

บทที่ 3

มาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในการโฆษณา ของต่างประเทศและประเทศไทย

จากการศึกษากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค โดยเฉพาะในส่วนการโฆษณา จะเห็นได้ว่าแต่ละประเทศของกลุ่ม CLMVT ต่างมีกฎหมายเฉพาะเป็นกฎหมายภายในคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศของตน กฎหมายแต่ละฉบับมีความแตกต่างกัน จึงส่งผลให้กฎหมายแต่ละฉบับดังกล่าวเหมาะสมแก่ผู้บริโภคภายในประเทศของตนเท่านั้น เมื่อเกิดกรณีพิพาทขึ้น การเลือกใช้กฎหมายของประเทศใดประเทศหนึ่งย่อมส่งผลให้เกิดความได้เปรียบและเสียเปรียบต่อแต่ละฝ่าย ทำให้เกิดความไม่เป็นธรรม และไม่เท่าเทียมกันเกิดขึ้นต่อผู้บริโภคฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ดังนั้น ในบทนี้จึงได้มีการศึกษากฎหมายกลางของสหภาพยุโรป และกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของต่างประเทศภายในกลุ่ม CLMVT และกฎหมายของประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับมาตรการในการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

3.1 มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในการโฆษณาของสหภาพยุโรป

ประเทศต่าง ๆ ในทวีปยุโรปได้รวมตัวกันเป็นสหภาพยุโรป (European Union : EU) ซึ่งเดิมมี 28 ประเทศ แต่ปัจจุบันสหราชอาณาจักร United Kingdom ได้แยกตัวออกไปจาก EU จึงคงมีอยู่ 27 ประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์ของการก่อตั้งสหภาพยุโรป 3 ประการ¹ คือ

- 1) เพื่อรวบรวมระบบเศรษฐกิจ ความร่วมมือในการพัฒนาสังคม และการปกครองแบบประชาธิปไตยของประเทศสมาชิกให้เป็นอันหนึ่งอันเดียว
- 2) เพื่อยกระดับการดำรงชีวิตของประชากรชาวยุโรปให้ดีขึ้น
- 3) เพื่อจัดตั้งสหภาพศุลกากร โดยการขจัดอุปสรรคต่าง ๆ ทางการค้าระหว่างประเทศ

¹ อานิตยา มาบัว. (2562). *กฎหมายกลางต้นแบบเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในกลุ่มประเทศ CL.MV&T*. วิทยานิพนธ์หลักสูตรนิติศาสตรดุษฎีบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม. หน้า 139.

ในส่วนของการคุ้มครองผู้บริโภคนั้น EU ให้ความสำคัญอย่างยิ่งที่จะให้ผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นประชากรของประเทศใดในกลุ่มสมาชิก EU ที่จะได้รับการคุ้มครองที่เสมอภาคและได้มาตรฐานภายใต้มาตรการเดียวกันจึงเป็นปัญหาของ EU ที่จะต้องดำเนินการเพื่อให้มีการคุ้มครองผู้บริโภคเหมือนกัน ทั้งนี้เนื่องจากแต่ละประเทศที่เป็นสมาชิก EU นั้นต่างก็มีกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคเช่นเดียวกันแต่บทบัญญัติกฎหมายกับมาตรการในการคุ้มครองอาจแตกต่างกันได้ทำให้ EU ต้องใช้วิธีการออกเป็นกฎหมายกลางเพื่อให้แต่ละประเทศสมาชิกได้นำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายเพื่อให้ได้มาตรฐานเดียวกัน ซึ่งคณะมนตรีแห่ง EU ได้ใช้โปรแกรมพิเศษสำหรับการคุ้มครองผู้บริโภคและนโยบายข้อมูลเป็นครั้งแรกในปี ค.ศ. 1975 กำหนดสิทธิผู้บริโภคขั้นพื้นฐานไว้ 5 ประการ² คือ

- 1) สิทธิในการคุ้มครองสุขภาพและความปลอดภัย
- 2) สิทธิในการคุ้มครองผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ
- 3) สิทธิในการเรียกร้องค่าเสียหาย
- 4) สิทธิเพื่อการศึกษา และ
- 5) สิทธิในการเป็นตัวแทนทางกฎหมาย (หรือสิทธิที่จะได้รับฟัง)

แผนการเกี่ยวกับนโยบายและกิจกรรมของคณะกรรมการการยุโรปในการคุ้มครองผู้บริโภคนั้น ได้มีกำหนดไว้ในแผนงานการคุ้มครองผู้บริโภคของสหภาพยุโรป (EU Consumer Policy Strategy for 2007-2013)³ โดย แผนงานนี้ได้กำหนดวัตถุประสงค์พื้นฐานในการคุ้มครองผู้บริโภค 2 ประการ คือ ประการแรกการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับสูง (high level of consumer protection) โดยพัฒนาและปรับปรุงวิธีการให้คำปรึกษาและการคุ้มครองผลประโยชน์ของผู้บริโภคให้ดีขึ้น ประการที่สอง คือ การเพิ่มความมั่นใจในการบังคับใช้กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้วยวิธีการในการให้ความร่วมมือกันระหว่างรัฐสมาชิกในการบังคับกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค การเปิดเผยข้อมูล การให้การศึกษา⁴

ต่อมาในปี ค.ศ. 2004 คณะ กรรมการการยุโรปก็ได้ออกร่างกฎหมายผู้บริโภคเพื่อให้มีการพิจารณาโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างกรอบของกฎหมายเกี่ยวกับผู้บริโภคในรูปแบบเดียวกัน

² เรื่องเดียวกัน, หน้า 139.

³ European Commission. (2023). *EU Consumer Policy Strategy 2007-2013*. (Online). Available: http://ec.europa.eu/consumers/overview/cons_policy/doc/cps_O713_en.pdf. [2023, April 6].

⁴ พงษ์พลอย สุขะพงษ์. (2558). *แนวทางการคุ้มครองผู้บริโภคของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน: ศึกษากรณีการเยียวยาความเสียหาย*. วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต สาขากฎหมายการค้าระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เพื่อรองรับการเป็นตลาดเดียว (internal market) อันจะส่งผลให้ผู้บริโภคทั่วสหภาพยุโรปได้รับการรับรองสิทธิอย่างเดียวกันรวมถึงเพื่อให้สหภาพยุโรปมีการคุ้มครองผู้บริโภคอยู่ในระดับเดียวกัน⁵

ดังนั้น ในปี ค.ศ. 2007 คณะกรรมาธิการยุโรปจึงได้เผยแพร่แบบพิมพ์เขียวเรื่องข้อกำหนดเกี่ยวกับผู้บริโภค (Consumer Acquis)⁶ เพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของสาธารณชนเกี่ยวกับร่างข้อกำหนดดังกล่าว โดยได้ข้อสรุปว่าวิธีการเดียวที่สหภาพยุโรปจะบรรลุวัตถุประสงค์ข้างต้นได้ คือ การรับเอาเครื่องมือทางกฎหมายที่มีประสิทธิภาพและเป็นกฎหมายทั่วไปที่สามารถมีผลทั้งในระดับชาติ (national) และในการพาณิชย์ข้ามพรมแดน (cross-border commercial relations) ดังนั้น เมื่อวิเคราะห์ถึงผลกระทบแล้วเมื่อวันที่ 8 ตุลาคม 2008 คณะกรรมาธิการยุโรปได้ทำการเผยแพร่ร่างคำสั่งเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภค (Consumer Rights Directive) ซึ่งมีพื้นฐานอยู่บนหลักการและเป้าหมายในการทำให้กฎหมายมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (harmonization) และขจัดข้อขัดแย้งระหว่างข้อบังคับต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคโดยเป็นการแก้ไข ปรับปรุงและยกเลิกคำสั่ง (directives 4 ฉบับ ได้แก่ คำสั่งของคณะมนตรีแห่งสหภาพยุโรปที่ 97/7/EC (Directive 97/7/EC on the protection of consumer in respect of distance contracts) คำสั่งของคณะมนตรีแห่งสหภาพยุโรปที่ 85/577/EEC (Directive 85/577/EEC to protect consumer in respect of contracts negotiated away from business premises) คำสั่งของคณะมนตรีแห่งสหภาพยุโรปที่ 93/13/EEC (Directive 93/13/EEC on unfair terms in consumer contracts) และคำสั่งของคณะมนตรีแห่งสหภาพยุโรปที่ 99/44/EC (Directive 99/44/EC on certain aspects of the sale of consumer goods and associated guarantees) ให้มารวมกันอยู่ในฉบับเดียว คือ คำสั่งของคณะมนตรีแห่งสหภาพยุโรปที่ 2011/83 (Directive 2011/83 of the European Parliament and of the Council on consumer rights) ซึ่งเป็นการปรับเปลี่ยนหลักเกณฑ์ที่มีอยู่ในเรื่องต่าง ๆ เช่น คำนิยาม ข้อบังคับเกี่ยวกับการให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภค สิทธิของผู้บริโภคตามที่กำหนดไว้ในข้อสัญญา เป็นต้น ซึ่งวัตถุประสงค์ของการออกคำสั่งนี้ออกมาก็เพื่อกำหนดหลักการที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในเรื่องที่สำคัญๆ เพื่อเป็นการส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับที่สูงขึ้น โดยเป็นการทำกฎหมายในเรื่องสำคัญให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันเพื่อเพิ่มความแน่นอนทางด้านกฎหมายให้กับผู้บริโภคและผู้ค้า (trader) โดยผลของการทำให้กฎหมายเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันนี้จะเป็นการช่วยจัดอุปสรรคจากหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ที่มีความแตกต่างกันของรัฐ

⁵ เรื่องเดียวกัน.

⁶ Acquis is the accumulated legislation, legal acts, and court decisions which constitute the body of European Union law. The term is French: *acquis* meaning "that which has been agreed upon", and *communautaire* meaning "of the community".

ภาคีสมาชิกในเรื่องเกี่ยวกับสัญญาที่ได้ทำขึ้นระหว่างผู้บริโภคและผู้ค้าและช่วยส่งเสริมการเป็นตลาดเดียวของสหภาพยุโรป⁷

ในเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคนั้นได้มีกำหนดไว้โดยเฉพาะในสนธิสัญญาประชาคมยุโรป (EC Treaty) ข้อ 153 (หรือตรงกับสนธิสัญญาเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของสหภาพยุโรป (Treaty on the functioning of the European Union) ข้อ 169) โดยแต่เดิมนั้นในสนธิสัญญากรุงโรม (Treaty of Rome) ได้กำหนดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคไว้ แต่ยังไม่ได้มีรูปแบบที่เป็นพื้นฐานทางกฎหมาย (legal basis) ต่อมาประชาคมยุโรปก็ได้ตระหนักเกี่ยวกับเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคมากขึ้น โดยกำหนดเป็นคำสั่งของคณะมนตรีแห่งสหภาพยุโรปในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค เช่น คำสั่งของคณะมนตรีแห่งสหภาพยุโรปที่ 79/851 (Council Directive 79/851/EEC on consumer protection in the indication of the prices of foodstuffs) คำสั่งของคณะมนตรีแห่งสหภาพยุโรปที่ 84/450 (Council Directive relating to the approximation of the laws, regulations and administrative provisions of the Member States concerning misleading advertising คำสั่งของคณะมนตรีแห่งสหภาพยุโรปที่ 85/577 (Council Directive to protect the consumer in respect of contract negotiated away from business premises) (ปัจจุบันถูกยกเลิก)⁸ เป็นต้น ทั้งนี้ สนธิสัญญาประชาคมยุโรป (EC Treaty) ข้อ 95⁹ (หรือตรงกับสนธิสัญญาเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของสหภาพยุโรป ข้อ 114) ได้กำหนดให้ประชาคมยุโรปสามารถรับเอามาตรการต่าง ๆ ที่มีจุดประสงค์เพื่อทำให้กฎหมายถูกระเบียบ ข้อบังคับ ตลอดจนข้อกำหนดต่าง ๆ ของรัฐภาคีสมาชิกเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

⁷ European Commission. (2022). *Employment, Social Policy, Health and Consumer Affairs Council*. (Online). Available: <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?langId=en&catId=88&eventsId=2044&furtherEvents=yes>. [2023, April 6].

⁸ คำสั่งของคณะมนตรีแห่งสหภาพยุโรปที่ 85/577 (Council Directive to protect the consumer in respect of contract negotiated away from business premises) ปัจจุบันได้ถูกยกเลิก (repeal ไปโดยคำสั่งของคณะมนตรีแห่งสหภาพยุโรปที่ 2011/83/EU (Directive 2011/83/EU of the European Parliament and the Council on consumer rights).

⁹ EC Treaty Article 95 "1.By way of derogation from Article 94 and save where otherwise provided in this Treaty, the following provisions shall apply for the achievement of the objectives set out in Article 14. The Council shall, acting in accordance with the procedure referred to in Article 251 and after consulting the Economic and Social Committee, adopt the measures for the approximation of the provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member States which have as their object the establishment and functioning of the internal market...."

(harmonization) โดยถือเป็นพื้นฐานกฎหมายที่เกี่ยวกับผู้บริโภค (legal basis of consumer law measures)¹⁰

สำหรับเนื้อหาของสนธิสัญญาประชาคมยุโรป ข้อ 153 (หรือตรงกับสนธิสัญญาเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของสหภาพยุโรป ข้อ 169) นั้นเน้นไปที่การส่งเสริม สนับสนุนเกี่ยวกับการคุ้มครองผลประโยชน์ของผู้บริโภคในด้านต่าง ๆ อันได้แก่ การคุ้มครองผู้บริโภคในด้านสุขภาพ ความปลอดภัย ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ รวมไปถึงมีการสนับสนุนสิทธิของผู้บริโภคในด้านข้อมูล การศึกษาด้วย และเน้นไปที่การคุ้มครองผู้บริโภคในระดับสูง (high level of consumer protection)¹¹ โดยการทำให้อาณาเขตที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค โดยเฉพาะการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา โดยทำให้อาณาเขตหรือกฎเกณฑ์ในเรื่องดังกล่าวของรัฐสมาชิกเป็นไปในทิศทางเดียวกันเพื่อส่งเสริมการรวมกันเป็นตลาดเดียว (internal market) ของสหภาพยุโรป¹²

3.1.1 กฎหมายกลางในการคุ้มครองผู้บริโภคของสหภาพยุโรป

กฎหมายของสหภาพยุโรปประกอบไปด้วยรูปแบบหลัก 2 ประการ คือ ข้อบังคับ (Regulation) และข้อกำหนด (Directives)

¹⁰ European Commission. (2022). *Employment, Social Policy, Health and Consumer Affairs Council*. (Online). Available: <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?langId=en&catId=88&eventsId=2044&furtherEvents=yes>. [2023, April 6].

¹¹ EC Treaty Article 153

"1. In order to promote the interests of consumers and to ensure a high level of consumer protection, the Community shall contribute to protecting the health, safety and economic interests of consumers, as well as to promoting their right to information, education and to organize themselves in order to safeguard their interests.

2. Consumer protection requirements shall be taken into account in defining and implementing other Community policies and activities.

3. The Community shall contribute to the attainment of the objectives referred to in paragraph 1 through:

- (a) measures adopted pursuant to Article 95 in the context of the completion of the internal market;
- (b) measures which support, supplement and monitor the policy pursued by the Member States.

4. The Council, acting in accordance with the procedure referred to in Article 251 and after consulting the Economic and Social Committee, shall adopt the measures referred to in paragraph 3(b).

5. Measures adopted pursuant to paragraph 4 shall not prevent any Member State from maintaining or introducing more stringent protective measures. Such measures must be compatible with this Treaty. The Commission shall be notified of them."

¹² พงษ์พลอย สุขะพงษ์. อ่างแล้ว เชิงอรรถที่ 4.

1) ข้อบังคับ (Regulation)

ข้อบังคับ (Regulation) มีผลใช้บังคับทั่วไป คือ มีผลผูกพันทางกฎหมายโดยตรงและโดยสมบูรณ์ต่อประเทศสมาชิกทั้งหลาย โดยไม่ต้องผ่านความเห็นชอบจากรัฐสภาของประเทศสมาชิก กฎหมายภายในของรัฐสมาชิกหากมีบทบัญญัติที่ขัดแย้งต่อข้อบังคับของสหภาพแล้วให้ใช้บังคับไม่ได้ ข้อบังคับนี้จะมีผลใช้บังคับทันทีหลังจากที่ได้มีการพิมพ์ประกาศลงในจุลสารทางการ (Official Journal) ของสหภาพแล้ว¹³

โดยการออกข้อบังคับกฎหมายกลางของสหภาพยุโรปซึ่งใช้บังคับกับประเทศสมาชิกคือ ใช้วิธีแบบ Full harmonisation หรือ Maximum harmonisation ซึ่งหมายถึงการที่รัฐสมาชิกจะต้องดำเนินการออกกฎหมายในระดับเดียวกับกฎเกณฑ์กลางเท่านั้น ไม่สามารถออกกฎเกณฑ์ที่แตกต่างออกไปได้อย่างไรก็ดี แนวคิดเรื่องการประสานกฎหมายแบบการประสานความสอดคล้องเต็มรูปแบบหรือการประสานความสอดคล้องขั้นสูงสุด (Full harmonisation หรือ Maximum harmonisation) ซึ่งเป็นประเด็นที่ได้รับการวิพากษ์วิจารณ์ในทางวิชาการค่อนข้างมาก¹⁴

2) ข้อกำหนด (Directives)

ข้อกำหนด (Directives) เป็นการกำหนดแนวทางปฏิบัติให้แก่ประเทศสมาชิกในการที่จะไปดำเนินการจัดทำกฎหมาย หรือแก้ไขกฎหมายภายในที่มีอยู่ให้สอดคล้องกับบทบัญญัติของสหภาพยุโรป หากรัฐสมาชิกรัฐใดไม่ดำเนินการตามแนวปฏิบัติที่กำหนดไว้ในข้อกำหนด คณะกรรมาธิการยุโรปซึ่งทำหน้าที่ควบคุมรัฐสมาชิกให้ปฏิบัติตามกฎระเบียบของสหภาพยุโรปหลังจากที่คัดค้านชี้แนะรัฐสมาชิกนั้นแล้ว แต่ก็ยังไม่ประสงค์ที่จะกระทำตาม ก็สามารถจะนำคดีเสนอต่อศาลยุติธรรมแห่งสหภาพยุโรปได้ อย่างไรก็ดี แม้ว่ารัฐสมาชิกนั้นจะไม่ประสงค์ที่จะดำเนินการแก้ไขกฎหมายภายในประเทศของตนก็ตาม แต่ก็ให้ถือว่าข้อกำหนดนั้นมีผลผูกพันใช้บังคับแก่รัฐนั้น โดยข้อกำหนดมีผลบังคับเป็นการทั่วไปซึ่งจะมีผลผูกพันเฉพาะประเทศสมาชิกที่ข้อกำหนดระบุถึง แต่ประเทศสมาชิกนั้นจะใช้รูปแบบและวิธีการใดก็ได้เพื่อให้เกิดผลตามข้อกำหนดนั้น กฎหมายสหภาพยุโรปที่มีลักษณะเป็นข้อกำหนดนี้เป็นการคงไว้ซึ่งอำนาจอธิปไตยของประเทศสมาชิกและเป็นการแสดงความร่วมมือระหว่างสหภาพยุโรปและประเทศสมาชิก ทั้งนี้ข้อกำหนดจะมีผลบังคับใช้หลังจากที่สหภาพได้แจ้งให้ประเทศผู้เกี่ยวข้องทราบแล้ว¹⁵

¹³ สกฤตพงษ์ ตรีสมพงษ์. (2563). *แนวทางการพัฒนากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับเนื้อหาดิจิทัล*. วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. หน้า 39.

¹⁴ เอมภา เตชะอภัยคุณ. (2555). *มาตรฐานการคุ้มครองผู้บริโภคกับการก่อตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนศึกษาที่มาความจำเป็น และสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน*. *วารสารนิติศาสตร์*, 3 (41).

¹⁵ สกฤตพงษ์ ตรีสมพงษ์. อ้างแล้ว เจริญธรรมที่ 13. หน้า 39.

สิทธิของผู้บริโภคนั้นสอดคล้องกับหลักการของการส่งเสริมช่วยเหลือและความสมดุลสหภาพยุโรปจะต้องดำเนินการตามความจำเป็นเพื่อให้การคุ้มครองผู้บริโภคในระดับที่เพียงพอและเทียบเท่า ซึ่งสหภาพยุโรปใช้เครื่องมือทางกฎหมาย คือ คำสั่ง (Directive) ไม่ได้ใช้บังคับโดยตรงกับประเทศสมาชิก แต่เป็นคำสั่งที่มีวัตถุประสงค์ที่จะวางกรอบคำสั่งเพื่อให้เป็นแนวทางสำหรับประเทศสมาชิกสหภาพยุโรปสามารถนำไปปรับปรุงกฎหมายแห่งชาติของตนให้เหมาะสมกับบริบทของแต่ละประเทศ ซึ่งในปัจจุบันมี EU Directive ที่ครอบคลุมถึงปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคประมาณ 90 ฉบับ¹⁶ สหภาพยุโรป มีแนวคิดเรื่องผู้บริโภคที่ประสงค์จะให้ประเทศสมาชิกได้มีในแนวทางที่ไม่แตกต่างกันมากนัก จึงได้มี EU Consumer Rights Directive 2011 (DIRECTIVE 2011/83/EU of The European Parliament and of The Council of 25 October 2011 on consumer rights) เป็นคำสั่งที่เป็นข้อกำหนดการคุ้มครองผู้บริโภคมี 6 หมวด 32 ข้อ¹⁷

3.1.2 นิยามศัพท์และสิทธิในการโฆษณาของสหภาพยุโรป

กฎหมายสหภาพยุโรปที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค ทั้งหมดจะอยู่ในรูปแบบของข้อกำหนด (Directives) ซึ่งจะถูกนำไปเป็นต้นแบบในการร่างกฎหมายของประเทศสมาชิก โดยข้อกำหนดและร่างข้อเสนอข้อกำหนดฉบับสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสิทธิผู้บริโภคในการโฆษณา กำหนดอยู่ใน Directive 2006/114/EC (Misleading and Comparative Advertising Directive)¹⁸ ซึ่งให้ความคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับผลกระทบและความเสียหายจากผู้ขายสินค้าที่โฆษณาสินค้าด้วยข้อความอันเป็นเท็จและโฆษณาชวนเชื่อให้เกิดความหลงผิดหรือเข้าใจผิดในตัวสินค้านอกจากนี้ ยังรวมถึงการหลอกลวงผู้บริโภคให้เข้าทำสัญญาซื้อขายสินค้าด้วยข้อความที่ใช้ในการโฆษณาโดยส่งมอบสินค้าหรือบริการที่ไม่มีคุณภาพตามที่โฆษณาไว้ให้ เป็นต้น โดยมีรายละเอียดกฎหมายในส่วนที่เกี่ยวข้องกับวิจัย ดังนี้

1) นิยามศัพท์ของสหภาพยุโรป

นิยามศัพท์ของคำว่า “โฆษณา” ปรากฏตาม Directive 2006/114/EC (Misleading and Comparative Advertising Directive) มาตรา 2 กล่าวคือ

¹⁶ อานิตยา มาบัว. อ่างแล้ว เชิงอรรถที่ 1. หน้า 140.

¹⁷ Directive 2011/83/Eu of The European Parliament and of The Council of 25 October 2011 on consumer rights.

¹⁸ Directive 2006/114/Ec of The European Parliament and of the Council of 12 December 2006 concerning misleading and comparative advertising.

“การโฆษณา” หมายความว่า การแสดงออกในรูปแบบใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการค้า ธุรกิจ งานฝีมือ หรือวิชาชีพ เพื่อส่งเสริมการจัดหาสินค้าหรือบริการ รวมทั้งอสังหาริมทรัพย์ สิทธิ และภาระผูกพัน¹⁹

2) สิทธิในการโฆษณาของสหภาพยุโรป

สิทธิของผู้บริโภคในการโฆษณาของสหภาพยุโรป ปรากฏตาม Directive 2006/114/EC (Misleading and Comparative Advertising Directive) มาตรา 3 กล่าวคือ

“ในการพิจารณาว่าการโฆษณาทำให้เข้าใจผิดหรือไม่ จะต้องคำนึงถึงคุณสมบัติทั้งหมด และโดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกัน:

(a) ลักษณะของสินค้าหรือบริการ เช่น ความพร้อมในการมีของจำหน่าย, ธรรมชาติ, การดำเนินการ, องค์กรประกอบ, วิธีการและวันที่ผลิตหรือเตรียมการ, ความเหมาะสมสำหรับวัตถุประสงค์ที่ใช้งาน, การใช้งาน, ปริมาณ, ข้อมูลจำเพาะ, แหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์ หรือแหล่งกำเนิดเชิงพาณิชย์ หรือผลลัพธ์ที่คาดหวังจากการใช้, ผลลัพธ์และคุณลักษณะที่เป็นสาระสำคัญของการทดสอบหรือการตรวจสอบที่ดำเนินการกับสินค้าหรือบริการ

(b) ราคาหรือวิธีการคำนวณราคา และเงื่อนไขในการจัดหาสินค้าหรือการให้บริการ

(c) ลักษณะ คุณลักษณะ และสิทธิของผู้โฆษณา เช่น ตัวตนและทรัพย์สินของเขา คุณสมบัติและความเป็นเจ้าของสิทธิในทรัพย์สินทางอุตสาหกรรม, เชิงพาณิชย์, เชิงทรัพย์สินทางปัญญา หรือรางวัลและความมีชื่อเสียง”²⁰

¹⁹ Directive 2006/114/Ec of The European Parliament and of The Council of 12 December 2006 concerning misleading and comparative advertising *Article 2* For the purposes of this Directive:

(a) ‘advertising’ means the making of a representation in any form in connection with a trade, business, craft or profession in order to promote the supply of goods or services, including immovable property, rights and obligations;

²⁰ Directive 2006/114/Ec of The European Parliament and of the Council of 12 December 2006 concerning misleading and comparative advertising *Article 3*

In determining whether advertising is misleading, account shall be taken of all its features, and in particular of any information it contains concerning:

(a) the characteristics of goods or services, such as their availability, nature, execution, composition, method and date of manufacture or provision, fitness for purpose, uses, quantity, specification, geographical or commercial origin or the results to be expected from their use, or the results and material features of tests or checks carried out on the goods or services;

3.1.3 หน่วยงานและบทบาทหน้าที่ในการคุ้มครองผู้บริโภคของสหภาพยุโรป

การเกิดขึ้นของหน่วยงานในสหภาพยุโรปนั้น เกิดขึ้นเมื่อประเทศในประชาคมยุโรป ลงนามในสนธิสัญญามาสทริชต์ (Treaty of Maastricht) หรือชื่ออย่างเป็นทางการว่า สนธิสัญญาว่าด้วยสหภาพยุโรป (Treaty on European Union) ณ เมืองมาสทริชต์ ราชอาณาจักรเนเธอร์แลนด์ เมื่อวันที่ 7 กุมภาพันธ์ 1992 มีผลให้สหภาพยุโรปถูกจัดตั้งขึ้น และนำไปสู่การก่อตั้งเงินสกุลเดียวของยุโรปคือยูโร ตามสนธิสัญญา สหภาพยุโรปจะก่อตั้งขึ้นบนประชาคมยุโรป ซึ่งเป็นเสาหลักแรก และมีความร่วมมือ 2 ด้าน อันเป็นเสาหลักที่ 2 และ 3 ได้แก่ นโยบายต่างประเทศและความมั่นคงร่วม (Common Foreign and Security Policy: CFSP) และความยุติธรรมและกิจการภายใน (Justice and Home Affairs: JHA)²¹

โดยตามสนธิสัญญาว่าด้วยสหภาพยุโรป (Treaty on European Union) ได้กำหนดโครงสร้างการทำงานของ EU²² ประกอบด้วย 4 สถาบันเสาหลัก ได้แก่ สภายุโรป (European Parliament) คณะมนตรียุโรป (European Council) คณะกรรมาธิการยุโรป (European Commission) และคณะมนตรีแห่งสหภาพยุโรป (Council of the European Union)

1) หน่วยงานในการคุ้มครองผู้บริโภคของสหภาพยุโรป

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคของสหภาพยุโรปซึ่งมีอำนาจและความสำคัญต่อการดำเนินงานของ EU โดยในส่วนตัวดูแลกฎหมายกลางและบังคับใช้กฎหมายคือ “คณะกรรมาธิการยุโรป (European Commission)”²³ ตามสนธิสัญญาว่าด้วยสหภาพยุโรป (Treaty

(b) the price or the manner in which the price is calculated, and the conditions on which the goods are supplied or the services provided;

(c) the nature, attributes and rights of the advertiser, such as his identity and assets, his qualifications and ownership of industrial, commercial or intellectual property rights or his awards and distinctions.

²¹ The Standard. (2566). 7 กุมภาพันธ์ 1992 – ชาติยุโรปลงนามสนธิสัญญามาสทริชต์ นำไปสู่การก่อตั้งสหภาพยุโรป. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://thestandard.co/onthisday07021992/>. [2566, 7 พฤษภาคม].

²² Treaty on European Union Article 13

1. The Union shall have an institutional framework which shall aim to promote its values, advance its objectives, serve its interests, those of its citizens and those of the Member States, and ensure the consistency, effectiveness and continuity of its policies and actions. The Union's institutions shall be: the European Parliament, the European Council, the Council, the European Commission (hereinafter referred to as ‘the Commission’), the Court of Justice of the European Union, the European Central Bank, the Court of Auditors.

²³ กรมยุโรป กระทรวงการต่างประเทศ. (2561). สหภาพยุโรป (The European Union - EU). (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://europetouch.mfa.go.th/th/content/89715->. [2566, 7 พฤษภาคม].

on European Union) มาตรา 13 โดยประกอบด้วยกรรมาธิการ 27 คน ซึ่งเป็นคนชาติ 1 คนแต่ละรัฐสมาชิก ตามมาตรา 17 ข้อ 4²⁴

คณะกรรมาธิการยุโรป (European Commission) ประกอบด้วยคณะผู้บริหารสูงสุด เรียกว่า College of Commissioners จำนวน 27 คน และข้าราชการประจำจำนวนประมาณ 25,000 คน คณะผู้บริหารฯ ประกอบด้วยประธานคณะกรรมาธิการ 1 คน และกรรมาธิการอีก 27 คน (ตามจำนวนรัฐสมาชิก 27 ประเทศ) มีวาระการดำรงตำแหน่ง 5 ปี และได้รับการแต่งตั้งโดยคณะมนตรีแห่งสหภาพยุโรป โดยความเห็นชอบของสภายุโรป (ซึ่งมีอำนาจลงมติไม่รับรองคณะผู้บริหารคณะกรรมาธิการยุโรปทั้งคณะ แต่ไม่มีอำนาจที่จะเลือกไม่รับรองกรรมาธิการเป็นรายบุคคล) คณะกรรมาธิการยุโรปเป็นสถาบันหลักในด้านการบริหารของ EU ตั้งอยู่ ณ กรุงบรัสเซลส์ ราชอาณาจักรเบลเยียม มีหน้าที่ในการเสนอร่างกฎระเบียบของ EU ซึ่งจะต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะมนตรีแห่งสหภาพยุโรปและสภายุโรป (ในกรณีทั่วไปโดยส่วนใหญ่) ก่อนที่รัฐสมาชิก EU และ/หรือสถาบันของ EU ที่เกี่ยวข้องจะนำไปปฏิบัติ นอกจากนี้คณะกรรมาธิการยุโรปมีบทบาทสำคัญในการปกป้องผลประโยชน์ร่วมของ EU และทำหน้าที่กำกับดูแลการปฏิบัติตามกฎระเบียบของ EU (Guardian of the Treaties) ของรัฐสมาชิก หากตรวจพบการละเมิดกฎระเบียบของ EU คณะกรรมาธิการยุโรปมีอำนาจที่จะฟ้องร้องต่อศาลยุติธรรมแห่งสหภาพยุโรป (Court of Justice of the European Union)²⁵

คณะกรรมาธิการยุโรปรักษามาตรฐานในการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับประชาคม ขณะเดียวกัน ก็พยายามขจัดสิ่งกีดกันในทางการค้า ในสมุดปกขาวฉบับปี ค.ศ. 1985 ว่าด้วยการรวมตลาดยุโรปให้เสร็จสมบูรณ์นี้ คณะกรรมาธิการยุโรปได้หันไปใช้ “วิถีทางใหม่” ในการดำเนินนโยบายคุ้มครองผู้บริโภค กล่าวคือ นับตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา คณะมนตรีจะลงมติผ่านข้อกำหนดที่เป็นการคุ้มครองด้านสุขภาพและความปลอดภัยตามประเภทของผลิตภัณฑ์คราวละประเภท ดังนั้นจึงไม่จำเป็นต้องทำให้มาตรการทางกฎหมายของประเทศสมาชิกเป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วทั้งประชาคมตามชนิดของสินค้า ผู้เชี่ยวชาญจากองค์การมาตรฐานสินค้าระดับยุโรปในภาคเอกชน เช่น คณะกรรมการพิจารณามาตรฐานแห่งยุโรป (European Committee for Standardization หรือ

²⁴ Treaty on European Union Article 17

4.The Commission appointed between the date of entry into force of the Treaty of Lisbon and 31 October 2014, shall consist of one national of each Member State, including its President and the High Representative of the Union for Foreign Affairs and Security Policy who shall be one of its Vice-Presidents.

²⁵ กรรมาธิการยุโรป กระทรวงการต่างประเทศ. (2561). *สหภาพยุโรป (The European Union - EU)*. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://europetouch.mfa.go.th/th/content/89715->. [2566, 7 พฤษภาคม].

CEN) และคณะกรรมการกำหนดมาตรฐานด้านอิเล็กทรอนิกส์โทรเทคนิกแห่งยุโรป (European Committee for Electrotechnical Standardization) ได้รับมอบอำนาจให้ร่างมาตรฐานทางเทคนิคให้แก่มาตรการในด้านความปลอดภัยที่จำเป็นในแต่ละประเภทผลิตภัณฑ์ เครื่องหมาย CE จะถือเป็นตราอนุมัติและรับประกันว่าสินค้าดังกล่าวได้มาตรฐานขั้นต่ำในการคุ้มครองผู้บริโภค²⁶

นับตั้งแต่ปี ค.ศ. 1987 เป็นต้นมา ได้มีการหันไปใช้ “หลักการยอมรับมาตรฐานซึ่งกันและกันของประเทศสมาชิก” (Mutual Recognition) แทนที่ หลักการสร้างมาตรฐานเดียวกันทั่วประชาคมยุโรป (Harmonization of Standards) ในเรื่องผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ จึงเท่ากับว่า ผลิตภัณฑ์ใดก็ตามที่ผลิตและวางจำหน่ายอย่างถูกต้องตามกฎหมายในประเทศสมาชิกประเทศใดประเทศหนึ่งของประชาคมยุโรปก็ถือว่าได้มาตรฐานที่จะวางจำหน่ายในประเทศสมาชิกอื่น ๆ ด้วย²⁷

หลักการใหม่นี้เป็นผลมาจากคำพิพากษาของศาลยุติธรรมแห่งยุโรปในคดี “Cassis de Dijon” อย่างไรก็ดี แม้ว่าหลักการใหม่นี้จะมีผลดีในการเพิ่มตัวเลือกสินค้าให้แก่ผู้บริโภคแต่ละขณะเดียวกันก็มีข้อเสีย กล่าวคือ สินค้าสามารถจะวางจำหน่ายได้ทั่วยุโรปโดยที่กระบวนการผลิตของประเทศสมาชิกอาจจะมีข้อบกพร่อง ด้วยเหตุนี้การให้สินค้าไหลเวียนอย่างไวเสรีในตลาดยุโรปจึงต้องถูกควบคุมเพื่อผลประโยชน์ของผู้บริโภค²⁸

องค์กรเพื่อผู้บริโภคใน EU และประเทศอื่นในแถบยุโรป ได้ร่วมกันจัดตั้ง องค์กรผู้บริโภคแห่งยุโรป หรือ The European Consumer Organization หรือชื่อในภาษาฝรั่งเศสคือ Bureau European des Unions de Consommateurs (BEUC)²⁹ ขึ้น โดยมีฐานะเป็นองค์กรอิสระที่ไม่แสวงหากำไร ทำหน้าที่ในการพิทักษ์สิทธิพื้นฐานของผู้บริโภค ซึ่งมีจำนวน 8 ข้อ กล่าวคือ

- (1) สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยในการบริโภคสินค้าและบริการ
- (2) สิทธิที่จะได้รับข้อมูลข่าวสารครบถ้วน
- (3) สิทธิในการเลือกสินค้าและบริการอย่างเสรี
- (4) สิทธิที่จะร้องเรียนขอความเป็นธรรมจากการบริโภคสินค้าหรือบริการ
- (5) สิทธิที่จะได้รับการชดเชยความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการบริโภคสินค้าหรือ

บริการ

²⁶ อิศราภักดิ์ พชรธนา. (2563). *มาตรการทางกฎหมายในการกำหนดการใช้สารให้ความหวานในอาหารและเครื่องดื่ม*. วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

²⁷ เรื่องเดียวกัน

²⁸ อิศราภักดิ์ พชรธนา. อ้างแล้ว เจริญธรรมที่ 26.

²⁹ วิกีพีเดีย. (2566). *องค์กรผู้บริโภคแห่งยุโรป*. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: https://hmong.in.th/wiki/European_Consumers'_Bureau. [2566, 7 พฤษภาคม].

(6) สิทธิที่จะได้รับความรู้เกี่ยวกับการบริโภคสินค้าหรือบริการ

(7) สิทธิที่จะได้รับสิ่งจำเป็นในการดำรงชีวิต

(8) สิทธิที่จะอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่สะอาดปลอดภัย³⁰

2) บทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการยุโรปในการคุ้มครองผู้บริโภคของสหภาพยุโรป เมื่อพิจารณาตามสนธิสัญญาว่าด้วยสหภาพยุโรป (Treaty on European Union) มีการกำหนดบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการยุโรป (European Commission) ไว้หลายมาตราด้วยกัน ผู้เขียนขอยกมาตราหลักที่กำหนดบทบาทหน้าที่โดยภาพรวมของคณะกรรมการยุโรป (European Commission) โดยสามารถสรุปเนื้อหาพอสังเขปได้ดังนี้

(1) คณะกรรมการยุโรปดำเนินการให้คำปรึกษากับฝ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้แน่ใจว่าการดำเนินการของสหภาพมีความสอดคล้องและโปร่งใส ตามมาตรา 11³¹

(2) คณะกรรมการยุโรปจะส่งเสริมผลประโยชน์ทั่วไปของสหภาพและดำเนินการริเริ่มที่เหมาะสมเพื่อจุดประสงค์นั้น ต้องประกันการใช้สนธิสัญญาและมาตรการที่สถาบันต่าง ๆ ปฏิบัติตามสนธิสัญญากำหนด และดูแลการใช้กฎหมายของสหภาพภายใต้การควบคุมของศาลยุติธรรมแห่งสหภาพยุโรป และ ดำเนินการงบประมาณและจัดการหน่วยงาน ต้องทำหน้าที่ประสานงาน บริหารและจัดการ ตามที่กำหนดไว้ในสนธิสัญญา ยกเว้นนโยบายต่างประเทศและความมั่นคงทั่วไป และกรณีอื่น ๆ ที่กำหนดไว้ในสนธิสัญญา ต้องรับประกันการเป็นตัวแทนภายนอกของสหภาพ จะต้องจัดทำแผนรายงานประจำปีและหลายปีของสหภาพ โดยมีจุดประสงค์เพื่อให้บรรลุข้อตกลงระหว่างสถาบัน ตามมาตรา 17 ข้อที่ 1³²

³⁰ อิศราภรณ์ พรรณา. อ้างแล้ว เจริญรอดที่ 26.

³¹ Treaty on European Union Article 11

The European Commission shall carry out broad consultations with parties concerned in order to ensure that the Union's actions are coherent and transparent.

³² Treaty on European Union Article 17

1. The Commission shall promote the general interest of the Union and take appropriate initiatives to that end. It shall ensure the application of the Treaties, and of measures adopted by the institutions pursuant to them. It shall oversee the application of Union law under the control of the Court of Justice of the European Union. It shall execute the budget and manage programmes. It shall exercise coordinating, executive and management functions, as laid down in the Treaties. With the exception of the common foreign and security policy, and other cases provided for in the Treaties, it shall ensure the Union's external representation. It shall initiate the Union's annual and multiannual programming with a view to achieving interinstitutional agreements.

(3) การกระทำนิติบัญญัติของสหภาพอาจนำมาใช้ได้เฉพาะตามข้อเสนอของ คณะกรรมาธิการ ยกเว้นในกรณีที่สนธิสัญญากำหนดไว้เป็นอย่างอื่น การกระทำอื่น ๆ จะต้องถูก นำมาใช้บนพื้นฐานของข้อเสนอของคณะกรรมาธิการตามที่สนธิสัญญากำหนดไว้ ตามมาตรา 17 ข้อที่ 2³³

(4) ประธานคณะกรรมาธิการยุโรป จะต้องวางแผนปฏิบัติภายในที่คณะกรรมาธิการ จะต้องทำงาน ตามมาตรา 17 ข้อที่ 6(a)³⁴

กล่าวโดยสรุปภาพรวมบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมาธิการยุโรปมีหน้าที่หลักดังนี้³⁵

1. การทำหน้าที่เป็นฝ่ายบริหารงบประมาณ

แม้ว่าในทางปฏิบัตินั้นการใช้งบประมาณของสหภาพยุโรปจะเกิดขึ้นในระดับ รัฐบาลหรือในระดับท้องถิ่น แต่คณะกรรมาธิการยุโรปในฐานะฝ่ายบริหารของสหภาพยุโรปก็มี หน้าที่ควบคุมดูแลงบประมาณประจำปีร่วมกับศาลผู้ตรวจสอบบัญชียุโรป (European Court of Auditions) เพื่อให้การบริหารระบบการเงินเป็นไปอย่างโปร่งใส³⁶

โดยสรุปคือ คณะกรรมาธิการยุโรปมีหน้าที่ในฐานะที่เป็นฝ่ายบริหารของ EU มีหน้าที่ในการนำกฎหมาย การจัดสรรงบประมาณ และนโยบายระดับ EU ไปปฏิบัติ³⁷

2. การใช้อำนาจนิติบัญญัติโดยเสนอร่างกฎหมายของสหภาพยุโรป

คณะกรรมาธิการยุโรปเป็นสถาบันเดียวที่มีสิทธิขาดในการเสนอร่างกฎหมาย (right of initiative to draft legislation) เพื่อยื่นต่อคณะมนตรีแห่งสหภาพยุโรปและรัฐสภายุโรป ให้ร่วมกันพิจารณา การผูกขาดอำนาจในการเสนอร่างกฎหมายนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความเป็น

³³ Treaty on European Union Article 17

2.Union legislative acts may only be adopted on the basis of a Commission proposal, except where the Treaties provide otherwise. Other acts shall be adopted on the basis of a Commission proposal where the Treaties so provide.

³⁴ Treaty on European Union Article 17

6(a) The President of the Commission shall: lay down guidelines within which the Commission is to work;

³⁵ Europa European Union institution and other bodies. (2023). *The European Commission*. (Online). Available: https://web.archive.org/web/20070623104055/http://europa.eu/institutions/inst/comm/index_en.htm. [2023, June 8].

³⁶ Europa European Union institution and other bodies. (2023). *The European Commission*. (Online). Available: https://web.archive.org/web/20070623104055/http://europa.eu/institutions/inst/comm/index_en.htm. [2023, June 8].

³⁷ กรมยุโรป กระทรวงการต่างประเทศ. (2561). *สหภาพยุโรป (The European Union - EU)*. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://europetouch.mfa.go.th/th/content/89715->. [2566, 7 พฤษภาคม].

เอกภาพและความต่อเนื่องให้กับกระบวนการร่างกฎหมายของสหภาพยุโรป อย่างไรก็ตาม ใด ๆ ก็ดี ร่างกฎหมายที่คณะกรรมการยุโรปเสนอนั้นต้องเป็นนโยบายร่วมของประชาคมภายใต้เสาหลักที่ 1 เท่านั้น คณะกรรมการยุโรปจึงต้องทำงานใกล้ชิดกับรัฐบาลของรัฐสมาชิกรวมถึงองค์กรที่ปรึกษาอื่นๆ เช่น คณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งยุโรปและคณะกรรมการภูมิภาคเพื่อรับทราบสถานการณ์ ความเคลื่อนไหว รวมถึงปัญหาที่เกิดขึ้นเพื่อให้การกำหนดนโยบายของสหภาพยุโรปเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและตอบสนองต่อผลประโยชน์ของพลเมืองของสหภาพมากที่สุด³⁸

โดยสรุปคือ คณะกรรมการยุโรปมีหน้าที่ริเริ่มร่างกฎหมายและเสนอให้คณะมนตรีแห่งสหภาพยุโรป และสภายุโรป (ในกรณีส่วนใหญ่) พิจารณาให้ความเห็นชอบก่อนที่ประเทศสมาชิก EU และ/หรือสถาบันของ EU ที่เกี่ยวข้องจะนำไปปฏิบัติ³⁹

3. การดูแลให้รัฐสมาชิกปฏิบัติตามสนธิสัญญาของสหภาพยุโรป

เมื่อร่างกฎหมายผ่านการพิจารณาโดยคณะมนตรีแห่งสหภาพยุโรปและรัฐสภายุโรปเรียบร้อยแล้วก็จะมีผลบังคับใช้อย่างเป็นทางการ คณะกรรมการยุโรปมีหน้าที่ดูแลให้รัฐสมาชิกปฏิบัติตามกฎหมายของสหภาพอย่างเคร่งครัด ในกรณีที่รัฐสมาชิกหรือสถาบันของสหภาพยุโรปละเมิดกฎหมายของสหภาพคณะกรรมการยุโรปจะดำเนินการแจ้งต่อรัฐบาลหรือสถาบันเพื่อให้ชี้แจงสาเหตุของการละเมิดกฎหมาย หากเหตุผลของรัฐหรือสถาบันนั้นยังไม่เพียงพอ คณะกรรมการยุโรปจะเป็นผู้ร้องต่อศาลยุติธรรมยุโรปให้พิจารณาตัดสิน หน้าที่ดังกล่าวทำให้คณะกรรมการยุโรปได้รับสมญาว่า “ผู้ปกป้องสนธิสัญญา” (Guardian of the Treaties)

นอกจากหน้าที่ในการเป็นผู้ดูแลให้รัฐสมาชิกปฏิบัติตามกฎหมายของสหภาพแล้ว คณะกรรมการยุโรปยังมีอำนาจในการควบคุมการใช้งบประมาณของสหภาพยุโรปร่วมกับศาลผู้ตรวจสอบบัญชียุโรปเพื่อให้เกิดความโปร่งใสอีกด้วย⁴⁰

โดยสรุปคือ คณะกรรมการยุโรปมีหน้าที่พิทักษ์รักษาสนธิสัญญาต่าง ๆ และทำงานร่วมกับศาลยุติธรรมยุโรป ในการดูแลให้กฎหมาย EU ถูกนำไปใช้อย่างเหมาะสม⁴¹

³⁸ Europa European Union institution and other bodies. (2023). *The European Commission*. (Online). Available: https://web.archive.org/web/20070623104055/http://europa.eu/institutions/inst/comm/index_en.htm. [2023, June 8].

³⁹ กรมยุโรป กระทรวงการต่างประเทศ. (2561). *สหภาพยุโรป (The European Union - EU)*. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://europetouch.mfa.go.th/th/content/89715->. [2566, 7 พฤษภาคม].

⁴⁰ Europa European Union institution and other bodies. (2023). *The European Commission*. (Online). Available: https://web.archive.org/web/20070623104055/http://europa.eu/institutions/inst/comm/index_en.htm. [2023, June 8].

⁴¹ กรมยุโรป กระทรวงการต่างประเทศ. (2561). *สหภาพยุโรป (The European Union - EU)*. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://europetouch.mfa.go.th/th/content/89715->. [2566, 7 พฤษภาคม].

4. การเป็นตัวแทนของสหภาพยุโรปในเวทีระหว่างประเทศ

ในฐานะที่เป็นฝ่ายบริหารของสหภาพยุโรป คณะกรรมาธิการยุโรปต้องทำหน้าที่เป็นตัวแทนและแสดงจุดยืนของรัฐสมาชิกในภาพรวม เช่น ในการประชุมระหว่างประเทศขององค์กรที่รัฐสมาชิกของสหภาพยุโรปมีส่วนร่วม อาทิสหประชาชาติ การประชุมสุดยอดผู้นำกลุ่มประเทศอุตสาหกรรมชั้นนำหรือจีแปด (G8) โดยประธานคณะกรรมาธิการหรือในบางกรณีอาจรวมถึงกรรมาธิการด้านกิจการต่างประเทศ (External Affairs Commissioner) จะเป็นตัวแทนของคณะกรรมาธิการในการประชุมแต่ละครั้ง นอกจากนี้คณะกรรมาธิการยุโรปได้จัดตั้งสำนักงานคณะผู้แทนคณะกรรมาธิการยุโรป (Delegation of the European Commission) ซึ่งมีสถานะเทียบเท่าสถานเอกอัครราชทูตในทุกภูมิภาคทั่วโลกเพื่อดูแลความร่วมมือและกระชับความสัมพันธ์ในกรอบของสหภาพยุโรปและประเทศต่าง ๆ ทั้งนี้สำนักงานดังกล่าวจะไม่ทำหน้าที่ด้านกงสุล เช่น การออกวีซ่า ซึ่งเป็นความรับผิดชอบของสถานทูตของแต่ละรัฐสมาชิกที่ประจำอยู่ในประเทศต่าง ๆ เป็นต้น⁴²

โดยสรุปคือ คณะกรรมาธิการยุโรปมีหน้าที่เป็นตัวแทนของ EU ในเวทีการเมืองระหว่างประเทศ และทำหน้าที่ในการเจรจาต่อรองข้อตกลงระหว่างประเทศ โดยส่วนใหญ่จะเป็นการเจรจาในเรื่องการค้าและความร่วมมือระหว่างกัน⁴³

3.2 มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในการโฆษณาของกลุ่ม CLMVT

เนื่องจากกลุ่ม CLMVT ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มประเทศที่ได้มีการรวมตัวกัน ประกอบด้วยราชอาณาจักรกัมพูชา (Kingdom of Cambodia) สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (The Lao People's Democratic Republic of Lao PDR) สหภาพพม่า (Union of Myanmar) สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม (The Socialist Republic of Vietnam) และ ราชอาณาจักรไทย (Kingdom of Thailand) ซึ่งทั้ง 5 ประเทศต่างมีกฎหมายที่คุ้มครองผู้บริโภคที่แตกต่างกัน จึงควรพิจารณาหลักกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

⁴² Europa European Union institution and other bodies. (2023). *The European Commission*. (Online). Available: https://web.archive.org/web/20070623104055/http://europa.eu/institutions/inst/comm/index_en.htm. [2023, June 8].

⁴³ กรมยุโรป กระทรวงการต่างประเทศ. (2561). *สหภาพยุโรป (The European Union - EU)*. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://europetouch.mfa.go.th/th/content/89715->. [2566, 7 พฤษภาคม].

3.2.1 กฎหมายสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ในเริ่มแรกนั้น สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ไม่มีกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค หรือหน่วยงานในการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นการเฉพาะ เนื่องจากถือเป็นเรื่องใหม่มาสำหรับ สมาชิกสภานิติบัญญัติลาวเช่นเดียวกับนานาอารยประเทศด้วยความไม่พร้อมของระบบกฎหมาย และความสามารถที่จำกัดในการบริหาร

สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวเริ่มมีการคุ้มครองผู้บริโภคด้วยพระราชกฤษฎีกา เพื่อการควบคุมราคาสินค้าโดยกระทรวงพาณิชย์ ซึ่งกำกับเรื่องถึงสิทธิและหน้าที่ของผู้ประกอบการในการค้าและการผลิต ผู้ประกอบการจะต้องมีบัญชีตามกฎหมายโดยระบุรายราคาสินค้าที่ผลิตเพื่อขาย ให้ความร่วมมือกับเจ้าหน้าที่ในการตรวจสอบราคาสินค้า และมีสิทธิยื่นข้อร้องเรียนหรืออุทธรณ์เกี่ยวกับการตรวจสอบและการปฏิบัติที่ไม่ดี⁴⁴

สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวได้มีการออก กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค ตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค เลขที่ 02 สภาแห่งชาติ ณ นครหลวงเวียงจันทน์ ลงวันที่ 30 มิถุนายน 2553 (Law on Consumer Protection in Lao People's Democratic Republic No. 02/NA Vientiane Capital, Dated 30 June 2010) โดยกำหนดหลักการ ระเบียบการและมาตรการเกี่ยวกับการดำเนินการ การควบคุม การติดตาม การตรวจสอบ ในการขับเคลื่อนงานคุ้มครองผู้บริโภค รับประกันประโยชน์ และความปลอดภัยของผู้บริโภคจากผลกระทบในทางเสียเปรียบอันเนื่องมาจากการบริโภคสินค้า และการบริการเพื่อให้สังคมมีความยุติธรรม ความสงบ ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนดีขึ้น ประกอบกับมีส่วนช่วยในการพัฒนาเศรษฐกิจสังคมอีกด้วย⁴⁵

1) นิยามศัพท์ของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

นิยามศัพท์ในกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว บัญญัติในกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค เลขที่ 02 (Consumer Protection Law (No. 02)) ส่วนที่ 1 ความทั่วไป (Part 1 General Provisions) มีความหมายตามมาตรา 3⁴⁶ ดังนี้

⁴⁴ Competition Law in The World. (2023). *Laopeoples' Democratic Republic. Consumer Protection*. (Online). Available: http://www.cuts-international.org/7up2/LAO_PDR_comp_preliminary.doc. [2023, June 10].

⁴⁵ ACCP. (2014). *Law on Consumer Protection, "The Implementation and Enforcement of Consumer Protection in Lao PDR"*. (Online). Available: <http://www.aseanconsumer.org/misc/downloads/usftc-s-Lao-PDR-Phithleudeth-Vongwath.pdf>. [2023, June 10].

⁴⁶ Consumer Protection Law (No. 02) Article 3 Definitions

The terms used in this Law shall have the meanings as described below:

"ผู้บริโภค" หมายถึง บุคคล นิติบุคคล หรือ องค์กร ที่ซื้อหรือใช้สินค้า และการบริการ อย่างถูกต้อง โดยไม่มีจุดประสงค์ทางการค้า

"การโฆษณาทางกว้าง" หมายถึง การโฆษณาผ่านป้ายโฆษณาประเภทต่าง ๆ ตาม สถานที่สาธารณะ และการเปิดตัวสินค้า และการบริการใหม่

2) การคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณาของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

(1) สิทธิของผู้บริโภค

กฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภค มีหลักการพื้นฐานเกี่ยวกับการคุ้มครอง ผู้บริโภคตามมาตรา 5⁴⁷ กล่าวโดยเฉพาะ คือ

(1.1) คุ้มครองผู้บริโภคไปพร้อมกับการส่งเสริมการผลิตภายใน การรับประกัน การผลิต การนำเข้า การจำหน่ายสินค้า และการบริการ ให้มีคุณภาพได้มาตรฐานตามที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้กำหนดไว้

(1.2) คุ้มครองความปลอดภัยและผลประโยชน์ของผู้บริโภค

1. Consumer means an individual, a legal entity or an organization who buys and uses the goods and the services legally without trading purpose;

4. Service means the serving, the permission for using, the giving of benefit in the property with the purpose of receiving compensation in forms of cash or any other kinds of benefits.

5. Contract means the agreement between the consumer and the supplier for purchasing or selling the goods or using and providing the services;

6. Horizontal advertising means different types of billboard advertisements in public areas and at launching ceremony of new goods and services.

⁴⁷ Consumer Protection Law (No. 02) Article 5 Basic Principles of the Consumer Protection The consumer protection shall comply with the following principles:

1. The protection of consumers shall be conducted in parallel with the promotion of the domestic production, ensuring that the production, the importation, the distribution of goods and services were meet the quality, the standards as stipulated by the relevance organizations;

2. Ensuring the safety for life, health, properties, legitimate rights and interests of consumers, the protection of environment and the promotion of sustainable consumption;

3. Ensuring the equality, transparency, justice between the consumers and the supplier in execution of the contract;

4. Ensuring the participation of people and societies in the administration, monitoring, inspection of the price, the labelling, the advertising of goods and services;

5. Respecting and abiding by the international agreements and treaties of which Lao PDR is a party to.

(1.3) คຸ້ມครองດ້ານສັດູຍາ

(1.4) ໃຫ້ມີປະຊາຊນແລະສັ່ງຄມມີສ່ວນຮ່ວມໃນການຄວບຄຸມດ້ານການຄຸ້ມຄອງ
ຜູ້ບຣິໂກດ

(1.5) ເຄາຣພແລະປຸກິດຕິຕາມສັດູຍາທີ່ ສາຮາຣນຣຸຊປະຊາຮີປໄດຍປະຊາຊນລາວ
ເປັນຄາດີ

(2) ການຄຸ້ມຄອງຜູ້ບຣິໂກດໃນການໂມຮມາ

ໃນສ່ວນການຄຸ້ມຄອງຜູ້ບຣິໂກດໃນການໂມຮມາບັດູຍຸດິໃນ ຄຸກຸໂມຍາຍຄຸ້ມຄອງຜູ້ບຣິໂກດ
ເລຊທີ່ 02 (Consumer Protection Law (No. 02)) ສ່ວນທີ່ 2 ບທທີ່ 3 ການໂມຮມາ (Advertisement)
ໂດຍໄດ້ວາງຫລັກ ມີຣາຍລະເອີຍດັ່ງນີ້

“ມາຕຣາ 14 ຫລັກແລະຮູບແບບຂອງການໂມຮມາ ດັ່ງຕ້ອຍປຣະກອບດ້ວຍຫລັກການ ດັ່ງນີ້

- ຮັບຣອງວ່າເນື້ອຫາຂອງໂມຮມາຕ້ອຍ ແສດຄັກຮມະ ປຣະຄຣ ຄຸນຄາພາຂອງ
ສິນຄ້າແລະເຄຣື່ອຍມາການຄ້າຂອງສິນຄ້າຫລືບຣິໂກດທີ່ຕ້ອຍ

- ຮັບຣອງວ່າໄດ້ໃຫ້ຂໍ້ມູນເຖິງກັບສິນຄ້າຫລືບຣິໂກດກັບຄູກັບຄ້າຂາຍເຖິງພອ

- ຮັບຣອງວ່າໂມຮມານັ້ນ ໄມ່ມີການເສີຍຄສີຫລືຄູຄູກັບສິນຄ້າຫລືບຣິໂກດຂອງ
ຜູ້ປຣະກອບການຣາຍອື່ນ”

ການອນຸຍາດໃນການໂມຮມາ ດັ່ງຕ້ອຍຂອນຸຍາດຈາກຮາຣທຣວງຂ່າວແລະວັດຮນຮຣມ
ໂດຍເນື້ອຫາໃນການໂມຮມາສິນຄ້າແລະການບຣິໂກດນັ້ນ ເປັນໄປຕາມມາຕຣາ 15⁴⁸

“ມາຕຣາ 15 ການໃຫ້ອນຸຍາດໂມຮມາ

ບຸຄຄ ນິຕິບຸຄຄ ແລະອັ່ງຄຣທີ່ປຣະສັ່ງຈະໂມຮມາສິນຄ້າຫລືບຣິໂກດຕ້ອຍໄດ້ຮັບການ
ອນຸມັດຈາກຮາຣທຣວງຕາມທີ່ຄຸກຸໂມຍາຮະບຸ

ເນື້ອຫາຂອງໂມຮມາຈະຕ້ອຍສອດຄັ່ງຕາມຂໍ້ບັ່ງຄັບຮາຣທຣວງທີ່ເຖິງຂ່ອຍ”

ຫາກການແກ້ໄຂການໂມຮມາໄດ້ໄມ່ຕ້ອຍ ເຈົ້າຮາຣທີ່ຄຸ້ມຄອງຜູ້ບຣິໂກດທີ່ເຖິງຂ່ອຍຕ້ອຍ
ແຈ້ງໃຫ້ຜູ້ປຣະກອບຮຸຣຄິດທີ່ດຳເນີນການໂມຮມາຫຸດໂມຮມາເຖິງແກ້ໄຂໃຫ້ຕ້ອຍກ່ອນໂມຮມາຕໍ່ໄປ⁴⁹

⁴⁸ Consumer Protection Law (No. 02) Article 14 Principles and Types of Advertisement

Advertisement must be conducted in accordance with the following principles:

- Ensuring the content of advertisement is precisely, in according to the truth about the category, type, characteristic, quality of goods, trademark and services;

- Ensuring the sufficient information about goods and services were provided;

- Ensuring the advertisement is without satirizing, slandering on the goods and services of others.

Advertisement can be conducted in all forms such as: horizontal advertising, advertisement through mass media.

“มาตรา 16 การปรับเปลี่ยนแก้ไขโฆษณา การโฆษณาใดก็ตามที่เป็นเท็จ และส่งผลกระทบต่อผลประโยชน์ของผู้บริโภค เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคต้องแจ้งให้ผู้ผลิตโฆษณานั้นทราบ เพื่อหยุดการเผยแพร่ โฆษณาดังกล่าวและทำการแก้ไขก่อนที่จะดำเนินการเผยแพร่ต่อไป”⁵⁰

3) หน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
หน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว บัญญัติอยู่ใน กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคเลขที่ 02 (Consumer Protection Law (No. 02)) ส่วนที่ 3 การดำเนินงานในการคุ้มครองผู้บริโภค (Part 3 The Implementation of Consumer Protection Affairs) มีการวางหลักไว้มีความ ดังนี้

หน่วยงานที่รับผิดชอบหลัก ได้แก่ องค์การดำเนินการปฏิบัติงานคุ้มครองผู้บริโภคของรัฐตั้งแต่ระดับส่วนกลางไปจนถึงส่วนท้องถิ่นที่จะคุ้มครอง “ผู้บริโภค” ในด้านต่าง ๆ ตามกฎหมายรวมถึงกระทรวงอื่น ๆ ได้มีกำหนดไว้ในระเบียบการเฉพาะตามมาตรา 22⁵¹ โดยองค์การฯ มีสิทธิ และหน้าที่ต่าง ๆ โดยแก้ไขข้อขัดแย้งระหว่างผู้บริโภคและผู้ประกอบธุรกิจ ให้คำปรึกษา ด้านระเบียบกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ตรวจสอบการประกอบธุรกิจ การโฆษณา การติดฉลากราคาสินค้า ทำงานกับหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภคอื่นที่เกี่ยวข้องอื่น ตามมาตรา 27⁵²

สำหรับหน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคภาครัฐที่เกี่ยวข้อง วางหลักในมาตรา 22⁵³

⁴⁹Consumer Protection Law (No. 02) Article 15 The Permission for Advertisement

Individuals, legal entities and organizations intending to advertise goods and service must seek an approval from information and culture sector in accordance with laws and regulations.

For the contents of the advertisement on goods and services shall be in accordance with the regulations as stipulated by the relevant sectors.

⁵⁰ Consumer Protection Law (No. 02) Article 16 Modification of the Advertisement

Where it deems that any advertisement is untrue causing any impact on interests of consumers, the relevant consumer protection Officials must inform the supplier who is conducting that advertisement to stop

⁵¹ Consumer Protection Law (No. 02) Article 22.

⁵² Consumer Protection Law (No. 02) Article 27.

⁵³ Consumer Protection Law (No. 02) Article 22.

Article 22 Consumer Protection Implementing Organization

The Governmental Implementing Organizations for Consumer Protection from central to local levels comprise of the key sectors as follows:

- Industry and Commerce Sector;
- Public Health Sector;

“มาตรา 22 องค์กรปฏิบัติงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของรัฐตั้งแต่ส่วนกลางจนถึงท้องถิ่นประกอบด้วยภาคส่วนหลัก ดังนี้

- อุตสาหกรรมและการค้า
- สาธารณสุข
- กสิกรรมและป่าไม้
- วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

สำหรับการจัดตั้งและบุคลากร ได้กำหนดไว้ในระเบียบการเฉพาะ ได้แก่ กระทรวงอุตสาหกรรมและการค้าตามมาตรา 23⁵⁴ กระทรวงสาธารณสุขตามมาตรา 24⁵⁵ องค์การอาหารและยา กระทรวงกสิกรรมและป่าไม้ตามมาตรา 25⁵⁶ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีตามมาตรา 26⁵⁷ ทั้งนี้ ตามกรอบอำนาจหน้าที่ของหน่วยงานของตน ตามมาตรา 28⁵⁸ เช่นเดียวกับประเทศไทย

สำหรับหน่วยงานภาคประชาชน มีเช่นเดียวกับประเทศไทย คือ สมาคมคุ้มครองผู้บริโภค ตามมาตรา 30⁵⁹ ให้คำปรึกษา คุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค มีสิทธิและหน้าที่ในการรับคำร้องเรียน เจรจาไกล่เกลี่ย เป็นผู้แทนผู้บริโภคในการแก้ไขข้อขัดแย้งและการฟ้องร้องผู้ประกอบการ ตามมาตรา 31⁶⁰

4) บทบาทหน้าที่ของหน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคเลขที่ 02 (Consumer Protection Law (No. 02)) มีการแบ่งหน่วยงานในการดูแล

- Forestry and Agriculture Sector;

- Science and Technology Sector.

The organizational structure and personnel of the Governmental Implementing Organizations for Consumer Protection shall be determined in other specific regulations.

⁵⁴ Consumer Protection Law (No. 02). Article 23.

⁵⁵ Consumer Protection Law (No. 02). Article 24.

⁵⁶ Consumer Protection Law (No. 02). Article 25.

⁵⁷ Consumer Protection Law (No. 02). Article 26.

⁵⁸ Consumer Protection Law (No. 02). Article 28.

⁵⁹ Consumer Protection Law (No. 02). Article 30.

⁶⁰ Consumer Protection Law (No. 02). Article 31.

ทั้งหมด 4 หน่วยงานตามมาตรา 22 กฎหมายได้มีการวางหลักในส่วนหน้าที่ของหน่วยงานไว้ ตามมาตรา 27⁶¹ ดังนี้

“มาตรา 27 หน้าที่ขององค์กรปฏิบัติงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ดังนี้

- (1) ปฏิบัติตามนโยบายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างเคร่งครัด
- (2) แก้ไขข้อขัดแย้งระหว่างผู้บริโภคและผู้จำหน่าย ให้คำปรึกษาทางด้านกฎหมาย

⁶¹ Consumer Protection Law (No. 02). Article 27 Rights and Duties of the Consumer Protection Implementing Organizations.

The Consumer Protection Implementing Organizations shall have the main rights and duties as following:

1. To execute policies and regulations on consumer protection accordingly and strictly;
2. To settle the disputes between consumers and suppliers, provide counselling on legal matters concerning consumer protection;
3. To examine contents and forms of advertising, labelling, packaging, measurement and price on goods that manufactured, imported, and mainly distributed in the markets;
4. To examine the certification of quality, standards of goods and services, enterprise registrations and other relevant documents on goods and services;
5. To collect samples of products or goods or other materials used for manufacturing, trading, services and other objects for examination purpose;
6. To seize or sequester goods, containers or packaging of goods, label or other incorrect documents, as well as making the record as evidence for further legal proceeding;
7. To inspect the places, the buildings, the houses which relating to the production, the processing or the improvement of the products and goods, the distributing places, shops, stores and services places;
8. To interview individuals, representatives, legal entities or organizations about quality, standards of goods and services and the environment;
9. To propose or to withdraw certificates, enterprise registration or any relevant documents related to goods and services if it is deemed violation of laws under its own responsibility;
10. To coordinate with each other's, with relevant organisations, with local administrations at all levels for the implementation of consumer protection affairs;
11. To communicate, cooperate with foreign countries on consumer protection affairs as assigned by supervisory level;
12. To summarize, evaluate and report the implementation of consumer protection affairs to supervisory level regularly.

(3) ตรวจสอบรายละเอียดและรูปแบบการโฆษณา การติดฉลาก และราคาสินค้าที่ผลิต นำเข้า และการจำหน่ายเป็นหลัก

(4) ตรวจสอบใบรับรองคุณภาพ มาตรฐานของสินค้า ใบทะเบียนและเอกสารอื่น ๆ

(5) เก็บตัวอย่างสินค้าที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจการผลิต เพื่อตรวจสอบ

(6) ยึดสินค้า ภาชนะหรือหีบห่อบรรจุสินค้า ฉลากหรือเอกสารอื่น ๆ ที่ไม่ถูกต้อง

(7) ตรวจสอบสถานที่ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิต

(8) สัมภาษณ์บุคคล นิติบุคคล ถึง คุณภาพ มาตรฐานสินค้า การบริการและ
สิ่งแวดล้อม

(9) ถอนใบรับรอง ใบทะเบียน เกี่ยวกับสินค้าและการบริการ เมื่อมีการละเมิดกฎหมาย

(10) ประสานงานกับองค์กรอื่นๆ

(11) ร่วมมือกับต่างประเทศ

(12) สรุป ประเมินผล และรายงานเกี่ยวกับการจัดตั้งปฏิบัติงานด้านการคุ้มครอง
ผู้บริโภค”

3.2.2 กฎหมายสาธารณสุขแห่งสหภาพเมียนมาร์

การคุ้มครองผู้บริโภคของสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์มีกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2557 (The consumer Protection Law The Pyidaungsu Hluttaw NO. 10, 2014 The 14 “Waxing of Taboung, 1375 M.E. 14”, March, 2014) กฎหมายฉบับนี้ได้มีการจัดเรียงการตรากฎหมายโดยเริ่มจากการให้คำนิยามของผู้บริโภค การคุ้มครองผู้บริโภค สินค้า บริการ การค้า โฆษณา และผู้ประกอบการเอาไว้ในช่วงแรก โดยมีการกำหนดวัตถุประสงค์ของการคุ้มครองไว้ให้เข้าใจและมีการอ้างสิทธิในฐานะผู้บริโภคได้มีระบบที่ปกป้องสิทธิผู้บริโภค ทำให้ผู้ประกอบการมีความรับผิดชอบ กฎหมายฉบับนี้ได้จัดตั้งคณะกรรมการกลางคุ้มครองผู้บริโภคให้มีหน้าที่และความรับผิดชอบในการให้คำปรึกษาแนะนำให้ความช่วยเหลือในการกำหนดคน โยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค มีการเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อเพื่อประโยชน์ของผู้บริโภค จัดให้มีการร้องเรียนจากผู้บริโภคไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อให้สามารถห้ามไม่ให้สินค้าที่ไม่เหมาะสมจำหน่ายแก่ผู้บริโภค นอกจากนั้นในกฎหมายฉบับนี้ยังได้กำหนดสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภค ผู้ประกอบการ มีขั้นตอนในการระงับข้อพิพาท และสิทธิในการดำเนินการขององค์กรระงับข้อพิพาท พร้อมทั้งกำหนดความผิดและบทลงโทษต่าง ๆ⁶²

⁶² อานิตยา มาบัว. อ่างแล้ว เจริญรอดที่ 1. หน้า 122.

1) นิยามศัพท์ของสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์

นิยามศัพท์ในกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคของสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ บัญญัติใน พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2557 (The consumer Protection Law The Pyidaungsu Hluttaw NO. 10) บทที่ 1 บทนำและความหมาย (Chapter (I) Title and Definition) มาตรา 2⁶³ ดังนี้

“มาตรา 2 นิยามศัพท์

- (a) “ผู้บริโภค” หมายความว่าบุคคลที่ถือครองหรือใช้สินค้าหรือบริการเพื่อการค้า
- (b) “การคุ้มครองผู้บริโภค” หมายถึง การคุ้มครองตามกฎหมายการประกันสุขภาพ และความปลอดภัยให้กับผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ
- (f) “การโฆษณา” หมายถึง กิจกรรมที่จะประชาสัมพันธ์ให้สินค้าที่ผลิตและ ให้บริการ โดยบุคคลและองค์กรหรือธุรกิจใด ๆ ซึ่งรวมถึงการใช้สื่อประเภทต่าง ๆ”

2) การคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณาของสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์

(1) สิทธิของผู้บริโภค

การคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคในกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคของ สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ บัญญัติใน พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2557 (The consumer Protection Law The Pyidaungsu Hluttaw NO. 10) บทที่ 5 สิทธิและหน้าที่ของ ผู้บริโภค (Chapter V Rights and Duties of the Consumer) โดยวางหลักไว้ในมาตรา 6 ดังนี้

“มาตรา 6 (a) สิทธิของผู้บริโภค⁶⁴ มีดังนี้

⁶³ The consumer Protection Law The Pyidaungsu Hluttaw NO. 10 Article 2. The following expressions contained in this Law shall have the meanings given hereunder:

(a) "Consumer" means person who takes or uses goods or services not for trading.

(b) "Consumer Protection" means giving legal protection, giving guaranteeing in health and safety to the consumers in respect of goods or services.

(f) "Advertisement" means the activity that publicizes the goods produced and services provided by and individual, any organization or any business. The activity by media also includes in this expression.

⁶⁴ The consumer Protection Law The Pyidaungsu Hluttaw NO. 10

Article 6. (a) The rights of the consumer are as follows:

(i) enabling to use safety of the goods or services;

(ii) enabling to choose the goods or services and enabling to obtain the promised value, terms and conditions and warranty;

(iii) having right to obtain completely and correctly of information relating to the condition and warranty of the goods or services;

- 1) ทำให้สามารถใช้ความปลอดภัยของสินค้าหรือบริการ
 - 2) ทำให้สามารถเลือกสินค้าหรือบริการและทำให้สามารถรับค่าสัญญาข้อตกลงและเงื่อนไขและการรับประกันได้
 - 3) มีสิทธิที่จะได้รับข้อมูลที่ครบถ้วนและถูกต้องเกี่ยวกับเงื่อนไขและการรับประกันสินค้าหรือบริการ
 - 4) อ่างสิทธิ์ในการได้ยินและระงับข้อพิพาทเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคใช้เพื่อทำให้ผู้บริโภคได้รับความคุ้มครองและทำให้สามารถตกลงกันได้อย่างถูกต้อง
 - 5) ได้รับนิติสัมพันธ์และการบริการที่เป็นธรรมและไม่เลือกปฏิบัติ”
- อีกทั้งยังได้วางหลักหน้าที่ของผู้บริโภค ดังนี้
- “มาตรา 6 (b) หน้าที่ของผู้บริโภค⁶⁵ มีดังนี้
- 1) ปฏิบัติตามข้อมูลและคำแนะนำที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการที่มีเจตนาและแสดงออกเพื่อก่อให้เกิดความปลอดภัย
 - 2) ปฏิบัติตามการตัดสินใจของข้อตกลงระงับข้อพิพาทของผู้บริโภคซึ่งกำหนดข้อพิพาทเกี่ยวกับผู้บริโภคอย่างเหมาะสม
 - 3) หลีกเลี่ยงข้อกล่าวหาเท็จที่มีวัตถุประสงค์เพื่อลดความเสียหายต่อผู้ประกอบการ
 - 4) หลีกเลี่ยงการพาดพิงและรักษาการดำเนินการเพื่อทำลายผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องโดยใช้สื่อมวลชนหรือ โดยวิธีอื่นขณะที่บุคคลที่เกี่ยวข้องกำลังระงับข้อพิพาทเกี่ยวกับผู้บริโภค”

(iv) claiming to hear and settle on dispute related to goods or services used by the consumer, enabling to obtain consumer protection and enabling to obtain correct settlement.

(v) receiving fair relationship that is non-discriminatory treatment and service.

⁶⁵ The consumer Protection Law The Pyidaungsu Hluttaw NO. 10

Article 6. (b) The duties of the consumer are as follows:

(i) complying with the information and guideline related to goods or services intended and expressed to cause safety;

(ii) complying with the decisions of the Consumer Dispute Settlement which settle properly in consumer disputes;

(iii) avoiding false accusation intended to detriment on entrepreneurs;

(iv) avoiding the saying, writing and acting in order to detriment on relevant entrepreneurs by mean of media or by other mean while relevant persons is settling the consumer dispute.

(2) การคุ้มครองผู้บริโภคในด้านการโฆษณา

การคุ้มครองผู้บริโภคในด้านการโฆษณา ในกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคของสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ บัญญัติใน พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2557 (The consumer Protection Law The Pyidaungsu Hluttaw NO. 10) บทที่ 7 ข้อห้ามสำหรับผู้ประกอบการ (Chapter 7 Prohibitions for Entrepreneurs) โดยมีหลักกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

มาตรา 11 ผู้ประกอบการจะต้องไม่เสนอขาย ส่งเสริมการขายหรือโฆษณาสินค้าในราคาพิเศษภายในช่วงระยะเวลาใด⁶⁶

มาตรา 12 ผู้ประกอบการ จะต้องไม่เสนอขาย ส่งเสริมการขายหรือโฆษณาสินค้าหรือบริการใด ๆ ที่ไม่สามารถทำได้จริง แม้ว่าจะสัญญาว่าจะให้สิ่งอื่นใดเป็นการทดแทนโดยไม่คิดมูลค่า⁶⁷

มาตรา 13 ผู้ประกอบการจะต้องไม่เสนอขาย ส่งเสริมการขายหรือโฆษณาสินค้าหรือบริการที่จะก่อให้เกิดความเสียหาย ความรำคาญทั้งทางร่างกายหรือจิตใจของผู้บริโภค⁶⁸

มาตรา 14 ผู้ประกอบการจะต้องไม่ใช่ข้อความต่อไปนี้ในการโฆษณา

(1) การโฆษณาที่ใช้ข้อความที่ไม่ตรงกับความเป็นจริง ทั้งในส่วนของคุณภาพ ปริมาณ จำนวน ส่วนผสม วิธีการใช้ ราคา ช่วงอายุในการใช้งานที่เหมาะสม

(2) การโฆษณาที่ไม่บอกข้อมูลจริงในการรับประกันของสินค้าหรือบริการ

(3) การโฆษณาที่ใช้ข้อมูลที่ผิดพลาดในส่วนของสินค้าหรือบริการ

(4) การโฆษณาที่ไม่ได้ระบุให้ทราบความเสี่ยง อันตรายของการใช้สินค้าหรือบริการนั้น

(5) การโฆษณาที่ใช้กับบุคคลใดหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยไม่ได้รับอนุญาตจากบุคคลที่เกี่ยวข้องนั้น

⁶⁶ The consumer Protection Law The Pyidaungsu Hluttaw NO. 10

Article 11. The entrepreneur shall not offer for sale, promote sale or advertise on special price within on certain period without arrangement to sell the goods or services within the designated period or according to the amount as offered, promoted sale, advertised.

⁶⁷ The consumer Protection Law The Pyidaungsu Hluttaw NO. 10

Article 12. The entrepreneur shall not offer for sale, promote sale or advertise the goods or services if not enable to give actually although promised to give other goods as prize or give service free of charge.

⁶⁸ The consumer Protection Law The Pyidaungsu Hluttaw NO. 10

Article 13. The entrepreneur shall not offer for sale, or advertise the goods or services by using any mode which causes annoyance to physical or mental of the consumer.

(6) การโฆษณาที่ละเมิดบทบัญญัติของกฎกระทรวง⁶⁹

มาตรา 15 ผู้ประกอบธุรกิจหรือโฆษณาต้องรับผิดชอบในผลกระทบใด ๆ ที่จะเกิดขึ้นจากการโฆษณาของตนเอง ๆ โดยไม่แจ้งให้ทราบรายละเอียดอย่างชัดเจน⁷⁰

3) หน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์

กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ได้กำหนดการจัดตั้งองค์กรการระงับข้อพิพาทของผู้บริโภคและหน้าที่ดังกล่าวไว้เพื่อให้มีการ จัดทำระบบการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างเป็นระบบและเพื่อยุติข้อพิพาทของผู้บริโภคให้คณะกรรมการกลางเป็นหน่วยงานระงับข้อพิพาทของผู้บริโภคในภูมิภาคหรือรัฐอำเภอเขตการปกครองที่มีบุคคลที่เหมาะสมซึ่งมีหน้าที่ของหน่วยระงับข้อพิพาททางการค้า คือ

(1) การไกล่เกลี่ยและการประนีประนอมข้อพิพาทของผู้บริโภค

(2) การกระจายความรู้แก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค

(3) การยอมรับและการตรวจสอบคำร้องเรียนเป็นลายลักษณ์อักษรหรือคำกล่าวของผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ

(4) การปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับจาก Central Body เป็นครั้งคราว⁷¹

ในส่วนของหน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคนั้น ในกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคของสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ บัญญัติในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2557 (The consumer Protection Law The Pyidaungsu Hluttaw NO. 10) ได้มีการกำหนดนิยามไว้ในมาตรา 2 กล่าวคือ

⁶⁹ The consumer Protection Law The Pyidaungsu Hluttaw NO. 10

Article 14. The entrepreneur shall not advertise the following kinds of advertisement:

(a) advertisements that are deceived to the consumers in respect quality of goods, quantity, ingredients in goods, mode of use to goods, price of goods, rate of service and time to be enable to deliver the goods or services;

(b) advertisements that are deceived on warranty of the goods or services;

(c) advertisements containing false informations in respect of goods or services;

(d) advertisements that are not informed the risk of using the goods or services;

(e) advertisements used on any person or any incident without the permission of the person concerned;

(f) advertisements that violate the provisions of Law, ethics.

⁷⁰ The consumer Protection Law The Pyidaungsu Hluttaw NO. 10

Article 15. The entrepreneur or advertiser shall be liable to the consequences of own advertisements.

⁷¹ พงษ์พลอย สุขะพงษ์. อ่างแล้ว เจริญรอดที่ 4. หน้า 131.

นิยามของคำว่า คณะกรรมการกลาง หรือ Central Committee คือ คณะกรรมการกลาง ผู้บริโภคคุ้มครองภายใต้กฎหมายนี้⁷²

อีกทั้งยังได้กำหนดการตั้งคณะกรรมการกลางไว้ใน บทที่ 3 การจัดตั้งคณะกรรมการกลาง (Chapter 3 Formation of the Central Committee)

4) บทบาทหน้าที่คณะกรรมการกลางของสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์

บทบาทหน้าที่คณะกรรมการกลางของสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ ในกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคของสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ บัญญัติใน พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2557 (The consumer Protection Law The Pyidaungsu Hluttaw NO. 10) บทที่ 4 หน้าที่และอำนาจของคณะกรรมการกลาง (Chapter 4 Functions and Duties of the Central Committee) โดยมีการวางหลักไว้ดังนี้

“มาตรา 5 หน้าที่และหน้าที่ของคณะกรรมการกลาง⁷³ มีดังนี้

⁷² The consumer Protection Law The Pyidaungsu Hluttaw NO. 10

Article 2(m) “Central Committee” means the Central Committee of Consumer Protection formed under this Law.

⁷³ The consumer Protection Law The Pyidaungsu Hluttaw NO. 10

Article 5 The functions and duties of the Central Committee are as follows:

- (a) implementing the objectives of this Law to be in success;
- (b) tendering advice, recommendations and assistance to the Union Government in laying down and carrying out the policies of consumer protection;
- (c) surveying for safety of consumer regarding goods and services;
- (d) enabling to form non-governmental consumer protection organizations and encouraging for development of functions thereof;
- (e) distributing information through media for the interest of consumer;
- (f) settling the complaints related to consumer protection from the consumer, consumer protection organizations and other organizations;
- (g) conducting survey by collecting statistics related to consumer protection business and reviewing the said surveys and performing for the interest of consumers as may be necessary;
- (h) communicating with the international organizations and regional organizations;
- (i) informing to the relevant department, organization for enabling to prohibit regarding goods that are unsuit for consumption;
- (j) coordinating with the Ministry of Science and Technology for enabling to form in accord with the stipulations, if necessary, the standardization experts groups and laboratories of goods or services;

- (a) การดำเนินการตามวัตถุประสงค์ของกฎหมายนี้ให้ประสบผลสำเร็จ
- (b) ให้คำแนะนำ และความช่วยเหลือแก่สหภาพภาครัฐในการวางและดำเนินนโยบายคุ้มครองผู้บริโภค
- (c) ดำเนินการเพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้าและบริการ
- (d) ช่วยให้ผู้สามารถจัดตั้งองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคที่ไม่ใช่ภาครัฐและส่งเสริมให้มีการพัฒนาหน้าที่ดังกล่าว
- (e) การเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อเพื่อประโยชน์ของผู้บริโภค
- (f) ระวังข้อร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคจากผู้บริโภค องค์กรคุ้มครองผู้บริโภค และองค์กรอื่น ๆ
- (g) ดำเนินการสำรวจโดยรวมสถิติที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคธุรกิจคุ้มครองและทบทุนการสำรวจดังกล่าวและดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้บริโภคตามความจำเป็น
- (h) สื่อสารกับองค์กรระหว่างประเทศและระดับภูมิภาคองค์กร
- (i) แจ้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง องค์กร เพื่อบังคับใช้ข้อห้ามเกี่ยวกับสินค้าที่ไม่เหมาะสมกับการบริโภค
- (j) ประสานงานกับกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่อจัดทำข้อกำหนดหากจำเป็นให้เป็นมาตรฐาน กลุ่มผู้เชี่ยวชาญและห้องปฏิบัติการด้านสินค้าหรือบริการ
- (k) ให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการเพื่อปกป้องผลประโยชน์ของผู้บริโภคและดำเนินการของตนอย่างมีประสิทธิภาพ
- (l) วินิจฉัยคดีอุทธรณ์โทษปรับทางปกครองที่ผ่านหน่วยงานระงับข้อพิพาทผู้บริโภค
- (m) ร่วมมือกับสมาคมคุ้มครองผู้บริโภคที่ไม่ใช่ภาครัฐที่เกิดขึ้นตามกฎหมายที่มีอยู่

3.2.3 กฎหมายสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

สำหรับสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม นั้น ได้มีการประกาศใช้กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคฉบับใหม่เวียดนาม (Law on Protection of Consumer Rights No. 59/2010/QH12) เมื่อวันที่

-
- (k) educating the entrepreneurs to protect the interest of consumer and effectively carry out their affairs;
- (l) deciding the appeal case on administrative penalty passed by the Consumer Dispute Settlement Body;
- (m) co-operating with non-governmental consumer protection associations formed in accord with the existing law.

30 พฤศจิกายน พ.ศ. 2553 โดยกฎหมายดังกล่าวเริ่มมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2554⁷⁴ ซึ่งเป็นกฎหมายที่มาแทนที่กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคที่มีอยู่เดิม (Ordinance on the Protection of Consumer Interest No. 13/1999/PL - UBTVQH10) ซึ่งยังมีข้อกำหนดเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคที่ไม่เพียงพอในทางปฏิบัติ โดยมีพระราชกฤษฎีกาเลขที่ 99/2554 (Decree No.99/2011/ND-CP detailing and guiding a number of articles of the Law on Protection of Consumer Rights) เป็นกฎหมายที่ออกมาเพื่อวางหลักเกณฑ์เพิ่มเติมและแนวทางปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค (Law on Protection of Consumer Rights No.59/2010/QH12) ฉบับที่บังคับใช้อยู่ในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ในปัจจุบันมีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภค ตลอดจนกำหนดความรับผิดชอบของผู้ประกอบธุรกิจที่มีต่อผู้บริโภค และความรับผิดชอบขององค์กรเพื่อประชาชน (social organization) ในการคุ้มครองผลประโยชน์ของผู้บริโภคอัน ได้แก่ การเข้าไปดำเนินการระงับข้อพิพาทระหว่างผู้บริโภคและผู้ประกอบธุรกิจ ในนามของผู้บริโภคตาม มาตรา 28 วรรค 1 (ข) (มาตรา 1) เพราะตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคนี้ นอกจากจะให้ผู้บริโภคสามารถร้องเรียนด้วยตนเองแล้ว ยังกำหนดให้องค์กรเพื่อประชาชน (social organization) เป็นผู้ดำเนินการร้องเรียนแทนผู้บริโภคได้ด้วย⁷⁵

1) นิยามศัพท์ของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

นิยามศัพท์ของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม นั้น กฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม บัญญัติในกฎหมายคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค เลขที่ 59/2010/QH12 (Law on Protection of Consumers' Rights NO. 59/2010/QH12) บทที่ 1 ความทั่วไป (Chapter 1 General Provisions) มาตรา 3 ดังนี้

“ผู้บริโภค” หมายถึง บุคคล (person) ที่ซื้อหรือใช้สินค้าและ/หรือ บริการเพื่อการใช้ส่วนตัวหรือในครอบครัว หรือองค์กร (organizations)⁷⁶

⁷⁴ Asian Legal Business. (2023). *New Law on Protection of Consumers' Rights, new obligations for digital services providers*. (Online). Available: <http://asia.legalbusinessonline.com/industry-updates/vietnam-bizconsult-law-llc/vietnam-new-law-on-protection-of-consumers-rights /61032>. [2023, June 5].

⁷⁵ พงษ์พลอย สุชะพงษ์. อ้างแล้ว เจริญธรรมที่ 4.

⁷⁶ Law on Protection of Consumer Rights No. 59/2010/QH12 Article 3.1

Consumer is a person who purchase or use goods and/or services for personal use or use for families or use for organizations.

ซึ่งจากนิยามความหมายของคำว่าผู้บริโภคของกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของ สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามนั้น ผู้บริโภคมีความหมายถึงทั้งบุคคลธรรมดาและนิติบุคคลซึ่ง ซื้อหรือใช้สินค้านั้นเพื่อการส่วนตัวหรือเพื่อใช้ในองค์กร เพราะหากเป็นการซื้อสินค้าเพื่อการค้า กำไรไม่ว่าจะเป็นบุคคลธรรมดา (individual) หรือ องค์กร (organization) ก็จะไม่อยู่ในความหมาย ของคำว่าผู้บริโภคนี้⁷⁷

โดยในกฎหมายฉบับนี้มิได้มีการบัญญัติคำนิยามของคำว่า “โฆษณา” ไว้แต่อย่างใด

2) การคุ้มครองผู้บริโภคดี้นโฆษณาของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

(1) สิทธิของผู้บริโภค

สิทธิของผู้บริโภคบัญญัติใน กฎหมายคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค เลขที่ 59/2010/QH12 (Law on Protection of Consumers' Rights NO. 59/2010/QH12) บทที่ 1 ความทั่วไป (Chapter 1 General Provisions) มาตรา 4 ดังนี้

“มาตรา 4 หลักการปกป้องผลประโยชน์ของผู้บริโภค⁷⁸

1. การปกป้องผลประโยชน์ของผู้บริโภคถือเป็นความรับผิดชอบร่วมกัน ของรัฐและส่วนรวมสังคม

2. เคารพและปกป้องผลประโยชน์ของผู้บริโภคตามที่กฎหมายกำหนด

3. การปกป้องผลประโยชน์ของผู้บริโภคจะต้องดำเนินการอย่างทันที่ที่ ยุติธรรม โปร่งใส และถูกต้องตามกฎหมาย

⁷⁷ Law on Protection of Consumer Rights No. 59/2010/QH12 Article 3.2

Organization or individual trading goods and/or services is an organization or individual that perform one, several or all of the stages of the investment process, from production to sales of goods or supply of services in market for profit, including:

a) Traders as defined by the Commercial Law;

b) Individual who performs commercial activities independently, regularly, without business registration.

⁷⁸ Law on Protection of Consumer Rights No. 59/2010/QH12 Article 4. Principle of protecting consumers' interests

1. Protecting the interests of consumers is the common responsibility of the State and the entire society.

2. Interests of consumers are respected and protected as prescribed by laws.

3. Protecting the interests of consumers must be exercised timely, fairly, transparently and lawfully.

4. Activities to protect the interests of consumers do not infringe upon the interests of the State, lawful rights and interests of organizations or individuals dealing in goods, services, and other organizations or individuals.

4. กำหนดกิจกรรมเพื่อปกป้องผลประโยชน์ของผู้บริโภคไม่ละเมิดผลประโยชน์ของรัฐสิทธิและผลประโยชน์ตามกฎหมายขององค์กรหรือบุคคลที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับสินค้า บริการ และอื่น ๆ องค์กรหรือบุคคล”

อีกทั้งมีการกำหนด สิทธิของผู้บริโภคไว้ในมาตรา 8

“มาตรา 8 สิทธิของผู้บริโภค⁷⁹

1. ได้รับการคุ้มครองอย่างปลอดภัยในเรื่องชีวิต สุขภาพ ทรัพย์สิน ตลอดจนสิทธิและผลประโยชน์ที่ชอบด้วยกฎหมายอื่น ๆ เมื่อมีส่วนร่วมในการทำธุรกรรม การใช้สินค้า และ/หรือบริการที่องค์กรจัดให้ หรือ บุคคลซื้อขายสินค้าและ/หรือบริการ

2. มีการให้ข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วนเกี่ยวกับองค์กรหรือการซื้อขายบุคคล สินค้าหรือบริการ เนื้อหาของธุรกรรมสินค้าและ/หรือบริการ แหล่งที่มาและแหล่งที่มาของสินค้าจัด

⁷⁹ Law on Protection of Consumer Rights No. 59/2010/QH12 Article 8. Consumer Rights

1. Being protected safely as to their life, health, property, and other legitimate rights and interests when being involved in transactions, use of goods and/or services provided by organizations or individuals trading goods and/or services.

2. Being provided accurate and complete information about organizations or individuals trading goods or services; contents of transaction of goods and/or services; the source and origin of goods; being provided with invoices and vouchers and documents relating to the transactions and other necessary information about goods and/or services that consumers purchase and/or use.

3. Being entitled to select goods or services, organizations or individuals trading goods and/or services according to their actual needs and conditions; decide to participate or not participate in the transaction and agreed contents when joining transaction with organizations or individuals trading goods and/or services.

4. Being entitled to offer suggestions to organizations or individuals trading goods and/or services on price, quality of product or service, service style, trading methods and other content concerning transactions between consumers and organizations or individuals trading goods and/or services.

5. Being entitled to participate in formulating and implementing policies and legislation on protection of the interests of consumers.

6. Being entitled to require compensation if the provided goods or services do not match technical standards or norms, quality, quantity, features, usage, pricing or other contents that organizations or individuals trading goods and/or services already announced, posted, advertised or pledged.

7. Being entitled to complaint, denounce and take a lawsuit or propose social organization to take a lawsuit in order to protect their rights under the provisions of this Law and other provisions of law involved.

8. Getting Advice, support and guidance on the knowledge for consumption of goods and/or services.

ให้มีใบแจ้งหนี้และบัตรกำนัลและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับธุรกรรมและอื่น ๆ ข้อมูลที่จำเป็นเกี่ยวกับสินค้า และ/หรือบริการที่ผู้บริโภคซื้อและ/หรือใช้

3. มีสิทธิเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ องค์กร หรือบุคคลที่ซื้อขายสินค้า และ/หรือการบริการตามความต้องการและเงื่อนไขที่แท้จริง ตัดสินใจเข้าร่วมหรือไม่เข้าร่วมการทำธุรกรรมและเนื้อหาที่ตกลงร่วมกันเมื่อเข้าร่วมการทำธุรกรรมกับองค์กรหรือบุคคล การค้าขายสินค้าและ/หรือบริการ

4. มีสิทธิเสนอแนะแก่องค์กรหรือบุคคลที่ซื้อขายสินค้าและ/หรือบริการ ทั้งในด้านราคา คุณภาพสินค้าหรือบริการ รูปแบบการบริการ วิธีการซื้อขาย และเนื้อหาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องของธุรกรรมระหว่างผู้บริโภคและองค์กรหรือบุคคลที่ซื้อขายสินค้าและ/หรือบริการ

5. มีสิทธิมีส่วนร่วมในการกำหนดและดำเนินการตามนโยบายและกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผลประโยชน์ของผู้บริโภค

6. มีสิทธิเรียกร้องค่าชดเชยหากสินค้าหรือบริการที่จัดให้ไม่ตรงกับทางเทคนิคมาตรฐานหรือบรรทัดฐาน คุณภาพ ปริมาณ คุณลักษณะ การใช้งาน ราคา หรือเนื้อหาอื่น ๆ ที่องค์กรหรือบุคคลที่ซื้อขายสินค้าและ/หรือบริการที่ประกาศ ประกาศ โฆษณา หรือให้คำมั่นไว้แล้ว

7. มีสิทธิร้องทุกข์ กล่าวโทษ และดำเนินคดี หรือเสนอให้องค์กรทางสังคมดำเนินการได้คดีความเพื่อปกป้องสิทธิของตนภายใต้บทบัญญัติของกฎหมายนี้และบทบัญญัติอื่น ๆ ของกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

8. การขอคำแนะนำ การสนับสนุน และคำแนะนำด้านความรู้ในการบริโภคสินค้า และ/หรือบริการ”

(2) การคุ้มครองผู้บริโภคในการโฆษณา

การคุ้มครองผู้บริโภคในการโฆษณาบัญญัติใน กฎหมายคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค เลขที่ 59/2010/QH12 (Law On Protection Of Consumers' Rights NO. 59/2010/QH12) บทที่ 1 ความทั่วไป (Chapter 1 GENERAL PROVISIONS) โดยมีบัญญัติไว้ใน มาตรา 10 ข้อ 1 ดังนี้

“มาตรา 10⁸⁰ พฤติกรรมต้องห้าม

⁸⁰ Law on Protection of Consumer Rights No. 59/2010/QH12. Article 10. Prohibited behaviors

1. Attempt of organizations or individuals trading goods and/or services in deceiving or misleading consumers via advertising activities, or hide or provide information that is incomplete, false or inaccurate about one of the following details:

a) Goods and/or services that organizations or individuals trading goods and/or services provided;

1. ความพยายามขององค์กรหรือบุคคลในการขายสินค้าหรือบริการด้วยการหลอกลวงหรือชี้นำผู้บริโภคให้เข้าใจผิดผ่าน การโฆษณา มีการปิดบัง หรือให้ข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์ เป็นเท็จหรือไม่ถูกต้อง ซึ่งข้อมูลนั้นเกี่ยวข้องกับหนึ่งในรายละเอียด ดังนี้

- a. สินค้าหรือบริการที่องค์กรหรือบุคคลนั้นขายหรือให้บริการอยู่
- b. ชื่อเสียง ความสามารถทางธุรกิจ และความสามารถในการจัดหาสินค้าหรือบริการขององค์กรหรือบุคคลที่ขายหรือให้บริการสินค้านั้น
- c. เนื้อหาและคุณลักษณะของการดำเนินการระหว่างผู้บริโภคกับองค์กรหรือบุคคลที่ขายสินค้าหรือให้บริการนั้น”

3) หน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

หน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ไม่มีการกำหนดคณะกรรมการหรือหน่วยงานไว้โดยเฉพาะ หากแต่ได้มีการตั้ง องค์กรทางสังคม ซึ่งตั้งโดยผลของกฎหมายในการดูแลผู้บริโภค บัญญัติใน กฎหมายคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค เลขที่ 59/2010/QH12 (Law on Protection of Consumers’ Rights NO. 59/2010/QH12) บทที่ 3 (Chapter 3. Responsibilities of Social Institutions in Protecting The Interests of Consumers) โดยมีบัญญัติให้อำนาจไว้ ตามมาตรา 27 ดังนี้

“มาตรา 27 องค์กรทางสังคมเพื่อปกป้องผลประโยชน์ของผู้บริโภค⁸¹

1. องค์กรทางสังคมจัดตั้งขึ้นตามกฎหมายและดำเนินงานภายใต้กฎหมายมีสิทธิ์เพื่อร่วมกิจกรรมปกป้องผลประโยชน์ของผู้บริโภค
2. ดำเนินกิจกรรมเพื่อปกป้องผลประโยชน์ของผู้บริโภคขององค์กรทางสังคมต้องปฏิบัติตามบทบัญญัติของกฎหมายนี้และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง”

4) บทบาทหน้าที่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

b) Reputation, business ability, and ability to provide goods and/or services of organizations or individuals trading goods and/or services;

c) The contents and characteristics of transaction between consumers and organizations or individuals trading goods and/or services.

⁸¹ Law on Protection of Consumer Rights No. 59/2010/QH12 Article 27. Social organizations to protect consumers’ interests

1. Social organization established in accordance with the law and operating under charter is eligible for participating in activities of protecting the interests of consumers.

2. Activities to protect the interests of consumers of social organizations must comply with the provisions of this Law and other relevant laws.

เมื่อกฎหมายได้กำหนดให้มืองค์กรทางสังคมเพื่อปกป้องผลประโยชน์ของผู้บริโภค จึงได้มีกำหนดหน้าที่ขององค์กรทางสังคมไว้ตาม กฎหมายคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค เลขที่ 59/2010/QH12 (Law on Protection of Consumers' Rights NO. 59/2010/QH12) บทที่ 3 (Chapter 3. Responsibilities of Social Institutions in Protecting The Interests of Consumers) มาตรา 28 ดังนี้

“มาตรา 28 สิ่งที่จะต้องดำเนินการเพื่อปกป้องผลประโยชน์ของผู้บริโภคโดยองค์กรทางสังคม⁸²

1. องค์กรทางสังคมต้องปกป้องผลประโยชน์ของผู้บริโภคด้วยกิจกรรมดังต่อไปนี้
 - a) แนะนำและช่วยเหลือ ให้คำปรึกษาแก่ผู้บริโภคเมื่อมีการร้องขอ
 - b) ดำเนินการทางกฎหมายในนามของผู้บริโภคหรือดำเนินการทางกฎหมายโดยอาศัยอำนาจประโยชน์สาธารณะ
 - c) จัดให้มีหน่วยงานบริหารจัดการของรัฐเพื่อปกป้องผลประโยชน์ของผู้บริโภค ด้วยข้อมูลเกี่ยวกับการละเมิดองค์กรหรือบุคคลที่ซื้อขายสินค้าและ/หรือบริการ
 - d) ทำแบบสำรวจ การทดลอง โดยอิสระ ประกาศผลการสำรวจและทดสอบคุณภาพสินค้าและ/หรือบริการ ให้ข้อมูลและ/หรือคำเตือนแก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้าและ/หรือ

⁸² Law on Protection of Consumer Rights No. 59/2010/QH12. Article 28. What to be taken to protect the interests of consumers by social organizations

1. Social organizations shall protect consumers' interests with the following activities:
 - a) Instructing and assisting, counseling consumers upon request;
 - b) Taking legal action on behalf of consumers or taking legal action by virtue of the public interests;
 - c) Providing state management agencies for protection of the interests of consumers with information on violations of organizations or individuals trading goods and/or services;
 - d) Independent doing survey, trial; announcing the results of survey and trial on the quality of goods and/or services done by them; providing information and/or warning to consumers about goods and/or services and bearing liabilities by laws for the information and/or warning, and requiring competent state agencies to handle violations of the legislation on protection of consumers' interests;
 - e) Participating in making laws, guidelines, policies, directions, plans and measures for protecting the interests of consumers;
 - f) Performing the tasks assigned by state agencies as prescribed in Article 29 of this Law;
 - g) Participating in the propagation, dissemination, legal education and knowledge on consumption.
2. The Government shall define conditions for social organizations that participate in protection of the interests of consumers to exercise their right to take lawsuit by virtue of the public interest specified in Point b, Clause 1 of this Article

บริการและความรับผิดชอบตามกฎหมายสำหรับข้อมูลและ/หรือค่าเตือนและกำหนดให้หน่วยงานของรัฐที่มีอำนาจจัดการกับการละเมิดกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผลประโยชน์ของผู้บริโภค

๑) มีส่วนร่วมในการจัดทำกฎหมาย แนวปฏิบัติ นโยบาย ทิศทาง แผนงาน และมาตรการในการคุ้มครองผลประโยชน์ของผู้บริโภค

๒) ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายจากหน่วยงานของรัฐตามที่กำหนดไว้

๓) มีส่วนร่วมในการโฆษณา การเผยแพร่ การศึกษาด้านกฎหมาย และความรู้ด้านการบริโภค

2. รัฐบาลต้องกำหนดเงื่อนไขสำหรับองค์กรทางสังคมที่มีส่วนร่วมในการคุ้มครองผลประโยชน์ของผู้บริโภคในการใช้สิทธิฟ้องร้องโดยอาศัยประโยชน์สาธารณะ”

3.2.4 กฎหมายราชอาณาจักรกัมพูชา

สำหรับราชอาณาจักรกัมพูชา รัฐบาลมีการให้การส่งเสริมนโยบายการคุ้มครองผู้บริโภค ในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของโปรแกรมการพัฒนาในด้านเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ทั้งนี้ การดำเนินการ (implement) และการบังคับ (enforcement) ให้เป็นไปตามหลักการในการคุ้มครองผู้บริโภคดังกล่าว นั้น ไม่ใช่แต่เฉพาะหน่วยงานของรัฐเท่านั้นที่ให้ความร่วมมือ แต่ยังรวมถึงการมีส่วนร่วมขององค์กรท้องถิ่นต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นในระดับชุมชนหรือภูมิภาคเพื่อให้ความร่วมมือในเรื่องต่อไปนี้ ซึ่งรวมถึงความร่วมมือในเรื่องการเยียวยาความเสียหายให้กับผู้บริโภคด้วย

ก. เพื่อให้แน่ใจว่าสินค้า หรือบริการไม่ว่าจะเป็น การนำเข้าหรือส่งออกมีความปลอดภัย และมีคุณภาพดี

ข. เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับสินค้า

ค. เพื่อให้มั่นใจว่าการโฆษณาไม่มีการหลอกลวงผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิด หรือเกิดความสับสน

ง. เพื่อให้มั่นใจว่าผู้บริโภคจะได้รับการเยียวยา (consumer redress) ความสูญเสียหรือเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าและบริการ

จ. เพื่อให้มั่นใจว่าสิทธิและผลประโยชน์ต่าง ๆ ของผู้บริโภคจะได้รับการคุ้มครอง⁸³

1) นิยามศัพท์ของประเทศกัมพูชา

นิยามศัพท์ของประเทศกัมพูชา นั้น กฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคของราชอาณาจักรกัมพูชาบัญญัติใน Law on Consumer Protection (No.NS/RKM/1119/016) บทที่ 1 บททั่วไป (General Provisions) มาตรา 4 ได้วางหลักไว้ดังนี้

⁸³ ASEAN Consumer. (2023). *Country Report on Consumer Protection, Cambodia*. (Online). Available: <http://asean-consumer.org/misc/downloads/countryreport-cambodia-2008.pdf>. [2023, June 6]

“มาตรา 4 คำนิยาม⁸⁴

2. การโฆษณา หมายถึง การเผยแพร่สู่สาธารณะหรือการเผยแพร่สู่สาธารณชน ส่วนใดส่วนหนึ่งไม่ว่าในรูปแบบใด ๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการจัดหาสินค้าหรือบริการ การขายหรือการจัดหาอสังหาริมทรัพย์ในอสังหาริมทรัพย์

5. ผู้บริโภค หมายถึง บุคคลที่ได้รับสินค้าหรือบริการ

A. ซึ่งโดยปกติแล้วมีไว้สำหรับใช้ส่วนตัว ใช้ในบ้าน หรือในครัวเรือน และ

B. เพื่อประโยชน์ของ:

- ไม่ใช้ในการดำเนินธุรกิจ หรือ

- ไม่บริโภค/ใช้ในกระบวนการผลิต หรือ

- ไม่ใช้สินค้าเพื่อกิจกรรมทางการค้าใด ๆ เช่น ซ่อมแซมอาคาร หรือนำไปใช้

เป็นสิ่งที่ติดต่ออสังหาริมทรัพย์เพื่อการค้า”

2) การคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณาของประเทศกัมพูชา

(1) สิทธิของผู้บริโภค

ส่วนของสิทธิของผู้บริโภคของราชอาณาจักรกัมพูชากฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคของราชอาณาจักรกัมพูชาบัญญัติใน Law on Consumer Protection (No.NS/RKM/ 1119/016) บทที่ 1 บททั่วไป (General Provisions) มาตรา 4 ได้วางหลักไว้ดังนี้

“มาตรา 4 คำนิยาม⁸⁵

⁸⁴ Law on Protection of Consumer Rights No. 59/2010/QH12 Article 4: Definition

2. Advertisement: refers to a dissemination made to the public or a dissemination made to a segment of the public in whatever form for the purpose of promoting the supply of goods or services, sale or provision of real rights over immovable property

5. Consumer: refers to a person receiving/obtaining goods or services:

A. Which is ordinarily for personal, domestic, or household use; and

B. For the purpose of:

- not resupplying in conducting a business; or

- not consuming/using in the process of a production line or production; or not utilizing goods for any commercial activity such as repairing a building or to be used as an item attached to immovable property for commercial purposes.

⁸⁵ Law on Protection of Consumer Rights No. 59/2010/QH12 Article 4: Definition

6. Consumer rights refer to:

6. สิทธิผู้บริโภคหมายถึง:

- สิทธิในการรับข้อมูลและการศึกษาเพื่อชั่งน้ำหนักระหว่างความแตกต่างระหว่างสินค้าหรือบริการ และป้องกันการฉ้อโกงและการโฆษณาบิดเบือนความจริง
- สิทธิในการเลือกสินค้าหรือบริการด้วยราคาและคุณภาพที่ยุติธรรม
- สิทธิที่จะได้รับทราบข้อเท็จจริงและรับการระงับข้อพิพาทจากหน่วยงานกำกับดูแลที่มีอำนาจและรัฐบาล
- สิทธิในการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนตามกฎหมายนี้หรือตามกฎหมายอื่น”

(2) การคุ้มครองผู้บริโภคในการโฆษณา

ส่วนของการคุ้มครองผู้บริโภคในการโฆษณาของราชอาณาจักรกัมพูชากฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคของราชอาณาจักรกัมพูชาบัญญัติใน Law on Consumer Protection (No.NS/RKM/1119/016) บทที่ 5 การปฏิบัติที่ไม่เป็นธรรม (Chapter 5 Dishonest Practice) ตามมาตรา 15 ดังนี้

“มาตรา 15 การโฆษณาที่หลอกลวง⁸⁶

-Right to receive information and education for balancing the difference between the goods or services, and to be protected against fraud and misrepresentation by advertisements.

- Right to choose goods or services with fair and competitive prices and quality.

- Right to be heard about concerns and to receive settlements from the competent regulator and the royal government.

-Right to demand compensation under this law or by other laws.

⁸⁶ Law on Protection of Consumer Rights No. 59/2010/QH12 Article 15: Bait Advertising

1. No person shall advertise for the supply of goods or services at a particular price, which such person does not intend to supply or there is no proper ground to believe that such person will be able to supply at the advertised price.

2. Any person who advertises for the supply of goods or services at a particular price shall supply such goods or services at the advertised price within a specified period and in a reasonable quantity.

3. In the event that there is any claim or complaint against any person for a failure to supply goods or services to consumers in accordance with the provisions stated in this article, such person may defend himself/herself provided that he/she:

a. Has supplied or allowed an authorized person to supply the advertised goods or services to the consumers on his/her behalf within a specified period, in certain quantity and at the price as specified in the advertisement and such supply shall also be agreed by the consumers.

1. ห้ามมิให้บุคคลใดโฆษณาการจัดหาสินค้าหรือบริการในราคาใดราคาหนึ่งซึ่งบุคคลนั้นไม่ได้ตั้งใจที่จะจัดหาหรือ ไม่มีเหตุผลอันสมควรที่จะเชื่อได้ว่าบุคคลนั้นจะสามารถจัดหาในราคาที่โฆษณาได้

2. บุคคลใดก็ตามที่โฆษณาการจัดหาสินค้าหรือบริการในราคาใดราคาหนึ่งจะต้องจัดหาสินค้าหรือบริการดังกล่าวในราคาที่โฆษณาภายในระยะเวลาที่กำหนดและในปริมาณที่เหมาะสม

3. ในกรณีที่มีการเรียกร้องหรือร้องเรียนต่อบุคคลใดที่ไม่จัดหาสินค้าหรือบริการให้กับผู้บริโภคตามบทบัญญัติที่ระบุไว้ในบทความนี้ บุคคลดังกล่าวอาจยกข้อต่อสู้ได้ โดยมีเงื่อนไขว่า:

ก. ได้จัดหาหรืออนุญาตให้ผู้มีอำนาจจัดหาสินค้าหรือบริการที่โฆษณาให้แก่ผู้บริโภคแทนภายในระยะเวลาที่กำหนด ในปริมาณที่กำหนด และราคาตามที่ระบุไว้ในโฆษณา และการจัดหาดังกล่าวต้องได้รับความยินยอมจากผู้บริโภคด้วย

ข. ได้จัดหาหรืออนุญาตให้ผู้มีอำนาจจัดหาแทนตนภายในระยะเวลาที่กำหนดให้แก่ผู้บริโภคโดยทันที โดยสินค้าหรือบริการดังกล่าวมีปริมาณและราคาเท่ากันตามที่ระบุไว้ในโฆษณา และการจัดหาดังกล่าวต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้บริโภคด้วย

3) หน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคและบทบาทหน้าที่ในประเทศกัมพูชา

ส่วนของหน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในราชอาณาจักรกัมพูชาถูกกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคของราชอาณาจักรกัมพูชาบัญญัติใน Law on Consumer Protection (No.NS/RKM/1119/016) บทที่ 2 หน่วยงานที่มีอำนาจ (Chapter 2 Competent Institution) โดยได้วางหลักไว้ดังนี้
“คณะกรรมการแห่งชาติเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค”⁸⁷

b. Has promptly supplied or allowed an authorized person to supply on his/her behalf within a specified period to consumers and such goods or services are equivalent in terms of quantity and price as specified in the advertisement and such supply shall also be agreed by the consumers.

⁸⁷ Law on Protection of Consumer Rights No. 59/2010/QH12 Article 5 National Committee for Consumer Protection

To create a National Committee for Consumer Protection which is led by the Minister of Commerce and with participation from the relevant ministries institutions by having a general department in charge of consumer protection of the Ministry of Commerce as its implementing body in order to perform duties related to consumer protection in accordance with the provisions of this law.

The organization and functions of the National Committee for Consumer Protection shall be determined by sub-decree.

ให้จัดตั้งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติซึ่งนำโดยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์และโดยมีส่วนร่วมจากกระทรวง-สถาบันที่เกี่ยวข้อง โดยมีหน่วยงานทั่วไปรับผิดชอบการคุ้มครองผู้บริโภคของกระทรวงพาณิชย์เพื่อเป็นหน่วยงานในการปฏิบัติหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายนี้

ให้กำหนดองค์กรและหน้าที่ของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติโดยกฤษฎีกาย่อย”

โดยมาตรานี้ ได้บัญญัติให้ คณะกรรมการแห่งชาติเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค หรือ National Committee for Consumer Protection เป็นคณะกรรมการที่ปฏิบัติหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคของราชอาณาจักรกัมพูชาหรือ Law on Consumer Protection (No.NS/RKM/1119/016) ฉบับนี้ โดยกฎหมายฉบับนี้ไม่ได้บัญญัติในส่วนของอำนาจหน้าที่ของ คณะกรรมการแห่งชาติเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ไว้แต่อย่างใด ต้องดูกฤษฎีกาย่อยของกฎหมายฉบับนี้ ซึ่งจะมีการระบุบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการแห่งชาติเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคไว้

3.3 มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในการโฆษณาของประเทศไทย

ประเทศไทยได้มีการตระหนักถึงความสำคัญของการคุ้มครองผู้บริโภค ทำให้มีการรองรับสิทธิของผู้บริโภคมากขึ้น และเกิดการพัฒนากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคขึ้นมาโดยตลอด ประเทศไทยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญ และเห็นว่าควรมีกฎหมายที่ให้ความคุ้มครองผู้บริโภคเป็นการทั่วไป โดยกำหนดหน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจการค้าเพื่อให้ความเป็นธรรมต่อผู้บริโภค และควรจัดให้มีองค์กรของรัฐเพื่อตรวจตรา ดูแล และประสานงานการปฏิบัติงานของส่วนราชการต่าง ๆ เพื่อคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อสามารถอำนวยความสะดวกได้อย่างเต็มที่ให้แก่ผู้บริโภค

3.3.1 รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 ได้มีการรับรองสิทธิ เสรีภาพ โดยเฉพาะในส่วน สิทธิของผู้บริโภคที่ได้รับการคุ้มครอง โดยประเทศไทยได้มีการเริ่มต้นการคุ้มครองผู้บริโภคตั้งแต่ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 และ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 และมีการแก้ตัวบทที่เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคจนมีความครอบคลุม เป็นธรรมมากขึ้น

โดยรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 ได้มีการวางหลักไว้ส่วนที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1) บุคคลย่อมมีเสรีภาพในการประกอบอาชีพ การจำกัดเสรีภาพจะกระทำมิได้ เว้นแต่โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายที่ตราขึ้นเพื่อรักษาความมั่นคงหรือเศรษฐกิจของประเทศ การแข่งขันอย่างเป็นธรรม การป้องกันหรือขจัดการกีดกันหรือการผูกขาด การคุ้มครองผู้บริโภค การจัดระเบียบการประกอบอาชีพเพียงเท่าที่จำเป็นหรือเพื่อประโยชน์สาธารณะอย่างอื่น⁸⁸

2) สิทธิของผู้บริโภคย่อมได้รับความคุ้มครอง⁸⁹ โดยบุคคลย่อมมีสิทธิร่วมกันจัดตั้งองค์กรของผู้บริโภคเพื่อคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค⁹⁰

3) องค์กรของผู้บริโภคมีสิทธิร่วมกันจัดตั้งเป็นองค์กรที่มีความเป็นอิสระเพื่อให้เกิดพลังในการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค โดยได้รับการสนับสนุนจากรัฐ ทั้งนี้ หลักเกณฑ์และวิธีการจัดตั้งอำนาจในการเป็นตัวแทนของผู้บริโภค และการสนับสนุนด้านการเงินจากรัฐให้เป็นไปตามที่กฎหมายบัญญัติ⁹¹

4) รัฐต้องจัดให้มีมาตรการหรือกลไกที่มีประสิทธิภาพในการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านกรู้อข้อมูลที่เป็นจริง ด้านความปลอดภัย ด้านความเป็นธรรมในการทำสัญญา หรือด้านอื่นใดอันเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค⁹²

⁸⁸ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560. มาตรา 40 วรรคสอง

“มาตรา 40 บุคคลย่อมมีเสรีภาพในการประกอบอาชีพ

การจำกัดเสรีภาพตามวรรคหนึ่งจะกระทำมิได้ เว้นแต่โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายที่ตราขึ้นเพื่อรักษาความมั่นคงหรือเศรษฐกิจของประเทศ การแข่งขันอย่างเป็นธรรม การป้องกันหรือขจัดการกีดกันหรือการผูกขาด การคุ้มครองผู้บริโภค การจัดระเบียบการประกอบอาชีพเพียงเท่าที่จำเป็น หรือเพื่อประโยชน์สาธารณะอย่างอื่น

การตรากฎหมายเพื่อจัดระเบียบการประกอบอาชีพตามวรรคสอง ต้องไม่มีลักษณะเป็นการเลือกปฏิบัติหรือก้าวก่ายการจัดการศึกษาของสถาบันการศึกษา”

⁸⁹ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560. มาตรา 46 วรรคหนึ่ง

“สิทธิของผู้บริโภคย่อมได้รับความคุ้มครอง”

⁹⁰ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560. มาตรา 46 วรรคสอง

“บุคคลย่อมมีสิทธิร่วมกันจัดตั้งองค์กรของผู้บริโภคเพื่อคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค”

⁹¹ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560. มาตรา 46 วรรคสาม

“องค์กรของผู้บริโภคตามวรรคสองมีสิทธิร่วมกันจัดตั้งเป็นองค์กรที่มีความเป็นอิสระเพื่อให้เกิดพลังในการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค โดยได้รับการสนับสนุนจากรัฐ ทั้งนี้ หลักเกณฑ์และวิธีการจัดตั้งอำนาจในการเป็นตัวแทนของผู้บริโภค และการสนับสนุนด้านการเงินจากรัฐ ให้เป็นไปตามที่กฎหมายบัญญัติ”

⁹² รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560. มาตรา 61

การคุ้มครองสิทธิเสรีภาพ รัฐธรรมนูญฉบับนี้ ได้ขยายความคุ้มครองสิทธิเสรีภาพของประชาชน ซึ่งประชาชนสามารถใช้สิทธิและเสรีภาพ (Rights and Freedoms) อย่างเต็มที่ตามเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญ (The Intent of the Constitution) ได้ครบเท่าที่ไม่ขัดต่อรัฐธรรมนูญหรือกฎหมาย ประชาชนก็ย่อมที่จะทำได้ อีกทั้งรัฐมีหน้าที่จัดให้มีการดำเนินการเพื่อให้สิทธิเสรีภาพนั้นเป็นจริงในทางปฏิบัติโดยที่ประชาชนไม่ต้องร้องขอ เพื่อประโยชน์ของประชาชน ตามมาตรา 61 รัฐต้องจัดให้มีมาตรการหรือกลไกที่มีประสิทธิภาพในการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านความรู้ข้อมูลที่เป็นจริง ด้านความปลอดภัย ด้านความเป็นธรรม การทำสัญญา หรือด้านอื่นใดอันเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค ซึ่งแต่เดิมรัฐธรรมนูญฉบับก่อนหน้านี้มีได้บัญญัติไว้ให้เป็นหน้าที่ของรัฐการที่รัฐธรรมนูญฉบับนี้ได้บัญญัติเพื่อความดังกล่าวไว้เพื่อให้เป็นหน้าที่ของรัฐที่รัฐจะต้องจัดทำโดยที่รัฐปฏิเสธ ไม่ได้ ทั้งนี้ ก็เพื่อประโยชน์แก่ประชาชนนั่นเอง⁹³

เหตุผลที่รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยได้บัญญัติถึงสิทธิของผู้บริโภคไว้ เนื่องจากประชาชนส่วนใหญ่ในฐานะผู้บริโภค ไม่สามารถหลีกเลี่ยงผลกระทบอันเกิดจากการบริโภคได้ เนื่องจากการที่มีฐานะไม่เท่าเทียมกับผู้ผลิต ทำให้ผู้บริโภคตกอยู่ในฐานะที่เสียเปรียบ ดังนั้น เพื่อให้ประชาชนในฐานะผู้บริโภคมีสิทธิได้รับความคุ้มครอง รัฐธรรมนูญจึงจัดให้มีองค์การอิสระที่ประกอบไปด้วยตัวแทนผู้บริโภคที่จะมาทำหน้าที่ให้ความเห็นในการตรากฎ ข้อบังคับ และกำหนดมาตรการต่าง ๆ เพื่อคุ้มครองผู้บริโภค และมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและแนวทางเพื่อคุ้มครองสิทธิของตนเอง ให้พ้นจากการเอาเปรียบของผู้ประกอบธุรกิจ ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในระบบการเมืองมากขึ้น⁹⁴

โดยก่อนหน้าที่จะมีการบัญญัติไว้ในมาตรา 61 นั้น ประเทศไทยมีกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค ทั้งที่เป็นกฎหมายกลางที่อยู่ในความดูแลของสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค และเป็นกฎหมายเฉพาะ เช่น กฎหมายอาหารและยา กฎหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม หรือ

“มาตรา 61 รัฐต้องจัดให้มีมาตรการหรือกลไกที่มีประสิทธิภาพในการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านความรู้ข้อมูลที่เป็นจริง ด้านความปลอดภัย ด้านความเป็นธรรมในการทำสัญญา หรือด้านอื่นใดอันเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค”

⁹³ ลักขมินทร์ เอมกริช. (2559). *ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการกำหนดเงื่อนไขและการใช้ดุลพินิจของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค*. สารนิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต กลุ่มวิชากฎหมายเอกชน คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

⁹⁴ บวรศักดิ์ อุวรรณโณ. (2547). *ภาพรวมของรัฐธรรมนูญและรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยพุทธศักราช 2540*. กรุงเทพฯ: สถาบันพระปกเกล้า. หน้า 9.

แม้กระทั่งกฎหมายป้องกันการผูกขาดและการกำหนดราคา สินค้า เป็นต้น การให้ความคุ้มครองผู้บริโภคนั้นแต่เดิมจึงบัญญัติอยู่ในกฎหมายต่าง ๆ ที่ค่อนข้างกระจัดกระจาย⁹⁵

3.3.2 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 เป็นกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคฉบับแรก โดยต่อมามีการแก้ไขเพิ่มเติมเป็นฉบับที่ 2 ใน พ.ศ. 2541⁹⁶ และมีการแก้ไขอีกครั้งหนึ่ง ซึ่งใช้บังคับอยู่เป็นฉบับที่ 3 ใน พ.ศ. 2556⁹⁷ โดยหลักการของผู้บริโภคมีดังนี้

ลักษณะสำคัญของการคุ้มครองผู้บริโภคตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 พิเคราะห์ได้จากเหตุผลในการประกาศใช้พระราชบัญญัติฉบับนี้ จากการเสนอสินค้าและบริการต่าง ๆ ต่อประชาชนนับวันแต่จะเพิ่มมากขึ้น ผู้ประกอบการธุรกิจค้าและผู้ประกอบการธุรกิจโฆษณาได้นำวิชาการในทางการตลาดและทางการโฆษณามาใช้ในการส่งเสริมการขายสินค้าและบริการ ซึ่งการกระทำดังกล่าวทำให้ผู้บริโภคตกอยู่ในฐานะที่เสียเปรียบ เพราะผู้บริโภคไม่อยู่ในฐานะที่ทราบภาวะตลาด และความจริงที่เกี่ยวกับคุณภาพและราคาของสินค้าและบริการต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้องทันทั่วทั้ง⁹⁸ นอกจากนี้ ในบางกรณีแม้จะมีกฎหมายให้ความคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคโดยการกำหนดคุณภาพและราคาของสินค้าและบริการอยู่แล้วก็ตาม⁹⁹

การคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณาจึงเป็นมาตรการหนึ่งของการคุ้มครองผู้บริโภค ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 ในอันที่จะให้การคุ้มครองแก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับการได้รับข้อมูลข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ดังนั้น การโฆษณาเพื่อจำหน่ายสินค้าหรือบริการจึงต้องมีการใช้ถ้อยคำหรือข้อความที่ไม่มีลักษณะไม่เป็นจริงหรือเป็นเท็จ ก่อให้เกิดการสับสน ไม่ว่าโดยตรงหรือโดยอ้อมที่ทำให้มีการกระทำความผิดกฎหมายหรือ

⁹⁵ ชีรวุฒิ ทองทับ. (2553). *มาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณา: ศึกษาเฉพาะกรณีการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์*. วิทยานิพนธ์หลักสูตรนิติศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. หน้า 41

⁹⁶ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541. (2541, 24 มีนาคม). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 115 (ตอนที่ 15 ก), หน้า 1.

⁹⁷ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2556. (2556, 18 มีนาคม). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 130 (ตอนที่ 25 ก), หน้า 4.

⁹⁸ วีรียา ยามนิล. (2544). *มาตรการทางกฎหมายในการประกอบธุรกิจและการคุ้มครองผู้บริโภครถยนต์ใช้แล้ว*. วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง. หน้า 161-162.

⁹⁹ อรสา เบนจรรุวงษ์. (2560). *การคุ้มครองผู้บริโภคจากการปลอมราคาเพื่อขายสินค้า*. วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต สาขากฎหมายธุรกิจ คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศีลธรรมอันดี หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ ก่อให้เกิดความแตกแยก หรือความสามัคคีในหมู่ประชาชนและอย่างอื่นที่กฎหมายกำหนดไม่ว่าจะเกิดจากการที่ผู้โฆษณาจะใช้วิธีการหรือการดำเนินการไม่ว่าจะเป็นการอ้างอิงรายงานผลการศึกษาวิจัยทางวิชาการ สถิติ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันไม่เป็นความจริงหรือเกินความจริงหรือไม่ก็ตาม¹⁰⁰ แต่การที่ผู้บริโภคแต่ละรายจะไปฟ้องร้องดำเนินคดีกับผู้ประกอบธุรกิจการค้าหรือผู้ประกอบการโฆษณาเมื่อมีการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค (Rights Tort of Consumers) ย่อมจะเสียเวลาและค่าใช้จ่ายเป็นการไม่คุ้มค่าและผู้บริโภคจำนวนมากไม่อยู่ในฐานะที่จะสละเวลาและเสียค่าใช้จ่ายในการดำเนินคดี (Prosecution) ได้ และในบางกรณีก็ไม่อาจจะจับหรือขังผู้กระทำความเสียหายแก่ผู้บริโภคได้ทันทั่วทั้งที่สมควรมีกฎหมายให้ความคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคเป็นการทั่วไปโดยกำหนดหน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจการค้าและผู้ประกอบธุรกิจโฆษณาต่อผู้บริโภค เพื่อให้ความเป็นธรรมตามสมควรแก่ผู้บริโภคตลอดจนจัดให้มีองค์กรของรัฐที่เหมาะสมเพื่อตรวจตราดูแล และประสานงาน การปฏิบัติงานของส่วนราชการต่าง ๆ ในการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคจึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัตินี้ขึ้น¹⁰¹

โดยสามารถกล่าวได้ว่า พระราชบัญญัตินี้เป็นกฎหมายที่มีลักษณะเป็นกฎหมายปกครอง (Administrative Law) ซึ่งกำหนดให้รัฐ โดยหน่วยงานของรัฐมีอำนาจหน้าที่ดำเนินการให้เป็นไปตามกฎหมาย และกำหนดโทษทางอาญา (Penal) ไว้ในกรณี ที่มีผู้ฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามบทบัญญัติในกฎหมาย¹⁰²

นอกจากนั้นกฎหมายฉบับนี้บังเกิดขึ้นจากแนวความคิดว่า จำเป็นต้องมีกฎหมายกลางเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค เนื่องจากกฎหมายที่บัญญัติไว้เพื่อป้องกันความเสียหายอันเกิดแต่การบริโภคมีอยู่กระจัดกระจาย กฎหมายที่ว่านั้นจะแก้ปัญหามือเมื่อมีกรณีที่ไม่มิบบทบัญญัติเฉพาะในกฎหมายนั้นก็จะใช้กฎหมายกลางนี้บังคับได้ เพื่อให้องค์กรระดับสูงเพียงองค์กรเดียวคือ คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (Consumer Protection Board) ทำหน้าที่ควบคุมนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ตามคำแนะนำของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค และสอดคล้องให้หน่วยงานที่รับผิดชอบในเรื่องเฉพาะได้ปฏิบัติหน้าที่อย่างเคร่งครัด¹⁰³

¹⁰⁰ เรื่องเดียวกัน.

¹⁰¹ ลักษมีนทร์ เอมกริช. อ้างแล้ว เซึ่งอรรถที่ 93.

¹⁰² ลักษมีนทร์ เอมกริช. อ้างแล้ว เซึ่งอรรถที่ 93.

¹⁰³ ชัยวัฒน์ วงศ์วัฒนสานต์. (2522). *กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค*. ในสรุปผลการสัมมนากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค สภาทนายความแห่งประเทศไทย. หน้า 16.

3.3.2.1 นิยามศัพท์

“ผู้บริโภค” หมายความว่า ผู้ซื้อหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือการชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการและหมายความรวมถึงผู้ใช้สินค้าหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจโดยชอบ แม้มิได้เป็นผู้เสียค่าตอบแทนก็ตาม¹⁰⁴

“โฆษณา” หมายความว่า ถึงการไม่ว่าโดยวิธีใด ๆ ให้ประชาชนเห็นหรือทราบข้อความ เพื่อประโยชน์ในทางการค้า¹⁰⁵

“สื่อโฆษณา” หมายความว่า สิ่งที่ใช้เป็นสื่อในการโฆษณา เช่น หนังสือพิมพ์สิ่งพิมพ์วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ไปรษณีย์โทรเลข โทรศัพท์ หรือป้าย¹⁰⁶

3.3.2.2 การคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้รับรองสิทธิของผู้บริโภค โดยกำหนดให้มีสิทธิได้รับความคุ้มครอง ทั้งหมด 5 ประการ ดังต่อไปนี้

(1) สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ¹⁰⁷

สิทธิในข้อนี้เป็นการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคในการได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ซึ่งประกอบด้วยการคุ้มครองในเชิงคุณภาพ คือข้อมูลที่ให้แก่ผู้บริโภคต้องเป็นข้อมูลที่ถูกต้องแท้จริง ในภาษาที่ผู้บริโภคสามารถอ่านเข้าใจได้ และการคุ้มครองในเชิงปริมาณคือ ข้อมูลที่ให้แก่ผู้บริโภคต้องเพียงพอต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค จะได้ไม่หลงผิดในการซื้อสินค้าหรือ

¹⁰⁴ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522. มาตรา 3 วรรคหก

“ผู้บริโภค” หมายความว่า ผู้ซื้อหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือการชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการและหมายความรวมถึงผู้ใช้สินค้าหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจโดยชอบ แม้มิได้เป็นผู้เสียค่าตอบแทนก็ตาม

¹⁰⁵ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522. มาตรา 3 วรรคเก้า

“โฆษณา” หมายความว่า ถึงการไม่ว่าโดยวิธีใด ๆ ให้ประชาชนเห็นหรือทราบข้อความ เพื่อประโยชน์ในทางการค้า

¹⁰⁶ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522. มาตรา 3 วรรคสิบ

“สื่อโฆษณา” หมายความว่า สิ่งที่ใช้เป็นสื่อในการโฆษณา เช่น หนังสือพิมพ์สิ่งพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ไปรษณีย์โทรเลข โทรศัพท์ หรือป้าย

¹⁰⁷ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522. มาตรา 4 อนุมาตราหนึ่ง

“ผู้บริโภคมีสิทธิได้รับความคุ้มครอง ดังต่อไปนี้

(1) สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ”

รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจโดยไม่เป็นธรรม¹⁰⁸ โดยมาตรการในการบังคับตามสิทธินี้จะอยู่ใน ส่วนของการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณาและด้านฉลาก¹⁰⁹

(2) สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ¹¹⁰

สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ ได้แก่ สิทธิในการที่จะเลือกซื้อ สินค้าหรือรับบริการด้วยความสมัครใจของผู้บริโภค โดยปราศจากการบังคับ การจำกัด หรือการชักจูง ใดๆ อันไม่เป็นธรรมจากกากระทำใด ๆ ของผู้ประกอบการ ในทางกลับกัน ผู้ประกอบธุรกิจ ก็จะต้องไม่กระทำการใด ๆ อันจะส่งผลให้ผู้บริโภคไม่มีเสรีภาพในการเลือกซื้อสินค้าหรือรับ บริการ หรือทำให้ตกอยู่ในสภาพบังคับให้ทำตามเงื่อนไขที่ผู้ประกอบการกำหนด¹¹¹

(3) สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ¹¹²

สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ คือ สิทธิที่ผู้บริโภคจะ ได้รับสินค้าหรือบริการที่ปลอดภัย มีสภาพและคุณภาพได้มาตรฐาน เหมาะสมแก่การใช้สอย ประโยชน์ และไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อชีวิต ร่างกาย สุขภาพ อนามัย หรือทรัพย์สิน ในกรณีที่ ผู้บริโภคใช้สอยสินค้าหรือบริการตามคำแนะนำ หรือใช้ความระมัดระวังตามสภาพของสินค้าหรือ บริการนั้น¹¹³

(4) สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา¹¹⁴

¹⁰⁸ นนทวัชร นวตระกูลพิสุทธี. (2552). “องค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค” กับ “ข้อพิจารณา” เพื่อ หลีกเลี่ยงปัญหาเชิงโครงสร้างองค์กรและการดำเนินการขององค์กรอื่น (อาจ) เกิดขึ้นจากกระบวนการสรรหา กรรมการ”. *วารสารกฎหมายใหม่ (Law Digest)*, 7 (108), มิถุนายน 2552, หน้า 16-34.

¹⁰⁹ เรื่องเดียวกัน, หน้า 16-34.

¹¹⁰ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522. มาตรา 4 อนุมาตราสอง

“ผู้บริโภคมิสิทธิได้รับความคุ้มครอง ดังต่อไปนี้

(1) สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ”

¹¹¹ นนทวัชร นวตระกูลพิสุทธี. อ้างแล้ว เจริญธรรมที่ 108. หน้า 16-34.

¹¹² พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522. มาตรา 4 อนุมาตราสาม

“ผู้บริโภคมิสิทธิได้รับความคุ้มครอง ดังต่อไปนี้

(1) สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ

¹¹³ นนทวัชร นวตระกูลพิสุทธี. อ้างแล้ว เจริญธรรมที่ 108. หน้า 16-34.

¹¹⁴ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มาตรา 4 อนุมาตราสามทวิ

“ผู้บริโภคมิสิทธิได้รับความคุ้มครอง ดังต่อไปนี้

(3 ทวิ) สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา”

สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญาคือ สิทธิที่จะได้รับข้อสัญญาโดยไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบจากผู้ประกอบธุรกิจ¹¹⁵ ซึ่งสิทธิในข้อนี้มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการคุ้มครองผู้ซึ่งบริโภคเนื้อหาดิจิทัลเพราะแนวทางการพัฒนากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับเนื้อหาดิจิทัลที่ผู้เขียนจะเสนอ จะเน้นการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญาเป็นสำคัญ โดยที่มาแห่งสิทธิประการนี้ผู้เขียนได้กล่าวเอาไว้อย่างละเอียดแล้วในหัวข้อวิวัฒนาการและแนวคิดของกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค โดยเฉพาะในส่วนของอำนาจต่อรองและความไม่สมบูรณ์ของตลาด¹¹⁶

(5) สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย¹¹⁷

สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหายได้แก่ สิทธิที่จะได้แย้งหรือคัดค้านผู้ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับสินค้าที่ซื้อจากผู้ประกอบธุรกิจหรือเกี่ยวกับบริการที่ได้รับจากผู้ประกอบธุรกิจ และการได้รับการพิจารณาจากองค์กรของรัฐที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนสิทธิที่จะได้รับการเยียวยาและชดเชยค่าเสียหาย¹¹⁸ โดยมาตรการในพระราชบัญญัตินี้จะช่วยบังคับการให้เป็นไปตามสิทธินี้ ได้แก่ มาตรการช่วยเหลือผู้บริโภคในการดำเนินคดี ไม่ว่าจะเป็นการดำเนินคดีโดยคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคหรือการดำเนินคดีโดยองค์กรเอกชน (สมาคมและมูลนิธิ) ก็ตาม¹¹⁹ และจะปรากฏชัดเจนเป็นรูปธรรมตามพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551¹²⁰

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 หมวด 2 ส่วนที่ 1 การคุ้มครองผู้บริโภคในด้านการโฆษณา ได้กำหนดหลักเกณฑ์ในการคุ้มครองผู้บริโภคในทางโฆษณาหลายประการด้วยกัน โดยในส่วนที่เกี่ยวกับการวิจัย มีดังนี้

การโฆษณาจะต้องไม่ใช่ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ไม่ว่าข้อความดังกล่าวนั้นจะเป็นข้อความที่เกี่ยวกับแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ หรือลักษณะของสินค้าหรือบริการ ตลอดจนการส่งมอบ การจัดหา หรือการใช้สินค้าหรือบริการ¹²¹

¹¹⁵ นนทวัชร นวตระกูลพิสุทธิ. อ้างแล้ว เจริญธรรมที่ 108. หน้า 16-34.

¹¹⁶ นนทวัชร นวตระกูลพิสุทธิ. อ้างแล้ว เจริญธรรมที่ 108. หน้า 16-34.

¹¹⁷ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มาตรา 4 อนุมาตราสี่

“ผู้บริโภคมีสิทธิได้รับความคุ้มครองดังต่อไปนี้

(1) สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย”

¹¹⁸ นนทวัชร นวตระกูลพิสุทธิ. อ้างแล้ว เจริญธรรมที่ 108. หน้า 16-34.

¹¹⁹ ดูมาตรา 37 ถึง 42 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

¹²⁰ นนทวัชร นวตระกูลพิสุทธิ. อ้างแล้ว เจริญธรรมที่ 108. หน้า 16-34.

¹²¹ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522. มาตรา 22

ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ได้แก่

(1) ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง¹²² ยกเว้นแต่ ข้อความที่ใช้ในการโฆษณาที่บุคคลทั่วไปสามารถรู้ได้ว่าเป็นข้อความที่ไม่อาจเป็นความจริงได้โดยแน่แท้ ไม่เป็นข้อความที่ต้องห้ามในการโฆษณา¹²³

(2) ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการไม่ว่าจะกระทำโดยใช้หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการ สถิติ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันไม่เป็นความจริงหรือเกินความจริง หรือไม่ก็ตาม¹²⁴

(3) ข้อความที่เป็นการสนับสนุน โดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมายหรือศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ¹²⁵

(4) ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน¹²⁶

“การโฆษณาจะต้องไม่ใช่ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ไม่ว่าข้อความดังกล่าวนั้นจะเป็นข้อความที่เกี่ยวกับแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ หรือลักษณะของสินค้าหรือบริการ ตลอดจนการส่งมอบ การจัดหา หรือการใช้สินค้าหรือบริการ”

¹²² พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522. มาตรา 22 วรรคสอง อนุมาตราหนึ่ง

“ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ได้แก่

(1) ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง”

¹²³ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522. มาตรา 22 วรรคท้าย

“ข้อความที่ใช้ในการโฆษณาที่บุคคลทั่วไปสามารถรู้ได้ว่าเป็นข้อความที่ไม่อาจเป็นความจริงได้โดยแน่แท้ ไม่เป็นข้อความที่ต้องห้ามในการโฆษณา ตาม (1)”

¹²⁴ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522. มาตรา 22 วรรคสอง อนุมาตราสอง

“ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ได้แก่

(2) ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการไม่ว่าจะกระทำโดยใช้หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการ สถิติ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันไม่เป็นความจริงหรือเกินความจริง หรือไม่ก็ตาม”

¹²⁵ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522. มาตรา 22 วรรคสอง อนุมาตราสาม

“ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ได้แก่

(3) ข้อความที่เป็นการสนับสนุน โดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมายหรือศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ”

(5) ข้อความอย่างอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง¹²⁷

3) หน่วยงานการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา

รัฐจำเป็นต้องออกกฎหมายเพื่อคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค โดยรัฐมีหน้าที่ต้องรับผิดชอบอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคไว้จึง ได้ตรากฎหมายขึ้นและดำเนินการโดยฝ่ายปกครองเพื่อคุ้มครองสิทธิและเข้าไปดำเนินคดีที่สิทธิผู้บริโภคถูกละเมิด เพราะการโฆษณาสินค้าที่มีอันตราย หรือการโฆษณาได้ฝ่าฝืนข้อห้าม และไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย¹²⁸

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้กำหนดให้มีคณะกรรมการเฉพาะเรื่อง ให้มี คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา¹²⁹ ในการควบคุมหรือการบังคับใช้กฎหมายให้ได้ผลสัมฤทธิ์จำเป็นจะต้องมีหน่วยงานที่มีอำนาจเข้ามาช่วยกำกับดูแลให้การปฏิบัติเป็นไปตามกฎหมาย ในทางปฏิบัติของคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา¹³⁰ เป็นผู้รับผิดชอบงานหรือขั้นตอนการตรวจสอบข้อความโฆษณาที่มีการโฆษณาอยู่ทั่วไป เจ้าหน้าที่จะทำการตรวจสอบข้อความโฆษณาจากสื่อสิ่งพิมพ์ เช่นหนังสือพิมพ์ นิตยสารต่างๆ สื่อวิทยุ-โทรทัศน์ หรือป้ายโฆษณา เป็นต้น

4) บทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 หมวด 2 ส่วนที่ 1 การคุ้มครองผู้บริโภค ในด้านการโฆษณาได้มีการกำหนดหน้าที่ของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาหลายประการด้วยกันเช่น

¹²⁶ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522. มาตรา 22 วรรคสอง อนุมาตราสี่

“ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ได้แก่

(4) ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน”

¹²⁷ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522. มาตรา 22 วรรคสอง อนุมาตราห้า

“ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ได้แก่

(5) ข้อความอย่างอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง”

¹²⁸ ลักขมินทร์ เอมกริช. อ่างแล้ว เชิงอรรถที่ 93.

¹²⁹ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522. มาตรา 14 วรรคหนึ่ง อนุมาตราหนึ่ง

“ให้มีคณะกรรมการเฉพาะเรื่อง (1) คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา”

¹³⁰ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. (2566). *การคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา*. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://123.242.175.89/office/consumerprotection/%A4%D9%E8%C1%D7%CD%E2%A6%C9%B3%D2.pdf>. [2566, 15 พฤษภาคม].

(1) คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาที่มีอำนาจกำหนดให้การโฆษณาต้องกระทำไปพร้อมกับคำแนะนำหรือคำเตือนเกี่ยวกับวิธีใช้หรืออันตราย ตามเงื่อนไขที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณากำหนด เมื่อเป็นกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นว่าสินค้าใดอาจเป็นอันตรายแก่ผู้บริโภคและเป็นสินค้าที่ควบคุมฉลาก ทั้งนี้ โดยคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาจะกำหนดเงื่อนไขให้แตกต่างกันสำหรับการโฆษณาที่ใช้สื่อโฆษณาต่างกันได้¹³¹

(2) คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาที่มีอำนาจจำกัดการใช้สื่อโฆษณาสำหรับสินค้า¹³² และห้ามการโฆษณาสินค้า¹³³ เมื่อเป็นกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นว่าสินค้าใดอาจเป็นอันตรายแก่ผู้บริโภคและเป็นสินค้าที่ควบคุมฉลาก รวมถึงกรณีที่มีการโฆษณาที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นว่าการใช้หรือประโยชน์ของสินค้านั้นขัดต่อนโยบายทางสังคม ศีลธรรม หรือวัฒนธรรมของชาติ¹³⁴

(3) คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาที่มีอำนาจกำหนดให้การโฆษณาสินค้าหรือบริการนั้นต้องให้ข้อเท็จจริง เมื่อเห็นว่าสินค้าหรือบริการใดผู้บริโภคจำเป็นต้องทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสภาพ ฐานะ และรายละเอียดอย่างอื่นเกี่ยวกับผู้ประกอบการ¹³⁵

¹³¹ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522. มาตรา 24

“ในกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นว่าสินค้าใดอาจเป็นอันตรายแก่ผู้บริโภคและคณะกรรมการว่าด้วยฉลากได้กำหนดให้สินค้านั้นเป็นสินค้าที่ควบคุมฉลากตามมาตรา 30 ให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาที่มีอำนาจออกคำสั่งดังต่อไปนี้

(1) กำหนดให้การโฆษณานั้นต้องกระทำไปพร้อมกับคำแนะนำหรือคำเตือนเกี่ยวกับวิธีใช้หรืออันตราย ตามเงื่อนไขที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา กำหนด ทั้งนี้ โดยคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาจะกำหนดเงื่อนไขให้แตกต่างกันสำหรับการโฆษณาที่ใช้สื่อโฆษณาต่างกันได้”

¹³² พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522. มาตรา 24 วรรคหนึ่ง (2)

“(2) จำกัดการใช้สื่อโฆษณาสำหรับสินค้านั้น”

¹³³ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522. มาตรา 24 วรรคหนึ่ง (3)

“(3) ห้ามการโฆษณาสินค้านั้น”

¹³⁴ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522. มาตรา 24 วรรคท้าย

“ความใน (2) และ (3)ให้นำมาใช้บังคับแก่การโฆษณาที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นว่าการใช้หรือประโยชน์ของสินค้านั้นขัดต่อนโยบายทางสังคม ศีลธรรม หรือวัฒนธรรมของชาติด้วย”

¹³⁵ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522. มาตรา 25

“ในกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นว่าสินค้าหรือบริการใดผู้บริโภคจำเป็นต้องทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสภาพ ฐานะ และรายละเอียดอย่างอื่นเกี่ยวกับผู้ประกอบการด้วย คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาที่มีอำนาจกำหนดให้การโฆษณาสินค้าหรือบริการนั้นต้องให้ข้อเท็จจริงดังกล่าวตามที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา กำหนดได้”

(4) คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาที่มีอำนาจกำหนดให้การโฆษณาโดยทางสื่อโฆษณานั้นต้องมีถ้อยคำชี้แจงกำกับให้ประชาชนทราบว่าข้อความดังกล่าวเป็นการโฆษณาได้เมื่อเป็นกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นว่าข้อความในการโฆษณาโดยทางสื่อโฆษณาใดสมควรแจ้งให้ผู้บริโภครายว่าข้อความนั้นเป็นข้อความที่มีความมุ่งหมายเพื่อการโฆษณา¹³⁶

(5) ในทางปฏิบัติ หากเจ้าหน้าที่เห็นว่าการใช้ข้อความโฆษณาดังกล่าวเป็นการใช้ข้อความโฆษณาที่มีลักษณะเป็นการฝ่าฝืนตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 เจ้าหน้าที่จะดำเนินการสรุปข้อเท็จจริง ข้อกฎหมาย ประเด็นปัญหาเกี่ยวกับข้อความโฆษณา รวมถึงข้อพิจารณาและนำเสนอแนะต่อผู้บังคับบัญชาเพื่อพิจารณาสั่งการพร้อมมีหนังสือเชิญผู้ประกอบการธุรกิจมาชี้แจงข้อเท็จจริง ตลอดจนนำเสนอส่งเอกสารหลักฐานประกอบการชี้แจงเกี่ยวกับการโฆษณากรณีที่ผู้ประกอบการธุรกิจไม่สามารถชี้แจงข้อเท็จจริงดังกล่าวได้ หรือยังมีข้อสงสัยว่าข้อความโฆษณาอาจฝ่าฝืนตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 เจ้าหน้าที่จะนำเสนอเรื่องต่อคณะกรรมการติดตามสอดส่องและวินิจฉัยการโฆษณา และคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาพิจารณา ดำเนินการตามอำนาจหน้าที่ ทั้งนี้ได้กำหนดให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาที่มีอำนาจในการออกคำสั่งอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง เช่น ให้แก้ไขข้อความหรือวิธีการในการโฆษณา ห้ามการใช้ข้อความบางอย่างที่ปรากฏในการโฆษณา ห้ามการโฆษณาหรือห้ามใช้วิธีการนั้นในการโฆษณา และให้โฆษณาเพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดของผู้บริโภคที่อาจเกิดขึ้นแล้วตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณากำหนด เป็นต้น¹³⁷ และคณะกรรมการจะต้องออกคำสั่ง

¹³⁶ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522. มาตรา 26

“ในกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นว่าข้อความในการโฆษณาโดยทางสื่อโฆษณาใดสมควรแจ้งให้ผู้บริโภคทราบว่าข้อความนั้นเป็นข้อความที่มีความมุ่งหมายเพื่อการโฆษณา ทั้งนี้ คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาจะกำหนดเงื่อนไขอย่างใดให้ต้องปฏิบัติตามด้วยก็ได้”

¹³⁷ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522. มาตรา 27

“มาตรา 27 ในกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นว่าโฆษณาใดฝ่าฝืนมาตรา 22 มาตรา 23 มาตรา 24 (1) หรือมาตรา 25 ให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาที่มีอำนาจออกคำสั่งอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างดังต่อไปนี้

- (1) ให้แก้ไขข้อความหรือวิธีการในการโฆษณา
- (2) ห้ามการใช้ข้อความบางอย่างที่ปรากฏในการโฆษณา
- (3) ห้ามการโฆษณาหรือห้ามใช้วิธีการนั้นในการโฆษณา
- (4) ให้โฆษณาเพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดของผู้บริโภคที่อาจเกิดขึ้นแล้วตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่

คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา กำหนด

โดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้บริโภคประกอบกับความสุจริตใจในการกระทำของผู้กระทำการโฆษณา หากกรณีมีเหตุอันควรสงสัยว่าข้อความใดที่ใช้ในการโฆษณาเป็นเท็จหรือเกินความจริง คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามีอำนาจออกคำสั่งให้ผู้กระทำการโฆษณาพิสูจน์เพื่อแสดงความจริงได้¹³⁸

(6) กรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นว่าการใช้ข้อความโฆษณาของผู้ประกอบธุรกิจฝ่าฝืนพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ให้เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบนำเรื่องเสนอต่อคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อพิจารณาใช้อำนาจทำการเปรียบเทียบความผิดแก่ผู้ประกอบธุรกิจไม่ว่าจะเป็นผู้ทำการโฆษณาหรือเจ้าของสื่อโฆษณา หลังจากนั้นคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาจึงทำการแจ้งมติคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคให้ผู้ทำการโฆษณาหรือเจ้าของสื่อโฆษณาทราบเพื่อให้มาชำระค่าปรับ กรณีที่ผู้ทำการโฆษณาหรือเจ้าของสื่อโฆษณาไม่ชำระค่าปรับตามคำสั่งของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบจะประสานไปยังสำนักกฎหมายและคดี สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อดำเนินการบังคับให้ผู้ทำการโฆษณาหรือเจ้าของสื่อโฆษณามาชำระค่าปรับตามกฎหมาย¹³⁹

อำนาจของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาจึงมีลักษณะที่เรียกว่า กึ่งตุลาการ กล่าวคือ มีอำนาจสั่งให้ผู้โฆษณาระงับ แก้ไข ตลอดจนห้ามทำการโฆษณาผ่านสื่อใด ๆ อันกระทบถึงพฤติกรรมของผู้โฆษณาโดยตรงและเป็นการสั่งการโดยไม่ต้องผ่านการพิจารณาของศาล เท่ากับ

ในการออกคำสั่งตาม (4) ให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณากำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการ โดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้บริโภคประกอบกับความสุจริตใจในการกระทำของผู้กระทำการโฆษณา

ในกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา มีคำสั่งตาม (4) และผู้ประกอบธุรกิจไม่ปฏิบัติตามคำสั่งดังกล่าว คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาอาจเข้าดำเนินการแทนผู้ประกอบธุรกิจ และให้ผู้ประกอบธุรกิจมีหน้าที่ชดเชยค่าเสียหายที่เกิดขึ้นจากการดำเนินการแทนนั้น โดยให้บังคับตามบทบัญญัติเกี่ยวกับการบังคับทางปกครองตามกฎหมายว่าด้วยวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง”

¹³⁸ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522. มาตรา 28

“มาตรา 28 ในกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นว่า มีเหตุอันควรสงสัยว่าข้อความใดที่ใช้ในการโฆษณาเป็นเท็จหรือเกินความจริงตามมาตรา 22 วรรคสอง (1) คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาอาจออกคำสั่งให้ผู้กระทำการโฆษณาพิสูจน์เพื่อแสดงความจริงได้ และในกรณีจำเป็นเร่งด่วน คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาจะออกคำสั่งระงับการโฆษณาดังกล่าวเป็นการชั่วคราวจนกว่าจะทราบผลการพิสูจน์ก็ได้

ในกรณีที่ผู้กระทำการโฆษณาอ้างอิงรายงานทางวิชาการ ผลการวิจัย สถิติ การรับรองของสถาบันหรือบุคคลอื่นใด หรือยืนยันข้อเท็จจริงอันใดอันหนึ่งในการโฆษณา ถ้าผู้กระทำการโฆษณาไม่สามารถพิสูจน์ได้ว่าข้อความที่ใช้ในการโฆษณาเป็นไปตามที่อ้างอิง คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาอาจออกคำสั่งตามมาตรา 27 ได้ และให้ถือว่าผู้กระทำการโฆษณารู้หรือควรได้รู้ว่าข้อความนั้นเป็นความเท็จ”

¹³⁹ อรสา เบนจรรุราชศรี. อ่างแล้ว เชนงอรรถที่ 99.

เป็นการใช้อำนาจตุลาการโดยฝ่ายบริหาร จึงเรียกว่าเป็นอำนาจกึ่งตุลาการ การที่กฎหมายให้อำนาจคณะกรรมการโฆษณาไว้ในมาตรา 27 เนื่องจากโฆษณาเป็นกิจการที่มีผลกระทบต่อสังคมรวดเร็วมาก ทั้งตัวโฆษณาเองก็มีความเคลื่อนไหวที่รวดเร็วและสิ้นสุดรวดเร็วมาก¹⁴⁰

ดังนั้น หากการควบคุมกำกับโดยภาครัฐซึ่งเป็นฝ่ายบริหารต้องอาศัยกระบวนการทางศาล การสอบสวนและดำเนินคดีที่ยาวนาน ย่อมหวังผลในทางการป้องกันความเสียหายต่อสังคมได้ยากและไม่ทันการ¹⁴¹

¹⁴⁰ ธีรวุฒิ ทองทับ. อ่างแล้ว เจริงอรรถที่ 95. หน้า 46.

¹⁴¹ ธีรวุฒิ ทองทับ. อ่างแล้ว เจริงอรรถที่ 95. หน้า 46.