_\_ 2 5,001 - 10,000 บาท \_\_\_\_\_ 5 30,001 - 50,000 บาท  
\_\_\_\_\_ 3 10,001 - 20,000 บาท \_\_\_\_\_ 6 มากกว่า 50,000 บาท
5. อาชีพ \_\_\_\_\_ 1 นิสิต/นักศึกษา \_\_\_\_\_ 5 รับจ้าง  
\_\_\_\_\_ 2 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ \_\_\_\_\_ 6 แม่บ้าน  
\_\_\_\_\_ 3 พนักงานบริษัทเอกชน \_\_\_\_\_ 7 อื่น ๆ โปรดระบุ.....  
\_\_\_\_\_ 4 ประกอบธุรกิจส่วนตัว

6. ท่านมีความรู้ในข้อความต่อไปนี้หรือไม่

ทราบ	ไม่ทราบ
1	2
1	2
1	2
1	2

- 6.1 ท่านมีสิทธิที่จะได้รับรู้ข่าวสาร ข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้าและบริการอย่าง ถูกต้อง และเพียงพอ
- 6.2 ผู้ประกอบการจะต้องมีความรับผิดชอบในการผลิตสินค้าที่ไม่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค
- 6.3 ท่านมีสิทธิร้องเรียนไปยังหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภค เมื่อท่านได้รับข้อมูลที่ไม่เป็นความจริงเกี่ยวกับสินค้า
- 6.4 ท่านมีสิทธิเรียกร้องค่าเสียหายได้เมื่อท่านได้รับอันตรายหรือความเสียหายจากการใช้สินค้า

7. ท่านทราบเรื่อง สิทธิ ในข้อ (6) จากไหน

- \_\_\_\_\_ 1 ครู อาจารย์
- \_\_\_\_\_ 2 เพื่อน
- \_\_\_\_\_ 3 ผู้ปกครอง/บิดา/มารดา
- \_\_\_\_\_ 4 พี่น้อง
- \_\_\_\_\_ 5 หน่วยงานเอกชน
- \_\_\_\_\_ 6 หน่วยงานของรัฐ
- \_\_\_\_\_ 7 สื่อมวลชน
- \_\_\_\_\_ 8 สามี/ญาติ/นัก
- \_\_\_\_\_ 9 อื่น ๆ โปรดระบุ.....

8. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับข้อความต่อไปนี้

	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉย	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
8.1 ก่อนซื้อสินค้าท่านจะอ่านฉลากสินค้า และสรรพคุณของสินค้าว่าตรงกับโฆษณา	5	4	3	2	1
8.2 หลังจากซื้อสินค้าแล้วท่านจะเก็บหลักฐานการซื้อสินค้าไว้	5	4	3	2	1
8.3 หลังจากซื้อสินค้าแล้วท่านจะเก็บชิ้นงาน โฆษณาไว้เป็นหลักฐาน	5	4	3	2	1
8.4 เมื่อคิดว่าคำโฆษณาไม่ตรงกับคุณสมบัติของสินค้า ท่านจะร้องเรียนไปยังหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภค	5	4	3	2	1
8.5 เมื่อซื้อสินค้าหรือบริการแล้วคุณสมบัติไม่ตรง กับคำโฆษณา ท่านจะร้องเรียนไปยังหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภค	5	4	3	2	1
8.6 เมื่อได้รับอันตรายหรือความเสียหายต่อทรัพย์สิน จากการใช้สินค้าที่เคยโฆษณาไว้ ท่านจะร้องเรียนไปยังหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภค	5	4	3	2	1
8.7 เมื่อซื้อสินค้าหรือบริการแล้วคุณสมบัติไม่ตรง กับคำโฆษณา ท่านจะเลิกซื้อสินค้านั้น	5	4	3	2	1
8.8 เมื่อซื้อสินค้าหรือบริการแล้วคุณสมบัติ ไม่ตรงกับคำโฆษณา ท่านจะบอกให้คนอื่นทราบ	5	4	3	2	1
8.9 เมื่อซื้อสินค้าหรือบริการแล้วคุณสมบัติไม่ตรง กับคำโฆษณา ท่านจะเฉย ๆ เพราะไม่รู้ว่าจะต้องทำอะไร	5	4	3	2	1
8.10 เมื่อซื้อสินค้าหรือบริการแล้วคุณสมบัติไม่ตรงกับคำโฆษณา ท่านจะเฉย ๆ เพราะคิดว่าไม่มีประโยชน์และเสียเวลา	5	4	3	2	1

9. โดยปกติ ก่อนซื้อสินค้าท่านค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้าหรือบริการจากแหล่งข้อมูลเหล่านี้มากน้อยเพียงใด 112

<u>แหล่งข้อมูล</u>	ทุกครั้ง	เกือบทุกครั้ง	บางครั้ง	น้อยครั้ง	ไม่เคยเลย
9.1 เพื่อน	5	4	3	2	1
9.2 ครอบครัว	5	4	3	2	1
9.3 โฆษณาทางสื่อต่าง ๆ	5	4	3	2	1
9.4 พนักงานขาย	5	4	3	2	1
9.5 แผ่นพับ, โปสเตอร์	5	4	3	2	1
9.6 ฉลากสินค้า	5	4	3	2	1
9.7 อื่น ๆ โปรดระบุ.....	5	4	3	2	1

10. ปัจจัยต่อไปนี้มีค่าความสำคัญมากน้อยเพียงใดต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของท่าน

<u>รายละเอียด</u>	สำคัญมาก	สำคัญ	เฉย ๆ	ไม่สำคัญ	ไม่สำคัญเลย
10.1 คุณสมบัติ	5	4	3	2	1
10.2 ราคา	5	4	3	2	1
10.3 รูปแบบของบรรจุภัณฑ์	5	4	3	2	1
10.4 โฆษณา	5	4	3	2	1
10.5 รายการส่งเสริมการขาย (ลด แลก แจก แถม)	5	4	3	2	1
10.6 พนักงานขาย	5	4	3	2	1
10.7 อื่น ๆ โปรดระบุ.....	5	4	3	2	1

11. โดยปกติหลังจากท่านซื้อสินค้าแล้ว ท่านปฏิบัติอย่างไร

- |                                  |                              |
|----------------------------------|------------------------------|
| _____ 1 เก็บใบเสร็จรับเงินไว้    | _____ 4 ไม่เก็บอะไรไว้เลย    |
| _____ 2 เก็บชิ้นงานโฆษณาไว้      | _____ 5 อื่น ๆ โปรดระบุ..... |
| _____ 3 เก็บใบสัญญาการซื้อขายไว้ |                              |

12. ท่านเชื่อโฆษณาจากสื่อต่าง ๆ เหล่านี้มากน้อยเพียงใด

<u>สื่อ</u>	เชื่อมาก	เชื่อ	เฉย ๆ	ไม่เชื่อ	ไม่เชื่อเลย
12.1 โทรทัศน์	5	4	3	2	1
12.2 วิทยุ	5	4	3	2	1
12.3 โรงภาพยนตร์	5	4	3	2	1
12.4 นิตยสาร	5	4	3	2	1
12.5 หนังสือพิมพ์	5	4	3	2	1
12.6 ป้ายกลางแจ้ง	5	4	3	2	1
12.7 ใต้เร็กเมล์ (สื่อขายตรง)	5	4	3	2	1
12.8 อื่น ๆ โปรดระบุ.....	5	4	3	2	1

	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
13.1 โฆษณาให้ข้อมูลที่เกินเท็จ	5	4	3	2	1
13.2 โฆษณาทำให้ท่านเข้าใจคุณสมบัติ ของสินค้าผิดไปจากความเป็นจริง	5	4	3	2	1
13.3 โฆษณาแสดงคุณสมบัติสินค้า เกินความจริง	5	4	3	2	1
13.4 โฆษณาไม่เปิดเผยข้อเท็จจริง ที่จำเป็นต้องเปิดเผย	5	4	3	2	1
13.5 โฆษณาแสดงข้อมูลที่ตรงกับ คุณสมบัติจริงของสินค้า	5	4	3	2	1
13.6 โฆษณาให้ข้อมูลเพียงพอ ต่อการตัดสินใจ	5	4	3	2	1
13.7 โฆษณาเชื่อถือได้	5	4	3	2	1

14. ท่านเคยถูกโฆษณาหลอกหรือไม่

\_\_\_\_\_ 1 เคย \_\_\_\_\_ 2 ไม่เคย (ข้ามไปข้อ 17)

หากตอบว่าเคย ให้ตอบข้อ 15-16

15. เมื่อท่านคิดว่าโฆษณาหลอกท่าน ท่านปฏิบัติอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- \_\_\_\_\_ 1 ไม่ซื้อสินค้านั้น
- \_\_\_\_\_ 2 เลิกใช้สินค้านั้นอีก
- \_\_\_\_\_ 3 บอกคนอื่น ๆ ให้ทราบ
- \_\_\_\_\_ 4 ร้องเรียนไปยังบริษัทผู้ผลิตสินค้า
- \_\_\_\_\_ 5 ร้องเรียนไปยังหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภคของรัฐบาล
- \_\_\_\_\_ 6 ร้องเรียนไปยังหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภคของเอกชน
- \_\_\_\_\_ 7 ร้องเรียนไปยังสื่อมวลชน
- \_\_\_\_\_ 8 ไม่ทำอะไรเลย เพราะไม่รู้ว่าจะต้องทำอย่างไร
- \_\_\_\_\_ 9. ไม่ทำอะไรเลย เพราะคิดว่าไม่มีประโยชน์และเสียเวลา
- \_\_\_\_\_ 10. อื่น ๆ โปรดระบุ.....



16. ถ้าท่านคิดว่าโฆษณาหลอกท่านอีกครั้ง ท่านจะทำอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1 ไม่ซื้อสินค้านั้น
- 2 เลิกใช้สินค้านั้นอีก
- 3 บอกคนอื่น ๆ ให้ทราบ
- 4 ร้องเรียนไปยังบริษัทผู้ผลิตสินค้า
- 5 ร้องเรียนไปยังหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภคของรัฐบาล
- 6 ร้องเรียนไปยังหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภคของเอกชน
- 7 ร้องเรียนไปยังสื่อมวลชน
- 8 ไม่ทำอะไรเลย เพราะไม่รู้ว่าจะต้องทำอย่างไร
- 9 ไม่ทำอะไรเลย เพราะคิดว่าไม่มีประโยชน์และเสียเวลา
- 10 อื่น ๆ โปรดระบุ.....

17. ถ้าท่านตอบว่า ไม่เคย ในข้อ (14) เมื่อท่านคิดว่าโฆษณาหลอกท่าน หรือสินค้าที่ซื้อมาคุณสมบัติไม่ตรงกับคำโฆษณาท่านจะทำอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1 ไม่ซื้อสินค้านั้น
- 2 เลิกใช้สินค้านั้นอีก
- 3 บอกคนอื่น ๆ ให้ทราบ
- 4 ร้องเรียนไปยังบริษัทผู้ผลิตสินค้า
- 5 ร้องเรียนไปยังหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภคของรัฐบาล
- 6 ร้องเรียนไปยังหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภคของเอกชน
- 7 ร้องเรียนไปยังสื่อมวลชน
- 8 ไม่ทำอะไรเลย เพราะไม่รู้ว่าจะต้องทำอย่างไร
- 9 ไม่ทำอะไรเลย เพราะคิดว่าไม่มีประโยชน์และเสียเวลา
- 10 อื่น ๆ โปรดระบุ.....

18. ท่านรู้จักหน่วยงานที่มีบทบาทในการคุ้มครองผู้บริโภคหรือไม่

- 1 รู้จัก  2 ไม่รู้จัก  3 ไม่แน่ใจ (ถ้าตอบข้อ 2 และข้อ 3 ให้ข้ามไปตอบข้อ 22)

19. ท่านรู้จักหน่วยงานใดบ้าง .....

20. ท่านคิดว่าหน่วยงานในข้อ (19) มีบทบาทและหน้าที่อะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. ตรวจสอบ ติดตามคำโฆษณา
- 2. พิจารณาโฆษณาที่อาจผิดกฎหมาย
- 3. รับคำร้องเรียนเกี่ยวกับคำโฆษณาจากผู้บริโภค
- 4. ตรวจสอบหาข้อเท็จจริง โดยเชิญผู้โฆษณามาให้คำยืนยันหรือพิสูจน์
- 5. สั่งแก้ไขข้อความโฆษณา หรือห้ามโฆษณา เมื่อพบว่าเป็นการโฆษณาที่ฝ่าฝืนกฎหมาย
- 6. เรียกร้องค่าเสียหายจากผู้ประกอบการให้แก่ผู้บริโภค
- 7. ฟ้องร้องค่าเสียหายจากผู้ประกอบการให้แก่ผู้บริโภค

21. ท่านรู้จักหน่วยงานในข้อ (19) จากไหน

- |                              |                         |
|------------------------------|-------------------------|
| _____ 1 ครู อาจารย์          | _____ 5 หน่วยงานเอกชน   |
| _____ 2 เพื่อน               | _____ 6 หน่วยงานของรัฐ  |
| _____ 3 ผู้ปกครอง/บิดา/มารดา | _____ 7 สื่อมวลชน       |
| _____ 4 พี่น้อง              | _____ 8 อื่น ๆ โปรดระบุ |

22. ท่านรู้จักหน่วยงานเหล่านี้หรือไม่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- \_\_\_\_\_ 1 สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.)
- \_\_\_\_\_ 2 คณะกรรมการอาหารและยา (อย.)
- \_\_\_\_\_ 3 กรมการตำรวจใน กระทรวงพาณิชย์
- \_\_\_\_\_ 4 ชมรมผู้บริโภคไทย หรือวารสารฉลาดซื้อ
- \_\_\_\_\_ 5 สมาคมผู้บริโภคไทย
- \_\_\_\_\_ 6 ไม่รู้จักเลย

23. ท่านมีความคิดเห็นต่อหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภคของรัฐอย่างไร

	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉย	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
23.1 การดำเนินงานรวดเร็ว	5	4	3	2	1
23.2 ผลการดำเนินงานดี	5	4	3	2	1
23.3 มีความน่าเชื่อถือ	5	4	3	2	1
23.4 ประชาสัมพันธ์หน่วยงานดี	5	4	3	2	1
23.5 บุคลากรที่รับผิดชอบมีจำนวนมาก	5	4	3	2	1
23.6 ให้ความรู้ในการคุ้มครองตัวเอง แก่ผู้บริโภคอย่างดี	5	4	3	2	1

24. ท่านมีความคิดเห็นต่อหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภคของเอกชนอย่างไร

	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉย	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
24.1 การดำเนินงานรวดเร็ว	5	4	3	2	1
24.2 ผลการดำเนินงานดี	5	4	3	2	1
24.3 มีความน่าเชื่อถือ	5	4	3	2	1
24.4 ประชาสัมพันธ์หน่วยงานดี	5	4	3	2	1
24.5 บุคลากรที่รับผิดชอบมีจำนวนมาก	5	4	3	2	1
24.6 ให้ความรู้ในการคุ้มครองตัวเอง แก่ผู้บริโภคอย่างดี	5	4	3	2	1

## 25. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อสื่อมวลชนในฐานะเป็นกระบอกเสียงแทนผู้บริโภค

	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉย	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
25.1 การดำเนินงานรวดเร็ว	5	4	3	2	1
25.2 ผลการดำเนินงานดี	5	4	3	2	1
25.3 มีความน่าเชื่อถือ	5	4	3	2	1
25.4 เผยแพร่ข่าวสารที่เป็นประโยชน์ แก่ผู้บริโภคได้อย่างกว้างขวาง	5	4	3	2	1

# ขอขอบคุณที่กรุณาให้ความร่วมมือ #

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

# ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร อาหารดีจริงหรือ...?

# ฉบับตรง ผู้บริโภค



**ปัจจุบัน** ผู้บริโภคให้ความสนใจผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพิ่มขึ้น เพราะจุดต่างที่เกินเขเวนให้ถูกจับตามองคือ คนไทยไปเรียนต่อยังต่างประเทศ หรือไปท่องเที่ยว และได้เรียนรู้ พบจากการโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจึงซื้อกลับมาทดลองรับประทาน

ครับ...ระยะเพียงไม่กี่ปี ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมีบทบาทมากขึ้นและได้รับความสนใจจากผู้บริโภคกลุ่มคนมีฐานะและมีการศึกษา ขณะเดียวกันมีบางบริษัทนำเข้ามาจัดจำหน่ายในเมืองไทยบ้างแล้วแต่ราคาก็ยังสูงจนอาจจะกล่าวได้ว่าประชาชนที่มีฐานะปานกลางอาจจะไม่พึงประสงค์ที่จะซื้อมารับประทาน

ส่วนผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่นิยมนำเข้ามาก็คือ อเมริกา ญี่ปุ่น และออสเตรเลีย

ภก.ประเสริฐ เจริญผล รองเลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา ให้ทัศนะว่าปัจจุบันมีการจำหน่ายอาหารที่เป็นผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร หรือ Dietary Supplement Products ก็อย่างแพร่หลาย เช่น แก้วกัน ปลาแคปซูล กระดูกอ่อนปลาทะเล โยอาहारอัดเม็ด เป็นต้น ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่จัดเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้รับประทาโดยตรง แยกเหือจากการรับประทานเอาอาหารหลักตามปกติและมีจุดมุ่งหมายสำหรับบุคคลทั่วไปที่มีสุขภาพปกติเท่านั้น ไม่ใช่สำหรับผู้ป่วยปัญหาที่พบส่วนใหญ่ในผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ คือ ความกำกวมระหว่างกาเป็นอาหารหรือยา รวมถึงระบบขายตรงที่ไ้อวดเกินความจริง

ที่สำคัญยังพบว่าผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าบางรายทำการโฆษณาโดยไม่ได้รับอนุญาตหรือโฆษณาไ้อวดเกินความจริงโดยอ้างสรรพคุณผลิตภัณฑ์เสริมอาหารว่าสามารถรักษาโรคต่างๆได้ เช่น โรคกระษัง อัมพาต เบาหวาน ซึ่งไม่มีหลักฐานในการพิสูจน์สรรพคุณดังกล่าว จึงถือเป็นการกระทำผิดกฎหมาย ซึ่งจะมีโทษทั้งจำทั้งปรับ

การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้บริโภคจึงควรคำนึงถึงความปลอดภัยและความเสประโยชน์ กล่าวคือ หากผู้บริโภครับประทานอาหารหลักครบถ้วนแล้ว ก็ไม่จำเป็นต้องรับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร จะเกิดการสิ้นเปลืองโดยใช่เหตุ และในแง่ของความปลอดภัย เนื่องจากขณะี่ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร จัดอยู่ในกลุ่มอาหารที่มีวัตถุประสงคพิเศษ ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 90 ต้องได้รับการพิจารณาอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) เสียก่อนจึงจะผลิตหรือนำส่งได้

ภก.ประเสริฐ ยังให้ข้อชัดเจนอีกว่าอย.จะมีการพิจารณาถึงความปลอดภัย ผลข้างเคียง ตลอดจนข้อมูลคำเตือนต่างๆบนฉลากหรือสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆไม่ให้เห็นสรรพคุณไ้อวดเกินความจริง หรือเป็นเท็จ ก่อนเชื่อผู้บริโภคจึงควรสังเกตเครื่องหมาย อย.บนฉลาก ในกรณีจะรียกษณยขอ เณผล. สำหรับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ผลิตในประเทศหรือณสพส. สำหรับผลิตภัณฑ์ที่นำส่งมาจากต่างประเทศ ตามด้วยเลขที่และปีที่อนุญาต เพื่อความปลอดภัยในระดับหนึ่ง

ครับ...ข้อเท็จจริงคิดว่าผู้บริโภคจะตัดสินใจและพิจารณาให้กับตัวเองได้ เพราะการจะซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมารับประทานก็ขึ้นอยู่กับตัวคุณเองไม่ใช่ใคร...

เพียงแต่ว่าสิ่งที่ต้องการนั้นอยู่ที่คำนิยมจากสังคมนอบข้างหรือความสมัครใจที่ต้องการลองของใหม่ก็ตามที่...

สื่อธุรกิจ :  
(กึ่งเทียน, คู่ครองผู้บริโภค)  
7 มี.ค. 40 หน้า 8

กึ่งเทียน



จะได้ทราบปัญหาที่แท้จริงว่า ปัจจุบันมีโครงการบ้านจัดสรร คอนโดมิเนียมที่แห่งที่ขายให้กับผู้ถูกค้าไปแล้ว แต่ก่อสร้างไม่แล้วเสร็จ มีประชาชนเดือดร้อนในลักษณะดังกล่าวจำนวนมาก

และจะมีแนวทางแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้อย่างไร

การหาทางช่วยเหลือผู้ซื้อบ้านแต่ไม่ได้บ้านเหล่านี้ ไม่เพียงแต่เป็นการช่วยเหลือประชาชนที่เดือดร้อนเท่านั้น หากเป็นการช่วยเหลือธุรกิจอสังหาริมทรัพย์โดยรวมอีกด้วย เพราะจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจและตัดสินใจซื้อบ้านเพิ่มขึ้น

# ผู้บริโภคไร้หลักประกัน

ระยะนี้มีการกล่าวถึงความช่วยเหลือจากรัฐบาลหรือหน่วยงานราชการต่างๆ ทั้งระดับต้นและระดับยาว

แต่ดูเหมือนทุกฝ่ายจะตีความไปถึงการให้ความช่วยเหลือผู้บริโภคหรือผู้ซื้อที่อยู่อาศัยไปเสียสนิท

ทั้งที่ทุกปัญหาที่เกิดขึ้นกับสถาบันการเงิน ปัญหาที่เกิดขึ้นกับบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ย่อมเกี่ยวพันและส่งผลกระทบไปถึงผู้บริโภคทั้งสิ้น ยกตัวอย่าง ถ้ามีโครงการบ้านจัดสรรสัก 10 ราย ที่เป็นลูกค้าเงินกู้ของบริษัทเงินทุน ตกลงวงเงินกู้เพื่อการก่อสร้างกันไว้เรียบร้อย ถึงเวลาไ้บริษัทเงินทุนไม่ปล่อยเงินกู้ออกมาเพราะขาดสภาพคล่อง บริษัทเจ้าของโครงการบ้านจัดสรรก็ไม่มีเงินจ้างผู้รับเหมา บ้านก็ไม่ได้สร้าง สภาพคล่องบริษัทยักมติดัก

แต่เรื่องไม่ได้จบเพียงแค่นั้น ลูกค้าที่ซื้อบ้านและผ่อนค่างานไปจวนจะครบหรือครบถ้วน ก็ไม่ได้บ้าน บางรายอาจขายบ้านเดิมไปแล้ว หรือบอกเลิกสัญญาเช่าบ้านเดิมที่เคยอยู่ไปแล้ว บางรายกำหนดค่าเช่าแล้ว แต่เรียกหาไม่เสร็จ

ผู้ซื้อบ้านเหล่านี้ไม่รู้ว่าไปร้องเรียนกับใคร จะไปเอาผิดกับใคร หรือใครจะรับผิดชอบ ไม่มีเลย

ประมาณกันง่ายๆ ว่า สินเชื่ออสังหาริมทรัพย์ ทั้งระบบประมาณ 800,000 ล้านบาท เป็นสินเชื่อคุณภาพไม่ส่งเงินต้นดอกเบี้ยอยู่ประมาณ 200,000 ล้านบาทนั้น จะทำให้ใครเรียกบ้านแล้วไม่ได้บ้านมากขนาดไหน

ไม่ทราบว่าจะมีหน่วยงานรัฐสักแห่งไหน ที่จะทำหน้าเข้าที่รวบรวมปัญหาของผู้บริโภคเหล่านี้ เพื่อที่

จากข้อมูลผู้มาใช้ศูนย์บริการข้อมูลที่อยู่อาศัย สมทบเกียรติศักดิ์ พบว่า ปัญหาที่ผู้บริโภควิตกเป็นอันดับหนึ่งในการซื้อบ้าน ยังคงเป็นเรื่องกลัวการถูกเวนคืน ซึ่งข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องนี้จะถูกตรวจสอบมากที่สุด

แต่ปัญหาที่วิตกอันดับสองแตกต่างกันไปสิดไปอย่างสิ้นเชิง กล่าวคือ ผู้บริโภควิตกว่าซื้อบ้านแล้วจะไม่ได้บ้านตามข้อตกลง ซึ่งข้อวิตกนี้ยากที่จะตรวจสอบข้อมูลให้ชัดเจนเสียด้วย

จากการสอบถามผู้ซื้อบ้านทำให้ทราบว่า ผู้ซื้อแก้ไขข้อวิตกนี้โดยการเลือกถือโครงการที่มีการดำเนินการก่อสร้างไปแล้วบางส่วน เช่น ก่อสร้างเฟสหนึ่งเสร็จไปแล้ว ก็มั่นใจระดับหนึ่งว่าเจ้าของบ้านในเฟสสองคงไม่มีปัญหา

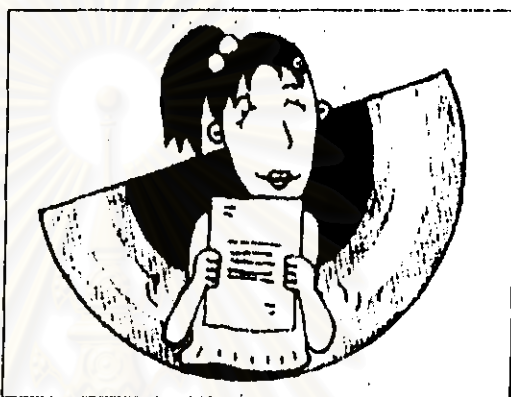
จะว่าไปแล้ว แม้จะเกิดภาวะวิกฤตของสถาบันการเงิน ภาวะวิกฤตของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในระยะนี้ แต่กำลังซื้อบ้านจากผู้บริโภคที่มีรายได้ประจำก็ได้ลดลงน้อยลงแต่อย่างใด ผู้บริโภคยังมีความต้องการซื้อบ้านอย่างสม่ำเสมอ และเชื่อว่าคงจะถือเค้บ้านจำนวนน้อยที่จะคอยจ้องหาโอกาสในการซื้อบ้านตรงจุดที่ราคาต่ำสุดในเงื่อนไขทางการเงินที่ดีที่สุด เพราะความต้องการซื้อบ้านนั้นเป็นไปตามวงจรชีวิตผู้ซื้อไม่ได้พิจารณาในเชิงของการลงทุนเพื่อหวังผลตอบแทนมากนัก

การสร้างหลักประกันหรือสร้างความมั่นใจแก่ผู้ซื้อบ้านทั้งโดยรวมทั้งระบบ หรือเฉพาะโครงการใดโครงการหนึ่ง เชื่อว่าจะกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้น ไม่น้อยไปกว่าการให้อัตราดอกเบี้ยต่ำอย่างแน่นอน



# เกร็ดบริโภค

## ฉลากนี้สำคัญนัก



**ก**ฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคฉบับใหม่ เริ่มมีผลบังคับใช้ตั้งแต่ปลายเดือนมีนาคมที่ผ่านมา ผู้บริโภคหรือไม่ว่า มีหลายมาตราที่เปลี่ยนแปลงไป และเราน่าจะศึกษาไว้เพื่อไม่ให้ต้องตกเป็นเหยื่อของผู้ประกอบการที่เอาเปรียบ

กฎหมายฉบับใหม่นี้ หรือ พ.ร.บ.คุ้มครองผู้บริโภค ฉบับที่ 2 พ.ศ.2541 กำหนดไว้ว่าสินค้าทุกชนิดที่ผลิตออกมาจากโรงงานหรือ สั่งเข้าจากต่างประเทศ จะต้องฉลากกำกับไว้ทุกชิ้น

ผู้บริโภคที่ซื้อหาสินค้าทุกวันนี้ สังเกตฉลากของสินค้าให้ได้ มาตรฐานดังกล่าวค่อนข้างจะครอบคลุมสินค้าทุกอย่างในตลาดเลยทีเดียว เราต้องดูว่าสินค้าที่ขายมีฉลากติดหรือไม่ แล้วถ้าเป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศก็ต้องมีภาษาไทยกำกับไว้ด้วย

แล้วไม่ว่าจะมีแค่มือโปะไว้บนฉลากเฉยๆ ฉลากนั้นจะต้องมีวิธีใช้ วันหมดอายุ วันเดือนปีที่ผลิต ค่าเตือน ชื่อผู้ผลิต ผู้นำเข้า ผู้จำหน่าย

นี่แค่คร่าวๆ หากเป็นสินค้าภายในการค้ากับดูแลของ อย. ต้องมีส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ เช่น เครื่องสำอาง

หากผู้ผลิตคนใดไม่มีฉลากดังกล่าวบนสินค้าของตัวเอง ผู้บริโภคสามารถแจ้งมาที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้ที่ โทร.1166

เพราะสามารถเอาผิดผู้จำหน่ายได้ทันที ตามมาตรา 52 ผู้ขายต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินห้าหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

**รายชื่อหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภคและสถานที่ติดต่อ**

**สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (ร้องเรียน)**

ทำเนียบรัฐบาล ถนนราชดำเนินนอก เขตดุสิต

จังหวัดกรุงเทพฯ 10300 โทร. 1166

**กองเผยแพร่และควบคุมโฆษณา (ร้องเรียน)**

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข

จังหวัดนนทบุรี 11000 โทร. 590-7354-5

**ศูนย์รับเรื่องร้องเรียนราคาสินค้า**

กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์

ถนนมหาไชย เขตพระนคร จังหวัดกรุงเทพฯ 10200 โทร. 221-9891

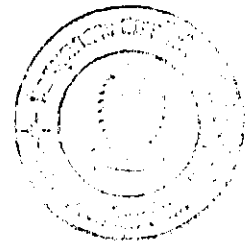
**ศูนย์รับเรื่องร้องทุกข์**

สำนักงานคณะกรรมการประสานงานองค์กรเอกชน เพื่อการสาธารณสุขมูลฐาน

211/2 ซอยธนาคารอาคารสงเคราะห์ 3 ถนนงามวงศ์วาน อำเภอเมือง

จังหวัดนนทบุรี 11000 โทร. 952-5060-62

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



### ประวัติผู้เขียน

นางสาว นลินี ตันจิตติวัฒน์ เกิดเมื่อวันที่ 15 พฤศจิกายน พ.ศ. 2512 ที่จังหวัด กรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร เมื่อปี พ.ศ. 2534 และเข้าศึกษาดำเนินระดับ ปริญญาโทบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา ภาควิชาประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปี พ.ศ. 2538 สำเร็จการศึกษาในปี พ.ศ. 2540



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย