

บทที่ 3

มาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคของ ต่างประเทศและประเทศไทย

เนื่องด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคนั้น จะเห็นได้ว่าแต่ละประเทศของกลุ่มอาเซียนต่างมีกฎหมายเฉพาะเป็นกฎหมายภายในคุ้มครองผู้บริโภคในกลุ่มประเทศของตน จึงส่งผลให้กฎหมายแต่ละฉบับดังกล่าวเหมาะสมแก่ผู้บริโภคภายในประเทศของตน เมื่อเกิดกรณีพิพาทขึ้น การใช้เลือกใช้กฎหมายของประเทศใดประเทศหนึ่งย่อมส่งผลให้เกิดความได้เปรียบและเสียเปรียบ และส่งผลเสียหายต่อผู้บริโภคฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ดังนั้น ในบทนี้จึงได้มีการศึกษากฎหมายต่างประเทศและกฎหมายของประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับมาตรการในการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

3.1 มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคของต่างประเทศ

3.1.1 กฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภคขององค์การสหประชาชาติ

สิทธิผู้บริโภคได้ถูกรณรงค์และเคลื่อนไหวครั้งแรกในปี พ.ศ. 2525 โดยสหพันธ์ผู้บริโภคสากล (Consumer International, CI) การรณรงค์ในการสร้างความตื่นตัวของผู้บริโภค รวมทั้งประสบความสำเร็จในการผลักดันให้สหประชาชาติ กำหนดแนวทางในการคุ้มครองผู้บริโภคและได้รับการรับรองโดยที่ประชุมสมัชชาสหประชาชาติในปี พ.ศ. 2528

3.1.1.1 หลักการคุ้มครองผู้บริโภคขององค์การสหประชาชาติ

UN Guidelines นั้นเป็นการกำหนดกรอบหรือแนวทางเพื่อให้รัฐบาลของประเทศต่าง ๆ ใช้เป็นแนวทางในการบัญญัติกฎหมาย รวมถึงนโยบายต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีการจัดประชุมหารือระหว่างรัฐบาลประเทศต่าง ๆ เพื่อพัฒนาหลักเกณฑ์หรือนโยบายต่าง ๆ ในการคุ้มครองผู้บริโภคภายในประเทศของตนเอง โดยมีความมุ่งหวังให้รัฐบาลของประเทศต่าง ๆ มีกฎหมายพื้นฐานที่เป็นการคุ้มครองผู้บริโภคครอบคลุมในเรื่องต่าง ๆ ซึ่งเป็นการรับรองสิทธิของผู้บริโภค 8 ประการซึ่งมีหลักการทั่วไป คือ ให้รัฐบาลพัฒนาหรือคงไว้ ซึ่งนโยบายคุ้มครองผู้บริโภคที่เข้มแข็งโดยยึดตามแนวทางของ UN Guidelines และข้อตกลงระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องในทางปฏิบัติรัฐบาลของแต่ละประเทศควรกำหนดลำดับความสำคัญในการคุ้มครองผู้บริโภค

ของตนเองให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของประเทศนั้น ๆ โดย UN Guidelines มีความตั้งใจที่จะให้บรรลุถึงเรื่องที่สำคัญต่าง ๆ¹ ดังนี้

- 1) การคุ้มครองผู้บริโภคจากอันตรายที่มีผลต่อสุขภาพและความปลอดภัย
- 2) การส่งเสริมและการคุ้มครองผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจของผู้บริโภค
- 3) การเข้าถึงข้อมูลที่เพียงพอของผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเลือกได้ตามความต้องการและความจำเป็นของตน

- 4) การให้การศึกษาแก่ผู้บริโภคซึ่งรวมถึงการให้การศึกษาถึงผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมสังคมและเศรษฐกิจในการเลือกของผู้บริโภค

- 5) การจัดทำให้มีการชดเชยให้แก่ผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ

- 6) การมีสิทธิเสรีภาพที่จะจัดตั้งกลุ่มหรือองค์กรของผู้บริโภคและกลุ่มอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องและการเปิดโอกาสให้องค์กรเหล่านั้นนำเสนอทัศนะต่อกระบวนการตัดสินใจที่จะส่งผลกระทบต่อกลุ่มผู้บริโภคและกลุ่มที่เกี่ยวข้อง

สำหรับแนวทางในข้อ 6) นั้น มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชน กล่าวคือ รัฐบาลจะต้องให้ความสำคัญแก่การคุ้มครองผู้บริโภคตามลำดับความสำคัญอันได้แก่ การให้เสรีภาพในการจัดตั้งกลุ่มหรือองค์กรผู้บริโภคและให้โอกาสแก่กลุ่มหรือองค์กรเหล่านั้นแสดงความเห็นในกระบวนการตัดสินใจของรัฐบาลที่มีผลกระทบต่อผู้บริโภค โดยเหตุที่รัฐบาลต้องให้ความสำคัญกับเรื่องนี้เพราะ ความเห็นและคำแนะนำของกลุ่มหรือองค์กรผู้บริโภคย่อมเป็นเสมือนสิ่งสะท้อนปัญหาหรือความต้องการของผู้บริโภคมายังภาครัฐโดยตรง ซึ่งจะทำให้ได้วิธีการแก้ไขปัญหานั้นที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

- 7) การสนับสนุนการบริโภคที่ยั่งยืนการสนับสนุนการบริโภคที่ยั่งยืนนั้น รัฐบาลของประเทศกำลังพัฒนาควรส่งเสริมความร่วมมือของกลุ่มผู้บริโภคและองค์กรที่เกี่ยวข้องเพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งของเครือข่าย²

¹ พงษ์พลอย สุขะพงษ์. (2557). *แนวทางการคุ้มครองผู้บริโภคของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน: ศึกษากรณีการเยียวยาความเสียหาย*. วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต สาขากฎหมายการค้าระหว่างประเทศ, คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. หน้า 22-23.

² ไพศาล ลีมสถิต. (2549). องค์กรอิสระการคุ้มครองผู้บริโภค ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540: มิติใหม่ของการคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชน. *วารสารนิติศาสตร์*, 2 (35), หน้า 333.

3.1.1.2 แนวทางปฏิบัติขององค์การสหประชาชาติเกี่ยวกับการทำให้ผู้บริโภครับ การชดเชยความเสียหาย

ข้อกำหนดหรือเนื้อหาใน UN Guidelines นั้นส่วนใหญ่จะเป็นการกำหนดแนวทางต่าง ๆ ในการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคเพื่อให้รัฐบาลของประเทศสมาชิกได้ใช้เป็นแนวทางในการ กำหนดเป็นกฎหมาย หลักเกณฑ์ ระเบียบข้อบังคับ ตลอดจนส่งเสริมสนับสนุนให้มีมาตรการ และ นโยบายต่าง ๆ เพื่อใช้คุ้มครองผู้บริโภคภายในประเทศของตน โดยมีรายละเอียดในเรื่องการ คุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคเพื่อให้ได้รับการชดเชยเยียวยาความเสียหาย ดังนี้

ตาม UN Guidelines ข้อ 3 (e) วางหลักว่า ให้มีกฎหมายที่กำหนดในเรื่องการจัดให้มีการเยียวยาผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพ และตาม UN Guidelines ข้อ 32 กำหนดว่าผู้บริโภคควรได้รับการเยียวยาที่มีความเป็นธรรม โดยมีมาตรการทางกฎหมายที่สามารถทำให้ผู้บริโภค หรือหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้องได้รับการเยียวยาผ่านกระบวนการไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบที่เป็นทางการหรือไม่เป็น ทางการที่มีความสะดวก รวดเร็ว และไม่มีค่าใช้จ่ายสูง โดยเฉพาะการคำนึงถึงผู้บริโภคที่มีรายได้น้อย ให้สามารถได้รับการเยียวยาที่เหมาะสมโดยไม่มีเรื่องค่าใช้จ่ายมาเป็นอุปสรรค นอกจากนี้ ตาม UN Guidelines ข้อ 33 ยังกำหนดไว้ด้วยว่า รัฐบาลควรผลักดันให้ผู้ประกอบการระงับข้อพิพาทที่มี กับผู้บริโภคด้วยความยุติธรรม รวดเร็ว และไม่ต้องมีรูปแบบที่เป็นทางการ ตลอดจนมีกลไก การระงับข้อพิพาทเกี่ยวกับผู้บริโภคด้วยความสมัครใจ (voluntary mechanism) รวมไปถึงการจัดให้มี การบริการให้คำปรึกษาและรับเรื่องร้องเรียนที่คอยให้ความช่วยเหลือแก่ผู้บริโภคที่ไม่มีขั้นตอน มากทั้งนี้ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการที่ผู้บริโภคจะได้รับการเยียวยาและวิธีการระงับข้อพิพาทอื่น ๆ นั้นผู้บริโภคจะต้องสามารถเข้าถึงได้ด้วย³

3.1.1.3 การระงับข้อพิพาทขององค์การสหประชาชาติ

การเยียวยาให้แก่ผู้บริโภคในรูปแบบที่ไม่เป็นทางการนั้น เช่น วิธีการระงับข้อพิพาท ที่เป็นทางเลือก (Alternative Dispute Resolution) ซึ่งเท่ากับ UN Guidelines สนับสนุนให้มีการ ระงับข้อพิพาทโดยการไกล่เกลี่ย ประนีประนอมแทนการขึ้นศาล โดยเฉพาะการคำนึงถึงการ คุ้มครองผู้บริโภคที่มีรายได้น้อย เพราะผู้บริโภคที่มีรายได้น้อยย่อมได้รับความเดือดร้อนหากได้รับความเสียหายจากการบริโภคแล้วยังต้องเสียค่าใช้จ่ายในการฟ้องร้องคดีต่อศาลอีก

UN Guidelines ข้อ 34 กำหนดว่า ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการที่ผู้บริโภคจะได้รับการเยียวยา และวิธีการระงับข้อพิพาทนั้น ผู้บริโภคจะต้องสามารถเข้าถึงได้

³ จุมพต สายสุนทร. (2540). *กฎหมายระหว่างประเทศว่าด้วยการระงับข้อพิพาทระหว่างประเทศโดยสันติ*. กรุงเทพฯ: นิติธรรม. หน้า 16-25.

ตาม UN Guidelines ข้อ 37(d) นั้นได้กำหนดว่าในการให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภคนั้นจะต้องครอบคลุมเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคในแง่ต่าง ๆ ที่สำคัญซึ่งรวมไปถึงการมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องที่กำหนดถึงวิธีการในการที่ผู้บริโภคจะได้รับการเยียวยา⁴

3.1.2 กฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภคของสหภาพยุโรป

ประเทศต่าง ๆ ในทวีปยุโรปได้รวมตัวกันเป็นสหภาพยุโรป (European Union : EU) ซึ่งเดิมมี 28 ประเทศแต่ปัจจุบันสหราชอาณาจักร United Kingdom ได้แยกตัวออกไปจาก EU จึงคงมีอยู่ 27 ประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์ของการก่อตั้งสหภาพยุโรป 3 ประการ⁵ คือ

1) เพื่อรวบรวมระบบเศรษฐกิจ ความร่วมมือในการพัฒนาสังคม และการปกครองแบบประชาธิปไตยของประเทศสมาชิกให้เป็นอันหนึ่งอันเดียว

2) เพื่อยกระดับการดำรงชีวิตของประชากรชาวยุโรปให้ดีขึ้น

3) เพื่อจัดตั้งสหภาพศุลกากรโดยการขจัดอุปสรรคต่าง ๆ ทางการค้าระหว่างประเทศ

ในส่วนของกรคุ้มครองผู้บริโภคนั้น EU ให้ความสำคัญอย่างยิ่งที่จะให้ผู้บริโภคไม่ว่าจะเป็นประชากรของประเทศใดในกลุ่มสมาชิก EU ที่จะได้รับการคุ้มครองที่เสมอภาคและได้มาตรฐานภายใต้มาตรการเดียวกันจึงเป็นปัญหาของ EU ที่จะต้องดำเนินการเพื่อให้มีการคุ้มครองผู้บริโภคเหมือนกัน ทั้งนี้เนื่องจากแต่ละประเทศที่เป็นสมาชิก EU นั้นต่างก็มีกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคเช่นเดียวกันแต่บทบัญญัติกฎหมายกับมาตรการในการคุ้มครองอาจแตกต่างกันได้ทำให้ EU ต้องใช้วิธีการออกเป็นกฎหมายกลางเพื่อให้แต่ละประเทศสมาชิกได้นำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายเพื่อให้ได้มาตรฐานเดียวกัน ซึ่งคณะมนตรีแห่ง EU ได้ใช้โปรแกรมพิเศษสำหรับการคุ้มครองผู้บริโภคและนโยบายข้อมูลเป็นครั้งแรกในปี ค.ศ. 1975 กำหนดสิทธิผู้บริโภคขั้นพื้นฐานไว้ 5 ประการ⁶ คือ

1) สิทธิในการคุ้มครองสุขภาพและความปลอดภัย

2) สิทธิในการคุ้มครองผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ

3) สิทธิในการเรียกร้องค่าเสียหาย

4) สิทธิเพื่อการศึกษา และ

5) สิทธิในการเป็นตัวแทนทางกฎหมาย (หรือสิทธิที่จะได้รับฟัง)

⁴ พนมย์พลอย สุชะพงษ์. อ่างแล้ว เจริญรอดที่ 1. หน้า 26.

⁵ อานิตยา มาบัว. (2562). *กฎหมายกลางต้นแบบเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในกลุ่มประเทศ CLMV&T*. วิทยานิพนธ์หลักสูตรนิติศาสตรดุษฎีบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม. หน้า 139.

⁶ เรื่องเดียวกัน, หน้า 139.

สิทธิของผู้บริโภคนั้นสอดคล้องกับหลักการของการส่งเสริมช่วยเหลือและความสมดุล สหภาพยุโรปจะต้องดำเนินการตามความจำเป็นเพื่อให้การคุ้มครองผู้บริโภคในระดับที่เพียงพอและ เทียบเท่า ซึ่ง EU ใช้เครื่องมือทางกฎหมาย คือ คำสั่ง (Directive) ไม่ได้ใช้บังคับโดยตรงกับประเทศ สมาชิก แต่เป็นคำสั่งที่มีวัตถุประสงค์ที่จะวางกรอบคำสั่งเพื่อให้เป็นแนวทางสำหรับประเทศ สมาชิกสหภาพยุโรปสามารถนำไปปรับปรุงกฎหมายแห่งชาติของตนให้เหมาะสมกับบริบท ของแต่ละประเทศ ซึ่งในปัจจุบันมี EU Directive ที่ครอบคลุมถึงปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค ประมาณ 90 ฉบับ

EU มีแนวคิดเรื่องผู้บริโภคที่ประสงค์จะให้ประเทศสมาชิกได้มีในแนวทางที่ไม่แตกต่างกันมากนัก จึงได้มี EU Consumer Rights Directive 2011 เป็นคำสั่งที่เป็นข้อกำหนดการคุ้มครอง ผู้บริโภคมี 6 หมวด 32 ข้อ โดยมีสาระสำคัญ อยู่ที่หมวด 1 และหมวด 2

3.1.2.1 คำนิยามศัพท์⁷

หมวด 1 เรื่อง คำจำกัดความและขอบเขต มี 4 ข้อ คือ

ข้อ 1 เป็นวัตถุประสงค์ของคำสั่งที่กำหนดเป้าหมายการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อให้เกิด ความเหมาะสมในการทำงานของตลาดภายในของรัฐสมาชิกเกี่ยวกับสัญญาระหว่างผู้บริโภค กับผู้ค้า

ข้อ 2 เป็นการให้คำนิยาม เพื่อให้คำสั่งนี้มีความหมายของแต่ละคำ ที่จะเข้าใจได้ ตรงกัน

1) ผู้บริโภค หมายความว่า บุคคลธรรมดาซึ่งในสัญญาที่กำหนดโดยคำสั่งนี้ ทำหน้าที่เพื่อวัตถุประสงค์นอกเหนือการค้าการประกอบอาชีพ ฝีมือ หรือวิชาชีพ

2) ผู้ประกอบการค้า หมายความว่า บุคคลธรรมดา หรือนิติบุคคลใด ๆ ไม่ว่าจะ เป็นของเอกชน หรือของสาธารณชนซึ่งทำหน้าที่รวมทั้งบุคคลอื่นที่กระทำการในนาม หรือในนามของตน เพื่อการค้า การประกอบธุรกิจ งานฝีมือ หรือวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับสัญญาที่กำหนดโดยคำสั่งนี้

3) สินค้า หมายความว่า สิ่งของที่สามารถเคลื่อนย้ายได้ที่มีตัวตน ยกเว้น สินค้า ที่ขายในลักษณะของการดำเนินการหรืออื่น ๆ ตามที่กฎหมายกำหนด น้ำก๊าซ และไฟฟ้าจะถือว่าเป็นสินค้าที่อยู่ในความหมายของคำสั่งนี้ซึ่งจะวางขายในปริมาณที่จำกัด หรือปริมาณที่กำหนด

4) สินค้าที่ทำตามข้อกำหนดของผู้บริโภค หมายความว่า สินค้าที่ไม่สำเร็จรูป ซึ่งผลิตขึ้นจากการเลือกหรือตัดสินใจของผู้บริโภค

⁷ อานิตยา มาบัว. อังแล้ว เชนอร์รถที่ 5. หน้า 140.

5) สัญญาขาย หมายความว่า สัญญาใด ๆ ที่ผู้ค้าโอน หรือรับโอนกรรมสิทธิ์สินค้าไปยังผู้บริโภคร และผู้บริโภครจ่าย หรือรับภาระค่าใช้จ่ายดังกล่าวรวมทั้งสัญญาใด ๆ ที่มีวัตถุประสงค์สินค้าและบริการ

6) สัญญาการให้บริการ หมายความว่า สัญญาใด ๆ นอกเหนือจากสัญญาซื้อขาย ซึ่งผู้ค้าจัดหาหรือจัดหาเพื่อให้บริการแก่ผู้บริโภคร และผู้บริโภครจ่าย หรือต้องจ่ายค่าปรับดังกล่าว

7) สัญญาทางไกล หมายความว่า สัญญาใด ๆ ที่ทำขึ้นระหว่างผู้ค้า และผู้บริโภคร ภายใต้โครงการขาย หรือจัดหาบริการแบบจัดจำหน่าย โดยไม่ต้องมีผู้ค้า และผู้บริโภครอยู่พร้อมกัน โดยใช้ระยะทางอย่างน้อยหนึ่งทางการสื่อสารถึง และรวมถึงเวลาที่สัญญาสิ้นสุดลง

8) สัญญานอกสถานที่ หมายความว่า สัญญาใด ๆ ระหว่างผู้ค้า และผู้บริโภคร

9) สถานที่ประกอบธุรกิจ หมายความว่า

(1) สถานที่ค้าปลีกใด ๆ ที่ผู้ค้าดำเนินการอยู่ถาวร หรือ

(2) สถานที่ค้าปลีกที่สามารถเคลื่อนย้ายได้ซึ่งพ่อค้าดำเนินการกิจกรรมของตน

ตามปกติ

10) สื่อที่ทนทาน หมายความว่า เครื่องมือใด ๆ ที่ช่วยให้ผู้บริโภคร หรือผู้ประกอบการค้าสามารถเก็บข้อมูลที่ตนส่งถึงเขาได้ในแบบที่สามารถเข้าถึงได้เพื่อใช้อ้างอิงในอนาคตเป็นระยะเวลาเพียงพอสำหรับวัตถุประสงค์ของข้อมูล และอนุญาตให้มีการทำซ้ำอย่างไม่เปลี่ยนแปลงข้อมูลที่จัดเก็บไว้

11) เนื้อหาดิจิทัล หมายความว่า ข้อมูลที่ผลิต และจำหน่ายในรูปแบบดิจิทัล

12) บริการทางการเงิน หมายความว่า บริการใด ๆ ของธนาคารเครดิตประกัน บำเหน็จบำนาญส่วนบุคคลการลงทุน หรือลักษณะการชำระเงิน

13) การขายทอดตลาด หมายความว่า วิธีการขายสินค้า หรือบริการที่ผู้ประกอบการเสนอขายให้แก่ผู้บริโภครที่เข้าร่วมประชุม หรือมีโอกาสเข้าร่วมการประชุมด้วยตนเอง โดยผ่านกระบวนการประกวดราคาที่โปร่งใสที่ประมูลที่ประสบความสำเร็จจะต้องซื้อสินค้า หรือบริการ

14) การค้าประกันการค้า หมายความว่า ข้อตกลงใด ๆ ของผู้ค้า หรือผู้ผลิต (ผู้ค้าประกัน) ให้แก่ ผู้บริโภครนอกเหนือจากภาระผูกพันตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการค้าประกัน การปฏิบัติตามเพื่อชำระค่าสินไหมในลักษณะใด ๆ หากไม่เป็นไปตามข้อกำหนด หรือข้อกำหนดอื่นใดที่ไม่เกี่ยวกับความสอดคล้องตามที่กำหนดไว้ในคำรับประกัน หรือในโฆษณาที่เกี่ยวข้องที่มีอยู่ในขณะที่หรือก่อนที่สิ้นสุดของสัญญา

15) สัญญาเสริม หมายความว่า สัญญาซึ่งผู้บริโภคได้มาซึ่งสินค้า หรือบริการที่เกี่ยวข้องกับสัญญาระยะทางหรือสัญญาออกสถานที่ และเมื่อสินค้านั้นได้รับการจัดหา หรือให้บริการนั้น โดยผู้ค้าหรือโดยบุคคลที่สามในพื้นฐานของข้อตกลงระหว่างบุคคลที่สามกับผู้ค้านั้น จากการให้คำนิยามนั้นพบว่า EU ให้ความสำคัญต่อการค้าระหว่างประเทศ ดังนั้น ใน Directive จึงมีข้อบัญญัติที่กำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับสัญญาที่ทำกันระหว่างผู้ค้าและผู้บริโภค ทั้งนี้เป็นเพราะในระหว่างประเทศสมาชิก EU นั้นมีการค้าขายระหว่างกันและยังมีการค้าขายกับประเทศนอกพื้นที่ EU ซึ่งแต่ละประเทศก็มีระยะทางห่างไกลจากกันดังนั้นจึงอาจเกิดการเอาเปรียบในเชิงการทำสัญญาการค้ากันได้ ด้วยเหตุนี้ใน EU Consumer Rights Directive 2011 จึงมีข้อบัญญัติในเรื่องสัญญาระยะไกลหรือออกสถานที่ในหมวด 2 ข้อมูลผู้บริโภคสำหรับสัญญาอื่นนอกเหนือจากสัญญาระยะทางหรือสัญญาจ้างพิเศษ ซึ่งมีกำหนดไว้ใน ข้อ 5

3.1.2.2 ลักษณะของสัญญา⁸

ข้อ 5 ข้อกำหนดด้านข้อมูลสำหรับสัญญาออกเหนือจากสัญญาระยะไกล หรือออกสถานที่ EU Directive ได้กำหนดให้มีการดำเนินการก่อนที่จะมีการทำสัญญาทั่วไประหว่างผู้ค้ากับผู้บริโภค โดยกำหนดให้ผู้ค้าจะต้องให้รายละเอียดในเรื่อง

- 1) ลักษณะสำคัญของสินค้า หรือบริการในขอบเขตที่เหมาะสมกับสื่อ และสินค้า หรือบริการ
- 2) ตัวตนของผู้ค้าเช่นชื่อการค้าที่อยู่ทางภูมิศาสตร์ที่เขาก่อตั้งขึ้น และหมายเลขโทรศัพท์
- 3) ราคารวมของสินค้า หรือบริการรวมภาษี หรือลักษณะของสินค้า หรือบริการ เป็นราคาที่ไม่สามารถคำนวณได้อย่างสมเหตุสมผลล่วงหน้า วิธีการคำนวณราคารวมทั้ง ค่าขนส่ง ค่าจัดส่ง หรือไปรษณีย์ หรือค่าใช้จ่ายอื่นใด ที่ไม่สามารถคำนวณได้อย่างสมเหตุสมผลล่วงหน้า ค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมดังกล่าวอาจต้องชำระ
- 4) ข้อบังคับเกี่ยวกับการชำระเงินการส่งมอบประสิทธิภาพการทำงานเวลาที่พ่อค้า ดำเนินการเพื่อส่งมอบสินค้าหรือเพื่อดำเนินการบริการและนโยบายการจัดการเรื่องร้องเรียนของพ่อค้า
- 5) นอกเหนือจากการเตือนการดำรงอยู่ของการค้าประกันตามกฎหมายสำหรับสินค้าการดำรงอยู่และเงื่อนไขของบริการหลังการขาย และการค้าประกันการค้าถ้ามี
- 6) ระยะเวลาของสัญญาในกรณีที่ทำได้หรือถ้าสัญญามีกำหนดระยะเวลาไม่แน่นอน หรือจะขยายโดยอัตโนมัติเงื่อนไขในการบอกเลิกสัญญา

⁸ อานิตยา มาบัว. อ้างแล้ว เชมอรรถที่ 5. หน้า 141.

7) ในกรณีที่มีการใช้งานรวมถึงมาตรการป้องกันทางเทคนิคที่เกี่ยวข้องของเนื้อหา
ดิจิทัล

8) ความสามารถในการทำงานร่วมกันของเนื้อหาดิจิทัลที่เกี่ยวข้องกับฮาร์ดแวร์
และซอฟต์แวร์ที่ผู้ประกอบการค้าทราบหรือคาดว่าจะได้รับทราบอย่างเหมาะสม

สำหรับสัญญาระยะไกลและนอกสถานที่นั้นมีการกำหนดไว้ในหมวด 3 ข้อ 6 เป็นข้อกำหนด
ด้านข้อมูลสำหรับสัญญาระยะไกลและนอกสถานที่ ที่กำหนดให้ผู้ค้าต้องให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภค
ในลักษณะที่ชัดเจนและเข้าใจได้ ในเรื่อง

(1) ลักษณะสำคัญของสินค้าหรือบริการในขอบเขตที่เหมาะสมกับสื่อและสินค้า
หรือบริการ

(2) ตัวตนของผู้ค้า เช่น ชื่อการค้าของเขา

(3) ที่อยู่ทางภูมิศาสตร์ที่ผู้ค้าตั้งขึ้น และหมายเลขโทรศัพท์ หมายเลขแฟกซ์ และที่
อยู่อีเมลของผู้ค้าถ้ามี เพื่อให้ผู้บริโภคติดต่อกับผู้ค้าได้อย่างรวดเร็ว และสื่อสารกับเขาได้อย่างมี
ประสิทธิภาพ และในกรณีที่มีทางภูมิศาสตร์ ที่อยู่และอัตลักษณ์ของพ่อค้าในนามที่เขากำลังทำ
หน้าที่

(4) ถ้าแตกต่างจากที่อยู่ที่ระบุไว้ในจุด (ค) ที่อยู่ทางภูมิศาสตร์ของสถานประกอบการ
ของผู้ค้า และในกรณีที่เกี่ยวข้องของผู้ประกอบการค้าที่กระทำการแทนซึ่งผู้บริโภคสามารถระบุได้
ข้อร้องเรียนใด ๆ

(5) ราคารวมของสินค้า หรือบริการรวมภาษี หรือลักษณะของสินค้า หรือบริการ
เป็นราคาที่ไม่สามารถคำนวณได้อย่างสมเหตุสมผลล่วงหน้าวิธีการคำนวณราคารวมทั้งค่าจัดส่ง
หรือไปรษณีย์ หรือค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ทั้งหมด หรือหากไม่สามารถคำนวณค่าใช้จ่ายเหล่านี้ได้อย่าง
สมเหตุสมผลล่วงหน้าความเป็นจริงว่าอาจต้องชำระค่าธรรมเนียมเพิ่มเติมดังกล่าว ในกรณีที่สัญญา
มีระยะเวลาไม่แน่นอน หรือสัญญาที่มีการสมัครสมาชิกราคารวมจะรวมต้นทุนรวมต่องวดการเรียก
เก็บเงิน ในกรณีที่มีการเรียกเก็บเงินตามอัตราคงที่ที่ใช้ราคารวมก็ให้ หมายความว่ารวมถึงค่าใช้จ่าย
รายเดือน ในกรณีที่ไม่สามารถคำนวณค่าใช้จ่ายทั้งหมดได้อย่างสมเหตุสมผลจะต้องมีการกำหนด
ราคาในการคำนวณค่าใช้จ่ายในการใช้วิธีการสื่อสารทางไกลสำหรับการทำสัญญาโดยมีการคิด
คำนวณต้นทุนอื่นนอกเหนือจากอัตราขั้นพื้นฐาน

บทบัญญัติใน Consumer Rights Directive มีวัตถุประสงค์อย่างชัดเจนในการคุ้มครอง
ผู้บริโภคของกลุ่มสหภาพยุโรป โดยมีการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ดังนี้

1) ด้านสัญญา ในข้อ 3 ของ Directive 2011/83/EU

2) ด้านการค้าที่ไม่เป็นธรรม Directive 2005/29 / EC ของรัฐสภายุโรปและของคณะรัฐมนตรี

3) ด้านการให้หลักประกันการคุ้มครองผู้บริโภคในชั้นสูงสุด ในการก้ารันตีผู้บริโภคใน European Legislation Guarantees Consumer

ในส่วนของกำรบังคับใช้กฎหมาย มีเครือข่ายศาลยุติธรรมยุโรป ทั้งนี้ประเด็นสำคัญของนโยบายสหภาพยุโรปที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคมีในเรื่อง

- (1) ความปลอดภัยของสินค้า
- (2) ตลาดดิจิทัล
- (3) บริการทางการเงิน
- (4) ความปลอดภัยของอาหารและการติดฉลาก
- (5) พลังงาน
- (6) การท่องเที่ยวพักผ่อนและขนส่ง

3.1.2.3 การคุ้มครองผู้บริโภค⁹

ในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคในแต่ละด้านนั้น ในด้านสัญญา ข้อ 3 ของ Directive 2011/83/EU สิทธิด้านนี้เป็นการกำหนดเงื่อนไขและขอบเขตที่กำหนดไว้ให้การดำเนินการด้านนี้ใช้สัญญาใด ๆ ที่ทำขึ้นระหว่างผู้ค้าและผู้บริโภค ซึ่งหากข้อบังคับนี้ขัดต่อบทบัญญัติของอีกรัฐหนึ่งของสหภาพที่ควบคุมเฉพาะภาคส่วน และเป็นกำหนดให้มีผู้ดำรงตำแหน่งภาครัฐที่มีหน้าที่ตามกฎหมายที่จะเป็นอิสระและเป็นกลาง ซึ่งจากการศึกษาพบว่ากำรกำหนดด้านสัญญานี้ให้ไปตามกฎหมายของประเทศสมาชิก โดยที่ในการกำรกำหนดด้านสัญญานี้เปิดโอกาสให้ประเทศสมาชิกอาจตัดสินใจที่จะไม่ใช้แนวทางนี้หรือไม่ใช้เพื่อรักษาหรือแนะนำบทบัญญัติแห่งชาติที่เกี่ยวข้องด้านนี้

ส่วนด้านการค้าที่ไม่เป็นธรรม DIRECTIVE 2005/29 / EC ของรัฐสภายุโรปและของคณะมนตรีนี้จึงใกล้เคียงกับกฎหมายของประเทศสมาชิกในเรื่องการค้าที่ไม่เป็นธรรม ซึ่งรวมถึงการโฆษณาที่ไม่เป็นธรรม ซึ่งเป็นผลโดยตรงต่อผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจของผู้บริโภคและโดยอ้อมทำให้เกิดผลเสียหายต่อผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจของกลุ่มที่ถูกต้อง สอดคล้องกับหลักการของสัดส่วน คำสั่งนี้ปกป้องผู้บริโภคจากผลของการค้าที่ไม่เป็นธรรมในสิ่งที่เป็นสาระสำคัญ แต่ตระหนักดีว่าในบางกรณีผลกระทบต่อผู้บริโภคอาจไม่สำคัญนัก ไม่ครอบคลุมและไม่กระทบต่อกฎหมายแห่งชาติเกี่ยวกับแนวปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมซึ่งเป็นอันตรายต่อผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจของกลุ่มหรือเกี่ยวกับการทำธุรกรรมระหว่างผู้ค้า

⁹ อานิตยา มาบัว. อ้างแล้ว เชมอรรถที่ 5. หน้า 143.

การปฏิบัติทางการค้าเหล่านี้ในทุกสถานการณ์ถือว่าเป็นธรรมควรมีการระบุไว้ เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นทางกฎหมายมากขึ้น โดยคำนึงถึงปัจจัยด้านสังคมวัฒนธรรม และมีบทบัญญัติที่มีวัตถุประสงค์เพื่อป้องกันการใช้ประโยชน์จากผู้บริโภคที่มีลักษณะทำให้ผู้บริโภคโดยเฉพาะอย่างยิ่งความเสี่ยงต่อการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม

ส่วนในด้านการให้หลักประกันการคุ้มครองผู้บริโภคในขั้นสูงสุด ในการคุ้มครองผู้บริโภค ใน European Legislation Guarantees Consumers มีการจัดการ 3 ข้อ

- 1) การปฏิบัติที่เป็นธรรม
- 2) สินค้าต้องมีมาตรฐานที่ยอมรับ
- 3) สิทธิเรียกร้องถ้ามีอะไรไม่ถูกต้อง

เป็นการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อรับรองให้ความมั่นใจกับผู้บริโภคในการเพิ่มศักยภาพ โดยการวางแผนกลยุทธ์ให้การคุ้มครองผู้บริโภคเป็นส่วนสำคัญ

3.1.3 กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของกลุ่มอาเซียน

เนื่องจากกลุ่มอาเซียน ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มประเทศที่ได้มีการรวมตัวกัน ประกอบด้วย สาธารณรัฐอินโดนีเซีย (Republic of Indonesia) สหพันธรัฐมาเลเซีย (Malaysia) สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ (Republic of the Philippines) สาธารณรัฐสิงคโปร์ (The Republic of Singapore) ราชอาณาจักรไทย (Kingdom of Thailand) บรูไนดารุสซาลาม (Brunei Darussalam) สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม (The Socialist Republic of Vietnam) สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) (The Lao People's Democratic Republic of Lao PDR) สหภาพพม่า (Union of Myanmar) ราชอาณาจักรกัมพูชา (Kingdom of Cambodia) ซึ่งทั้ง 10 ประเทศต่างมีกฎหมายที่คุ้มครองผู้บริโภคแตกต่างกัน ซึ่งในวิทยานิพนธ์นี้ขอนำเพียง 2 ประเทศ เพื่อให้เห็นถึงความแตกต่างของการคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศของตน ได้แก่ สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามและสหภาพพม่า เนื่องจากเป็นกลุ่มประเทศที่ติดประเทศไทยและเป็นประเทศที่นักลงทุนของไทย ตลอดจนผู้บริโภคได้มีการทำการซื้อขายแลกเปลี่ยนกับกลุ่มประเทศดังกล่าวเป็นจำนวนมาก¹⁰ ดังนี้

3.1.3.1 กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม¹¹

กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามมีตราไว้ (ฉบับที่ 59/2553/QH12) ตามรัฐธรรมนูญของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม พ.ศ. 2553 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมและแก้ไขเพิ่มเติม โดนมติที่ 51/2544/QH10 มีการคุ้มครองในด้านสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภค

¹⁰ จิรัชญา แก้วจงประสิทธิ์. (2562). แนวทางในการมีกฎหมายกำกับดูแลความปลอดภัยของสินค้าในอาเซียน: ศึกษาเปรียบเทียบกับสหภาพยุโรป. *วารสารบัณฑิตศึกษานิติศาสตร์*, 12 (1), เดือน มกราคม – มีนาคม, หน้า 34.

¹¹ อนิตยามาบัว. อ่างแล้ว เจริญรดีที่ 5. หน้า 113.

พร้อมทั้งกำหนดความรับผิดชอบของผู้ค้าสินค้าและบริการให้มีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามกฎหมาย ปฏิบัติตามรูปแบบของสัญญา การควบคุมสัญญา

ทั้งนี้ สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามยังมีพระราชกฤษฎีกาที่กำหนดรายละเอียดและ คำชี้แนะในมาตราต่าง ๆ ของกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค ที่ 99/2011/ND-CP 27 ตุลาคม 2011 (พ.ศ. 2554) (Decree No.99/2011/ND-CP of October 27, 2011, detailing and guiding a number of articles of the Law on Protection of Consumer Rights) ตามกฎหมายฉบับ ลงวันที่ 25 ธันวาคม 2001 เกี่ยวกับหน่วยงานของรัฐบาล และตามกฎหมายฉบับลงวันที่ 17 พฤศจิกายน ค.ศ. 2010 (พ.ศ. 2553) เลขที่ 59/2010/QH12 เรื่องการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค (Pursuant to the December 25, 2001 Law on Organization of the Government; Pursuant to November 17, 2010 Law No.59/2010/QH12 on Protection of Consumer Rights;) โดยกำหนด ประเภทการค้าไว้ 3 ประเภท คือ

- 1) สัญญาทางไกล
- 2) สัญญาบริการต่อเนื่อง
- 3) การขายตรงถึงประตูบ้าน

พระราชกฤษฎีกาได้ให้สิทธิของผู้บริโภคไว้ในด้านความปลอดภัยในชีวิตสุขภาพและ ทรัพย์สินรวมถึงสิทธิและผลประโยชน์อันชอบธรรมเมื่อทำธุรกรรมใช้สินค้าหรือบริการของผู้ค้า สินค้าหรือบริการ และแหล่งกำเนิดสินค้า และใบแจ้งหนี้เอกสารและข้อมูลที่เป็นอื่น ๆ เกี่ยวกับ สินค้าหรือบริการที่ตนซื้อหรือใช้ โดยผู้บริโภคมีสิทธิเลือกสินค้าหรือบริการหรือสินค้า หรือผู้ให้บริการตามความต้องการและสภาพการณ์จริง ตัดสินใจเข้าร่วมหรือไม่เข้าร่วมในการทำ ธุรกรรมและเลือกเนื้อหาข้อตกลงในการทำธุรกรรมกับผู้ค้าสินค้าหรือบริการที่ตนซื้อหรือใช้ ทั้งนี้ การเลือกสินค้าหรือบริการหรือสินค้าหรือผู้ให้บริการตามความต้องการและสภาพการณ์จริง ตัดสินใจเข้าร่วมหรือไม่เข้าร่วมในการทำธุรกรรมและเลือกเนื้อหาข้อตกลงในการทำธุรกรรมกับ ผู้ค้าสินค้าหรือบริการ ทั้งนี้มีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ควบคุมกำกับคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค

โดยมีคำจำกัดความของคำว่า “ผู้บริโภค” หมายความว่า ผู้บริโภคเป็นคนที่ซื้อหรือ ใช้สินค้าและ/หรือบริการสำหรับการใช้งานส่วนบุคคลหรือใช้สำหรับครอบครัวหรือใช้สำหรับ องค์กร”

หน่วยงานที่มีหน้าที่คุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค¹²

1) กระทรวงอุตสาหกรรมและการค้าจะเป็นหน่วยงานบริหารกลางในการคุ้มครอง สิทธิผู้บริโภค หรือเรียกว่า Vietnam Competition and Consumer Authority (VCCA) เป็นหน่วยงาน

¹² อานิตยามาบัว. อ่างแล้ว เจริงรรถที่ 5. หน้า 114.

ผู้บริโภคและการแข่งขันของเวียดนาม ของทางภาครัฐ เมื่อมีปัญหาผู้บริโภคจะมีวิธีการติดต่อกับหน่วยงานดังกล่าวทางโทรศัพท์ ทางอีเมล หรือการส่งเป็นจดหมายโดยตรงไปยัง VCCA ซึ่งเป็นหน่วยงานที่รับเรื่องร้องเรียนด้วย

2) คณะกรรมการประชาชนระดับจังหวัด จะเป็นหน่วยงานบริหารการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคของรัฐในท้องถิ่น

3) คณะกรรมการประชาชนระดับเขตอาจจัดตั้งหน่วยงานขึ้นมาช่วยบริหารงานคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคในเขตของตนได้

4) สมาคมทางสังคม เรียกว่า สมาคมคุ้มครองผู้บริโภคเวียดนาม Vietnam Consumer Protection Association (VICOPRO)

การคุ้มครองผู้บริโภคจะกำหนดหน้าที่ให้กับผู้ค้าตามประเภทการค้า ดังนี้

1) ผู้ค้าอิสระที่ไม่อยู่ในข่ายต้องจดทะเบียนการค้า

หน้าที่ของผู้ค้าโดยอิสระที่ไม่อยู่ในข่ายต้องจดทะเบียนการค้า มีดังนี้

(1) ประกันคุณภาพ ปริมาณการใช้สอย และความปลอดภัยของอาหารที่ขายให้กับผู้บริโภค

(2) ไม่ส่งสินค้าและบริการที่ไม่มีคุณภาพและไม่ปลอดภัยให้กับผู้บริโภค

(3) ผู้ค้าต้องให้ข้อมูลสินค้าหรือบริการที่เป็นจริงและครบถ้วนต่อผู้บริโภค

(4) หากผู้บริโภคได้รับสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ ปริมาณการใช้สอยไม่ตรงตามที่ผู้ค้าแจ้งไว้กับผู้บริโภคก่อนหน้านี้ ผู้บริโภคสามารถแลกเปลี่ยนสินค้าหรือนำกลับมาคืนและรับเงินคืนได้

(5) ผู้ค้าต้องรับผิดชอบในค่าใช้จ่ายหากสินค้าที่เรียกคืนต้องถูกทำลาย

(6) ผู้ค้าที่ค้าในตลาดหรือศูนย์การค้ามีหน้าที่ต้องปฏิบัติให้ครบถ้วนสมบูรณ์ตามกฎระเบียบเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคที่กำหนดโดยหน่วยงานฝ่ายบริหารตลาด หรือผู้ประกอบการตลาดหรือศูนย์การค้าที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานรับผิดชอบ

หน้าที่ของผู้ขายตรง¹³

1) ต้องแนะนำชื่อ หมายเลขโทรศัพท์ ที่อยู่และสำนักงานใหญ่ของผู้ค้าที่รับผิดชอบเสนอขายสินค้าที่จะทำสัญญา

(1) ต้องไม่ต้อให้ผู้ค้าตกลงเมื่อได้รับการปฏิเสธจากผู้บริโภค

(2) ต้องอธิบายให้ผู้บริโภคทราบถึงเงื่อนไขของสัญญาและข้อมูลอื่นที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการที่อยู่ในความสนใจของผู้บริโภค

¹³ อนิตยา มาบัว. อ่างแล้ว เจริญรอดที่ 5. หน้า 115.

2) หนังสือสัญญาขายตรงต้องทำเป็นลายลักษณ์อักษรและมีสำเนา 1 ฉบับให้กับ ผู้บริโภค นอกจากคู่สัญญาจะตกลงกันเป็นอย่างอื่น

3) ในกรณีที่มีการซื้อขายกันแล้ว ภายใน 3 วันทำการ ผู้บริโภคอาจบอกเลิกสัญญา ได้ฝ่ายเดียวและแจ้งผู้ค้าทราบเป็นหนังสือ ก่อนระยะเวลาดังกล่าวสิ้นสุด พนักงานขายตรงจะเรียก ให้ผู้บริโภคชำระค่าใช้จ่ายใด ๆ ในการทำสัญญาไม่ได้ นอกจากที่กฎหมายจะระบุไว้เป็นอย่างอื่น

4) การทำสัญญาขายตรงเป็นลายลักษณ์อักษร ผู้บริโภคจะต้องกรอกวันที่ตกลง ทำสัญญาด้วยตนเอง

5) ผู้ค้าจะต้องรับผิดชอบการกระทำต่าง ๆ ของพนักงานขายตรง หน้าที่ของหน่วยงานฝ่ายบริหารตลาดหรือผู้ประกอบการศูนย์การค้า¹⁴

1) ออกกฎระเบียบภายใต้กฎหมาย โดยต้องมีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับ

(1) สิทธิและความรับผิดชอบของผู้บริโภค

(2) สิทธิและความรับผิดชอบของผู้ขาย

(3) บุคคลที่รับผิดชอบในการรับหรือแก้ไขข้อร้องเรียนหรือการ Feedback จากผู้บริโภค

(4) มาตรการจัดการกับการฝ่าฝืน

2) มีหน้าที่ใกล้เคียงข้อพิพาทระหว่างผู้บริโภคและผู้ขายในตลาดหรือศูนย์การค้า เมื่อมีการร้องขอ

3) จัดให้มีตาชั่งหรือเครื่องมือชั่งตวงวัดและบำรุงรักษาให้อยู่ในสภาพที่สามารถ ใช้งานได้เพื่อให้ผู้บริโภคได้ตรวจเช็คปริมาณและคุณภาพของสินค้า

4) ให้คำปรึกษาเรื่องคุณภาพและปริมาณสินค้าในตลาดหรือศูนย์การค้า

5) ติดตั้งโทรศัพท์และแสดงหมายเลข Hotline เพื่อรับเรื่องร้องเรียนและจัดการ ข้อร้องเรียนของผู้บริโภค

6) มีหน้าที่รายงานทุกครึ่งปี และประสานกับเอเยนต์เพื่อควบคุมคุณภาพ ปริมาณ มาตรฐาน ความปลอดภัยของอาหารสินค้าและบริการ

7) รายงานให้หน่วยงานรับผิดชอบทราบ หากพบการฝ่าฝืนกฎหมายคุ้มครอง ผู้บริโภคหรือกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง

8) มีหน้าที่จัดการกับการฝ่าฝืนกฎระเบียบที่ได้รับการรับรองแล้ว

นอกจากนี้ผู้ค้ามีหน้าที่ปฏิบัติตามข้อกำหนดเกี่ยวกับรูปแบบของสัญญาและเงื่อนไข ทั่วไปของการซื้อขาย ดังนี้

¹⁴ อานิตยา มาบัว. อ่างแล้ว เจริญรอดที่ 5. หน้า 116.

- 1) ต้องทำเป็นลายลักษณ์อักษร
- 2) ภาษาที่ใช้ต้องเป็นภาษาไทยเขียน เนื้อหาต้องชัดเจนเข้าใจงาน ขนาดตัวอักษรอย่างน้อยต้องเป็นขนาด 12
- 3) พื้นหลังของกระดาษและสีของหมึกที่ใช้ในสัญญามาตรฐานและเงื่อนไขทั่วไปของการซื้อขายต้องตัดกันเห็นได้ชัด

และต้องมีหน้าที่ในการดำเนินการจดทะเบียนตามที่กฎหมายกำหนด คือ ก่อนที่จะใช้สัญญามาตรฐานหรือเงื่อนไขทั่วไปของการซื้อขายสินค้าหรือบริการ จะต้องมีการจดทะเบียนไว้ตามกฎระเบียบสำนักงานกฤษฎีกา ผู้ค้าจะต้องจดทะเบียนสัญญาและเงื่อนไขดังกล่าวภายใต้พระราชกฤษฎีกานี้ และสัญญามาตรฐานหรือเงื่อนไขทั่วไปของการซื้อขายจะใช้กับผู้บริโภคได้ก็ต่อเมื่อการจดทะเบียนได้เสร็จสิ้นสมบูรณ์แล้ว โดยมีหน่วยรับจดทะเบียน คือ กระทรวงอุตสาหกรรมและการค้าจะเป็นผู้รับจดทะเบียนสัญญามาตรฐานและเงื่อนไขทั่วไปของการซื้อขายที่ใช้บังคับทั่วประเทศหรือตั้งแต่ 2 จังหวัดขึ้นไป และอุตสาหกรรมการค้าระดับจังหวัดจะรับจดทะเบียนสัญญามาตรฐานและเงื่อนไขทั่วไปของการซื้อขายภายในจังหวัด

โดยเพิ่มและแบบฟอร์มการลงทะเบียน เป็นไปตามเงื่อนไข¹⁵

- 1) เพิ่มคำขอจดทะเบียนสัญญามาตรฐานหรือเงื่อนไขทั่วไปของการซื้อขาย ประกอบด้วย คำขอ ร่างสัญญามาตรฐานหรือเงื่อนไขทั่วไปของการซื้อขาย
- 2) เพิ่มคำขอจดทะเบียน 1 ชุด ต้องเสนอโดยตรงทางไปรษณีย์หรืออิเล็กทรอนิกส์ต่อหน่วยงานรับผิดชอบตามมาตรา 9 ของพระราชกฤษฎีกานี้
- 3) สำหรับเพิ่มคำขอที่เสนอโดยตรง ผู้รับต้องออกใบรับระบุนวันที่ได้รับคำขอ สำหรับเพิ่มที่ส่งทางไปรษณีย์วันที่ได้รับเพิ่มจะถือวันประทับตราไปรษณีย์ ส่วนเพิ่มที่ส่งทางอิเล็กทรอนิกส์ วันที่ได้รับคำขอจะนับจากเวลาตอบรับทางอิเล็กทรอนิกส์จากหน่วยงานผู้รับที่ส่งไปถึงผู้ขอ

คณะกรรมการประชาชนระดับชุมชนจะมีหน้าที่ในการสอบสวนและให้คำปรึกษาหน่วยงานฝ่ายบริหารตลาดและผู้ประกอบการตลาดหรือศูนย์การค้าในท้องถิ่นของตน บริหารและตรวจสอบกิจกรรมของผู้ค้าอิสระที่ไม่อยู่ในข่ายต้องจดทะเบียนการค้าในชุมชน ประสานกับเอเยนต์หน่วยปฏิบัติในระดับเขตหรือจังหวัดที่รับผิดชอบควบคุมการค้าตลาด ความปลอดภัยอาหาร น้ำหนักและคุณภาพ ในการบริหารและตรวจสอบกิจกรรมของผู้ค้าย่อยในชุมชน นอกจากนี้มีอำนาจหน้าที่ในการจัดการกับการฝ่าฝืนกฎระเบียบการคุ้มครองผู้บริโภค มีการเตรียมการและกระตุ้นให้เกิดกิจกรรม และสร้างสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมแก่การค้าขายในตลาดและศูนย์การค้า

¹⁵ อนิตยามาบัว. อ่างแล้ว เจริญรอดที่ 5. หน้า 117.

หน้าที่ของผู้บริโภคหรือองค์กรทางสังคมที่ทำงานเกี่ยวกับการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค

1) มีหน้าที่ร้องต่อหน่วยงานฝ่ายบริหารภาครัฐในเรื่องการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค หากมีการฟ้องร้องเรื่องการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคเพื่อประโยชน์สาธารณะ องค์กรทางสังคม มีหน้าที่ตามข้อผูกพัน ดังต่อไปนี้

- (1) ต้องเป็นผู้ให้การคดีภายใต้มาตรา 44 ของกฎหมายคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค
- (2) ให้ความเชื่อมั่นว่าผู้บริโภคมีสิทธิที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในคดี
- (3) รับผิดชอบค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการฟ้องร้อง

ทั้งนี้ หากมีการฟ้องร้องแล้วองค์กรทางสังคมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องมีสิทธิและข้อผูกพัน ที่ต้องประสานกับองค์กรทางสังคมผู้ฟ้องในการรวบรวมหลักฐาน ให้ข้อมูลและทำกิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในกระบวนการยุติธรรม

2) องค์กรทางสังคมมีหน้าที่ต้องปฏิบัติงานของรัฐที่ได้รับมอบหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ภายใต้เงื่อนไขดังต่อไปนี้

- (1) เมื่อมีการจัดตั้งขึ้น โดยถูกต้องตามกฎหมาย
- (2) มีแนวปฏิบัติและวัตถุประสงค์เพื่อการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค
- (3) ดำเนินงานมาแล้วอย่างน้อย 1 ปี
- (4) ดำเนินการในระดับจังหวัดหรือระดับที่สูงกว่า

3) งานที่ภาครัฐมอบหมายให้องค์กรทางสังคม ดังนี้

- (1) กระจายข้อมูลและให้การศึกษาเกี่ยวกับสิทธิและความรับผิดชอบของผู้บริโภค
- (2) ให้แนวทางและการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มความตระหนักของผู้บริโภค
- (3) ให้คำปรึกษาและความช่วยเหลือแก่ผู้บริโภค
- (4) ทำการวิจัยและสำรวจภาคสนามเพื่อรวบรวมความเห็นและความต้องการ

ของผู้บริโภค

นอกจากนี้ องค์กรทางสังคมยังได้รับมอบอำนาจตามกฎหมายจากภาครัฐในเรื่อง การคุ้มครองผู้บริโภค พร้อมทั้งยังได้รับเงินสนับสนุนกิจกรรมการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคที่มอบหมาย โดยภาครัฐอีกด้วย ซึ่งภาครัฐที่มอบอำนาจมีดังนี้¹⁶

1) กระทรวงอุตสาหกรรมและการค้าสามารถมอบหมายงานของรัฐเรื่องการคุ้มครอง สิทธิผู้บริโภคให้กับองค์กรทางสังคมที่มีสิทธิและดำเนินการได้ทั่วราชอาณาจักรหรือภายในตั้งแต่ สองจังหวัดขึ้นไป

¹⁶ อานิตยา มาบัว. อ่างแล้ว เจริญรอดที่ 5. หน้า 119.

2) ประธานคณะกรรมการประชาชนระดับจังหวัดสามารถมอบหมายงานของรัฐ เรื่องการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคให้กับองค์กรทางสังคมที่ดำเนินงานภายในจังหวัดของตนได้

หากมีข้อพิพาทเกิดขึ้นระหว่างผู้บริโภคกับผู้ค้า ผู้ที่ทำหน้าที่ไกล่เกลี่ย มีดังนี้

1) การให้สิทธิประชาชนชาวเวียดนามสามารถทำหน้าที่เป็นผู้ไกล่เกลี่ยได้เมื่อมีคุณสมบัติครบถ้วน คือ ต้องเป็นพลเมืองโดยสมบูรณ์ มีศีลธรรมอันดีและมีความซื่อสัตย์ มีประสบการณ์ทำงานมาแล้วอย่างน้อย 5 ปี ส่วนบุคคลที่อยู่ระหว่างการรอลงโทษ อยู่ระหว่างการถูกสอบสวน ความรับผิดชอบทางอาญา หรือเคยต้องคำพิพากษาโดยไม่ได้รับการยกโทษจากการกระทำความผิด ไม่สามารถทำหน้าที่เป็นผู้ไกล่เกลี่ยได้

ทั้งนี้ องค์กรไกล่เกลี่ยมีความความรับผิดชอบและอำนาจ¹⁷ ดังนี้

- 1) ปฏิบัติตามกฎหมาย
- 2) เคารพข้อตกลงของฝ่ายต่าง ๆ ไม่ลำเอียงหรือข่มขู่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งในระหว่างการไกล่เกลี่ย
- 3) ต้องเก็บข้อมูลการไกล่เกลี่ยและข้อมูลอื่น ๆ ของฝ่ายที่เกี่ยวข้องไว้เป็นความลับ นอกจากฝ่ายต่าง ๆ จะตกลงกันไว้เป็นอย่างอื่น หรือที่อนุญาตตามกฎหมาย
- 4) ไม่ถือประโยชน์จากการไกล่เกลี่ยในการทำให้เกิดความเสียหายต่อสิทธิหรือประโยชน์ทางกฎหมายของฝ่ายที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย
- 5) ไม่ไกล่เกลี่ยข้อพิพาทที่จะส่งผลกระทบต่อผลประโยชน์ของรัฐ หรือผลประโยชน์ของผู้บริโภคส่วนใหญ่ หรือผลประโยชน์สาธารณะ หรือแสดงธาตุแท้ของอาชญากรรม

เอเยนต์และองค์กรมีหน้าที่จัดตั้งขึ้นหรือล้มเลิกองค์กรไกล่เกลี่ยได้ คือ

- 1) หน่วยงานฝ่ายบริหารภาครัฐในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค
- 2) องค์กรทางสังคมที่ทำงานเกี่ยวข้องกับการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ภาครัฐมีหน้าที่คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค มี ดังนี้
 - 1) กระทรวงอุตสาหกรรมและการค้าเป็นหน่วยงานบริหารกลางในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค หน่วยงานดูแลเรื่องการแข่งขันของเวียดนามจะช่วยกระทรวงอุตสาหกรรมและการค้าในการทำหน้าที่บริหารการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค
 - 2) คณะกรรมการประชาชนระดับจังหวัดจะเป็นหน่วยงานบริหารการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคของรัฐในท้องถิ่น โดยหน่วยงานอุตสาหกรรมและการค้าจังหวัดจะช่วยประธานคณะกรรมการประชาคมระดับจังหวัดในการทำหน้าที่บริหารงานคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคในท้องถิ่น

¹⁷ อนิตยา มาบัว. อ่างแล้ว เจริญรอดที่ 5. หน้า 120.

3) คณะกรรมการประชาชนระดับเขตอาจจัดตั้งหน่วยงานขึ้นมาช่วยบริหารงาน
คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคในเขตของตนได้

โดยจัดแบ่งความรับผิดชอบของหน่วยงานบริหารการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคท้องถิ่น¹⁸
ดังนี้

1) utschahkrummและการค้าระดับจังหวัดจะช่วยคณะกรรมการประชาชนระดับจังหวัด
ในการทำหน้าที่ คือ

- (1) ควบคุมดูแลรูปแบบสัญญามาตรฐานและเงื่อนไขทั่วไปของการซื้อขาย
- (2) ประเมินแผนงานและตารางการทำงานขององค์กรทางสังคมที่ทำหน้าที่
คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค และนำเสนอต่อประธานคณะกรรมการประชาชนระดับจังหวัดเพื่อให้ตัดสินใจ
และการมอบหมายให้ทำงานของรัฐ
- (3) ควบคุมดูแลการทำงานของรัฐที่มอบหมายให้หน่วยงานทางสังคมที่เกี่ยวข้อง
กับการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค
- (4) ตรวจสอบและควบคุมดูแลกิจกรรมการไกล่เกลี่ยขององค์กรที่ทำการไกล่เกลี่ย
ข้อพิพาทระหว่างผู้บริโภคและผู้ค้า
- (5) สร้างเงื่อนไขในการปฏิบัติงานขององค์กรทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับการ
คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค
- (6) ให้คำแนะนำอย่างมืออาชีพทางด้านวิชาการแก่หน่วยงานบริหารการคุ้มครอง
สิทธิผู้บริโภคของรัฐระดับเขต ในการทำกิจกรรมการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค
- (7) ประกาศรายชื่อผู้ค้าสินค้าและบริการที่ละเมิดสิทธิผู้บริโภค เป็นประกาศ
สาธารณะ โดยหน่วยงานคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคระดับเขตจะต้องจัดทำรายชื่อผู้ค้าสินค้าและบริการ
ที่ละเมิดสิทธิผู้บริโภค โดยรายชื่อจะถูกประกาศในสื่อสารมวลชน และปิดประกาศที่สำนักงานใหญ่
รวมทั้งในเว็บไซต์ของหน่วยงานคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ซึ่งครอบคลุมชื่อและที่อยู่ผู้กระทำผิด
ลักษณะความผิดและสถานที่กระทำผิด หน่วยงานที่ออกคำตัดสินการกระทำผิด และหมายเลขและ
วันที่ของคำตัดสิน โดยมีช่วงระยะเวลาในการประกาศผู้ฝ่าฝืนคือ 30 วันนับแต่วันประกาศแจ้ง
- (8) รายงานผลงานของหน่วยงานคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคของรัฐในท้องถิ่น
อย่างสม่ำเสมอ หรือเมื่อได้รับการร้องขอจากหน่วยบังคับบัญชา
- (9) ตรวจสอบและจัดการกับการฝ่าฝืนสิทธิผู้บริโภคภายใต้กฎหมาย
- (10) รับผิดชอบด้านอื่น ๆ

¹⁸ อานิตยา มาบัว. อ่างแล้ว เจริญรอดที่ 5. หน้า 121.

องค์กรใกล้เคียงมีอำนาจและความรับผิดชอบ¹⁹ ดังนี้

- 1) ปฏิบัติตามกฎหมาย
- 2) เคารพข้อตกลงของฝ่ายต่าง ๆ ไม่ลำเอียงหรือข่มขู่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งในระหว่างการใกล้เคียง
- 3) ต้องเก็บข้อมูลการใกล้เคียงและข้อมูลอื่น ๆ ของฝ่ายที่เกี่ยวข้องไว้เป็นความลับ นอกจากฝ่ายต่าง ๆ จะตกลงกันไว้เป็นอย่างอื่น หรือที่อนุญาตตามกฎหมาย
- 4) ไม่ถือประโยชน์จากการใกล้เคียงในการทำให้เกิดความเสียหายต่อสิทธิหรือประโยชน์ทางกฎหมายของฝ่ายที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย
- 5) ไม่ใกล้เคียงข้อพิพาทที่จะส่งผลเสียต่อผลประโยชน์ของรัฐ หรือผลประโยชน์ของผู้บริโภคส่วนใหญ่ หรือผลประโยชน์สาธารณะ หรือแสดงธาตุแท้ของอาชญากรรม

3.1.3.2 กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์

การคุ้มครองผู้บริโภคของสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์มีกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค โดยใช้ชื่อว่า The Consumer Protection Law, 2014 กฎหมายฉบับนี้ได้มีการจัดเรียงการตรากฎหมาย โดยเริ่มจากการให้คำนิยามของผู้บริโภค การคุ้มครองผู้บริโภค สินค้า บริการ การค้า โฆษณา และผู้ประกอบการเอาไว้ในช่วงแรก โดยมีการกำหนดวัตถุประสงค์ของการคุ้มครองไว้ให้เข้าใจและมีการอ้างสิทธิในฐานะผู้บริโภคได้มีระบบที่ปกป้องสิทธิผู้บริโภค ทำให้ผู้ประกอบการมีความรับผิดชอบ กฎหมายฉบับนี้ได้จัดตั้งคณะกรรมการกลางคุ้มครองผู้บริโภคให้มีหน้าที่และความรับผิดชอบในการให้คำปรึกษาแนะนำให้ความช่วยเหลือในการกำหนดนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค มีการเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อเพื่อประโยชน์ของผู้บริโภค จัดให้มีการร้องเรียนจากผู้บริโภคไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อให้สามารถห้ามไม่ให้สินค้าที่ไม่เหมาะสมจำหน่ายแก่ผู้บริโภค นอกจากนั้นในกฎหมายฉบับนี้ยังได้กำหนดสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภค ผู้ประกอบการ มีขั้นตอนในการระงับข้อพิพาท และสิทธิในการดำเนินการขององค์กรระงับข้อพิพาท พร้อมทั้งกำหนดความผิดและบทลงโทษต่าง ๆ²⁰

ในกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคได้กำหนดคำนิยามของคำว่า “ผู้บริโภค” หมายความว่า บุคคลที่ถือครองหรือใช้สินค้าหรือบริการเพื่อการค้า นอกจากนี้ยังได้ให้นิยามของคำว่า “การคุ้มครองผู้บริโภค” หมายถึง การคุ้มครองตามกฎหมายการประกันสุขภาพและความปลอดภัยให้กับผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ โดยกำหนดให้ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลหรือองค์กรที่ดำเนินการผลิตจัดจำหน่ายจัดเก็บขนส่ง ส่งขาย ทำซ้ำ ส่งออก นำเข้า ขายต่อ ให้บริการ หรือ

¹⁹ อานิตยา มาบัว. อังแล้ว เจริญรอดที่ 5. หน้า 122.

²⁰ พงษ์พลอย สุขะพงษ์. อังแล้ว เจริญรอดที่ 1. หน้า 131.

โฆษณาที่ไม่ถูกต้อง โดยมีเจตนาที่จะทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการและการกระทำโดยไม่สุจริตในการเชื่อโดยมิชอบด้วยกฎหมายต่อสาธารณะว่าด้วยคุณภาพกระบวนการผลิตกระบวนการทำงาน ลักษณะ มาตรฐานที่ระบุ ความตั้งใจหรือปริมาณที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการ สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ยังให้ความสำคัญกับผู้บริโภคโดยมีการกำหนดสิทธิของผู้บริโภคไว้ ดังนี้²¹

- 1) ทำให้สามารถใช้ความปลอดภัยของสินค้าหรือบริการ
- 2) ทำให้สามารถเลือกสินค้าหรือบริการและทำให้สามารถรับค่าสัญญาข้อตกลงและเงื่อนไขและการรับประกันได้
- 3) มีสิทธิที่จะได้รับข้อมูลที่ครบถ้วนและถูกต้องเกี่ยวกับเงื่อนไขและการรับประกันสินค้าหรือบริการ
- 4) อ่างสิทธิ์ในการไต่ถามและระงับข้อพิพาทเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคใช้เพื่อทำให้ผู้บริโภคได้รับความคุ้มครองและทำให้สามารถตกลงกันได้อย่างถูกต้อง และให้ผู้บริโภคมียุติ ดังนี้

- 1) ปฏิบัติตามข้อมูลและคำแนะนำที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการที่มีเจตนาและแสดงออกเพื่อก่อให้เกิดความปลอดภัย
- 2) ปฏิบัติตามการตัดสินใจของข้อตกลงระงับข้อพิพาทของผู้บริโภคซึ่งกำหนดข้อพิพาทเกี่ยวกับผู้บริโภคอย่างเหมาะสม
- 3) หลีกเลี่ยงข้อกล่าวหาเท็จที่มีวัตถุประสงค์เพื่อลดความเสียหายต่อผู้ประกอบการ
- 4) หลีกเลี่ยงการพาดพิงและรักษาการดำเนินการเพื่อทำลายผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องโดยใช้สื่อมวลชนหรือโดยวิธีอื่นขณะที่บุคคลที่เกี่ยวข้องกำลังระงับข้อพิพาทเกี่ยวกับผู้บริโภค

ในกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคได้กำหนดการจัดตั้งองค์กรการระงับข้อพิพาทของผู้บริโภคและหน้าที่ดังกล่าวไว้ เพื่อให้มีการจัดทาระบบการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างเป็นระบบและเพื่อยุติข้อพิพาทของผู้บริโภคให้คณะกรรมการกลางเป็นหน่วยงานระงับข้อพิพาทของผู้บริโภคในภูมิภาคหรือรัฐอำเภอเขตการปกครองที่มีบุคคลที่เหมาะสม ซึ่งมีหน้าที่ของหน่วยระงับข้อพิพาททางการค้า คือ

- (1) การไกล่เกลี่ยและการประนีประนอมข้อพิพาทของผู้บริโภค
- (2) การกระจายความรู้แก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค
- (3) การยอมรับและการตรวจสอบคำร้องเรียนเป็นลายลักษณ์อักษรหรือคำกล่าวของผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ

²¹ พงษ์พลอย สุขะพงษ์. อ่างแล้ว เจริญรอดที่ 1. หน้า 131.

(4) การปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับจาก Central Body เป็นครั้งคราว

ในด้านการค้าไทยเป็นคู่ค้าสำคัญอันดับ 1 ของเมียนมาในอาเซียน โดยเมียนมาส่งออกไปยังไทยเป็นอันดับ 2 รองจากจีน และนำเข้าจากไทยเป็นอันดับ 3 รองจากจีน และสาธารณรัฐสิงคโปร์ จะเห็นว่าการค้าขายร่วมกันทำให้เกิดผู้บริโภคในตลาดที่ใหญ่

3.1.3.3 กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของสาธารณรัฐสิงคโปร์

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคของสาธารณรัฐสิงคโปร์นั้น โดยหลักคือ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2547 หรือ Consumer Protection (Fair Trading) Act (CPFTA) 2004 ซึ่งเป็นกฎหมายที่กำหนดเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ต่าง ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคที่ได้รับความเสียหายจากการกระทำอันไม่เป็นธรรม (Unfair Practices) ของผู้ประกอบการ (Supplier) ได้รับการเยียวยาในทางแพ่ง (Civil Remedies) กล่าวคือ ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะดำเนินการตามความเหมาะสม ซึ่งรวมถึงวิธีการดำเนินการทางการศาลเพื่อให้ได้รับการเยียวยาความเสียหาย (Seek Redress) จากการกระทำอันไม่เป็นธรรมของผู้ประกอบการ โดยกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคฉบับนี้จะใช้บังคับกับกรณี ที่ผู้ประกอบการหรือผู้บริโภคพำนักอยู่ที่สาธารณรัฐสิงคโปร์ หรือเป็นกรณีที่ค้ำเสนอหรือค้ำสนองเกี่ยวกับการทำธุรกรรมกับผู้บริโภค (Consumer Transactions) ในหรือจากสาธารณรัฐสิงคโปร์ โดยครอบคลุมการจัดหาสินค้าหรือบริการให้แก่ผู้บริโภคทุกประเภท ยกเว้น การซื้อขายอสังหาริมทรัพย์การทำสัญญาจ้างงาน และการทำธุรกรรมทางการเงิน (Financial Transaction) อย่างไรก็ตาม ในปี พ.ศ. 2552 เนื่องจากเกิดวิกฤตทางการเงินไปทั่วโลก รัฐบาลสิงคโปร์จึงเห็นสมควรให้แก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2547 โดยขยายขอบเขตในการคุ้มครองผู้บริโภคให้รวมไปถึงผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงิน (Financial Products and Services) ด้วย เช่น การให้บริการทางการเงินตาม Banking Act, Finance Companies Act, Insurance Act เป็นต้น และจากการเพิ่มเติมขอบเขตของการคุ้มครองผู้บริโภคในเรื่องที่เกี่ยวกับการเงินด้วย ผู้บริโภคจึงสามารถแสวงหาการเยียวยาในทางแพ่งจากการกระทำอันไม่เป็นธรรมของสถาบันการเงินได้ด้วย

เมื่อปี พ.ศ. 2555 จากการผลักดันของสมาคมผู้บริโภคสิงคโปร์ (Consumers Association of Singapore หรือ CASE) กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2547 นี้ได้มีการแก้ไขเพิ่มเติมเป็นกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2547 (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2555) หรือ Consumer Protection (Fair Trading) (Amendment) Act 2012 ซึ่งมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 1 กันยายน พ.ศ. 2555 โดยหลักจะเป็นการเพิ่มเติมหลักกฎหมายที่จะให้ความคุ้มครองและเยียวยาผู้บริโภคเมื่อได้รับสินค้าชำรุด บกพร่อง หรือที่เรียกกันโดยทั่วไปว่า “Lemon Law”

Consumer Protection (Fair Trading) (Amendment) Act 2012 จะใช้บังคับก็ต่อเมื่อผู้ซื้อสินค้า (Transferee) ซื้อสินค้าไปในฐานะที่เป็นผู้บริโภค โดยที่สินค้าที่ได้รับนั้นไม่เป็นไปตามที่ได้ตกลงกันในเวลาส่งมอบซึ่งหมายถึงกรณีที่ผู้ซื้อซื้อสินค้าไปแล้วภายใน 6 เดือนนับแต่วันที่ส่งมอบสินค้า ปรากฏว่าสินค้ามีความชำรุดบกพร่องให้ถือว่าความชำรุดบกพร่องนั้นอยู่ในเวลาที่ส่งมอบสินค้า เว้นแต่ ผู้ประกอบการจะพิสูจน์เป็นอย่างอื่น แต่ถ้าพบความชำรุดบกพร่องในตัวสินค้าหลังจาก 6 เดือนนับจากวันส่งมอบสินค้า ผู้ซื้อเป็นผู้มีหน้าที่พิสูจน์ว่าความชำรุดบกพร่องมีอยู่ในเวลาที่ส่งมอบสินค้า กล่าวคือ ใน 6 เดือนแรก หากสินค้ามีความชำรุดบกพร่อง ผู้บริโภคสามารถอ้างได้ว่าสินค้านั้นมีความชำรุดบกพร่อง ในเวลาที่ได้มีการซื้อขายสินค้าเพื่อให้ได้รับการเยียวยา โดยหากผู้ประกอบการไม่เห็นด้วยกับสิ่งที่ผู้บริโภคกล่าวอ้าง ผู้บริโภคสามารถฟ้องคดีต่อศาลเพื่อให้ศาลพิจารณาตัดสินได้ และจะต้องเป็นการชื้อขายนั้นได้ทำขึ้นในวันหรือหลังจากที่ Consumer Protection (Fair Trading) (Amendment) Act 2012 มีผลใช้บังคับ²²

3.1.3.4 กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของสหพันธรัฐมาเลเซีย

บทบัญญัติหรือข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคในด้านต่าง ๆ ของสหพันธรัฐมาเลเซีย นั้นส่วนใหญ่จะกำหนดไว้ในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2542 หรือ Consumer Protection Act 1999 โดยมี Consumer Protection (Amendment) Act 2010 เป็นฉบับแก้ไข ซึ่งกฎหมายนี้มีข้อกำหนดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในเรื่องการแสดงข้อเท็จจริง (Representation) ที่ไม่เป็นการหลอกลวง เป็นเท็จและการกระทำอันไม่เป็นธรรม (Unfair Practice) การคุ้มครองผู้บริโภคในด้านความปลอดภัย ความรับผิดชอบในผลิตภัณฑ์ การเยียวยาความเสียหายให้แก่ผู้บริโภค เป็นต้น

สำหรับสิทธิในการที่จะได้รับการเยียวยาของผู้บริโภคนั้น สหพันธรัฐมาเลเซียเป็นอีกประเทศหนึ่งที่เล็งเห็นถึงความสำคัญของการที่ผู้บริโภคจะได้รับการเยียวยาความเสียหายจากการกระทำของผู้ประกอบการที่สะดวก รวดเร็ว และเสียค่าใช้จ่ายน้อย เพราะบางครั้งผู้ประกอบการอาจสับสนประโยชน์จากการที่ผู้บริโภคไม่มีความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าหรือบริการ หรือมีแต่น้อยกว่าในการเอาเปรียบผู้บริโภค เนื่องจากผู้ประกอบการเป็นผู้ที่รู้จักตัวสินค้าดีที่สุด ในขณะที่ผู้บริโภคไม่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้าจากผู้ประกอบการอย่างเพียงพอในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ จึงทำให้การหาวิธีที่จะทำให้ผู้บริโภคได้รับความยุติธรรม การเยียวยาความเสียหายจากการกระทำอันไม่เป็นธรรม ไม่ถูกเอาเปรียบจึงเป็นเรื่องที่สำคัญ อย่างไรก็ตาม การเรียกร้องความเสียหายของผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นการเรียกร้องความเสียหายในเรื่องเล็กน้อย (Small Claims) ดังนั้น วิธีการระงับข้อพิพาทตามกฎหมายที่มีขั้นตอนหรือการดำเนินการทางศาลที่

²² พงษ์พลอย สุขะพงษ์. อ้างแล้ว เจริญรอดที่ 1. หน้า 85.

ค่อนข้างซับซ้อนและมีค่าใช้จ่ายสูงนั้นนั้น อาจทำให้ผู้บริโภคเลือกที่จะไม่ใช่สิทธิทางศาล เพราะเห็นว่าไม่คุ้มค่ากับความเสียหายของตนอันจะส่งผลให้ผู้บริโภคไม่ได้รับการเยียวยาความเสียหายอย่างแท้จริง ด้วยเหตุนี้ การร้องเรียนของผู้บริโภคซึ่งส่วนใหญ่เป็นการร้องเรียนในเรื่องเล็กน้อย จึงไม่ควรที่จะใช้วิธีการในการระงับข้อพิพาทที่มีกระบวนการพิจารณาทางศาลที่ยุ่งยาก²³

3.1.3.5 กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของสาธารณรัฐฟิลิปปินส์

สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ ถือได้ว่าเป็นอีกประเทศหนึ่งในอาเซียนที่ได้ให้ความสำคัญกับการคุ้มครองผู้บริโภค รวมถึงการเยียวยาความเสียหายให้แก่ผู้บริโภค โดยใน The Consumer's Bill of Rights นั้นได้กำหนดเกี่ยวกับสิทธิพื้นฐานของผู้บริโภคไว้ เช่น สิทธิในความปลอดภัย สิทธิในข้อมูลซึ่งหนึ่งในสิทธิพื้นฐานของผู้บริโภคนั้น ได้แก่ สิทธิในการได้รับการเยียวยา (Right to Redress) ด้วยโดยในข้อ 9 ของ Consumer's Bill of Rights ได้กำหนดไว้ว่าสิทธิในการได้รับการเยียวยา หมายถึงสิทธิของผู้บริโภคในการที่จะได้รับการชดเชยหากมีการผิดคำรับรองสินค้าไม่ได้มาตรฐาน หรือไม่ได้รับความพอใจจากการให้บริการ

ข้อกำหนดหลัก ๆ ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคของสาธารณรัฐฟิลิปปินส์ นั้นมีกำหนดอยู่ใน พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค เลขที่ 7394 (Republic Act no.7394 Consumer Act of the Philippines) ซึ่งเป็นกฎหมายที่กำหนดเกี่ยวกับการคุ้มครองผลประโยชน์ของผู้บริโภคในด้านต่าง ๆ เช่น การคุ้มครองผู้บริโภคในด้านความปลอดภัย สุขภาพ การคุ้มครองผู้บริโภคจากการถูกหลอกลวง การกระทำอันไม่เป็นธรรม รวมถึง การคุ้มครองผู้บริโภคในด้านฉลากและบรรจุภัณฑ์ การโฆษณาและส่งเสริมการขาย เป็นต้น และเพื่อเป็นการส่งเสริมและคุ้มครองผลประโยชน์ของผู้บริโภคดีังกล่าวนั้น พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค เลขที่ 7394 มาตรา 2 จึงได้กำหนดเกี่ยวกับการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคขึ้นพื้นฐานไว้ว่าให้รัฐส่งเสริมและจัดให้มีมาตรการต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในเรื่องการให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภคเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับการเยียวยาความเสียหายที่เพียงพอ (means of redress)²⁴

3.1.3.6 กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของสาธารณรัฐอินโดนีเซีย

กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของสาธารณรัฐอินโดนีเซีย เป็นกฎหมายที่มีการกำหนดทั้งสิทธิและหน้าที่ของทั้งผู้บริโภคและผู้ประกอบการ เพื่อเป็นการสร้างความสมดุลและความยุติธรรมให้กับทั้งผู้บริโภคและผลประโยชน์ทางการพาณิชย์ของผู้ประกอบการซึ่งเป็นข้อดีสำหรับการสนับสนุนการค้าระหว่างประเทศระหว่างกันที่จะไม่คำนึงถึงเฉพาะประโยชน์ของฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งแต่เพียงฝ่ายเดียว

²³ พงษ์พลอย สุชะพงษ์. อ่างแล้ว เจริญรอดที่ 1. หน้า 78.

²⁴ พงษ์พลอย สุชะพงษ์. อ่างแล้ว เจริญรอดที่ 1. หน้า 109.

สำหรับสิทธิในการที่จะได้รับการเยียวยานั้น กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2542 มาตรา 4 นั้น ได้กำหนดไว้ว่า สิทธิของผู้บริโภคในการแสดงความคิดเห็นและร้องเรียนเกี่ยวกับตัวสินค้าที่ใช้และ/หรือบริการที่ได้รับนั้นจะต้องได้รับการรับฟัง (มาตรา 4 (ง)) รวมทั้ง ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะได้รับคำปรึกษา การคุ้มครอง และความพยายามในการระงับข้อพิพาทที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคที่เหมาะสม (มาตรา 4 (จ)) และมีสิทธิที่จะได้รับการชดเชย และ/หรือการคืนเงิน หากสินค้าและ/หรือบริการที่ผู้บริโภคได้รับนั้นไม่เป็นไปตามที่ได้ตกลงกัน หรือไม่ได้เป็นไปตามที่ควรจะเป็น (มาตรา 4 (ซ))²⁵

3.2 มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย

กฎหมาย คุ้มครองผู้บริโภค เป็นกฎหมายที่เกี่ยวกับการดำรงชีวิตของคนในสังคม โดยทั่วไปจะเกี่ยวข้องกับการบริโภคสินค้าและการใช้บริการ เช่น มนุษย์ต้องบริโภคอาหาร เครื่องดื่ม ต้องใช้บริการรถประจำทาง รถไฟฟ้า รวมทั้งบริการอื่น ๆ เพื่ออำนวยความสะดวก เช่น การใช้บัตรเครดิต โทรศัพท์มือถือ เป็นต้น ดังนั้น การบริโภคหรือการใช้บริการต่าง ๆ จะต้องได้มาตรฐานและมีคุณภาพครบถ้วนตามที่ผู้ผลิตได้โฆษณาแนะนำไว้ ดังนั้น รัฐในฐานะผู้คุ้มครองดูแลประชาชน หากพบว่าประชาชนได้รับความเดือดร้อนจากการบริโภคสินค้า

3.2.1 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

ประเทศไทยมีกฎหมายที่ใช้คุ้มครองผู้บริโภค คือ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2556 และฉบับล่าสุดฉบับที่ 4 พ.ศ. 2562 เป็นกฎหมายสำคัญที่ตราขึ้นมาเพื่อรองรับการเสนอสินค้าและบริการต่าง ๆ ที่เพิ่มมากขึ้น ผู้ประกอบธุรกิจการค้าและผู้ประกอบธุรกิจโฆษณานำเทคนิควิชาการในทางการตลาดและทางการ โฆษณามาใช้ในการส่งเสริมการขายสินค้าและบริการ และผู้ผลิตก็ได้คำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคมีความเสียเปรียบ เพราะไม่สามารถทราบภาวะตลาดและความจริงเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมาจำหน่ายว่าสินค้าหรือบริการนั้น ๆ มีความชำรุดบกพร่องหรืออาจไม่ปลอดภัยในขณะที่ซื้อหรือไม่ ซึ่งความชำรุดบกพร่องหรือความไม่ปลอดภัยของสินค้านี้อาจเกิดขึ้นจากวัตถุดิบที่ใช้ไม่ได้คุณภาพหรือความบกพร่องในกระบวนการผลิตเองหรือวิทยาการในขณะผลิตสินค้านั้นไม่สามารถคาดการณ์ได้ว่าความชำรุดบกพร่องนั้นจะเกิดขึ้น (State of the art) และกรณีที่ยังไม่ทราบว่าเกิดผลกระทบขึ้น รวมถึงการเพิ่มจำนวนการผลิตเพื่อประหยัดต้นทุนการผลิต (Economy of Scale) ประกอบกับการ

²⁵ พงษ์พลอย สุขะพงษ์. อ่างแล้ว เจริญรอดที่ 1. หน้า 102.

ขยายตัวอย่างรวดเร็วของตลาดโดยไม่มีพรมแดน รวมถึงตลาดในกลุ่มประเทศ CLMV&T อีกด้วย ทำให้สินค้าและบริการที่หลากหลายชนิดกระจายไปยังผู้บริโภคอย่างรวดเร็ว ซึ่งจะมีสินค้าที่ชำรุดบกพร่องและไม่ปลอดภัยอยู่ด้วยเป็นจำนวนมาก ผู้บริโภคจึงอยู่ในฐานะที่เสียเปรียบและไม่สามารถคุ้มครองตนเองได้²⁶

ในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคได้นิยามความหมายของการคุ้มครองผู้บริโภคไว้ดังนี้

3.2.1.1 คำนิยาม²⁷

“บริการ” หมายความว่า การรับจัดทำกรงาน การให้สิทธิใด ๆ หรือการให้ใช้ หรือให้ประโยชน์ในทรัพย์สินหรือกิจการใด ๆ โดยเรียกค่าตอบแทนเป็นเงิน หรือผลประโยชน์อื่นแต่ไม่รวมถึงการจ้างแรงงานตามกฎหมายแรงงาน

“ผู้บริโภค” หมายความว่า ผู้ซื้อหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือการชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการและหมายความรวมถึงผู้ใช้สินค้าหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจโดยชอบ แม้มิได้เป็นผู้เสียค่าตอบแทนก็ตาม

“ผู้ประกอบการ” หมายความว่า ผู้ขาย ผู้ผลิตเพื่อขาย ผู้ส่งหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อขายหรือผู้ซื้อเพื่อขายต่อซึ่งสินค้า หรือผู้ให้บริการและหมายความรวมถึงผู้ประกอบการโฆษณาด้วย

“สิทธิผู้บริโภค” หมายความว่า ผู้บริโภคต้องมีความรอบคอบในการตรวจสอบคุณภาพ สินค้า และบริการ ผู้บริโภคควรได้รับสินค้าในปริมาณและราคาที่ยุติธรรม

“การคุ้มครองผู้บริโภค” หมายความว่า การปกป้องดูแลผู้บริโภคให้ได้รับความปลอดภัย เป็นธรรม และประหยัด จากการบริโภคสินค้าและบริการ

“สินค้าที่เป็นอันตราย” หมายความว่า สินค้าที่ก่อหรืออาจก่อให้เกิดอันตรายต่อชีวิต ร่างกาย สุขภาพ อนามัย จิตใจ หรือทรัพย์สิน ทั้งนี้ ไม่รวมถึงสินค้าที่มีกฎหมายอื่นบัญญัติเรื่องนั้นไว้โดยเฉพาะแล้ว

“บริการที่เป็นอันตราย” หมายความว่า บริการที่ก่อหรืออาจก่อให้เกิดอันตรายต่อชีวิต ร่างกาย สุขภาพ อนามัย จิตใจ หรือทรัพย์สิน ทั้งนี้ ไม่รวมถึงบริการที่มีกฎหมายอื่นบัญญัติเรื่องนั้นไว้โดยเฉพาะแล้ว

ในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562 ได้มีการบัญญัติการคุ้มครองผู้บริโภคในด้านความปลอดภัยไว้โดยกำหนดนิยามศัพท์ขึ้นมาเพิ่มเติม กล่าวคือ

²⁶ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522.

²⁷ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522. มาตรา 3.

“สินค้าที่เป็นอันตราย” หมายความว่า สินค้าที่ก่อหรืออาจก่อให้เกิดอันตรายต่อชีวิต ร่างกาย สุขภาพ อนามัย จิตใจ หรือทรัพย์สิน ทั้งนี้ ไม่รวมถึงสินค้าที่มีกฎหมายอื่นบัญญัติเรื่องนั้นไว้โดยเฉพาะแล้ว

“บริการที่เป็นอันตราย” หมายความว่า บริการที่ก่อหรืออาจก่อให้เกิดอันตรายต่อชีวิต ร่างกาย สุขภาพ อนามัย จิตใจ หรือทรัพย์สิน ทั้งนี้ ไม่รวมถึงบริการที่มีกฎหมายอื่นบัญญัติเรื่องนั้นไว้โดยเฉพาะแล้ว

“คณะกรรมการว่าด้วยความปลอดภัย” หมายความว่า คณะกรรมการว่าด้วยความปลอดภัยของสินค้าและบริการ

“การซื้อขาย” หมายความว่า หมายความรวมถึง เช่า เช่าซื้อ หรือได้มาไม่ว่าด้วยประการใด ๆ โดยให้ค่าตอบแทนเป็นเงินหรือผลประโยชน์อย่างอื่น

3.2.1.2 การคุ้มครองผู้บริโภค²⁸

สำหรับสิทธิผู้บริโภคที่ได้รับความคุ้มครองถูกกำหนดไว้ในมาตรา 4 ได้ให้สิทธิไว้ 5 ประการ คือ

- 1) สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ
- 2) สิทธิที่จะได้อิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ
- 3) สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ
- 4) สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา
- 5) สิทธิที่จะได้การพิจารณาและชดเชยความเสียหาย

สิทธิ ทั้ง 5 ประการนี้ผู้บริโภคสามารถใช้สิทธิตามกฎหมายโดยใช้การบังคับตามกฎหมายเฉพาะก่อน เพราะเมื่อมีกฎหมายฉบับใดให้อำนาจในการคุ้มครองผู้บริโภคไว้เป็นการเฉพาะแล้วก็ต้องบังคับตามกฎหมายฉบับนั้นก่อน ตัวอย่างเช่น หากผู้บริโภคถูกละเมิดสิทธิเรื่องอาหาร ผู้บริโภคสามารถไปร้องเรียนที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักมีอำนาจหน้าที่ ตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 ให้ความคุ้มครองผู้บริโภคเฉพาะเรื่องสินค้าและอาหาร แต่ถ้าหากไม่มีกฎหมายเฉพาะ หรือไม่มีหน่วยงานใดให้ความคุ้มครองผู้บริโภคไว้เป็นการเฉพาะแล้ว ต้องนำบทบัญญัติตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 ที่บัญญัติให้ความคุ้มครองผู้บริโภคด้านสินค้าและบริการทั่วไปมาใช้บังคับแทนซึ่งกฎหมายฉบับนี้เป็นกฎหมายเฉพาะที่ไม่ซับซ้อนหรือขัดกับอำนาจหน้าที่ของหน่วยงานที่คุ้มครองผู้บริโภคในด้านต่าง

²⁸ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522.

ๆ ตามตัวอย่างข้างต้น เพราะหากเกิดกรณีจำเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบมิได้ดำเนินการแก้ไขหรือดำเนินการไม่ครบถ้วนตามขั้นตอนของกฎหมาย ผู้เดือดร้อนสามารถร้องเรียนต่อสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรีเพื่อให้สั่งการแก้ไขแทนได้ เพราะสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นหน่วยงานคุ้มครองด้านการบริโภคสินค้าและบริการทั่วไป นอกเหนือจากการทำงานของหน่วยงานอื่น ๆ

หน่วยงานหลักของรัฐบาลที่มีหน้าที่กำกับดูแลให้ความคุ้มครองผู้บริโภค คือ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีพัฒนาการในการกำกับดูแลเพิ่มขึ้น โดยการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560-2564) ขึ้นเพื่อบูรณาการงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีระบบ และมาตรฐาน มีความเป็นธรรม มั่นคง ยั่งยืนเป็นผลดีต่อผู้บริโภคในประเทศที่จะได้รับประโยชน์สูงสุด

ทั้งนี้ ยังได้บัญญัติรับรองการคุ้มครองผู้บริโภคไว้ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยฯ ได้บัญญัติเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคไว้ในหมวดสิทธิและเสรีภาพของปวงชนชาวไทยในมาตรา 46 ได้แสดงเจตนารมณ์ถึงสิทธิของผู้บริโภคย่อมได้รับความคุ้มครอง ให้มีองค์กรอิสระของผู้บริโภค โดยได้รับการสนับสนุนจากรัฐ พร้อมทั้งให้รัฐมีหน้าที่ตามมาตรา 61 ในการจัดให้มีมาตรการหรือกลไกที่มีประสิทธิภาพในการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านความรู้ข้อมูลที่เป็นจริง ด้านความปลอดภัย ด้านความเป็นธรรมในการทำสัญญา หรือด้านอื่นใด อันเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค และนอกจากสิทธิของผู้บริโภคแล้ว ผู้บริโภคยังคงมีหน้าที่ ดังนี้

หน้าที่ของผู้บริโภค²⁹ คือ

- 1) ผู้บริโภคต้องใช้ความระมัดระวังตามสมควรในการซื้อสินค้าหรือรับบริการ เช่น ตรวจสอบฉลากแสดงราคาและปริมาณ ไม่หลงเชื่อในคำโฆษณาคุณภาพสินค้า
- 2) การเข้าทำสัญญาผูกมัดตามกฎหมาย โดยการลงมือซื้อ ต้องตรวจสอบความชัดเจนของภาษาที่ใช้ตามสัญญาให้เข้าใจรัดกุม หรือควรปรึกษาผู้รู้ทางกฎหมายหากไม่เข้าใจ
- 3) ข้อตกลงต่าง ๆ ที่ต้องการให้มีผลบังคับใช้ ควรทำเป็นหนังสือและลงลายมือชื่อผู้ประกอบธุรกิจด้วย
- 4) ผู้บริโภคมีหน้าที่เก็บหลักฐานไว้ เพื่อประโยชน์ในการเรียกร้องค่าเสียหาย
- 5) เมื่อมีการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค ผู้บริโภคควรดำเนินการเรียกร้องต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือต่อคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

²⁹ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522.

3.2.1.3 คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค³⁰

ในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้กำหนดวิธีดำเนินการตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 โดยการบัญญัติให้มีองค์กรของรัฐ มีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจมิให้ประกอบธุรกิจที่เป็นการละเมิดสิทธิผู้บริโภค และประสานการปฏิบัติงานของส่วนราชการต่าง ๆ เพื่อให้ความคุ้มครองผู้บริโภครวมทั้งเป็นหน่วยงานที่ให้ผู้บริโภคได้ใช้สิทธิร้องเรียน เพื่อขอให้ได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย เมื่อถูกผู้ประกอบการจะละเมิดสิทธิ องค์กรของรัฐที่จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 เพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคดังกล่าว ได้แก่

1) คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (Consumer Protection Board) กำหนดไว้ในมาตรา 9

2) คณะกรรมการเฉพาะเรื่อง กำหนดไว้ในมาตรา 14 ได้แก่

- (1) คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา (The Committee On Advertisement)
- (2) คณะกรรมการว่าด้วยฉลาก (The Committee On Labels)
- (3) คณะกรรมการว่าด้วยสัญญา (The Committee On Contracts)

3) คณะอนุกรรมการซึ่งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคและคณะกรรมการเฉพาะเรื่องแต่งตั้ง ได้แก่

- (1) คณะอนุกรรมการฝ่ายกฎหมาย
- (2) คณะอนุกรรมการพิจารณาถ้อยแถลงเรื่องร้องทุกข์จากผู้บริโภค
- (3) คณะอนุกรรมการฝ่ายเผยแพร่และประชาสัมพันธ์
- (4) คณะอนุกรรมการสำรวจคุณภาพสินค้าและปริมาณเพื่อการคุ้มครองสิทธิ

ผู้บริโภค

(5) คณะอนุกรรมการติดตามสอดส่องและวินิจฉัยการโฆษณา

4) สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (The office of the Consumer Protection Board) กำหนดไว้ในมาตรา 19 เนื่องจากพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 เป็นกฎหมายที่มีผลบังคับใช้ทั่วราชอาณาจักรในแต่ละจังหวัดจะมีองค์กรที่แต่งตั้ง โดยคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อทำหน้าที่ในการคุ้มครองผู้บริโภคตามพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าว รวม 2 องค์กร ได้แก่

³⁰ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522.

(1) คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด (75 จังหวัด)

(2) คณะอนุกรรมการผู้มีอำนาจเปรียบเทียบความผิดที่เกิดขึ้นในจังหวัดอื่น นอกจากกรุงเทพมหานคร แผนภูมิการจ้องครุคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนกลางและในส่วนภูมิภาค ทั่วประเทศ

ในมาตรา 21 ได้กำหนดวิธีการคุ้มครองผู้บริโภค ไว้โดยในกรณีที่ถูกกฎหมายว่าด้วยการ ใดได้บัญญัติเรื่องใดไว้โดยเฉพาะแล้วให้บังคับตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายว่าด้วยการนั้น และให้ นำบทบัญญัติในหมวดนี้ไปใช้บังคับได้เท่าที่ไม่ซ้ำหรือขัดกับบทบัญญัติดังกล่าว นั่นคือ หาก บทบัญญัติในกฎหมายอื่นที่มีอยู่ให้ใช้บังคับต่อไปได้ แต่เรื่องใดที่ถูกกฎหมายเฉพาะอื่นไม่ได้กำหนด หลักเกณฑ์ไว้ ก็ให้ใช้พระราชบัญญัตินี้ กฎหมายอื่น คือ พระราชบัญญัติอาหาร พระราชบัญญัติ เครื่องสำอาง ซึ่งได้กำหนดข้อยกเว้นไว้ 2 ข้อ³¹

(1) ในกรณีที่มีความจำเป็นเพื่อประโยชน์แก่ผู้บริโภคเป็นส่วนรวม หากปรากฏ ว่าเจ้าหน้าที่ผู้มีอำนาจตามกฎหมายดังกล่าวยังมีได้มีการดำเนินการหรือดำเนินการยังไม่ครบ ขึ้นตอนตามกฎหมายว่าด้วยการนั้น และมีได้ออกคำสั่งเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคตามกฎหมาย ดังกล่าวภายใน 90 วันนับแต่วันที่ได้รับหนังสือแจ้งจากคณะกรรมการเฉพาะเรื่อง หรือ คณะกรรมการให้คณะกรรมการเฉพาะเรื่องหรือคณะกรรมการเสนอเรื่องให้นายกรัฐมนตรี พิจารณาออกคำสั่งตามความในหมวดนี้ได้

(2) ในกรณีตาม (1) ถ้ามีความจำเป็นเร่งด่วนอันมิอาจปล่อยให้เนิ่นช้าต่อไป ได้ให้คณะกรรมการ

ในการกำกับดูแลคุ้มครองผู้บริโภคได้กำหนดบทกำหนดโทษไว้ในมาตรา 45 หากผู้บริโภคได้รับการละเมิดสิทธิ หรือเกิดความเดือดร้อนเสียหายเกิดขึ้นแก่ผู้บริโภค ผู้บริโภค สามารถเรียกร้องสิทธิได้ผ่านหน่วยงานของรัฐที่ทำหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภคหลายหน่วยงาน ดังนี้

(2.1) ผู้บริโภครับบริการเกี่ยวกับอาหาร ยา หรือเครื่องสำอาง เป็นหน้าที่ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) กระทรวงสาธารณสุข ที่ต้องเข้ามาดูแลตรวจสอบ และคุ้มครองคุณภาพของอาหารและยา

(2.2) สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) กระทรวง อุตสาหกรรม มีหน้าที่กำหนดมาตรฐานสินค้าอุตสาหกรรม

(2.3) ส่วนเจ้าของธุรกิจจัดสรรที่ดิน อาคารชุด เป็นหน้าที่ของกรมที่ดิน กระทรวงมหาดไทยเข้ามาดูแล

³¹ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522.

(2.4) การบริโภคน้ำดื่มที่เกี่ยวกับคุณภาพหรือราคาสินค้าอุปโภคบริโภค เป็นหน้าที่ของกรรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ ที่ต้องเข้ามาดูแล

(2.5) หากผู้บริโภคได้รับความเดือดร้อนเกี่ยวกับการประกันภัยหรือประกันชีวิต เป็นหน้าที่ของกรรมการประกันภัย กระทรวงพาณิชย์ ที่ต้องเข้ามาดูแล และ

(2.6) หากผู้บริโภคได้รับความเดือดร้อนเกี่ยวกับการบริโภคสินค้าและบริการ เป็นหน้าที่ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) มีหน้าที่ให้การคุ้มครองผู้บริโภคโดยพิจารณาเรื่องราวร้องทุกข์ของผู้บริโภคที่ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบการ ควบคุมการโฆษณาสินค้าที่เป็นเท็จหรือเป็นอันตรายต่อผู้บริโภค

3.3 ตารางเปรียบเทียบกฎหมายต่างประเทศและกฎหมายของประเทศไทย

ประเด็น ข้อกฎหมาย	องค์การ สหประชาชาติ	สหภาพยุโรป	กฎหมายคุ้มครอง ผู้บริโภคของกลุ่ม อาเซียน (สาธารณรัฐแห่ง สหภาพเมียนมาร์)	ประเทศไทย
1. นิยามศัพท์ ผู้บริโภค	ผู้บริโภคหมายความว่า ผู้บริโภคจากอันตรายที่มีผลต่อสุขภาพและความปลอดภัย	ผู้บริโภค หมายความว่า บุคคลธรรมดาซึ่งในสัญญาที่กำหนดโดยคำสั่งนี้ทำหน้าที่เพื่อวัตถุประสงค์นอกเหนือการค้า การประกอบอาชีพฝีมือ หรือวิชาชีพ	ผู้บริโภค หมายความว่า บุคคลที่ถือครองหรือใช้สินค้าหรือบริการเพื่อการค้า นอกจากนั้นยังได้ให้นิยามของคำว่า การคุ้มครองผู้บริโภค หมายถึงการคุ้มครองตามกฎหมายการประกันสุขภาพและความปลอดภัยให้กับผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ	ผู้บริโภค หมายความว่า ผู้ซื้อหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือการชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจ เพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการ และหมายความรวมถึงผู้ใช้สินค้าหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจโดยชอบ แม้มิได้เป็นผู้เสียค่าตอบแทนก็ตาม

ประเด็น ข้อกฎหมาย	องค์การ สหประชาชาติ	สหภาพยุโรป	กฎหมายคุ้มครอง ผู้บริโภคของกลุ่ม อาเซียน (สาธารณรัฐแห่ง สหภาพเมียนมาร์)	ประเทศไทย
2. สิทธิของผู้บริโภค	(ก) การคุ้มครองผู้บริโภคจากอันตรายที่มีผลต่อสุขภาพและความปลอดภัย (ข) การส่งเสริมและการคุ้มครองผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจของผู้บริโภค (ค) การเข้าถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องของผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเลือกได้ตามความต้องการและความจำเป็นของตน	สิทธิผู้บริโภคขั้นพื้นฐานไว้ 5 ประการคือ (1) สิทธิในการคุ้มครองสุขภาพและความปลอดภัย (2) สิทธิในการคุ้มครองผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ (3) สิทธิในการเรียกร้องค่าเสียหาย (4) สิทธิเพื่อการศึกษาและ (5) สิทธิในการเป็นตัวแทนทางกฎหมาย (หรือสิทธิที่จะได้รับฟัง)	สิทธิของผู้บริโภคมีดังนี้ (1) ทำให้สามารถใช้ความปลอดภัยของสินค้าหรือบริการ(2) ทำให้สามารถเลือกสินค้าหรือบริการและทำให้สามารถรับค่าสัญญาข้อตกลงและเงื่อนไขและการรับประกันได้ (3) มีสิทธิที่จะได้รับข้อมูลที่ครบถ้วนและถูกต้องเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคใช้เพื่อทำให้ผู้บริโภคได้รับความคุ้มครอง	สิทธิของผู้บริโภคไว้ว่าผู้บริโภคมีสิทธิได้รับความคุ้มครองดังต่อไปนี้ (1) สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ (2) สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ (3) สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ (3 ทวิ) สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา (4) สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย

ประเด็น ข้อกฎหมาย	องค์การ สหประชาชาติ	สหภาพยุโรป	กฎหมายคุ้มครอง ผู้บริโภคของกลุ่ม อาเซียน (สาธารณรัฐแห่ง สหภาพเมียนมาร์)	ประเทศไทย
			และทำให้สามารถ ตกลงกันได้อย่าง ถูกต้อง	
3.การทำสัญญา ของผู้บริโภค	รัฐบาลจะต้องให้ ความสำคัญแก่การ คุ้มครองผู้บริโภค ตามลำดับความ สำคัญและให้ เสรีภาพของแต่ละ บุคคลในการทำ สัญญา	- สัญญาขาย หมายความว่า สัญญาใด ๆ ที่ ผู้ค้าโอนหรือรับ โอนกรรมสิทธิ์ สินค้าไปยัง ผู้บริโภค และ ผู้บริโภคจ่าย หรือรับภาระ ค่าใช้จ่ายดังกล่าว รวมทั้งสัญญาใด ๆ ที่มีวัตถุประสงค์ สินค้าและบริการ - สัญญาการ ให้บริการ หมายความว่า สัญญาใด ๆ นอกเหนือจาก สัญญาซื้อขาย ซึ่งผู้ค้าจัดหา หรือจัดหาเพื่อ ให้บริการแก่	สัญญามี 3 ประเภท คือ 1. สัญญาทางไกล 2. สัญญาบริการ ต่อเนื่อง ทั้งนี้ โดยผู้บริโภค ต้องได้รับ ผลประโยชน์อัน ชอบธรรมเมื่อทำ ธุรกรรมใช้สินค้า หรือบริการของผู้ค้า สินค้าหรือบริการ	สัญญาที่ผู้ประกอบการ ธุรกิจทำกับผู้บริโภค มีลักษณะดังต่อไปนี้ (1) ใช้ข้อสัญญาที่ จำเป็นซึ่งหากมิได้ใช้ ข้อสัญญาเช่นนั้น จะ ทำให้ผู้บริโภคเสีย เปรียบผู้ประกอบการ ธุรกิจเกินสมควร(2) ห้ามใช้ข้อสัญญาที่ ไม่เป็นธรรมต่อ ผู้บริโภค ทั้งนี้ ตาม หลักเกณฑ์ เงื่อนไข และรายละเอียดที่ คณะกรรมการว่าด้วย สัญญากำหนด และ เพื่อประโยชน์ของ ผู้บริโภคเป็นส่วนรวม คณะกรรมการว่าด้วย สัญญา จะ ให้ ผู้ ประกอบการธุรกิจจัดทำ สัญญาตามแบบที่

ประเด็น ข้อกฎหมาย	องค์การ สหประชาชาติ	สหภาพยุโรป	กฎหมายคุ้มครอง ผู้บริโภคของกลุ่ม อาเซียน (สาธารณรัฐแห่ง สหภาพเมียนมาร์)	ประเทศไทย
		ผู้บริโภค และ ผู้บริโภคนาย หรือต้องจ่าย ค่าปรับดังกล่าว		คณะกรรมการว่าด้วย สัญญากำหนดก็ได้