

การศึกษาวิเคราะห์กฎหมายที่มีเงินรางวัลจากค่าปรับเพื่อสนับสนุนผู้บริโภคในการเฝ้าระวัง ปัญหาผู้บริโภค

The Analytical Study Law concerning the Award of Fines in order to Support Consumers in
Monitoring Consumers' Problems

จิตาภา พรยิ่ง (Jidapa Pornying)¹

หทัยกาญจน์ กำเหนิดเพชร (Hataikarn Kamnerdpetch)²

^{1,2}คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ

Thaksin University, Faculty of Law

E-mail: Hataikarn@tsu.ac.th

Received: 7 February 2023

Revised: 25 March 2023

Accepted: 26 June 2023

บทคัดย่อ

สภาองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคเป็นองค์กรอิสระที่มีเป้าหมาย บทบาท หน้าที่ คุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค การศึกษาวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษากฎหมายของไทยและต่างประเทศเกี่ยวกับการให้เงินรางวัลจากค่าปรับเพื่อสนับสนุนผู้บริโภคในการเฝ้าระวังปัญหาของผู้บริโภค เพื่อเสนอแนะทางจัดทำร่างระเบียบหลักเกณฑ์การให้เงินรางวัลแก่ผู้บริโภคที่สนับสนุนการบังคับใช้กฎหมายและเฝ้าระวังปัญหาผู้บริโภค โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพประกอบด้วย การวิจัยเอกสารกฎหมายไทยและต่างประเทศ การสัมภาษณ์เชิงลึก การจัดประชุมกลุ่มสนทนา และการทดลองกลุ่มตัวอย่าง จากการศึกษาวิจัยพบว่า สภาองค์กรของผู้บริโภคถูกจัดตั้งขึ้นตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มาตรา 46 รัฐสนับสนุนด้านการเงินให้แก่สภาองค์กรของผู้บริโภคมีสิทธิหน้าที่ และอำนาจดำเนินการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค และแผนงานสำคัญในการตรวจสอบ ติดตาม เฝ้าระวังสถานการณ์ปัญหาผู้บริโภค ส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการพิทักษ์สิทธิ จำเป็นต้องหามาตรการสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมเฝ้าระวังปัญหาของผู้บริโภคจึงนำไปสู่การออกแบบ “ร่างระเบียบสภาองค์กรของผู้บริโภค ว่าด้วยหลักเกณฑ์ วิธีการ และการจ่ายเงินรางวัล เพื่อส่งเสริมการใช้สิทธิของผู้บริโภคในการเฝ้าระวังปัญหาของผู้บริโภค พ.ศ. 2565” เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติและในการบังคับใช้กฎหมายผู้บริโภคของสภาองค์กรของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: ระเบียบ, เงินรางวัล, ผู้บริโภค, การเฝ้าระวังปัญหา

Abstracts

Thailand Consumer Council (TCC) is an independent organization whose goals, roles and responsibilities are to protect the rights of consumers. This research article therefore aims to study the laws of Thailand and foreign countries concerning the award of fines in order to support consumers in monitoring consumer problems. Moreover, this research aims to propose guidelines for drafting rules and regulations for rewarding consumers to support law enforcement and monitoring consumer problems. This research uses qualitative research methodology which are consisted of the documentary research both Thai and Foreign Law, In-depth interview, focus group discussion and pilot study. The research results are TCC is established by Article 46 of the Constitution of Thailand 2560 BE. The Government has to support the financial budget to TCC and TCC has the rights, duties and autonomies to protect consumer's rights. TCC has an important plan to inspect, follow up, and monitor the situation of consumer problems and encourage consumers to participate in rights protection. According to the above statement, it is necessary to provide the measure to motivate consumers to participate in surveillance of consumers' problems by their own. Thus, leading to design the draft of "The Regulation of the Thailand Consumer Council on the rules, methods and payment of reward to promote the exercise of consumer rights in surveillance of consumer problems, 2565 BE" in order to effective enforcement of Consumer Law.

Keywords: Regulation, Reward, Consumer, Surveillance

บทนำ

สภาองค์กรของผู้บริโภคถูกจัดตั้งขึ้นโดยพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 มีฐานะเป็นนิติบุคคล ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มาตรา 46 ให้สิทธิร่วมกันจัดตั้งองค์กรของผู้บริโภคเพื่อคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค เป็นองค์กรอิสระเพื่อให้เกิดพลังในการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคโดยได้รับการสนับสนุนจากรัฐ ในฐานะเป็นตัวแทนของผู้บริโภคมีบทบาทหน้าที่สนับสนุนและดำเนินการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคภายใต้ยุทธศาสตร์ 5 ด้านคือ 1) ยุทธศาสตร์ด้านการสนับสนุนและดำเนินการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค 2) ยุทธศาสตร์การพัฒนาและเสนอแนะ นโยบาย มาตรการคุ้มครองผู้บริโภค 3) ยุทธศาสตร์การสนับสนุนและสร้างความเข้มแข็งผู้บริโภค และองค์กรผู้บริโภค 4) ยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

และ 5) ยุทธศาสตร์พัฒนากลไกสภาองค์กรของผู้บริโภคและหน่วยประจำจังหวัด ภายใต้ยุทธศาสตร์การสนับสนุนและดำเนินการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค ซึ่งสภาองค์กรของผู้บริโภคมีภาระหน้าที่สำคัญด้านการสนับสนุนและดำเนินการ ตรวจสอบ ติดตาม เฝ้าระวังสถานการณ์ปัญหาของผู้บริโภค จากสถานการณ์ปัญหาลิขสิทธิ์และบริการที่อาจกระทบต่อสิทธิของผู้บริโภคหรืออาจก่อให้เกิดความเสียหายหรือเกิดความเสื่อมเสียแก่ผู้บริโภคมาตรา 14 พระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 นอกจากนี้มาตรา 13 กำหนดให้อำนาจและหน้าที่กับสภาองค์กรของผู้บริโภคคอยเฝ้าระวังคุ้มครองผู้บริโภค มีอยู่ 8 ด้าน คือ 1) ด้านการเงินและด้านธนาคาร 2) ด้านการขนส่งและยานพาหนะ 3) ด้านอสังหาริมทรัพย์ และที่อยู่อาศัย 4) ด้านอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ 5) ด้านบริการสุขภาพ 6) ด้านสินค้าและบริการทั่วไป 7) ด้านการสื่อสารและโทรคมนาคม และ 8) ด้านการบริการสาธารณะ

สถานการณ์ผู้บริโภคในปัจจุบันเมื่อเข้าสู่โลกแห่งดิจิทัลได้เปลี่ยนชีวิตของผู้บริโภคทั่วโลกทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงการซื้อขายและบริการรวมถึงข้อมูลในทุกมิติได้ง่ายขึ้น ขณะเดียวกันยังเผชิญกับอุปสรรคและความเสี่ยง โดยคิดว่าข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคอาจถูกนำไปใช้ในทางที่ผิดหรือตกเป็นเหยื่อการฉ้อโกงออนไลน์ ด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่พัฒนาไปอย่างรวดเร็ว รูปแบบการซื้อขายสินค้าและให้บริการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมเข้าสู่ยุคแห่งการซื้อขายผ่านระบบ e-commerce หรือการซื้อขายผ่านทางช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้ผู้บริโภคต้องเผชิญกับปัญหาใหม่ๆ ซึ่งแตกต่างจากการซื้อสินค้าหรือบริการโดยตรงจากผู้ขายหรือผู้ให้บริการ อาทิ การไม่ได้รับสินค้า การส่งสินค้าไม่ตรงกับที่สั่ง สินค้าไม่ได้รับมาตรฐานหรือไม่มีเครื่องหมายรับรอง รวมถึงการโฆษณาสินค้าหรือบริการเกินไปกว่าความเป็นจริง โดยจากการเผยแพร่ของมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค ในปี พ.ศ. 2563 พบว่า มีผู้บริโภคร้องเรียนปัญหาด้านอาหาร ยา ผลิตภัณฑ์สุขภาพมากที่สุด โดยปัญหาที่พบ คือ การโฆษณาอันเป็นเท็จหรือหลอกลวง การโอ้อวดสรรพคุณเกินจริง รวมถึงมีการขายสินค้าที่ไม่มีเลขจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) หรือมีการขายสินค้าที่ถูกยกเลิกฉลากไปแล้ว (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, 2564) จึงเป็นความท้าทายต่อการทำงานของหน่วยงานภาครัฐและสภาองค์กรของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องในการคุ้มครองผู้บริโภคที่สำคัญในด้านความปลอดภัยของสินค้าและบริการด้านต่างๆ เห็นได้ว่า ผู้ประกอบธุรกิจอยู่ในฐานะที่เหนือกว่าผู้บริโภค มีอำนาจการต่อรองมากกว่าผู้บริโภค โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีการผูกขาดทางการค้าและค่ากำไรเกินควร หรือแม้แต่การผลิตและขายสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานด้านความปลอดภัยและสุขภาพ ทำให้ผู้บริโภคถูกเอารัดเอาเปรียบ หรือบางครั้งอาจได้รับอันตรายต่อชีวิตและทรัพย์สิน ออกกฎเกณฑ์กำกับการดำเนินงานของผู้ประกอบธุรกิจให้เป็นธรรมไม่เอารัดเอาเปรียบผู้บริโภคมากเกินไปเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความเป็นธรรมมากยิ่งขึ้น

จากสถานการณ์ผู้บริโภคในปัจจุบันมีประเด็นความท้าทายต่อการทำงานที่สำคัญในด้านความปลอดภัยของสินค้าและบริการ การสร้างความเป็นธรรมให้ผู้บริโภคเข้าถึงบริการที่จำเป็น เช่น การศึกษา การสาธารณสุข การสร้างความเท่าทันทางเทคโนโลยี และความปลอดภัยในโลกดิจิทัล รวมถึงส่งเสริมให้เกิดการบริโภคด้วยการจัดทำโครงการสนับสนุนผู้บริโภคในการเฝ้าระวังปัญหาผู้บริโภค เป็นไปตาม

บทบาทภารกิจที่ได้รับรวมถึงวัตถุประสงค์สภาพองค์กรของผู้บริโภค เพื่อประโยชน์และส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการพิทักษ์สิทธิและเกิดการบังคับใช้กฎหมายอย่างมีประสิทธิภาพ การให้รางวัลจากค่าปรับกับผู้บริโภคหรือผู้ได้รับความเสียหายจากสินค้าและบริการเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคแจ้งเบาะแสข้อมูลเกี่ยวกับผู้ประกอบการที่กระทำผิดกฎหมายมิให้นิ่งเฉยเมื่อได้รับผลกระทบหรือมีความเสียหายเกิดขึ้น โดยคิดว่าการซื้อสินค้าหรือได้รับบริการเป็นเงินจำนวนเพียงเล็กน้อยจึงไม่อยากจะยุ่งเกี่ยว ส่งผลให้ผู้กระทำผิดที่เอาเปรียบผู้บริโภคมีเกรงกลัวต่อกฎหมาย การสร้างแรงจูงใจเบื้องต้น แนวคิดของเทย์เลอร์ (Frederick Taylor, 2018, p. 73) เป็นสิ่งกระตุ้นให้บุคคลสามารถทำได้ทุกอย่างเพื่อตอบสนองความต้องการหากส่งผลให้ได้รับรางวัล สอดคล้องกับทฤษฎีแรงจูงใจความต้องการของอับบราฮัม มาสโลว์ (Maslow, H., 1980, p. 70) มนุษย์มีพัฒนาการลำดับความต้องการและเชื่อว่าแรงจูงใจเป็นความต้องการและคาดหมายตลอดเวลาของมนุษย์ หากนำทฤษฎีแรงจูงใจเบื้องต้นของเทย์เลอร์และทฤษฎีแรงจูงใจพัฒนาลำดับความต้องการของมาสโลว์มาปรับใช้ด้วยการกำหนด หลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไขการรับรางวัลให้ชัดเจน ย่อมสามารถสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้บริโภคเข้าร่วมในการป้องกันมิให้ผู้ให้บริการกระทำผิดต่อกฎหมายและคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคด้วยกันอย่างมีส่วนร่วม โดยเหตุที่สิทธิของผู้บริโภคได้รับการคุ้มครองจากภาครัฐภายใต้พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562 ประกอบรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 ดังนั้น ในการวิจัยจึงให้ความสำคัญที่จะศึกษาข้อมูลทางกฎหมายถึงความเป็นไปได้หรือไม่ หากจะให้มีการให้รางวัลหรือสินบนนำจับเพื่อสนับสนุนผู้บริโภคในการเฝ้าระวังปัญหาของผู้บริโภคเอง คำตอบจากการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อสภาพองค์กรของผู้บริโภคในการทำหน้าที่ส่งเสริมการบังคับใช้กฎหมาย และใช้เป็นฐานข้อมูลในการรวบรวมประเด็นปัญหาต่างๆ ของผู้บริโภคตามอำนาจหน้าที่การเป็นตัวแทนของผู้บริโภคเพื่อคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษากฎหมายไทยและต่างประเทศเกี่ยวกับการให้เงินรางวัลจากค่าปรับเพื่อสนับสนุนผู้บริโภคในการเฝ้าระวังปัญหาของผู้บริโภคที่มีการให้เงินรางวัลจากค่าปรับให้กับผู้แจ้งเบาะแสข้อมูล
2. เพื่อจัดทำร่างระเบียบหลักเกณฑ์การให้เงินรางวัลแก่ผู้บริโภคที่สนับสนุนการบังคับใช้กฎหมายและเฝ้าระวังปัญหาของผู้บริโภค

ระเบียบวิธีวิจัย

บทความวิจัยนี้ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ประกอบด้วยการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) และการวิจัยภาคสนาม (Field Research) ได้รับการสนับสนุนทุนอุดหนุนการวิจัย

จากสภาองค์กรของผู้บริโภคตามสัญญาเลขที่ จ.029.1/2564 ลงวันที่ 9 สิงหาคม 2564 โดยมีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1. การวิจัยเอกสาร (Documentary Research) โดยการทบทวนวรรณกรรม ที่เป็นแนวคิด ทฤษฎี แรงจูงใจการเรียนรู้ ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค การจ่ายเงินรางวัลหรือสินบน การคุ้มครองผู้ร้องเรียน ปัจจัยที่มีผลต่อการร้องเรียน และการวิเคราะห์กฎหมายที่ให้เงินรางวัลหรือสินบนนำจับ 15 ฉบับ และระเบียบว่าด้วยหลักเกณฑ์ วิธีการเงื่อนไขการจ่ายเงินรางวัลและสินบนนำจับ 10 ฉบับ และกฎหมายต่างประเทศ 4 ประเทศ คือ สหรัฐอเมริกา อังกฤษ ไต้หวัน และมาเลเซีย

2. การวิจัยภาคสนาม (Field Research) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย ซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานภาครัฐ องค์กรเอกชนที่ไม่แสวงหาผลกำไร รวมถึง ผู้บริโภคที่ประสบปัญหาเกี่ยวกับการบริโภคสินค้าและบริการ เพื่อทราบปัญหาและอุปสรรคในการร้องเรียนปัญหาของผู้บริโภค อันจะนำไปสู่การสร้างหลักเกณฑ์ในการให้รางวัลหรือสินบนนำจับในการจูงใจให้ผู้บริโภคร้องเรียนปัญหาที่พบจากการบริโภคสินค้าหรือบริการ

2.1 ขอบเขตด้านพื้นที่ ในการเก็บข้อมูลภาคสนาม เป็นการเก็บข้อมูลในจังหวัด กรุงเทพมหานคร และจังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลทั้งจากส่วนกลางและส่วนภูมิภาค เพื่อให้ทราบถึงปัญหาและแนวปฏิบัติในการดำเนินการร้องเรียนปัญหาของผู้บริโภคที่หลากหลาย

2.2 ขอบเขตผู้ให้ข้อมูลสำคัญ การเลือกกลุ่มตัวอย่าง เป็นการเก็บกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลในพื้นที่กรุงเทพมหานครและส่วนภูมิภาค โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยใช้วิธีในการเก็บข้อมูลหลัก 2 วิธี ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) และการระดมความคิดเห็นด้วยการสนทนากลุ่มเจาะจง (Focus Group Discussion) ดังนี้

1) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) เป็นการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 คน ได้แก่ นักวิชาการ นักกฎหมาย ผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค เจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค และผู้มีส่วนได้เสียอื่นที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

2) การระดมความคิดเห็นด้วยการสนทนากลุ่มเจาะจง (Focus Group Discussion) จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 4 กลุ่ม จำนวน 20 คน ได้แก่ กลุ่มผู้บริโภคด้านซื้อสินค้าและบริการทั่วไป กลุ่มผู้บริการสุขภาพและสาธารณสุข กลุ่มผู้บริโภคด้านเช่าซื้อรถยนต์และจักรยานยนต์ กลุ่มผู้บริโภคด้านสื่อสารและโทรคมนาคม

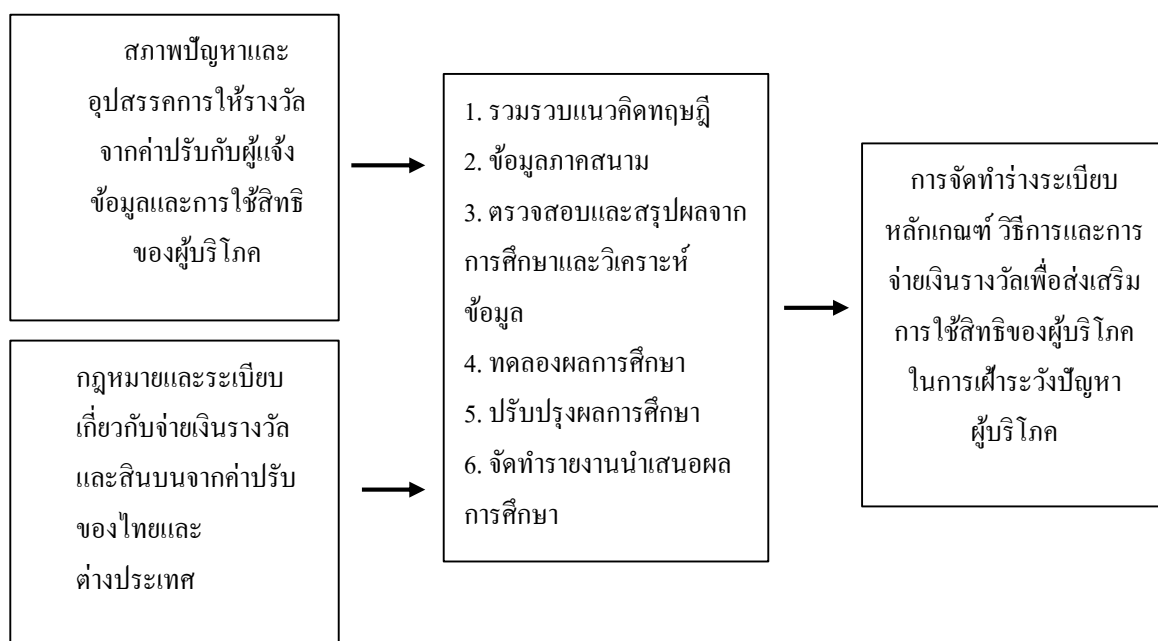
3) กลุ่มตัวอย่างผู้ทดลอง เป็นผู้ประสบปัญหาในฐานะผู้บริโภคและเป็นผู้พบเห็นการกระทำ ความผิดเกี่ยวกับกฎหมายผู้บริโภค (Experimental Research) โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ร้องเรียนเป็นอาสาสมัครจำนวน 20 คน โดยนำปัญหาและอุปสรรคที่เกิดจากการร้องเรียนจากหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อนำผลของปัญหาที่เกิดจากการร้องเรียนและพบการละเมิดกฎหมายผู้บริโภคที่มีอยู่ในปัจจุบัน นำไปสู่การวิเคราะห์และจัดทำร่างหลักเกณฑ์ในการให้เงินรางวัลจากค่าปรับหลักเกณฑ์ที่ง่ายและสะดวกต่อผู้บริโภคในการเฝ้าระวังปัญหาผู้บริโภค

3 การวิเคราะห์ข้อมูล (Context Analysis)

ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมตามระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการวิจัยเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่มเจาะจง และกลุ่มตัวอย่างทดลอง นำมาประมวลผลและรวบรวมข้อมูลร่วมกันในการวิเคราะห์และนำไปสู่การจัดทำเป็นร่างระเบียบสภาองค์กรของผู้บริโภคด้วยหลักเกณฑ์ วิธีการ และการจ่ายเงินรางวัล ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้รับการรับรองของโครงการวิจัยจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยทักษิณ 222 หมู่ 2 ต.บ้านพร้าว อ.ป่าพะยอม จ.พัทลุง 93210 ดำเนินการให้การรับรองโครงการวิจัยตามแนวทางหลักจริยธรรมการวิจัยในคนที่เป็นมาตรฐานสากล เอกสารรับรองเลขที่ COA No.TSU 2022_017 REC No.0028 ลงวันที่ 17 มกราคม 2565

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การให้รางวัลหรือสินบนนำจับกับผู้บริโภคที่ได้รับความเสียหายและประชาชนที่แจ้งข้อมูลพบเห็นการกระทำความผิดเกี่ยวข้องกับคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค การนำแนวคิดทฤษฎีและถอดบทเรียนกฎหมายประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศอังกฤษ ประเทศไต้หวัน และประเทศมาเลเซียที่ประสบผลสำเร็จ (Best Practice) เพื่อส่งเสริมและสร้างแรงจูงใจให้กับผู้บริโภคและประชาชนมีส่วนร่วมในการเฝ้าระวังหรือแจ้งเบาะแสให้กับองค์กรสภาของผู้บริโภคและหน่วยงานรับผิดชอบ เพื่อนำแนวคิดและวิธีการมาจัดทำร่างระเบียบหลักเกณฑ์ วิธีการ และการจ่ายเงินรางวัลเพื่อส่งเสริมการใช้สิทธิของผู้บริโภคในการเฝ้าระวังปัญหาให้มีประสิทธิภาพ



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ผลการวิจัย

จากผลการวิจัยกฎหมายไทยและต่างประเทศเกี่ยวกับการให้เงินรางวัลจากค่าปรับเพื่อสนับสนุนผู้บริโภคในการเฝ้าระวังปัญหาของผู้บริโภคที่มีการให้เงินรางวัลจากค่าปรับให้กับผู้แจ้งเบาะแสข้อมูล เพื่อนำไปสู่การจัดทำร่างระเบียบหลักเกณฑ์ วิธีการและการจ่ายเงินรางวัลเพื่อส่งเสริมการใช้สิทธิของผู้บริโภค ก็คือ การนำเอาแนวคิด ทฤษฎี และกฎหมายการให้รางวัลสินบนนำจับจากค่าปรับของ 4 ประเทศ ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศอังกฤษ ประเทศไต้หวัน และประเทศมาเลเซีย และบทบัญญัติของกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคที่ให้เงินรางวัลหรือสินบนนำจับกับเจ้าหน้าที่รัฐหรือผู้ประชาชน 15 ฉบับ และระเบียบประกาศข้อบังคับเกี่ยวข้องกับ เงื่อนไข วิธีการ จ่ายเงินรางวัลและสินบนนำจับ 10 ฉบับ รวมจำนวน 25 ฉบับ และความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ที่เก็บรวบรวมตามระเบียบวิธีวิจัยนำมาวิเคราะห์ และสังเคราะห์เพื่อจัดทำเป็นร่างระเบียบหลักเกณฑ์ วิธีการ และการจ่ายเงินรางวัล ซึ่งมีประเด็นดังนี้

1. ประเด็นจากแนวคิด ทฤษฎี และปัญหาการร้องเรียนของผู้บริโภค

1.1 แนวคิดเกี่ยวกับการให้เงินรางวัลจากค่าปรับ เป็นแนวคิดที่ให้บทบาทรัฐในการเข้ามาแทรกแซงกลไกตลาดในการซื้อขายสินค้าหรือบริการที่แต่เดิมอยู่บนพื้นฐานของหลักเสรีภาพในการทำสัญญา หลักศักดิ์สิทธิ์ในการแสดงเจตนาระหว่างคู่สัญญาที่ฝ่ายหนึ่งเป็นผู้ขายและอีกฝ่ายที่เป็นผู้ซื้อ และอยู่บนพื้นฐานแห่งความเท่าเทียมกัน การคุ้มครองผู้บริโภคควรอยู่บนพื้นฐานของหลักเสรีภาพในการทำสัญญาและหลักศักดิ์สิทธิ์ในการแสดงเจตนาคู่สัญญา (บรรเจิด สิงคะเนติ, 2555) ระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อบนพื้นฐานแห่งความเท่าเทียมกันตามหลักทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ เมื่อปรากฏว่าผู้ประกอบการอยู่ในฐานะเหนือกว่าผู้บริโภค อำนาจการต่อรอง สถานะทางเศรษฐกิจ การค้ากำไรเกินควร ส่งผลให้ผู้บริโภคถูกเอารัดเอาเปรียบ เมื่อพิจารณาสถานะของผู้บริโภค เห็นว่าเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานและได้รับรองในปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชนแห่งสหประชาชาติ ค.ศ. 1948 (Universal Declaration of Human Rights of the United Nations:1948) ในข้อ 23 (3) “ทุกคนที่ทำงานมีสิทธิที่จะได้รับค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเอื้ออำนวยต่อการประกันความเป็นอยู่อันควรค่าแก่ศักดิ์ศรีของมนุษย์สำหรับตนเองและครอบครัว และหากจำเป็นก็จะได้รับการคุ้มครองทางสังคมในรูปแบบอื่นเพิ่มเติมด้วย” ต่อมากติการะหว่างประเทศว่าด้วยสิทธิทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ค.ศ. 1966 (International Covenant on Economic Social and Cultural Right : ICESCR:1966) ข้อ 11 ให้สิทธิผู้บริโภคเรียกร้องสุขลักษณะของผลิตภัณฑ์อาหาร และข้อ 12 กำหนดถึงสิทธิผู้บริโภคขั้นพื้นฐาน เกี่ยวกับการป้องกันอันตรายความปลอดภัยและสุขภาพของผู้บริโภคไว้ ขณะที่ประเทศไทยรับรองสิทธิผู้บริโภคไว้ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มาตรา 46 สิทธิของผู้บริโภคย่อมได้รับความคุ้มครอง สะท้อนให้เห็นว่ารัฐให้ความสำคัญสิทธิของผู้บริโภคอย่างจริงจัง และมาตรา 61 กำหนดหน้าที่ให้รัฐต้องจัดมาตรการหรือกลไกที่มีประสิทธิภาพในการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการรู้ข้อมูลที่เป็นจริงด้านความปลอดภัย ด้านความเป็นธรรมในการทำสัญญา หรือด้านอื่นใดอันเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค เพื่อยกยอและคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคเพื่อ

ประโยชน์และความเป็นธรรมให้กับประชาชน รัฐให้ความสำคัญปัญหาที่เกิดขึ้นและคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคอย่างจริงจัง

1.2 ทฤษฎีเกี่ยวข้องกับการให้เงินรางวัลจากค่าปรับ ทฤษฎีแรงจูงใจเบื้องต้น (Frederick Taylor, 2018, p.73) เทย์เลอร์ เห็นว่าการปรับปรุงสิ่งใดก็ตามจะทำให้มีประสิทธิภาพขึ้นอยู่กับแรงจูงใจทางเศรษฐกิจ เชื่อว่าคนที่ทำงานเมื่อได้รับแรงจูงใจจากสิ่งจูงใจ กระตุ้นให้บุคคลทำสิ่งใดได้ทุกอย่าง แรงจูงใจจึงเป็นกระบวนการที่ตอบสนองความต้องการหากใช้ความพยายามจะส่งผลให้ได้รับรางวัล ขณะที่ทฤษฎีแรงจูงใจพัฒนาลำดับความต้องการของ อับราฮัม มาสโลว์ (Maslow, H., 1980, p. 70) เชื่อว่าแรงจูงใจเป็นไปตามความต้องการและลำดับของมนุษย์ตามลำดับขั้น เมื่อนำทฤษฎีการจูงใจเบื้องต้นของเทย์เลอร์ และทฤษฎีแรงจูงใจที่พัฒนาลำดับความต้องการของมาสโลว์มาปรับใช้เกี่ยวกับกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการเงื่อนไขการให้เงินรางวัลกับผู้ร้องเรียนหรือแจ้งข้อมูล เพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้บริโภคเข้าร่วมในการป้องกันเผื่อระวังมิให้ผู้ประกอบการ กระทำผิดต่อกฎหมายและคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคอย่างมีส่วนร่วม ดังนั้น การสร้างแรงจูงใจให้เงินรางวัล ทำให้เกิดพลังผลักดันพฤติกรรมของมนุษย์ให้มีประสิทธิภาพการทำงานมากยิ่งขึ้น ทฤษฎีแรงจูงใจ เป็นทฤษฎีทางพฤติกรรมศาสตร์ที่กล่าวว่าคนจะมีแรงจูงใจในการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งเนื่องจากจะได้รับรางวัลหรือได้รับผลดี ดังนั้น คนจึงมีแนวโน้มที่จะทำสิ่งเหล่านั้นต่อไป การให้รางวัลหรือแรงจูงใจทางการเงินอาจเป็นตัวกำหนดแรงจูงใจและประสิทธิภาพการทำงาน-โดยแรงจูงใจมีทั้งแรงจูงใจภายในและแรงจูงใจภายนอก เป็นแรงจูงใจที่เป็นตัวเงินหรือไม่เป็นตัวเงินก็ได้ ส่วน Social Incentives หรือ แรงจูงใจทางสังคม เกี่ยวข้องกับรางวัลและแรงจูงใจระหว่างบุคคลที่หลากหลายซึ่งกระตุ้นให้ผู้คนประพฤติตนในลักษณะที่มีคุณค่าทางสังคมและเป็นสิ่งที่สังคมยอมรับ สิ่งจูงใจทางสังคม หมายถึงรวมถึงการมีภาพลักษณ์ทางสังคมและชื่อเสียงในเชิงบวก การได้รับการยอมรับทางสังคม และได้รับสถานะที่ดีขึ้นในลำดับชั้นทางสังคมอีกด้วย

1.3 พฤติกรรมการร้องเรียนปัญหาของผู้บริโภค ปัจจัยที่มีผลต่อการร้องเรียน มีผลการศึกษามากมายที่ชี้ให้เห็นว่าความไม่พึงพอใจที่มีต่อผู้ประกอบการหรือผู้ให้บริการของ ชีลฎี พงษ์ยุพินพานิช (2563) พบว่า ในปัจจุบันหากผู้บริโภคพบความไม่พึงพอใจต่อในธุรกิจหรือการให้บริการ ผู้บริโภคอาจมีพฤติกรรมเล็กน้อยเช่น ร้องเรียน หรือใช้การบอกต่อในทางลบ โดยเป็นการบอกต่อยังคนรู้จักหรือคนใกล้ชิด และอีกส่วนหนึ่งจะเลือกการร้องเรียนเพื่อตอบสนองความไม่พึงพอใจดังกล่าว โดยเลือกการร้องเรียนผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งเป็นวิธีการที่มีต้นทุนต่ำ และสามารถแพร่หลายไปในวงกว้างได้อย่างรวดเร็ว ข้อเสนอ พฤติกรรมการร้องเรียนเป็นการกระทำที่การตอบสนองความไม่พอใจของผู้บริโภค เป็นการแสดงออกอย่างชัดเจนของความไม่พอใจ แต่ความไม่พอใจเป็นเพียงปัจจัยหนึ่งของพฤติกรรมนี้ โดย Jacoby and Jaccard ให้ความหมายของพฤติกรรมการร้องเรียนของผู้บริโภคว่า หมายถึง “an action begun by the individual who entails a communication of something negative to a product (service), either towards the company or towards a third entity” เห็นได้ว่าแรงจูงใจที่มีผลต่อการร้องเรียนมี 6 ประเภท คือ 1) ต้องการได้รับการชดเชย

ค่าเสียหาย 2) ต้องการได้รับคำขอโทษ 3) ต้องการคำอธิบายชี้แจงสาเหตุของปัญหา และการดำเนินการแก้ไข 4) ต้องการได้รับการชดเชยในรูปแบบอื่น เช่น การเปลี่ยนสินค้า การได้รับส่วนลด บัตรของขวัญ 5) ต้องการการปรับปรุงการให้บริการ 6) ต้องการระบายอารมณ์โกรธที่มีต่อผู้ให้บริการนั้น

ส่วนพฤติกรรมการเรียนรู้ของผู้บริโภคพบว่า มี 4 รูปแบบ ได้แก่ 1) เปลี่ยนไปใช้บริการอื่น 2) บอกต่อในทางลบต่อคนรู้จักซึ่งอาจเป็นการบอกโดยตรง หรือการบอกผ่านช่องทางออนไลน์ 3) ร้องเรียนผู้เกี่ยวข้องโดยตรง คือ ผู้ประกอบธุรกิจ ผู้ให้บริการ ผู้ขายสินค้า 4) ร้องเรียนผ่านบุคคลที่สาม เช่น หน่วยงานรัฐ หรือองค์กรอื่นที่เกี่ยวข้อง ดังนั้น จะเห็นได้ว่าช่องทางในการร้องเรียนปัญหาผู้บริโภคในปัจจุบัน ควรใช้ช่องทางที่สอดคล้องกับพฤติกรรมการร้องเรียนปัญหาของผู้บริโภค โดยอาจใช้ช่องทางออนไลน์เพื่อความสะดวกของผู้บริโภค และนำมาตรการส่งเสริมหรือจูงใจในการร้องเรียนปัญหาผ่านทาง การให้เงินรางวัลเป็นการตอบแทนผู้ที่ร้องเรียนปัญหาหรือแจ้งเบาะแสการฝ่าฝืนกฎหมายที่มีวัตถุประสงค์ในการคุ้มครองผู้บริโภค

สำหรับด้านการร้องเรียนรับเรื่องร้องทุกข์ปัญหาของผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ศูนย์ดำรงธรรม สำนักงานอาหารและยา หรือสำนักงานสาธารณสุข รับเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคที่ได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหายอันเนื่องมาจากการกระทำของผู้ประกอบธุรกิจ ติดตามสอดส่องพฤติการณ์ของผู้ประกอบธุรกิจที่ละเมิดสิทธิของผู้บริโภคและจัดทดสอบหรือพิสูจน์สินค้าหรือบริการ มีระบบการเตือนภัยแก่ผู้บริโภค ตรวจสอบหมายเลขผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังมีองค์กร สมาคม และมูลนิธิต่าง ๆ ที่ขับเคลื่อนงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคกระจายอยู่ทั่วทั้งประเทศ ให้ความช่วยเหลือผู้บริโภคที่ได้รับความเดือดร้อนจากการกระทำของผู้ประกอบธุรกิจ แต่ปัญหาของผู้บริโภคมิได้ลดน้อยลงแต่อย่างใด และประสบปัญหาจากการบริโภคสินค้าหรือบริการอีกเป็นจำนวนมาก ผู้บริโภคร้องเรียนมายังสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค องค์กร สมาคม หรือมูลนิธิ มีปริมาณปัญหาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าหน่วยงานภาครัฐหลายหน่วยงานได้ออกระเบียบเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคและให้ประชาชนมีส่วนร่วมโดยกำหนดเกณฑ์ เงื่อนไข การจ่ายเงินบนนำจับส่วนแบ่งจากค่าปรับให้แก่ผู้ที่มาร้องเรียนหรือแจ้งเบาะแสแล้วก็ตาม แต่ดูเหมือนว่าระเบียบและเกณฑ์กำหนดเงื่อนไขการจ่ายเงินรางวัลสินบนนำจับเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคพบว่ามีปัญหาและอุปสรรค เนื่องจากผู้ร้องเรียนหรือแจ้งข้อมูลมิได้รับความสะดวก เนื่องจากการร้องเรียนมีขั้นตอนยุ่งยากและซับซ้อน อีกทั้งการได้รับเงินสินบนจากค่าปรับใช้ระยะเวลานาน และบางกรณีต้องรอให้ศาลมีคำพิพากษาถึงที่สุดก่อน ส่งผลให้ผู้บริโภคที่เป็นผู้เสียหายเองหรือผู้ที่พบการกระทำผิดของผู้ประกอบกิจการไม่ให้ความร่วมมือหรือเข้ามาร้องเรียนเพื่อป้องปรามผู้ประกอบธุรกิจที่เอาเปรียบผู้บริโภคอย่างไม่เป็นธรรม สะท้อนให้เห็นถึงกลไกการร้องเรียนหรือรับข้อมูล ไม่เอื้อประโยชน์ต่อการให้ผู้บริโภคหรือประชาชนเข้ามีส่วนร่วมร้องเรียนปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเพื่อคุ้มครองสิทธิของบริโภคถือว่าเป็นความสำคัญอย่างยิ่ง ปัจจุบันมีองค์กรอิสระที่จัดตั้งขึ้นตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มาตรา 46 ประกอบกอบพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 จัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค ให้มีฐานะเป็นนิติบุคคล มีความเป็นอิสระจากหน่วยงานของรัฐ และมีฐานะเป็นตัวแทนของ

ผู้บริโภคมที่มีหน้าที่ในการเฝ้าระวังปัญหาของผู้บริโภค การลดปัญหาของผู้บริโภคจากการถูกเอาเปรียบของผู้ประกอบการธุรกิจ และการทำหน้าที่เฝ้าระวังปัญหาที่จะเกิดขึ้นกับผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพนั้น จำเป็นที่ผู้บริโภคหรือประชาชนทั่วไปมีส่วนร่วมในการเฝ้าระวังปัญหาของผู้บริโภคเองด้วย เห็นว่าการให้รางวัลนำจับจากค่าปรับให้แก่ผู้ร้องเรียนนั้นเป็นส่วนหนึ่งที่จะลดการเอาเปรียบของผู้ประกอบการธุรกิจที่มีต่อผู้บริโภคได้

2. การจ่ายเงินรางวัลของกฎหมายต่างประเทศ

การให้รางวัลหรือสินบนนำของกฎหมายต่างประเทศ แบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ 1. Whistleblower ผู้ที่เปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการกระทำความผิด การฉ้อโกง หรือการกระทำที่ไม่ถูกต้องภายในองค์กรซึ่งส่วนใหญ่เป็นลูกจ้างขององค์กรนั้น ๆ และในหลายประเทศรวมไปถึงผู้ที่แจ้งเบาะแสเกี่ยวกับภาษีด้วย และ 2. Informer หรือ Informant ผู้แจ้งเบาะแสดูเกี่ยวกับการกระทำความผิดกฎหมายอาญาให้กับเจ้าหน้าที่ของรัฐ ไม่ว่าจะเป็นการกระทำที่ไม่เป็นธรรม การทุจริต การกระทำความผิดภายในองค์กร ซึ่งทั้งสองรูปแบบหน่วยงานภาครัฐจะมีการให้เงินรางวัล (Reward) ซึ่งอาจคิดจากส่วนแบ่งของค่าปรับตามความสำคัญของข้อมูลที่ได้รับ หรืออาจกำหนดเป็นวงเงินจำนวนหนึ่งซึ่งไม่ได้มาจากส่วนแบ่งของค่าปรับ โดยให้คณะกรรมการเป็นผู้กำหนดจำนวนเงินรางวัลที่จะได้รับ ทั้ง 4 ประเทศ มีให้คำตอบแทนผู้แจ้งเบาะแสดูข้อมูลวิธีการแจ้งเบาะแสดู หลักเกณฑ์การจ่ายเงินรางวัล และการคุ้มครองผู้แจ้งข้อมูล คือ

2.1 ประเทศสหรัฐอเมริกา มีมาตรการให้คำตอบแทนแก่ผู้เปิดเผยข้อมูล หรือ Whistleblower Reward Program เพื่อเป็นแรงจูงใจในการเปิดเผยข้อมูลในหลายลักษณะ เช่น ผู้เปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการฝ่าฝืนกฎหมายหลักทรัพย์ของสหรัฐอเมริกา ตามพระราชบัญญัติหลักทรัพย์ ค.ศ. 1934 หรือ The Securities Exchange Act of 1934 (Exchange Act) มาตรา 21F กำหนดให้คณะกรรมการการ มอบรางวัลทางการเงินแก่บุคคลที่มีสิทธิซึ่งให้ข้อมูลต้นฉบับโดยสมัครใจ การให้รางวัลหรือ Rewards แก่ประชาชนที่แจ้งเบาะแสดูในการกระทำความผิดอาญาจนนำไปสู่การจับกุมและดำเนินคดีกับผู้กระทำความผิด โดยมีองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรเป็นผู้จ่ายเงินรางวัล เรียกว่า Crime Stopper โดยเป็นองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร (NGOs) โดยผู้แจ้งข้อมูลจะได้รับผ่านระบบที่ไม่ระบุชื่อซึ่งได้รับหรือผ่านการเชื่อมต่อเว็บที่ปลอดภัย และผู้แจ้งเบาะแสดูจะได้รับหมายเลขรหัส (Code) โดยให้ประชาชนแจ้งเบาะแสดูโดยไม่เปิดเผยตัวตน (Anonymity) เพื่อคุ้มครองผู้แจ้งข้อมูล และการให้เงินรางวัล (Rewards) แก่ผู้แจ้งเบาะแสดูที่นำไปสู่การจับกุมผู้กระทำความผิด โดยองค์กรนี้จะมีการตั้งคณะกรรมการเพื่อกำหนดนโยบาย หลักเกณฑ์การจ่ายเงิน และจำนวนเงินรางวัล เมื่อได้รับข้อมูลเบาะแสดูแล้ว จะดำเนินการส่งรายงานไปยังหน่วยงานของรัฐที่บังคับใช้กฎหมาย

2.2 ประเทศอังกฤษ มีมาตรการให้เงินรางวัลแก่ผู้ที่ให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการกระทำความผิดเกี่ยวกับผูกขาดทางการค้า (Cartel) หรือเป็นกรณีที่เป็นข้อตกลงที่ผิดกฎหมายระหว่างธุรกิจเพื่อกำหนดราคาและตลาดหุ้น ก่อให้เกิดความเสียหายอย่างร้ายแรงต่อธุรกิจ ระบบเศรษฐกิจ และส่งผลต่อการซื้อสินค้าของผู้บริโภค ซึ่งการผูกขาดทางการค้ามีโทษทั้งทางแพ่งและทางอาญา ในทางกฎหมายแพ่ง (พระราชบัญญัติการ

แข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2541) CMA (Competition & Market Authority) ซึ่งองค์กร CMA ของประเทศอังกฤษเชื่อว่าการให้เงินรางวัลช่วยในการสืบสวนและสอบสวนการกระทำความผิดเกี่ยวกับการผูกขาดทางการค้า และนำไปสู่การดำเนินคดี วิธีการร้องเรียนแจ้งข้อมูลได้ทางโทรศัพท์ ฝากข้อความ ส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ หรือกรอกแบบฟอร์มออนไลน์เพื่อให้ข้อมูลดังกล่าว โดยจะเปิดเผยหรือไม่เปิดเผยตัวตนก็ได้ อย่างไรก็ตามจะไม่มีเปิดเผยตัวตนของผู้แจ้งเบาะแสให้แก่บุคคลที่สามทราบ และต้องดำเนินการกับข้อมูลที่รับอย่างระมัดระวังเพื่อไม่ให้ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้แจ้งเบาะแสมีการรั่วไหล ส่วนหลักเกณฑ์การจ่ายเงิน เป็นดุลพินิจของคณะกรรมการและมีสิทธิในการปฏิเสธข้อมูลเบาะแสที่ได้รับโดยไม่ต้องให้เหตุผล โดยปัจจัยในการพิจารณาให้เงินรางวัล ได้แก่ ประโยชน์ของข้อมูลที่ได้รับ จำนวนความเสียหายทางเศรษฐกิจและความเสียหายต่อผู้บริโภค ความยากในการได้ข้อมูล และความเสี่ยงที่ผู้แจ้งเบาะแสได้รับในการให้ข้อมูล หลักเกณฑ์การจ่ายเงิน ผู้แจ้งจะได้รับรหัส (code) เมื่อโทรมาแจ้งเบาะแส หลังจากมีการตรวจสอบคณะกรรมการขององค์กรจะแจ้งจำนวนเงินรางวัลที่ได้รับ โดยใช้ระยะเวลาประมาณ 4 สัปดาห์

2.3 ประเทศไต้หวัน มีมาตรการจ่ายเงินรางวัลให้แก่ผู้ที่แจ้งการพบการกระทำความผิด เช่น เงินรางวัลจากการพบการกระทำความผิดเกี่ยวกับกฎหมายการแข่งขันทางการค้า ตามที่กำหนดไว้ในข้อบังคับว่าด้วยการจ่ายรางวัลนำจับให้แก่ผู้แจ้งการกระทำความผิด (Regulation on Payment of Rewards for reporting of Illegal Concerned Actions) กำหนดให้ผู้ที่แจ้งการพบเห็นการกระทำความผิดตามกฎหมายว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า อาจเป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลก็ได้ โดยกำหนดระดับของการให้ค่าตอบแทนไว้ เช่น หากข้อมูลที่แจ้งมีหลักฐานและข้อมูลมีส่วนช่วยในการสอบสวนการกระทำความผิด ผู้แจ้งเบาะแสจะได้รับเงินรางวัลจำนวนร้อยละ 5 ของค่าปรับ แต่ไม่เกิน 500,000 เหรียญไต้หวัน หรือหากข้อมูลที่แจ้งมีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับการฟ้องร้องดำเนินคดีโดยไม่ต้องสอบสวนเพิ่มเติม จะได้รับเงินรางวัลร้อยละ 20 ของค่าปรับ แต่ไม่เกิน 10 ล้านเหรียญไต้หวัน โดยเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องจะต้องจ่ายเงินรางวัลภายใน 30 วัน นับจากวันที่มีการดำเนินคดี นอกจากนี้ ไต้หวันมีระเบียบว่าด้วยการให้เงินรางวัลแก่ผู้ที่แจ้งการพบเห็นการกระทำความผิดเกี่ยวกับยาสูบและแอลกอฮอล์ (Regulations Governing Rewards for Informing or Discovering Offenses of Illegal Tobacco or Alcohol) เช่น การผลิต การนำเข้า การขนส่ง การโอน การแสดง การจัดเก็บที่ผิดกฎหมาย โดยอัตราเงินรางวัลสำหรับการรายงานการพบการกระทำความผิดต่อพนักงานอัยการ ขึ้นอยู่กับค่าปรับ ค่าปรับในคดีปกครอง รวมถึงราคาของทรัพย์สินที่ยึด โดยหากเป็นการรายงานการพบเห็นการกระทำความผิดทางอินเทอร์เน็ต เงินรางวัลจะเป็นร้อยละ 20 ส่วนหากเป็นการรายงานการกระทำความผิดกฎหมายที่ไม่ได้อยู่บนอินเทอร์เน็ต เงินรางวัลจะเป็นร้อยละ 30 ซึ่งเงินรางวัลสูงสุดต่อการแจ้งต่อกรณีไม่เกิน 4.8 ล้านเหรียญไต้หวัน และหากเป็นการแจ้งโดยบุคคลซึ่งเป็นลูกจ้าง หรืออดีตลูกจ้าง เงินรางวัลจะเป็นร้อยละ 45 แต่ไม่เกิน 6 ล้านเหรียญไต้หวัน

2.4 ประเทศมาเลเซีย พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค ค.ศ. 1999 ของประเทศมาเลเซีย หรือ Consumer Protection Act 1999 (CPAX) มีผลบังคับใช้กับธุรกรรมผู้บริโภคทั้งหมดในมาเลเซีย เช่น ธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการที่นำเสนอหรือส่งมอบให้กับผู้บริโภคอย่างน้อยหนึ่งรายในการค้ารวมถึงการ

ทำธุรกรรมทางการค้าใด ๆ ที่ดำเนินการผ่านวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยเป็นกฎหมายที่ครอบคลุมเกือบทุกด้านของการคุ้มครองผู้บริโภค ตั้งแต่การกระทำที่ทำให้เข้าใจผิดและหลอกลวงการเป็นเท็จและการปฏิบัติที่ไม่เป็นธรรม ความปลอดภัยของสินค้าและบริการ เงื่อนไขสัญญาที่ไม่เป็นธรรม รับประกันเกี่ยวกับการจัดหาสินค้าและบริการ และความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์ เพื่อจัดตั้งโครงสร้างและหน้าที่ของสภาที่ปรึกษาผู้บริโภคแห่งชาติ คณะกรรมการโฆษณา กฎหมายให้การคุ้มครองผู้แจ้งข้อมูลมาตรา 134 (1) พยานในคดีแพ่งหรือคดีอาญาใด จะไม่ถูกบังคับหรือได้รับอนุญาตให้เปิดเผยชื่อหรือที่อยู่ของผู้แจ้งรวมถึงลักษณะของข้อมูลที่ได้รับจากบุคคลนั้น หรือจะไม่มีภาระเรื่องใด ๆ ที่อาจนำไปสู่การระบุด่วนของผู้นั้น สำหรับการเรียกร้องของผู้บริโภคจะผ่านทางศาลเป็นสำคัญ

3. กฎหมายเกี่ยวข้องกับการให้เงินรางวัลจากค่าปรับ

มาตรการกำหนดการจ่ายเงินรางวัลหรือสินบนจากค่าปรับของหน่วยงานภาครัฐ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบังคับใช้กฎหมายให้กับเจ้าหน้าที่หรือผู้ปฏิบัติงานรวมถึงประชาชนผู้แจ้งข้อมูล เป็นการสร้างแรงจูงใจเป็นค่าตอบแทนพิเศษ เมื่อพิจารณาพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 มาตรา 13 กำหนดให้อำนาจและหน้าที่ให้กับสภาองค์กรของผู้บริโภคคอยเฝ้าระวังคุ้มครองผู้บริโภคมีอยู่ 8 ด้าน คือ 1) ด้านการเงินและด้านธนาคาร 2) ด้านการขนส่งและยานพาหนะ 3) ด้านอสังหาริมทรัพย์และที่อยู่อาศัย 4) ด้านอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ 5) ด้านบริการสุขภาพ 6) ด้านสินค้าและบริการทั่วไป 7) ด้านการสื่อสารและโทรคมนาคม และ 8) การบริการสาธารณะ โดยทั้ง 8 ด้านนี้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มแรก กฎหมายที่มีให้เงินรางวัลหรือสินบนนำจับกับเจ้าหน้าที่รัฐหรือผู้ประชาชน 15 ฉบับ กลุ่มสองเป็นระเบียบ ประกาศข้อบังคับเกี่ยวข้องกับการจ่ายเงินรางวัลและสินบนนำจับ 10 ฉบับ รวมจำนวน 25 ฉบับ เพื่อหาแนวทางนำไปสู่การจัดทำร่างระเบียบหลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไขการให้เงินรางวัลสินบนจากค่าปรับเพื่อประโยชน์ในการสนับสนุนผู้บริโภคในการเฝ้าระวังปัญหาผู้บริโภคของสภาองค์กรผู้บริโภค

กลุ่มแรก กฎหมายผู้บริโภคที่มีอยู่ 15 ฉบับ คือ (1) พระราชบัญญัติการค้าน้ำมันเชื้อเพลิง พ.ศ. 2543 (2) พระราชบัญญัติวัตถุอันตราย พ.ศ. 2534 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562 (3) พระราชบัญญัติขนส่งทางบก พ.ศ. 2522 (4) พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 (5) พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 (6) ประกาศคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ ฉบับที่ 70 พ.ศ. 2563 เรื่อง การแสดงราคาและรายละเอียดเกี่ยวกับการจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือออนไลน์ พ.ศ. 2558 (7) พระราชบัญญัติมาตราชั่งตวงวัด พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2557 (8) พระราชบัญญัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ. 2511 (9) พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 (10) พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558 (11) พระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 (12) พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 (13) พระราชบัญญัติเครื่องมือแพทย์ พ.ศ. 2551 (14) พระราชบัญญัติสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2562 (15) พระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 พระราชบัญญัติที่มีอยู่ทั้ง 15 ฉบับนี้ เพื่อกำหนดมาตรการในการควบคุม กำกับ ดูแลมิให้

ประชาชนผู้บริโภคนในฐานะผู้ซื้อสินค้าหรือผู้รับบริการเสียเปรียบจากการบริโภคหรือรับบริการจากผู้ให้บริการ จึงได้วางหลักเกณฑ์ที่คล้ายกันกับการจ่ายเงินให้แก่ผู้แจ้งความนำจับที่เป็นประชาชนหรือเจ้าหน้าที่ของรัฐจากเงินค่าปรับ โดยแยกเป็น “เงินสินบน” จ่ายให้กับประชาชนผู้แจ้งความนำจับที่อาจเป็นบุคคลคนเดียวหรือหลายคนซึ่งนำเบาะแส หรือคำร้องแจ้งการกระทำผิด มาแจ้งแก่เจ้าหน้าที่ผู้รับแจ้งจนสามารถจับกุมและนำตัวผู้กระทำความผิดมาลงโทษได้ ส่วน “เงินรางวัล” จะจ่ายให้กับเจ้าหน้าที่รัฐผู้จับ

กลุ่มสอง ระเบียบ ประกาศ ข้อบังคับ ว่าด้วยหลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไขการจ่ายเงินรางวัลและสินบนนำจับ จำนวน 10 ฉบับ คือ

(1) ระเบียบกรมธุรกิจพลังงานออกระเบียบกำหนด หลักเกณฑ์ การจ่ายเงินสินบน เงินรางวัล และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ปี 2562 (2) ระเบียบกรมการขนส่งทางบก ว่าด้วยหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการจ่ายเงินสินบนรางวัลและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน พ.ศ. 2555 และ ระเบียบกรมการขนส่งทางบก ว่าด้วยหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการจ่ายเงินสินบนรางวัลและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2562 (3) ระเบียบสำนักงานคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ ว่าด้วยหลักเกณฑ์ แบบ และวิธีปฏิบัติในการจ่ายเงิน และการขอรับเงินสินบนเงินรางวัล พ.ศ. 2559 (4) ระเบียบคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคว่าด้วยการปฏิบัติราชการเพื่อประชาชนของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัดในการดำเนินการเกี่ยวกับการรับเรื่องราวร้องทุกข์ พ.ศ. 2562 (5) ระเบียบกระทรวงพาณิชย์ว่าด้วยหลักเกณฑ์ แบบ การแบ่งเงินรางวัลและวิธีปฏิบัติในการจ่ายเงิน การขอรับเงินสินบนรางวัล และค่าใช้จ่าย ในการดำเนินงานตามพระราชบัญญัติมาตราซัง ดวงวัด พ.ศ. 2542 (พ.ศ. 2547) และระเบียบกรมการค้าภายใน ว่าด้วยหลักเกณฑ์ แบบ การแบ่งเงินรางวัลและวิธีปฏิบัติในการจ่ายเงิน การขอรับเงินสินบนรางวัล และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานตามพระราชบัญญัติมาตราซังดวงวัด พ.ศ. 2542 (พ.ศ. 2559) (6) ระเบียบสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ว่าด้วยหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการจ่ายเงินสินบน เงินรางวัล และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน พ.ศ. 2547 และ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2548 (7) ระเบียบกรมควบคุมโรค ว่าด้วย หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการจ่ายเงินสินบนรางวัลและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 (พ.ศ. 2555) (8) ระเบียบสำนักคณะกรรมการอาหาร และยา ว่าด้วยหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการจ่ายเงินสินบนรางวัลและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน พ.ศ. 2548 (9) ระเบียบสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลว่าด้วยการจ่ายเงินรางวัลในการจับกุมผู้ขายสลากกินราคา พ.ศ. 2560 (10) ระเบียบกรมสรรพสามิตว่าด้วยการจ่ายเงินสินบนและรางวัล ในการจับกุมผู้กระทำความผิดตามพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560

จากผลการวิจัย พบว่ากฎหมายไทยและต่างประเทศเกี่ยวกับการให้เงินรางวัลจากค่าปรับเพื่อสนับสนุนผู้บริโภคในการเฝ้าระวังปัญหาของผู้บริโภคที่มีการให้เงินรางวัลจากค่าปรับให้กับผู้แจ้งเบาะแส ข้อมูลเพื่อจัดทำร่างระเบียบหลักเกณฑ์การให้เงินรางวัลแก่ผู้บริโภค ที่สนับสนุนการบังคับใช้กฎหมายและเฝ้าระวังปัญหาของผู้บริโภค เป็นเป้าหมายสำคัญของสภาองค์กรของผู้บริโภคสภาองค์กรของผู้บริโภค ที่มีนโยบาย ยุทธศาสตร์และแผนงานสำคัญในการทำงานภายใต้ยุทธศาสตร์การสนับสนุน ดำเนินการคุ้มครอง

และพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค ในการตรวจสอบ ติดตาม เฝ้าระวังสถานการณ์ปัญหาผู้บริโภค การจัดทำโครงการสนับสนุนผู้บริโภคในการเฝ้าระวังปัญหาผู้บริโภค จึงมีแนวคิดที่ว่าทำอย่างไรให้ผู้บริโภคหันกลับมามีส่วนร่วมในการพิทักษ์สิทธิ และเกิดการบังคับใช้กฎหมายอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มาตรา 46 จึงจัดให้มีการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลกฎหมายรางวัลนำจับเพื่อสนับสนุนผู้บริโภคในการเฝ้าระวังปัญหาผู้บริโภค กำหนดมาตรการให้ส่วนแบ่งรางวัลจากค่าปรับหรือสินบนนำจับ รวมถึงเกิดความเข้าใจในกระบวนการบังคับใช้กฎหมายอันนำไปสู่การจ่ายสินบนนำจับ และออกแบบหลักเกณฑ์เพื่อสนับสนุนผู้บริโภคในการเฝ้าระวังปัญหาของผู้บริโภค

ดังนั้น ในการดำเนินการกิจให้บรรลุเป้าหมาย เพื่อวิเคราะห์กฎหมายที่มีเงินรางวัลจากค่าปรับเพื่อสนับสนุนผู้บริโภคในการเฝ้าระวังปัญหาของผู้บริโภค สอดคล้องกับทฤษฎีแรงจูงใจเบื้องต้นของเทย์เลอร์ (Frederick Taylor, 2018) และทฤษฎีแรงจูงใจความต้องการของมาสโลว์ (Maslow, H., 1980) มาปรับใช้ด้วยการกำหนด หลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไขการรับรางวัลให้ชัดเจน ย่อมสามารถสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้บริโภคเข้าร่วมในการป้องกันมิให้ ผู้ให้บริการกระทำผิดต่อกฎหมายและคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคด้วยกันอย่างมีส่วนร่วม แนวคิดการคุ้มครองผู้บริโภคอยู่บนสิทธิขั้นพื้นฐานและได้รับรอง สอดคล้องหลักสากลในปณิญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชนแห่งสหประชาชาติ ค.ศ. 1948 และกติการะหว่างประเทศว่าด้วยสิทธิทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ค.ศ. 1966 สะท้อนสิทธิของผู้บริโภคในภาพรวม จำเป็นต้องได้รับความคุ้มครองเป็นอย่างยิ่ง และเพื่อให้สภาพองค์กรของผู้บริโภคที่มีบทบาทหน้าที่โดยตรงคุ้มครองผู้บริโภคสามารถดำเนินการกิจต่าง ๆ ได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของชิลฎี พงษ์บุณินพานิช (2563) ปัจจัยที่มีผลต่อการร้องเรียนปัญหาของผู้บริโภค พฤติกรรมการร้องเรียนเป็นการกระทำที่การตอบสนองความไม่พอใจของผู้บริโภค เป็นการแสดงออกอย่างชัดเจนของความไม่พอใจ แต่ความไม่พอใจเป็นเพียงปัจจัยหนึ่งของพฤติกรรมนี้

(เอาไปใช้ไว้ ข๊อ) ประกอบกับผลการสัมภาษณ์เชิงลึก 10 คน และการสนทนากลุ่มเจาะจง 20 คน นำมาวิเคราะห์กระบวนการและรูปแบบการร้องเรียน และการได้รับเงินรางวัลหรือสินบนนำจับ เพื่อนำไปสู่การวิจัยในขั้นตอนของกลุ่มตัวอย่างไปทดลองร้องเรียน เรียกว่าอาสาสมัครจำนวน 20 คน กับหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อนำผลของปัญหาและอุปสรรคที่เกิดจากการร้องเรียนจากหน่วยงานต่าง ๆ มาประมวลสรุปผล คำตอบและข้อเสนอแนะออกเป็นหลายด้าน คือ ด้านการร้องเรียนแจ้งเบาะแสควรมีมาตรการการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อให้ผู้ร้องเรียนเกิดความเชื่อมั่นว่าจะไม่เดือนร้อนภายหลัง ด้านระบบในการร้องเรียนปัญหาผู้บริโภค ควรทำผ่านระบบออนไลน์หรือแอปพลิเคชัน โดยมีระบบการติดตามสถานการณ์ร้องเรียน (Tracking) เป็นขั้นตอน เพื่อให้ผู้ร้องเรียนที่แจ้งเบาะแสทราบว่า หน่วยงานที่รับเรื่องร้องเรียนหรือเบาะแสดำเนินการต่อข้อร้องเรียนอย่างไร ข้อเสนอแนะ ควรลดขั้นตอนและให้การร้องเรียนทำแบบง่าย ๆ ไม่ยุ่งยาก หากทำแบบฟอร์มให้กรอกจะสะดวกมากกว่า และให้เก็บข้อมูลของการร้องเรียนเป็นความลับและเมื่อมีการร้องเรียนแล้ว ควรให้มีการตอบรับว่าได้รับเรื่องไว้แล้ว และควรแจ้งระยะเวลาหรือกระบวนการว่า

ดำเนินการไปถึงไหนแล้ว เพื่อให้สิ่งที่แจ้งร้องเรียนไปมิเสียเปล่าได้นำไปใช้ประโยชน์อย่างแท้จริง และมีข้อเสนอไปในแนวทางเดียวกันว่า การแจ้งร้องเรียนควรให้มีขั้นตอนที่ง่ายและไม่ยุ่งยาก และการให้รางวัลตอบแทนเพื่อการจูงใจ มีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจแจ้งร้องเรียน

จากระเบียบ ประกาศ ข้อบังคับ ว่าด้วยหลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไขการจ่ายเงินรางวัลและสินบน นำจับ ทั้ง 10 ฉบับดังกล่าวนี้ ได้นำมาเฉพาะสาระสำคัญมาประมวลเป็นแนวทางการจัดทำร่างระเบียบ หลักเกณฑ์การให้รางวัลแก่ผู้บริโภครที่สนับสนุนการบังคับใช้กฎหมายและเฝ้าระวังปัญหาของผู้บริโภคมา กำหนดไว้เป็นหมวด และข้อต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อเชื่อมโยงแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับหลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไขการจ่ายเงินรางวัลและสินบนจากคำปรับของกฎหมายไทยที่มีอยู่ เพื่อแสดงให้เห็นหลักการและ เหตุผล อันเป็นที่มาของ “ร่างระเบียบสภาองค์กรของผู้บริโภค ว่าด้วยหลักเกณฑ์ วิธีการ และจ่ายเงินรางวัล เพื่อส่งเสริมการใช้สิทธิของผู้บริโภคในการเฝ้าระวังปัญหาของผู้บริโภคและการบังคับใช้กฎหมาย พ.ศ.” ดังกล่าว แยกตามโครงสร้าง 7 หมวด ดังต่อไปนี้

3.1 บทนิยาม

สาระสำคัญทั่วไปของร่างระเบียบฯ เริ่มตั้งแต่ข้อ 1 ถึง ข้อ 3 กำหนดเรื่องทั่วไปและให้มี คำนิยามใหม่ที่นำมาจากในระเบียบต่าง ๆ ที่ประกาศว่าด้วยหลักเกณฑ์ วิธีการ และอัตราการจ่ายเงินสินบน เงินรางวัล แต่ให้มีความแตกต่างกันที่ใช้เฉพาะในร่างระเบียบฯ ของสภาองค์กรของผู้บริโภค เช่น คำว่า “สภา” “เลขาธิการ” “เงินรางวัล” “เงินค่าปรับ” “ผู้แจ้งข้อมูลเบาะแส” “ผู้รับแจ้งข้อมูลเบาะแส” “ข้อมูล เบาะแส” “วิธีการแจ้งข้อมูลเบาะแส” “เจ้าหน้าที่” เป็นคำนิยามกำหนดขึ้นใหม่ เนื่องจากวัตถุประสงค์และ ความหมายแตกต่างกันกับระเบียบที่เคยประกาศใช้ในฉบับอื่น ๆ และเพิ่มเติมเข้ามาเพื่อให้มีความหมาย ครอบคลุมตามสิทธิและอำนาจหน้าที่ของสภาองค์กรฯ ส่วนข้อ 4 กำหนดไว้เพื่อให้รู้ว่าระเบียบนี้มีใช้เป็นการ โฆษณาให้ค้ำประกันแก่ผู้บุคคลใดเพื่อป้องกันมิให้ผู้บุคคลใดไปฟ้องร้องฟ้องในภายหลัง (โดยอาศัยอำนาจ ตามความในมาตรา 10 มาตรา 11 มาตรา 12 มาตรา 13 และมาตรา 14 แห่งพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภา องค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 ระเบียบสภาองค์กรของผู้บริโภคฉบับที่ 7 ว่าด้วยค่าใช้จ่ายในการปฏิบัติงาน พ.ศ. 2564 และข้อบังคับสภาองค์กรของผู้บริโภค ข้อ 22 (7))

3.2 วิธีการแจ้งข้อมูลเบาะแส

สาระสำคัญของหมวด 1 ข้อ 5 วิธีการแจ้งข้อมูลเบาะแส เป็นข้อกำหนดเพื่อให้ผู้แจ้งข้อมูล เบาะแสได้ทราบถึงวิธีการแจ้งข้อมูลเบาะแส เมื่อได้พบเห็นการกระทำผิดเกี่ยวกับการบริโภคของผู้ประกอบ ธุรกิจ สามารถแจ้งข้อมูลเบาะแสด้านทางโทรศัพท์ ระบบสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ระบบสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ ประเภทอื่น ๆ หรือวิธีการอื่นใด หรือช่องทางที่จัดไว้ และผู้รับแจ้งให้รหัสเป็นโค้ด (Code) เพื่อเป็นการ คุ้มครองผู้แจ้งข้อมูลเบาะแส โดยให้ผู้แจ้งข้อมูลเบาะแสดำเนินการแจ้งการทำความผิด และ แนวนโยบายหลักฐานต่าง ๆ วัน เวลา และสถานที่กระทำความผิด และข้อมูลส่วนบุคคลของผู้แจ้ง ได้แก่ ชื่อ ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ ช่องทางการติดต่อ และกรณีประสงค์ขอรับเงินรางวัลให้ระบุหมายเลขบัญชีธนาคาร ของผู้แจ้ง นอกจากนี้ ยังได้กล่าวถึงกระบวนการเก็บข้อมูลไว้เป็นความลับโดยให้ผู้รับแจ้งข้อมูลจะเก็บ

ข้อมูลส่วนบุคคลและบันทึกข้อมูลเป็นความลับด้วยวิธีใช้รหัสโค้ด (Code) ระบุเป็นสัญลักษณ์แทน เพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้แจ้งข้อมูลเบาะแสและกรณีประสงค์ขอรับรางวัล ให้ถือว่าผู้แจ้งข้อมูลเบาะแสดังกล่าวมีชื่อในแบบบันทึกข้อมูลในระบบอิเล็กทรอนิกส์แล้ว

3.3 สิทธิและหน้าที่ของผู้รับแจ้งเบาะแส

สาระสำคัญหมวด 2 ข้อ 6 เป็นข้อกำหนดสิทธิและหน้าที่ของเจ้าหน้าที่สภาองค์กรของผู้บริโภคเพื่อให้มีการตรวจสอบข้อเท็จจริงและใช้เป็นพยานหลักฐานที่ได้จากการรับแจ้งข้อมูลเบาะแส หากไม่เพียงพอให้แจ้งแก่ผู้แจ้งข้อมูลเบาะแสเพื่อส่งพยานหลักฐานเพิ่มเติมหรือชี้แจงข้อเท็จจริง เมื่อได้รวบรวมเอกสารพยานหลักฐานต่าง ๆ เพียงพอแล้วให้ดำเนินการอย่างหนึ่งอย่างใด ดังนี้ 1) การตรวจสอบข้อเท็จจริงในประเด็นที่ได้รับแจ้งข้อมูลเบาะแสเป็นไปตามความประสงค์ของผู้แจ้งข้อมูลเบาะแส 2) การตรวจสอบข้อกฎหมาย คอยประสานงานกับส่วนราชการหรือหน่วยงานของรัฐที่มีอำนาจและหน้าที่เกี่ยวข้องกับการผู้บริโภค หรือหรือขอความเห็นจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค 3) มีหน้าที่ออกหนังสือถึงคู่กรณีหรือบุคคลที่เกี่ยวข้องเพื่อขอทราบข้อเท็จจริง หรือให้ส่งเอกสารพยานหลักฐานหรือเชิญมาให้ถ้อยคำ และ 4) กรณีข้อมูลเบาะแสที่ได้รับแจ้งนั้นอยู่ในเขตพื้นที่หน่วยงานประจำจังหวัด เพื่อตรวจสอบข้อเท็จจริงเพิ่มเติม ให้ส่งประเด็นไปให้หน่วยงานประจำจังหวัดเขตพื้นที่ที่มีปัญหานั้นช่วยประสานงานและดำเนินการให้ เพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพ

3.4 การตรวจสอบข้อมูลและคุ้มครองสิทธิของผู้แจ้งข้อมูลเบาะแส

สาระสำคัญหมวด 3 ข้อ 7 เป็นข้อกำหนดด้านการตรวจสอบข้อมูลหลังจากได้รับแจ้งเบาะแส เพื่อติดตามหรือดำเนินการตามกฎหมายกับผู้ประกอบธุรกิจตามข้อมูลที่ได้รับแจ้ง โดยมีต้องรอให้มีการจับกุมและเปรียบเทียบคดีหรือมีการชำระค่าปรับแล้วหรือคดีเลิกกัน นอกจากนี้ หากตรวจสอบข้อมูลแล้วพบว่าการแจ้งข้อมูลอันเป็นเท็จหรือเป็นการกลั่นแกล้งผู้ประกอบธุรกิจ ผู้แจ้งข้อมูลถูกตัดสิทธิมีได้รับรางวัลและต้องถูกลงโทษตามกฎหมายอาญา เป็นการป้องกันมิให้ผู้ประกอบธุรกิจถูกกลั่นแกล้งจึงจำเป็นต้องกำหนดโทษทางอาญาไว้

นอกจากนี้ ข้อ 8 กำหนดถึงการแจ้งข้อมูลเบาะแสได้กำหนดให้ทันสมัยและเพื่ออำนวยความสะดวกและให้ง่ายต่อการแจ้งข้อมูลเบาะแสดังกล่าวให้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ ระบบจะตอบรับอัตโนมัติทันที และแจ้งความคืบหน้าเกี่ยวกับการดำเนินงานตรวจสอบ ติดตาม รวมถึงส่งข้อมูลต่อหน่วยงานอื่นที่รับผิดชอบ เพื่อให้ผู้แจ้งข้อมูลสามารถติดตามผลของคดีได้ ส่วนระยะเวลาในการตรวจสอบข้อมูลกำหนดไว้ภายใน 30 วันนับแต่วันที่ได้รับแจ้งข้อมูลเบาะแส โดยกำหนดไว้ในระบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อให้ผู้แจ้งข้อมูลเบาะแสสามารถติดตามผลการดำเนินการอยู่ในขั้นตอนใด

สำหรับ ข้อ 9 กำหนดเพื่อเป็นการคุ้มครองสิทธิของผู้แจ้งข้อมูลเบาะแสเป็นข้อสำคัญ เพื่อป้องกันและสร้างความปลอดภัยโดยเก็บจะเก็บข้อมูลของผู้แจ้งเบาะแสเป็นความลับโดยใช้วิธีใช้รหัสโค้ด (Code) ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อป้องกันสิทธิและมีให้ล่วงรู้ถึงบุคคลผู้แจ้งข้อมูล เว้นแต่ ผู้แจ้งจะยอมเปิดเผยชื่อ

ของตน เป็นแนวทางนำมาจากประเทศอังกฤษในการปกป้องรักษาความลับของผู้แจ้งข้อมูลด้วยการเปลี่ยนชื่อนามสกุลใช้เป็นรหัสโค้ด (Code) แทนเพื่อคุ้มครองสิทธิและสร้างความปลอดภัยให้กับผู้แจ้งข้อมูลเบาะแส

3.5 คณะทำงานตรวจสอบและพิจารณาเงินรางวัล

สาระสำคัญหมวด 4 ข้อ 10 เป็นข้อกำหนดเพื่อจัดให้มีการตรวจสอบและพิจารณาเงินรางวัลเป็นขบวนการกลั่นกรองและมีการตรวจสอบจากเจ้าหน้าที่ของสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค และจัดทำบันทึกผลการตรวจสอบพิจารณาให้เงินรางวัลกับผู้แจ้งข้อมูลเบาะแส เพื่อดำเนินการนำเสนอต่อผู้มีอำนาจสั่งจ่ายเงินรางวัลเพื่ออนุมัติจ่ายเงินรางวัล ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของร่างระเบียบฉบับนี้

สำหรับข้อ 11 กำหนดถึงการจ่ายเงินรางวัลให้ผู้แจ้งข้อมูลเบาะแส ต้องมีหลักฐานเพียงพอที่พบว่ามีผู้กระทำความผิดจริง และผู้แจ้งแนบพยานหลักฐานต่าง ๆ วัน เวลา และสถานที่กระทำความผิด และข้อมูลส่วนบุคคลของผู้แจ้ง ได้แก่ ชื่อ ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ ช่องทางการติดต่อ และกรณีประสงค์ขอรับเงินรางวัลให้ระบุหมายเลขบัญชีธนาคารของผู้แจ้ง ในกรณีการจ่ายเงินรางวัลให้แก่ผู้แจ้งข้อมูลเบาะแสให้อยู่ในกรอบอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของสภาองค์กรของผู้บริโภคเพื่อคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค 8 ด้านคือ ด้านการเงินและการธนาคาร ด้านการขนส่งและยานพาหนะ ด้านอสังหาริมทรัพย์และที่อยู่อาศัย ด้านอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ ด้านบริการสุขภาพ ด้านสินค้าและบริการทั่วไป ด้านสื่อสารและโทรคมนาคม และด้านบริการสาธารณะ ตามมาตรา 13 แห่งพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 ประกอบกับมาตรา 14 (1) ให้อำนาจสภาองค์กรฯ ดำเนินการในเรื่องความคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค และ (2) ให้สภาองค์กรฯ สนับสนุนและดำเนินการ ตรวจสอบ ติดตาม เฝ้าระวังสถานการณ์ปัญหาสินค้าและบริการ แจ้งหรือโฆษณาข่าวสารหรือเตือนภัยเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่อาจกระทบสิทธิของผู้บริโภค

ส่วนข้อ 12 เป็นการกำหนดกรอบอำนาจหน้าที่ของ สภาองค์กรฯ ที่มีวัตถุประสงค์และแนวคิดจ่ายเงินรางวัลให้กับผู้แจ้งเบาะแส เพื่อให้การส่งเสริมสนับสนุนรวมถึงเฝ้าระวังเพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคและการบังคับใช้กฎหมายให้มีประสิทธิภาพ อยู่ภายใต้พระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562

3.6 การจ่ายเงินรางวัล

สาระสำคัญหมวด 5 ข้อ 13 กำหนดจำนวนเงินที่จ่ายไม่เกิน 300 บาทต่อกรณี เหตุผลในการจ่ายเงินรางวัล เพื่อเป็นแรงจูงใจให้ผู้บริโภคที่อยู่ในสถานะเป็นผู้เสียหาย และเป็นผู้ที่พบเห็นการกระทำผิดของผู้ประกอบธุรกิจ ได้นำข้อมูลเบาะแสมาแจ้งให้กับสภาองค์กรฯ โดยมีพยานหลักฐานที่สามารถนำไปดำเนินการกับผู้ประกอบธุรกิจได้ จึงกำหนดวิธีและเงื่อนไข ระยะเวลา การจ่ายเงินรางวัลให้กับผู้ที่นำข้อมูลเบาะแสมาแจ้ง หลังจากได้มีการตรวจสอบข้อมูลว่ามีการกระทำผิดจริง โดยจ่ายเงินรางวัลที่เน้นความง่าย สะดวก ไม่ยุ่งยาก โดยผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ตามหลักเกณฑ์วิธีปฏิบัติของสภาองค์กรฯ และ

ผู้แจ้งจะได้รับเงินเข้าบัญชีภายใน 30 วันหลังจากตรวจสอบความถูกต้องแล้ว รวมถึงกำหนดหน้าที่เลขธิการ หรือผู้ที่เลขามอบหมายเป็นผู้มีอำนาจอนุมัติจ่ายเงินรางวัล

เมื่อได้รับอนุมัติให้จ่ายเงินรางวัลแล้ว เจ้าหน้าที่ที่ต้องแจ้งในระบบอิเล็กทรอนิกส์ ให้ผู้แจ้ง ข้อมูลเบาะแสได้ทราบ และโอนเงินรางวัลตามรหัสโค้ด (code) เข้าบัญชีธนาคารของผู้แจ้งข้อมูลเบาะแส เว้นแต่ ผู้แจ้งข้อมูลเบาะแสมิได้ประสงค์รับเงินรางวัล

ส่วนข้อ 14 สำหรับการจ่ายเงินรางวัลถ้ามีบุคคลหลายคน ในการแจ้งผู้ประกอบธุรกิจเรื่อง เดียวกัน ให้ถือว่าผู้แจ้งข้อมูลเบาะแสดำดับแรกที่มีพยานหลักฐานสมบูรณ์ นำไปสู่การตรวจสอบและ พบผู้กระทำความผิด เป็นผู้ที่มีสิทธิได้รับเงินรางวัล สำหรับการจ่ายเงินรางวัลกำหนดไว้จำนวนไม่เกินสาม ร้อยบาทต่อคน เหตุผลที่กำหนดจำนวนเงินดังกล่าวเนื่องจาก ผู้แจ้งข้อมูลเบาะแส จำเป็นต้องหา พยานหลักฐานนำส่งและรายละเอียดที่เกี่ยวกับเวลา สถานที่ พฤติการณ์ต่างๆ เพื่อโหลดเข้าระบบจนนำไปสู่ ดำเนินการเอาผิดกับผู้ประกอบธุรกิจได้ หากเปรียบเทียบกับกรณีที่บุคคลไปเป็นพยานในศาลย่อมมี ค่าตอบแทนการเสียเวลามาเป็นพยานในศาลอย่างน้อยห้าร้อยต่อหนึ่งคน

3.7 เบ็ดเตล็ด

หมวด 6 ข้อ 17 เป็นข้อกำหนดระบุให้เลขธิการสภาองค์กรของผู้บริโภคเป็นผู้มีอำนาจหน้าที่ กำหนดหลักเกณฑ์ รูปแบบ หรือวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการรับเงิน การเบิกเงิน การจ่ายเงิน การเก็บรักษาเงิน การนำฝากคลัง การพัสดุ หรือวิธีปฏิบัติอื่นใดที่ไม่ได้กำหนดไว้ในระเบียบนี้ ให้ถือปฏิบัติเช่นเดียวกับกรณี เงินงบประมาณรายจ่าย และการกำหนดกรอบระยะเวลาการจ่ายเงินรางวัลให้เป็นไปตามที่มติของ คณะทำงานตรวจสอบและพิจารณาเงินรางวัลกำหนด และให้เลขธิการสภาองค์กรของผู้บริโภคเป็นผู้ รักษาการตามระเบียบนี้ และให้มีอำนาจในการออกประกาศเพื่อประโยชน์ในการดำเนินการตามระเบียบ ฉบับนี้ด้วย

สำหรับข้อ 18 ให้เลขธิการฯ มีอำนาจวินิจฉัยเกี่ยวกับการปฏิบัติตามระเบียบนี้ หรือกรณีมิได้ มีกำหนดไว้ในระเบียบนี้ ให้เลขธิการฯ มีอำนาจพิจารณาและวินิจฉัยชี้ขาด คำวินิจฉัยของเลขธิการฯ เป็น ที่สุด เพื่อให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของสภาองค์กรฯ ตามยุทธศาสตร์การสนับสนุน และ ดำเนินการคุ้มครอง และพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค ตามพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาวิเคราะห์กฎหมายที่มีเงินรางวัลจากค่าปรับเพื่อสนับสนุนผู้บริโภคในการเฝ้าระวัง ปัญหาผู้บริโภค การนำเอาแนวคิด ทฤษฎี การนำสาระสำคัญของกฎหมายผู้บริโภค 15 ฉบับ และ การนำ ระเบียบว่าด้วยหลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไขการจ่ายเงินรางวัลหรือสินบนนำจับ 10 ฉบับ กับหลักสาระสำคัญที่

มีอยู่ของต่างประเทศ 4 ประเทศ คือ สหรัฐอเมริกา อังกฤษ ใต้หวัน และมาเลเซีย รวมทั้งความคิดเห็นและข้อเสนอจากประชากรและกลุ่มตัวอย่างวิจัยที่เก็บรวบรวมตามระเบียบวิธีวิจัย ไปสู่การวิเคราะห์จัดทำ “ร่างระเบียบสภาองค์กรของผู้บริโภค ว่าด้วยหลักเกณฑ์ วิธีการ และจ่ายเงินรางวัล เพื่อส่งเสริมการใช้สิทธิของผู้บริโภคในการเฝ้าระวังปัญหาของผู้บริโภคและการบังคับใช้กฎหมาย พ.ศ.” เพื่อเป็นแนวทางใหม่ให้ผู้บริโภคหรือประชาชนเข้ามาร้องเรียนแจ้งเบาะแสข้อมูลได้สะดวก รวดเร็ว ลดขั้นตอน และสามารถเข้าถึงได้ง่าย

ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า “ร่างระเบียบสภาองค์กรของผู้บริโภค ว่าด้วยหลักเกณฑ์ วิธีการ และจ่ายเงินรางวัล เพื่อส่งเสริมการใช้สิทธิของผู้บริโภคในการเฝ้าระวังปัญหาของผู้บริโภคและการบังคับใช้กฎหมาย พ.ศ.” ฉบับนี้เป็นตัวกำหนดเป้าหมาย นโยบาย ตามยุทธศาสตร์และแผนงานสำคัญในการทำงานเพื่อการสนับสนุนและดำเนินการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค และให้มีผลเป็นการบังคับใช้กฎหมายที่มีอยู่สามารถนำร่างระเบียบฯ ฉบับนี้ไปใช้ประโยชน์แก่สภาองค์กรของผู้บริโภค ให้สอดคล้องตามความต้องการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีอยู่ 8 ด้าน คือ ด้านการเงินและด้านธนาคาร ด้านการขนส่งและยานพาหนะ ด้านอสังหาริมทรัพย์และที่อยู่อาศัย ด้านอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ ด้านบริการสุขภาพ ด้านสินค้าและบริการทั่วไป ด้านการสื่อสารและโทรคมนาคม และการบริการสาธารณะ ตามพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 มาตรา 13 กำหนดให้อำนาจและหน้าที่ให้กับสภาองค์กรของผู้บริโภคคอยเฝ้าระวังคุ้มครองผู้บริโภค และมาตรา 14 สภาองค์กรของผู้บริโภคมีอำนาจในการดำเนินการให้ความคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคและการบังคับใช้กฎหมาย สอดคล้องกับรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มาตรา 46 มีวัตถุประสงค์เพื่อคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะ ให้สภาองค์กรของผู้บริโภคนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์ด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ด้านกำหนดนโยบาย สามารถนำ “ร่างระเบียบสภาองค์กรของผู้บริโภค ว่าด้วยหลักเกณฑ์ วิธีการ และจ่ายเงินรางวัล เพื่อส่งเสริมการใช้สิทธิของผู้บริโภคในการเฝ้าระวังปัญหาของผู้บริโภคและการบังคับใช้กฎหมาย พ.ศ.” ไปใช้เป็นแนวทางกำหนดนโยบายเพื่อคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค เพื่อสนับสนุนภารกิจของสภาองค์กรของผู้บริโภค
2. ด้านการพัฒนาระบบวิธีการแจ้งข้อมูลเบาะแส เพื่อให้ผู้บริโภคหรือผู้พบเห็นการกระทำผิดสามารถแจ้งข้อมูลได้โดยง่าย สะดวก รวดเร็ว และคุ้มครองผู้แจ้งข้อมูลเป็นความลับ
3. ด้านระบบการพิจารณาและการจ่ายเงินรางวัล เพื่อลดขั้นตอนกระบวนการพิจารณาโดยพิจารณาหลักฐานที่เพียงพอต่อการนำผู้กระทำผิดเข้าสู่กระบวนการความรับผิดชอบตามกฎหมาย
4. ด้านการพัฒนาระบบการจ่ายเงินรางวัลจากการแจ้งข้อมูลเบาะแสหรือเงินรางวัลจากค่าปรับที่เน้นความสะดวก รวดเร็ว และเข้าถึงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. ด้านการเก็บฐานข้อมูลพื้นฐานของผู้บริโภคที่เป็นผู้เสียหายจากความเสียหายที่หลากหลายแตกต่างกันไปเพื่อนำไปเป็นข้อมูลพัฒนาและคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคต่อไป

6. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคที่ไม่มีการกำหนดให้เงินรางวัลค่าปรับเกี่ยวกับด้านอสังหาริมทรัพย์และที่อยู่อาศัย ด้านการสื่อสารและโทรคมนาคม ด้านบริการทั่วไป ด้านการเงินและการธนาคาร ด้านบริการสุขภาพ เพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคที่ได้รับ ความเสียหายจากการซื้อสินค้าและการให้บริการต่อไป

รายการอ้างอิง

ธีลฎี พงษ์ยุพินพานิช. (2563). พฤติกรรมการร้องเรียนของผู้บริโภคในการใช้บริการส่งอาหารเดลิเวอรี่.

สารนิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล

บรรเจิด สิงคะเนติ. (2555). หลักพื้นฐานเกี่ยวกับสิทธิเสรีภาพและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ (พิมพ์ครั้งที่ 4).

คณะนิติศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์(นิด้า).

พระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562. (2562, 19 พฤษภาคม). ราชกิจจานุเบกษา.

เล่ม 136 ตอนที่ 67 ก.

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522. (2522, 4 พฤษภาคม). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 96 ตอนที่ 72

ฉบับพิเศษ หน้า 20.

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562. (2562, 27 พฤษภาคม). ราชกิจจา

นุเบกษา. เล่ม 136 ตอนที่ 69 ก.

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560. (2560). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 134, ตอน 40 ก.

หน้า 1-90.

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. (2564). วันที่ค้นข้อมูล 15 กันยายน 2564, เข้าถึงได้จาก

<https://oryor.com>

Universal Declaration of Human Rights of the United Nations. (1948). ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิ

มนุษยชนแห่งสหประชาชาติ ค.ศ. 1948. วันที่ค้นข้อมูล 12 ตุลาคม 2564, เข้าถึงได้จาก

<https://humanrights.mfa.go.th/th/humanrights/obligation/>

International Covenant on Economic Social and Cultural Right : ICESCR. (1966). กติการะหว่าง

ประเทศว่าด้วยสิทธิทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ค.ศ. 1966. วันที่ค้นข้อมูล 20 ตุลาคม

2564, เข้าถึงได้จาก <https://humanrights.mfa.go.th/upload/pdf/icescrt.pdf>

Taylor, F. (2018). แนวคิดและทฤษฎี Frederick W. Taylor. วันที่ค้นข้อมูล 20 ตุลาคม

2564, เข้าถึงได้จาก <http://wirotsriherun1.blogspot.com/2015/08/2-frederick-w-taylor.html>

Maslow, H. (1980). *Theory of Human Motivation* (2nd ed.). New York: Harper and Rows
Publisher.

The Securities Exchange Act of 1934 (Exchange Act). U.S. Securities and Exchange Commission, Office
of the Whistleblower. Retrieved October 20, 2021, from <https://www.sec.gov/whistleblower>