

**กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค : ศึกษาวิจัยเปรียบเทียบระหว่างกฎหมาย
ของประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว**
**Consumer Protection Law : Comparative Study on the Laws
of Thailand and Lao People's Democratic Republic (LPDR)**

สรียา กาฬสินธุ์*
Sareeya Galasintu

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงคุณภาพนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทฤษฎีและหลักการของกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป. ลาว) อันเป็นส่วนหนึ่งของโครงการศึกษาวิจัยเปรียบเทียบกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) เพื่อศึกษาถึงกฎหมายกลางว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคและหน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคและความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ผลการวิจัยพบว่า กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคฉบับหลักของทั้งสองประเทศนั้นเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยคุ้มครองผู้บริโภคโดยแท้จริงที่แม้มีเสียค่าตอบแทนก็ได้รับความคุ้มครอง และบทบัญญัติหลักในด้านโฆษณา จลาก และสัญญาฉบับสัญญาในลักษณะเดียวกันโดยแม้จะมีข้อแตกต่างในรายละเอียดแต่ในทางปฏิบัตินั้นก็ยังมีส่วนที่เป็นการคุ้มครองในแบบเดียวกัน และในข้อแตกต่างกันก็มีกฎหมายเฉพาะด้านฉบับอื่นรองรับเพียงแต่จะอยู่ภายใต้กำกับดูแลของหน่วยงานใดเท่านั้น อย่างไรก็ตาม ข้อแตกต่างที่ทำให้กฎหมายของ สปป. ลาว อาจแตกต่างในการบังคับใช้ได้แก่กรณีการบังคับใช้กับผู้ประกอบธุรกิจโฆษณาซึ่งกฎหมายไทยบัญญัติครอบคลุมถึงด้วยในขณะที่กฎหมาย สปป. ลาว ไม่ได้บัญญัติไว้ นอกจากนี้ มาตรการการลงโทษและบทกำหนดโทษนั้น สปป. ลาว บัญญัติไว้อย่างเป็นขั้นตอนและลำดับ ซึ่งข้อนี้ ผู้ที่กระทำผิดโดยมิได้เจตนาจะมีโอกาสในการกลับตัว ซึ่งอาจเป็นข้อที่ประเทศไทยต้องพิจารณาเพิ่มเติม ในขณะเดียวกัน สปป. ลาวก็ได้กำหนดโทษสำหรับผู้กระทำผิดอย่างต่อเนื่องและการกระทำผิดซ้ำเหมือนของประเทศไทย แต่ประเทศไทยก็ยังคงพบปัญหาผู้กระทำผิดซ้ำเป็นรายเดิม ๆ จึงควรต้องเพิ่มความเข้มงวดเพื่อให้ผู้กระทำเกรงกลัวกฎหมายมากขึ้น นอกจากนี้แต่ละประเทศภาคีสมาชิกอาเซียนต้องมุ่งสร้างการค้าเสรีระหว่างภาคีสมาชิก เพื่อวัตถุประสงค์มุ่งเน้นการสร้างตลาดเดียวและมีฐานการผลิตร่วมกันซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของ AEC และข้อที่สำคัญด้านการเยียวยาความเสียหายให้แก่ประชากรอาเซียนที่อาจได้รับความเสียหายจากสินค้าหรือบริการนั้น ประเทศ

* อาจารย์ประจำภาควิชานิติศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Lecturer at Department of Law, Faculty of Social Sciences, Kasetsart University

Corresponding author, e-mail : fsocsyg@ku.ac.th

ไทยมีมาตรการเยียวยารองรับด้วยกฎหมายรวมลึบจับเป็นอย่างน้อยที่กำหนดค่าสินไหมทดแทนอย่างชัดเจนหรือกองทุนเพื่อการเยียวยาที่กำหนดโดยกฎหมาย ในท้ายที่สุด เพื่อให้ทั้งสองประเทศเดินทางเข้าสู่ AEC โดยให้ความคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างครบถ้วนและมีมาตรการเยียวยาให้แก่ผู้บริโภคที่ได้รับความเสียหายในต่างแดน ผู้วิจัยเห็นว่า ควรพัฒนากฎหมายให้รองรับในประเด็นการคุ้มครองผู้บริโภคให้ครบถ้วนในทิศทางเดียวกัน (harmonization) โดยศึกษากฎหมายประเทศภาคีสมาชิกอาเซียนอื่นเพิ่มเติมเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างกรอบและกฎเกณฑ์ที่สอดคล้องกันต่อไป นอกจากนี้ ควรมีการดำเนินการพิจารณาการบูรณาการของหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภคทั้งหมดให้มีศูนย์กลางโดยจัดตั้งเป็นหน่วยงานกลาง (One Stop Service) ในประเทศและระดับอาเซียนโดยใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษากลางในส่วนของการเยียวยา ควรสร้างมาตรการเยียวยาที่รวดเร็วสำหรับประชากรอาเซียนที่เดินทางในต่างแดนมากกว่าการฟ้องคดี อาทิ การตั้งกองทุน กลไกการเยียวยาข้ามแดนโดยใช้เครื่องมือการระงับข้อพิพาททางเลือก รวมถึงการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยตั้งแต่การเริ่มร้องเรียนก็จะทำให้การเยียวยาทำได้รวดเร็วขึ้น นอกจากนี้ ควรสร้างความร่วมมือระหว่างภาคีสมาชิกในการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภคอาเซียน เช่น การแจ้งเตือนสินค้าหรือบริการอันตราย ระบบสายด่วนผู้บริโภค (Call Center) เป็นต้น รวมถึงผลักดันให้ผู้ประกอบธุรกิจในประเทศภาคีสมาชิกอาเซียนตระหนักถึงความเป็นธรรมในการประกอบธุรกิจและสนับสนุนให้ผู้ประกอบธุรกิจได้มีส่วนในการเยียวยาผู้บริโภคโดยตรง

คำสำคัญ: ผู้บริโภค ผู้บริโภคข้ามแดน กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค เยียวยา

Abstract

This qualitative research aimed to study the theories and principles of the consumer protection law of the Kingdom of Thailand and Lao People's Democratic Republic (LPDR) which is a part of the Comparative Study on the consumer protection law in ASEAN Economic Community (AEC). This is to study the general law on consumer protection including the in-charged organizations in order to weigh the readiness of each country for the ASEAN approach. The research findings revealed that the consumer protection law of both countries mostly be consistent. The laws provide the protection for De-facto consumer and the main ideas of consumer protection on advertising, label and contract are the same with the minor differences. Other areas of consumer protection would be in different specific laws under the various in-charged authorities. However, one provision which made LPRD enforcement to be narrower than Thailand's one is the definition of "business" is short of "advertising agency". Punishment measures and sanctions in LPRD is in procedure and consequence which the wrongdoer with no intention may have a chance of turning over a new leaf which might experience Thailand. Differently, LPRD's measures do not have a provision for an

ongoing wrong act and recidivism as Thailand had. Nevertheless, the numbers of recidivism by the same wrongdoer is raised although Thailand provides a punishment. It is therefore an issue of enforcement to be stronger in order to make such wrongdoer keep it noted. Moreover, each ASEAN members are due to create the free trade atmosphere among others for the single market and production base, the AEC's milestone. Regarding the consumer redress, Thailand has a redress measure through at least four laws having the compensation or a fund. Ultimately, for the sake of both countries to move forward AEC, regarding the consumer protection, the recommendations would be to have a completed consumer protection law which is in harmonized in AEC members by studying all members' law as well. In the meantime, all in-charged organizations should set up a One Stop Service in national level and further on regional level using English as an official language. Concerning the consumer redress, the faster process than the litigation is preferred e.g. funding, alternative dispute resolution process including handling complaints with technology assistance. Coordination among members on information exchange e.g. dangerous goods reminder, call center etc. and encourage businesses to emphasize the ethics in business and be a part of the redress.

Keywords: consumer, cross-border consumer, consumer protection law, redress

บทนำ

1. หลักการและเหตุผล

เนื่องจากใน พ.ศ. 2558 อาเซียนมีเป้าหมายในการเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งเน้นการสร้างตลาดเดียวและมีฐานการผลิตร่วมกัน (Single Market and Production Base) และมีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน เงินทุนและแรงงานฝีมืออย่างเสรี (Free Flows of Goods, Services, Investment, Capital and Skilled Labour) ซึ่งจากการเคลื่อนย้ายโดยเสรีดังกล่าวจะทำให้ประชากรอาเซียนเดินทางและย้ายที่อยู่หรือที่ทำงานมากขึ้น ดังนั้น การให้ความคุ้มครองผู้บริโภคอาเซียนในแต่ละดินแดนภาคีสมาชิกจึงเป็นเรื่องที่ทวีความสำคัญมากขึ้นตามลำดับ ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องมีการเตรียมความพร้อมในด้านกฎหมายเพื่อที่จะช่วยเหลือเยียวยารองรับความเสียหายที่จะเกิดขึ้นกับผู้บริโภคซึ่งจะมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ดังนั้น จึงควรศึกษาและเปรียบเทียบกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีความเหมาะสมกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจและสถานการณ์ของสังคมที่จะมีการเปลี่ยนไป ทั้งนี้ บทความนี้จะนำเสนอรายละเอียดของประเทศไทยและ สปป. ลาว ก่อนในเบื้องต้นและจะได้ศึกษาประเทศอื่น ๆ ต่อไปตามลำดับ

2. วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

เพื่อศึกษาทฤษฎีและหลักการของกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทยและ สปป. ลาว อันเป็นส่วนหนึ่งของโครงการศึกษาวิจัยเปรียบเทียบกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

3. วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยค้นคว้าศึกษาวิเคราะห์ เปรียบเทียบ และรวบรวม ข้อมูล ทฤษฎีและหลักการของกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค จากข้อมูลวิชาการ บทความ และงานเขียนทาง วิชาการ โดยเทียบเคียงกับกฎหมายของประเทศไทยและ สปป. ลาว โดยใช้ระยะเวลาศึกษาระหว่าง 1 ตุลาคม พ.ศ. 2557 - 30 กันยายน พ.ศ. 2558

ผลของการวิจัย

1. กรอบการคุ้มครองผู้บริโภคของ AEC

จากการศึกษา (1) ASEAN Charter (กฎบัตรอาเซียน) พบว่ามีได้กำหนดเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคไว้โดยเฉพาะ มีเพียงการกำหนดความร่วมมือไว้โดยกว้างและระบุสิทธิมนุษยชนและเสรีภาพ พื้นฐานไว้ในมาตรา 14(1) (ASEAN, 2014) โดยผู้นำภาคีสมาชิกอาเซียนได้มีการลงนามใน An ASEAN Human Rights Delegation (AHRD) ซึ่งแม้มิได้กำหนด “สิทธิผู้บริโภค” ไว้เป็นการทั่วไป แต่มีการเขียนรับรองสิทธิบางประการ อาทิ “สิทธิในการได้รับมาตรฐานการอยู่อาศัยที่เพียงพอ” “สิทธิในการได้รับมาซึ่งอาหารอย่างเพียงพอรวมถึงความปลอดภัยและโภชนาการในอาหาร” “สิทธิในการได้รับการรักษา” “สิทธิในสิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัย สะอาดและยั่งยืน” ตามข้อ 28 หรือ “สิทธิในการศึกษา” ตามข้อ 31 เป็นต้น ส่วน (2) หลักเกณฑ์ตามกรอบ ASEAN Blueprint (พิมพ์เขียว) (AEC, 2007) ของประชาคมนั้น ได้กำหนดไว้ในข้อ B เรื่องภูมิภาคเศรษฐกิจแห่งการแข่งขันภายใต้นโยบายการแข่งขันทางการค้าและการคุ้มครองผู้บริโภคตามลำดับไว้ว่า ให้แต่ละภาคีสมาชิกกำหนดนโยบายการแข่งขันเพื่อสนับสนุนให้มีการแข่งขันโดยเสรีและส่งผลให้ผู้บริโภคมีทางเลือกสำหรับสินค้าและบริการ และมีกลไกของคณะกรรมการว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคแห่งอาเซียน (ASEAN Committee on Consumer Protection: ACCP) (ACCP, 2014) ในการขับเคลื่อนการสร้างการคุ้มครองผู้บริโภคในภูมิภาค สนับสนุนดูแลประกอบด้วย

2. กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย

2.1 ประวัติความเป็นมาของกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทย

ก่อน พ.ศ. 2522 กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทยโดยมากแล้วเป็นกฎหมายใน ลักษณะป้องกันและปราบปราม กล่าวคือ รัฐในฐานะผู้มีหน้าที่กำกับดูแลการประกอบและการคุ้มครองผู้บริโภคในเวลาเดียวกัน ทำให้กฎหมายมีลักษณะเป็นการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจให้ประกอบกิจการ

ตามกฎหมาย หากฝ่าฝืนจะมีโทษตามกฎหมายซึ่งเป็นโทษทางอาญา และการกำกับดูแลของภาครัฐในลักษณะดังกล่าวนี้ ส่งผลให้เป็นการคุ้มครองผู้บริโภคในท้ายที่สุด และกฎหมายฉบับแรกที่ถือได้ว่าเป็นกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย คือ พระราชบัญญัติทางน่านม พ.ศ. 2470 โดยมีร่างกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคและนโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคปรากฏในคำแถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรี คณะที่ 41 (สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี, 2522) มุ่งเน้นด้านการค้าโดยให้มีการแข่งขันที่เป็นธรรมโดยคำนึงถึงผลประโยชน์ผู้บริโภคและผู้ผลิตภายในประเทศเป็นสำคัญ และในที่สุดได้ตรากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค คือ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 เมื่อวันที่ 30 เมษายน พ.ศ. 2522 มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม พ.ศ. 2522 อันถือเป็นกฎหมายกลางว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย

ภายหลังจากนั้น รัฐบาลในแต่ละสมัยก็ได้เล็งเห็นความสำคัญของการคุ้มครองผู้บริโภค และนำมาเป็นส่วนหนึ่งในนโยบายบริหารประเทศทั้งที่อยู่ในรูปแบบของผลทางอ้อมในระยะแรกที่ยังเน้นการค้าเสรีและขจัดอุปสรรคทางการค้าและในรูปแบบที่เป็นผลโดยตรง ได้แก่ การพัฒนากฎหมายมาตรการการบังคับใช้ (สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี, 2556) และต่อมาได้เน้นเพิ่มเติมในเรื่องมาตรการทางกฎหมายบทลงโทษ รวมถึงการวางแผนนโยบายให้มีการมาตรการเร่งรัดการคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้สินค้าและบริการที่ดี มีความปลอดภัยและมีคุณภาพในราคาที่เป็นธรรมซึ่งส่งผลให้การคุ้มครองผู้บริโภคเป็นรูปธรรมมากขึ้น ต่อมา มติกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทยเริ่มพัฒนาจนเกิดกฎหมายในเชิงเยียวยา กล่าวคือ กฎหมายที่มีมาตรการในการเยียวยาความเสียหายให้แก่ผู้บริโภค กล่าวคือ การกำหนดให้มีการชดเชยความเสียหายเป็นค่าสินไหมทดแทนในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นค่าสินไหมทดแทนในทางแพ่ง ค่าสินไหมทดแทนในทางจิตใจ หรือค่าสินไหมทดแทนในเชิงลงโทษ เช่น ตามพระราชบัญญัติความรับผิดชอบต่อความเสียหายอันเกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ. 2551 และพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาความผิดผู้บริโภค พ.ศ. 2551 หรือการจัดตั้งกองทุนเพื่อเยียวยาความเสียหายให้แก่ผู้บริโภค เช่น พระราชบัญญัติหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ พ.ศ. 2545 และพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551 เป็นอย่างน้อย (สรียา กาฬสินธุ์, 2556: 21-22) โดยผู้บริโภคอาจได้รับการเยียวยาจากมาตรการนี้ด้วยการขอรับการชดเชยจากกองทุนหรือการฟ้องคดีแพ่งเพื่อเรียกค่าสินไหมทดแทนต่อไป

ในการศึกษาวิจัยกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคนี้ เนื่องจากโดยทั่วไปแล้วในแต่ละประเทศจะมีกฎหมายจำนวนมากที่เป็นการคุ้มครองผู้บริโภคโดยกฎหมายดังกล่าวได้ถูกจัดแบ่งแยกประเภทความคุ้มครองตามเจตนารมณ์ในการออกกฎหมายที่แตกต่างกันไป เช่น กฎหมายอาหาร กฎหมายเทคโนโลยี กฎหมายมาตรฐานอุตสาหกรรม เป็นต้น ทำให้ไม่สามารถศึกษารายละเอียดได้ในทั้งหมด งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษากฎหมายกลางเป็นสำคัญ ดังนี้

2.2 นิยามศัพท์ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้ให้นิยามศัพท์ที่ ในมาตรา 3 ดังนี้

“ผู้บริโภค” หมายความว่า ผู้ซื้อหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือการชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการ และหมายความรวมถึงผู้ใช้สินค้าหรือ

ผู้ให้บริการจากผู้ประกอบธุรกิจโดยชอบ แม้มิได้เป็นผู้เสียค่าตอบแทนก็ตาม

“ผู้ประกอบธุรกิจ” หมายความว่า ผู้ขาย ผู้ผลิตเพื่อขาย ผู้ส่งหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อขายหรือผู้ซื้อเพื่อขายต่อซึ่งสินค้า หรือผู้ให้บริการ และหมายความรวมถึงผู้ประกอบกิจการโฆษณาด้วย

“ซื้อ” หมายความว่ารวมถึง เช่า เช่าซื้อ หรือได้มาไม่ว่าด้วยประการใด ๆ โดยให้ค่าตอบแทนเป็นเงินหรือผลประโยชน์อย่างอื่น

“ขาย” หมายความว่ารวมถึง ให้เช่า ให้เช่าซื้อ หรือจัดหาให้ไม่ว่าด้วยประการใด ๆ โดยเรียกค่าตอบแทนเป็นเงินหรือผลประโยชน์อย่างอื่น ตลอดจนการเสนอหรือการชักชวนเพื่อการดังกล่าวด้วย

“สินค้า” หมายความว่า สิ่งของที่ผลิตหรือมีไว้ขาย

“บริการ” หมายความว่า การรับจัดทำกรงาน การให้สิทธิใด ๆ หรือการให้ใช้หรือให้ประโยชน์ในทรัพย์สินหรือกิจการใด ๆ โดยเรียกค่าตอบแทนเป็นเงินหรือผลประโยชน์อื่นแต่ไม่รวมถึงการจ้างแรงงานตามกฎหมายแรงงาน

ทั้งนี้ สามารถแบ่งผู้บริโภคออกเป็น 3 ประเภทจากนิยามในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ดังนี้ (สุขุม ศุภนิติย์, 2552: 145-152)

1. ผู้ซื้อหรือผู้ให้บริการจากผู้ประกอบธุรกิจ โดยต้องเป็นกรณีที่มีการเสียค่าตอบแทนหรือผลประโยชน์อย่างอื่นให้แก่ผู้ประกอบธุรกิจ แต่ไม่รวมถึงผู้ซื้อสินค้ามาเพื่อขายต่อ เช่น พ่อค้าคนกลาง เป็นต้น

2. ผู้ได้รับการเสนอหรือการชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการแม้ว่าจะยังไม่ได้ซื้อหรือใช้สินค้าหรือบริการ ก็สามารถยื่นฟ้องต่อศาลเพื่อให้ระงับการโฆษณาข้อความดังกล่าว ทั้ง ๆ ที่ยังมีได้ซื้อสินค้านั้น เพราะถือว่าผู้บริโภคต้องมีสิทธิในการจะได้รับข่าวสารที่ถูกต้องเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ จึงได้รับความคุ้มครองตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มาตรา 4 (1)

3. ผู้ใช้สินค้าหรือผู้ให้บริการจากผู้ประกอบธุรกิจโดยชอบแม้มิได้เป็นผู้เสียค่าตอบแทน โดยต้องได้ใช้สินค้าหรือบริการจากผู้ประกอบธุรกิจโดยชอบ แม้จะไม่ได้เสียค่าตอบแทนด้วยตนเอง แต่ไม่รวมถึงการนำสินค้าไปใช้หรือรับบริการโดยไม่ชอบ

2.3 การให้ความคุ้มครองผู้บริโภคตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522

ตามมาตรา 4 ได้บัญญัติสิทธิของผู้บริโภคไว้ 5 ประการ ได้แก่ (1) สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ (2) สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ (3) สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ (4) สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา และ (5) สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย โดยมีหลักสำคัญสี่ประการ ดังนี้

2.3.1 การคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา กำกับดูแลข้อความที่จะใช้ในการโฆษณา กล่าวคือ ห้ามมิให้มีการใช้ข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมส่วนรวม ตามมาตรา 22 และจะต้องไม่ใช้วิธีการที่อาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ ร่างกายหรือจิตใจ หรืออาจก่อให้เกิดความรำคาญแก่ผู้บริโภคตามมาตรา 23

2.3.2 การคุ้มครองผู้บริโภคด้านฉลาก กำหนดให้สินค้าที่ผลิตเพื่อขายโดยโรงงานตามกฎหมายว่าด้วยโรงงานและสินค้าที่ส่งหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อขายเป็นสินค้าที่ควบคุมฉลากตามมาตรา 30 โดยฉลากของสินค้าที่ควบคุมฉลาก จะต้องมิใช่ข้อความที่ตรงต่อความจริงและไม่มีข้อความที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าและต้องระบุข้อความตามที่กฎหมายกำหนด อาทิ ชื่อหรือเครื่องหมายการค้าของผู้ผลิตหรือของผู้นำเข้าเพื่อขาย แล้วแต่กรณี เป็นต้น

2.3.4 การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา กฎหมายกำหนดข้อความในสัญญาหรือแบบหลักฐานการรับเงินเพื่อเป็นการคุ้มครองผู้บริโภค โดยข้อสัญญาหรือข้อความในหลักฐานการรับเงินจะต้องมีลักษณะตามมาตรา 35 ทวิ หรือมาตรา 35 เบญจ ตามลำดับ กล่าวคือ ต้องใช้ข้อสัญญา/ข้อความที่จำเป็นซึ่งหากมิได้ใช้ข้อสัญญา/ข้อความเช่นนั้น จะทำให้ผู้บริโภคเสียเปรียบผู้ประกอบการธุรกิจเกินสมควร และห้ามใช้ข้อสัญญา/ข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค

ทั้งนี้ หากผู้ประกอบการไม่จัดให้มีข้อความตามที่กฎหมายกำหนดหรือจัดให้มีข้อความที่ต้องห้ามตามกฎหมาย การกำหนดในลักษณะเช่นนั้น ถือว่าไม่มีผลบังคับใช้ ด้วยกฎหมายบัญญัติให้ถือข้อความเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนดเท่านั้น ตามมาตรา 35 ตริ มาตรา 35 จัตวา และมาตรา 35 ฉ

กรณีที่ผู้ประกอบการผู้ใดสงสัยว่าการโฆษณา ฉลาก หรือสัญญาของตนจะเป็นการฝ่าฝืนกฎหมายนี้หรือไม่ ก็อาจขอให้คณะกรรมการที่เกี่ยวข้องพิจารณาให้ความเห็นในเรื่องนั้นก่อนใช้ประกอบการธุรกิจได้อันถือเป็นมาตรการกำกับในภายหลัง (post censor) กล่าวคือ ยังมีได้มีการนำออกโฆษณา ตามมาตรา 29 มาตรา 34 และ มาตรา 35 นว ตามลำดับ

2.3.5 การคุ้มครองผู้บริโภคโดยประการอื่น ได้แก่ การคุ้มครองกรณีสินค้าหรือบริการอันตราย โดยคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีอำนาจในการกำกับดูแล ซึ่งมีความสั่งให้ผู้ประกอบการธุรกิจดำเนินการทดสอบหรือพิสูจน์สินค้าหรือบริการ หรือสั่งห้ามขายสินค้าหรือบริการเป็นการชั่วคราวหรือถาวร สั่งให้ทำลายหรือเปลี่ยนแปลงสินค้า เป็นต้น ตามมาตรา 36 และ 38

2.4 วิธีการดำเนินการเมื่อพบว่าผู้ประกอบการธุรกิจฝ่าฝืนกฎหมาย

2.4.1 กรณีฝ่าฝืนด้านโฆษณา คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามีอำนาจออกคำสั่งอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง ได้แก่ การให้แก้ไขข้อความหรือวิธีการในการโฆษณา การห้ามการใช้ข้อความบางอย่าง การห้ามการโฆษณาหรือห้ามใช้วิธีการนั้นในการโฆษณา หรือการให้โฆษณาเพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดของผู้บริโภคที่อาจเกิดขึ้นแล้ว ตามมาตรา 27 ซึ่งจะมีโทษจำคุกไม่เกินหกเดือนหรือปรับไม่เกินห้าหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ตามมาตรา 49

2.4.2 กรณีฝ่าฝืนด้านฉลาก คณะกรรมการว่าด้วยฉลากมีอำนาจสั่งให้ผู้ประกอบการธุรกิจเลิกใช้ฉลากดังกล่าวหรือดำเนินการแก้ไขฉลากนั้นให้ถูกต้อง และหากผู้ประกอบการไม่ใช้ฉลากตามที่กฎหมายกำหนด คณะกรรมการฯ มีอำนาจสั่งให้ผู้ประกอบการธุรกิจเลิกใช้ฉลากดังกล่าวหรือดำเนินการแก้ไขฉลากนั้นให้ถูกต้องได้ตามมาตรา 33 ซึ่งจะมีโทษจำคุกไม่เกินหกเดือนหรือปรับไม่เกินห้าหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ แต่ถ้าเป็นการกระทำของผู้ผลิตเพื่อขาย หรือผู้ส่งหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อขาย จะมีโทษสูงขึ้น กล่าวคือ จำคุกไม่เกินหนึ่งปีหรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ตามมาตรา 52

2.4.3 กรณีฝ่าฝืนไม่ส่งมอบสัญญาหรือหลักฐานการรับเงินให้กับผู้บริโภค จะมีโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปีหรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ แต่หากส่งมอบหลักฐานการรับเงินด้วยการลงจำนวนเงินที่มากกว่าที่ผู้บริโภคต้องชำระและได้รับเงินจำนวนนั้นไปจากผู้บริโภคแล้ว จะมีโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งเดือนหรือปรับตั้งแต่ห้าร้อยบาทถึงหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ตามมาตรา 57

2.5 บทกำหนดโทษตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

บทลงโทษแก่ผู้กระทำความผิดตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 เป็นการลงโทษทางอาญา มีผลรวมถึงผู้ที่ขัดขวางหรือไม่อำนวยความสะดวก ไม่ให้ถ้อยคำ ไม่ส่งเอกสารแก่พนักงานเจ้าหน้าที่ และผู้กระทำความผิดอย่างต่อเนื่องหรือการกระทำผิดซ้ำก็จะมีบทลงโทษสูงขึ้นด้วย โดยบทลงโทษอาจเปรียบเทียบปรับได้ทั้งนี้ ตามมาตรา 62

2.6 หน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทย

หน่วยงานกลาง ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ซึ่งรับเรื่องร้องเรียนและดำเนินการเจรจาไกล่เกลี่ยและให้ความช่วยเหลือในการดำเนินคดีแทนได้ นอกจากนี้ยังมีการประชาสัมพันธ์และให้ความรู้แก่ประชาชนผ่านช่องทางต่าง ๆ รวมถึงการสร้างเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคทั้งในสถานศึกษา ชุมชนกลุ่มประชาชนต่าง ๆ และอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค (อสคบ.) ประกอบกับการศึกษาวิจัยเพื่อวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นแก่ผู้บริโภคเพื่อนำมาปรับใช้ในการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคต่อไป

สำหรับหน่วยงานภาครัฐที่เป็นหน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคอื่น ๆ ยังมีอีกหลายหน่วยงาน อาทิ

- หน่วยงานที่กำกับดูแลกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคที่มีลักษณะเชิงป้องกันและปราบปรามฉบับต่าง ๆ เช่น สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อ.ย.) โดยดูแลกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคหลายฉบับ เช่น พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 เป็นต้น
- หน่วยงานที่กำกับดูแลกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคที่มีมาตรการเยียวยา เช่น กรมการท่องเที่ยว กำกับดูแลพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551 หรือ สำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ (สปสช.) กำกับดูแลพระราชบัญญัติหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ พ.ศ. 2545 และมีกองทุนให้ความช่วยเหลือเยียวยา
- หน่วยงานที่มีบริการศูนย์รับเรื่องร้องเรียน เช่น กระทรวงมหาดไทยที่มี “ศูนย์ดำรงธรรม” และทำงานแบบบูรณาการร่วมกับ สคบ.
- หน่วยงานที่ช่วยเหลือด้านการดำเนินคดี กล่าวคือ สำนักงานอัยการสูงสุดทั้งใน กทม. และต่างจังหวัดในฐานะที่พนักงานอัยการเป็นเจ้าหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภค และ
- หน่วยงานปราบปราม ได้แก่ กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค (บก.ปคบ.) ที่มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค (บก.ปคบ., 2558)

นอกจากนี้ ยังมีหน่วยงานภาคประชาชน อาทิ มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค ซึ่งให้ความช่วยเหลือในการรับ

เรื่องร้องเรียนและการดำเนินคดี (มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค, 2557)

2.7 ความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ผลจากการศึกษาพบว่า ประเทศไทยมีความพร้อมในการเข้าสู่ AEC เนื่องจากมีกฎหมายและนโยบายที่รองรับ อาทิ ด้านนโยบายการแข่งขันทางการค้าซึ่งประเทศไทยเป็นเพียงหนึ่งในสี่ประเทศ (รวมถึงประเทศอินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม) ในอาเซียนที่มีกฎหมายการแข่งขันทางการค้า นโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคที่ชัดเจนทั้งจากรัฐธรรมนูญ กฎหมายสูงสุดของประเทศ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และการแถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรีแต่ละยุคสมัย (ธวัชชัย สุวรรณพานิช และ สรียา กาฬสินธุ์, 2556: 20-23) และสำหรับสภาพการบังคับใช้กฎหมายของประเทศไทย กล่าวโดยเฉพาะคือ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 นั้น ตามกรอบ ASEAN นั้น ประเทศไทยมีทั้งกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคฉบับกลาง กฎหมายการแข่งขันทางการค้าเพื่อการสนับสนุนการค้าโดยเสรีโดยมุ่งให้เป็นตลาดเดียว ประกอบกับการมีกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคเฉพาะด้านในแต่ละประเภทการคุ้มครอง ดังนั้น จึงถือว่ากรอบกฎหมายไทยมีองค์ประกอบการคุ้มครองผู้บริโภคที่ไม่น้อยไปกว่ากรอบพิมพ์เขียวของอาเซียน ทั้งนี้ ในประเด็นการเยียวยาให้แก่ผู้บริโภคนั้น นอกเหนือจากการมีกฎหมายเชิงเยียวยารวมสี่ฉบับเป็นอย่างน้อยแล้ว พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ก็มีมาตรการในการช่วยเหลือผู้บริโภคในการดำเนินการฟ้องคดีแทนผู้บริโภคตามมาตรา 39 อันเป็นการอำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภคเป็นอย่างยิ่ง (สรียา กาฬสินธุ์, 2556: 32)

อย่างไรก็ตาม การเคลื่อนย้ายของประชากรอาเซียนโดยเสรีทำให้การให้ความช่วยเหลือผู้บริโภคอาจต้องอาศัยศูนย์ข้อมูลผู้บริโภคหรือ One stop service centre ซึ่งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้มีมติเห็นชอบให้ตั้งศูนย์ผู้บริโภคแห่งชาติด้วยแล้ว (รัฐบาลไทย, 2557) โดยสอดคล้องกับแผนแม่บทการคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2558 - 2562) และแนวทางการจัดตั้งศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติที่มีวิสัยทัศน์บูรณาการการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคของทุกภาคส่วน ที่เสนอต่อคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) เพื่อจัดตั้งศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ โดยมีงบประมาณตั้งไว้ในเบื้องต้น 20 ล้านบาท (กรุงเทพธุรกิจ, 2557)

3. กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของ สปป. ลาว

3.1 ประวัติความเป็นมาของกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคใน สปป. ลาว

ในเริ่มแรกนั้น สปป. ลาว ไม่มีกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค กฎระเบียบ หรือหน่วยงานเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นการเฉพาะ เนื่องจากถือเป็นเรื่องที่ใหม่มากสำหรับสมาชิกสภานิติบัญญัติลาว โดยยังขาดกฎหมายที่จะใช้ในการคุ้มครองผู้บริโภคดังกล่าวอีกจำนวนมากที่จะสนองตอบการคุ้มครองผู้บริโภคเช่นเดียวกับนานาอารยประเทศด้วยความไม่พร้อมของระบบกฎหมายและความสามารถที่จำกัดในการบริหาร ดังนั้น การคุ้มครองผู้บริโภคบางประเด็นจึงอาจไม่ได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายใน สปป. ลาว ในขั้นนี้

สปป. ลาว เริ่มต้นการคุ้มครองผู้บริโภคด้วยพระราชกฤษฎีกาเพื่อการควบคุมราคาสินค้า

(ตุลาคม 2544) โดยกระทรวงพาณิชย์ ซึ่งกำกับเรื่องถึงสิทธิและหน้าที่ของผู้ประกอบการในการค้าและการผลิต ผู้ประกอบการจะต้องมีบัญชีตามกฎหมายโดยระบุป้ายราคาสินค้าที่ผลิตเพื่อขาย ให้ความร่วมมือกับเจ้าหน้าที่ในการตรวจสอบราคาสินค้า และมีสิทธิยื่นข้อร้องเรียนหรืออุทธรณ์เกี่ยวกับการตรวจสอบและการปฏิบัติที่ไม่ดี (LPDR, 2015)

ต่อมา รัฐบาล สปป. ลาว ได้มีกฎหมายเฉพาะ ทั้งนี้ ตามมาตรา 73 ได้แก่ กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคเลขที่ 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 เพื่อให้งานดังกล่าวมีความเข้มแข็ง รับประกันประโยชน์และความปลอดภัยของผู้บริโภคจากผลกระทบในทางเสียเปรียบอันเนื่องมาจากการบริโภคสินค้าและการบริการเพื่อให้สังคมมีความยุติธรรม ความสงบ ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนดีขึ้น ประกอบกับมีส่วนช่วยในการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมอีกด้วย ทั้งนี้ ตามมาตรา 1 แต่อย่างไรก็ตาม การบังคับใช้กฎหมายและการดำเนินการให้สอดคล้องกับพิมพ์เขียวของ AEC ยังคงเป็นไปอย่างล่าช้า (ACCP, 2014)

3.2 นิยามศัพท์ในกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคใน สปป. ลาว เลขที่ 02

คำศัพท์ต่าง ๆ ที่นำมาใช้ในกฎหมายฉบับนี้ มีความหมายตามมาตรา 3 ดังนี้

“ผู้ชมใช้” หมายถึง บุคคล นิติบุคคล หรือ องค์กร ที่ซื้อหรือใช้สินค้า และการบริการอย่างถูกต้อง โดยไม่มีจุดประสงค์ทางการค้า

“ผู้สนอง” หมายถึง บุคคล นิติบุคคล หรือ องค์กร ที่ผลิต ขาย จำหน่าย ซื้อมาเพื่อขายต่อ ให้บริการ นำเข้าเพื่อจำหน่าย และขนส่ง

“ฉลาก” หมายถึง รูป รอยประดิษฐ์ กระจก หรือเครื่องหมายอย่างใดอย่างหนึ่งที่แสดงให้เห็นข้อความเกี่ยวกับสินค้า ซึ่งกำหนดไว้ในสินค้า ภาชนะบรรจุ หีบห่อบรรจุสินค้าหรือสอได้ใส่ หรือรวมไว้กับสินค้า และรวมถึงเอกสาร หรือคู่มือสำหรับใช้ประกอบกับสินค้า

“การบริการ” หมายถึง การรับใช้ การให้ใช้ การให้ประโยชน์ในทรัพย์สิน โดยมีค่าตอบแทนเป็นเงิน หรือ ผลประโยชน์อย่างอื่น

“สัญญา” หมายถึง การตกลงระหว่างผู้ชมใช้ และผู้สนองเพื่อซื้อ และขายสินค้า หรือ ใช้ และบริการ

“การโฆษณาทางกว้าง” หมายถึง การโฆษณาผ่านป้ายโฆษณาประเภทต่าง ๆ ตามสถานที่สาธารณะ และการเปิดตัวสินค้า และการบริการใหม่

3.3 การให้ความคุ้มครองผู้บริโภคตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภค

กฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคใน สปป. ลาว เลขที่ 02 มีหลักการพื้นฐานเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคตามมาตรา 5 กล่าวโดยเฉพาะ คือ (1) คุ้มครองผู้บริโภคไปพร้อมกับการส่งเสริมการ

ผลิตภายใน การรับประกันการผลิต การนำเข้า การจำหน่ายสินค้า และการบริการ ให้มีคุณภาพได้มาตรฐานตามที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้กำหนดไว้ (2) รับประกันความปลอดภัยและผลประโยชน์อันชอบธรรมของผู้บริโภค รักษาสิ่งแวดล้อมและส่งเสริมการบริโภคแบบยั่งยืน (3) รับประกันด้านสัญญา (4) รับประกันการมีส่วนร่วมของประชาชนและสังคมในการควบคุมด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และ (5) เคารพและปฏิบัติตามสัญญาสนธิสัญญาสากลที่ สปป. ลาว เป็นภาคี โดยมีการคุ้มครองผู้บริโภค ดังนี้

3.3.1 การคุ้มครองผู้บริโภคด้านการบริโภคสินค้าและบริการ (มาตรา 9)

การคุ้มครองในการบริโภคสินค้า คือ การดำเนินการเพื่อให้ผู้บริโภคได้ใช้สินค้าที่มีคุณภาพ และได้มาตรฐานตามที่กฎหมายกำหนด ไม่ให้มีผลกระทบต่อชีวิต สุขภาพ ทรัพย์สิน สิทธิ ผลประโยชน์ ผู้บริโภค และสิ่งแวดล้อมตามมาตรา 10 และมีมาตรการการต่าง ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคได้ใช้บริการที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐานและเป็นธรรมตามมาตรา 11

3.3.2 การคุ้มครองผู้บริโภคด้านการผลิต การนำเข้า การขาย การจำหน่ายสินค้า และการบริการ

การผลิตสินค้าต้องปฏิบัติตามเงื่อนไข มาตรการ และระเบียบการของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง กำหนดไว้อย่างเข้มงวดเพื่อหลีกเลี่ยงผลเสียที่จะเกิดขึ้น เช่น การปนเปื้อน เพื่อรับประกันความปลอดภัยของผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อมตามมาตรา 12 ส่วนการนำเข้า การขาย การจำหน่ายสินค้าและการบริการ ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขมาตรการและผ่านการตรวจสอบของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับข้อกำหนดเพื่อรับประกันคุณภาพ ความปลอดภัย สะดวก ราคาสมเหตุสมผลและไม่เอารัดเอาเปรียบผู้บริโภคตามมาตรา 13

3.3.3 การคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา

(1) หลักการการโฆษณาต้องมีการรับประกันข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดการโฆษณาต้องชัดเจน ถูกต้องตามความเป็นจริง ข้อมูลข่าวสารต้องมีความครบถ้วนเกี่ยวกับสินค้า/บริการ และต้องไม่มีลักษณะเสียดสี หมิ่นประมาทสินค้า/การบริการของผู้อื่น โดยทำได้ทุกรูปแบบ เช่น การโฆษณาทางกว้าง หรือผ่านสื่อสารมวลชน ทั้งนี้ ตามมาตรา 14

(2) การอนุญาตในการโฆษณา ต้องขออนุญาตจากกระทรวงข่าวและวัฒนธรรม โดยเนื้อหาในการโฆษณาสินค้าและการบริการนั้น เป็นไปตามมาตรา 15

(3) การแก้ไขการโฆษณา หากโฆษณาใดไม่ถูกต้อง เจ้าหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องต้องแจ้งให้ผู้ประกอบธุรกิจที่ดำเนินการโฆษณาหยุดโฆษณาเพื่อแก้ไขให้ถูกต้องก่อนโฆษณาต่อไป ทั้งนี้ ตามมาตรา 16

(4) การเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ถือเป็นหน้าที่ขององค์การดำเนินการปฏิบัติงานคุ้มครองผู้บริโภค หรือผู้ประกอบธุรกิจที่ต้องแจ้งให้ผู้บริโภคทราบ อาทิ การแจ้งประเภทสินค้าและการบริการที่กำลังมีการตรวจสอบหรือทดสอบซ้ำ ตามมาตรา 17

3.3.4 การคุ้มครองผู้บริโภคด้านฉลากและสัญญา

(1) ด้านฉลากสินค้า กำกับให้สินค้าที่ผลิต นำเข้า และจำหน่าย โดยผู้ประกอบการธุรกิจที่มีใบวิสาหกิจ ต้องให้มีฉลากที่เป็นภาษาลาวติดไว้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าที่มีความเสี่ยงต่อชีวิต สุขภาพ

และความปลอดภัยของผู้บริโภคตามมาตรา 18 และต้องประกอบด้วยเนื้อหาและที่มาของสินค้ารวมถึงรายละเอียดของผู้ผลิต/ผู้นำเข้าตามมาตรา 19 และหากสินค้าใดไม่มีฉลากหรือเนื้อหาฉลากไม่ถูกต้องหรือไม่ครบถ้วน เจ้าหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องต้องแจ้งให้ผู้ประกอบธุรกิจหยุดชะลอการนำเข้า การจำหน่ายชั่วคราวเพื่อแก้ไขเนื้อหาในฉลาก แล้วจึงจะให้นำเข้าและจำหน่ายต่อไปได้ตามมาตรา 20

(2) ด้านสัญญานั้น กำกับให้ผู้ประกอบธุรกิจและผู้บริโภค ต้องทำสัญญาให้เป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยข้อผูกพันในและนอกสัญญา ทั้งนี้ ตามมาตรา 21

3.4 วิธีการดำเนินการเมื่อพบว่าผู้ประกอบการฝ่าฝืนกฎหมาย

สำหรับมาตรการลงโทษผู้ฝ่าฝืนนั้น มาตรา 66 กำหนดให้ บุคคล นิติบุคคล หรือองค์กรที่ได้ละเมิดระเบียบกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค จะต้องไปศึกษาอบรมทางวินัย การชดใช้ค่าเสียหายทางแพ่ง หรือลงโทษทางอาญา แล้วแต่กรณี ดังนี้

3.4.1 มาตรการลงโทษโดยการศึกษาอบรม: สำหรับการกระทำผิดครั้งแรกตามมาตรา 67

3.4.2 มาตรการลงโทษปรับทางอาญา : ผู้ละเมิดข้อห้ามที่ไม่เป็นการกระทำผิดทางอาญา ภายหลังจากที่ได้รับการว่ากล่าวตักเตือนมาแล้วสองครั้ง จะถูกปรับตามความผิดแต่ละกรรม ซึ่งได้กำหนดไว้ในระเบียบการเฉพาะตามมาตรา 69

3.4.3 มาตรการลงโทษทางแพ่ง : การชดใช้ค่าเสียหายตามมาตรา 70

3.5 บทกำหนดโทษตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคใน สปป. ลาว เลขที่ 02

3.5.1 มาตรการลงโทษทางอาญา: สำหรับบุคคลที่ได้บังคับ ใช้อำนาจ ตำแหน่ง หน้าที่รับ และให้สินบน ปลอมแปลงตราขึ้น การรังวัด ปลอมแปลงเอกสาร ใช้เอกสารปลอม เปิดเผยความลับเพื่อหาผลประโยชน์ส่วนตัว ผลิต ขายสินค้า ขายสินค้าที่ต้องห้าม จำหน่ายสินค้า และการบริการ ที่ก่อให้เกิดมลพิษกระทบอย่างร้ายแรงต่อสิ่งแวดล้อม ก่อความเสียหายต่อชีวิต สุขภาพ ทรัพย์สิน ของผู้อื่นอย่างมาก และการกระทำอื่นเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคที่เป็นการกระทำผิดทางอาญาตามมาตรา 71

3.5.2 มาตรการลงโทษเพิ่มเติม: นอกจากมาตรา 71 แล้ว อาจได้รับโทษเพิ่มเติม เช่น การระงับ หรือการถอนใบทะเบียนนิติสาทกิจ การริบ หรือผลกำไรจากการกระทำผิดตามมาตรา 72

3.6 หน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคใน สปป. ลาว

หน่วยงานที่รับผิดชอบหลัก ได้แก่ องค์กรดำเนินการปฏิบัติงานคุ้มครองผู้บริโภคของรัฐ ตั้งแต่ระดับส่วนกลางไปจนถึงส่วนท้องถิ่นที่จะคุ้มครอง “ผู้ชมใช้” ในด้านต่าง ๆ ตามกฎหมายรวมถึงกระทรวงอื่น ๆ เฉพาะทางดังปรากฏด้านท้าย สำหรับโครงสร้างการดำเนินการและการดำเนินการของบุคลากรขององค์กรดำเนินการปฏิบัติงานคุ้มครองผู้บริโภคของรัฐ ได้มีกำหนดไว้ในระเบียบการเฉพาะตามมาตรา 22 โดยองค์การฯ มีสิทธิ และหน้าที่ต่าง ๆ คือ การแก้ไขข้อขัดแย้งระหว่างผู้บริโภคและผู้ประกอบธุรกิจ การให้คำปรึกษาทางด้านระเบียบกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค การตรวจสอบ การประกอบธุรกิจ อาทิรูปแบบของการโฆษณา การติดฉลาก ราคาสินค้าที่ผลิต นำเข้า และการจำหน่าย

อิสระ เป็นต้น การร่วมงานกับหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภคอื่นกับองค์การที่เกี่ยวข้องอื่น องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นทุกชั้น ในการปฏิบัติงานคุ้มครองผู้บริโภค และสรุป ประเมินผลและรายงานเกี่ยวกับการดำเนินการปฏิบัติงานคุ้มครองผู้บริโภคให้ผู้บังคับบัญชาเป็นไปโดยปกติตามมาตรา 27 โดยเจ้าหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภคหรือพนักงานของรัฐที่ได้รับการแต่งตั้งโดยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงที่เกี่ยวข้องจะมีสิทธิและหน้าที่ กำหนดไว้ในระเบียบการต่างหากตามมาตรา 29

สำหรับหน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กระทรวงอุตสาหกรรม และการค้าตามมาตรา 23 กระทรวงสาธารณสุขตามมาตรา 24 องค์การอาหารและยา (CITIZENS' REPORT ON THE STATE OF COMPETITION LAW IN THE WORLD - LAO PEOPLES' DEMOCRATIC REPUBLIC, 2015) กระทรวงกลาโหมและป่าไม้ตามมาตรา 25 กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีตามมาตรา 26 ทั้งนี้ ตามกรอบอำนาจหน้าที่ของหน่วยงานของตน รวมถึงกระทรวงอื่น ๆ ที่รับผิดชอบในการปฏิบัติงานคุ้มครองผู้บริโภคตามภาระบทบาท สิทธิ และหน้าที่ของตน ทั้งนี้ตามมาตรา 28 เช่นเดียวกับประเทศไทย

สำหรับหน่วยงานภาคประชาชน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวก็มีเช่นเดียวกับประเทศไทย กล่าวคือ สมาคมคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งจัดตั้งขึ้นโดยระเบียบการเฉพาะตามมาตรา 30 ทำการขับเคลื่อนโดยไม่หวังผลกำไรโดยจะให้คำปรึกษา คำแนะนำ และคุ้มครองสิทธิและผลประโยชน์อันชอบธรรมของผู้บริโภค มีสิทธิและหน้าที่ในการรับคำร้องเรียน เจรจาไกลเกลี่ย เป็นผู้แทนผู้บริโภคในการแก้ไขข้อขัดแย้งและการฟ้องร้องผู้ประกอบการธุรกิจ สอดส่องดูแลการกระทำของภาครัฐ รวมถึงการกระทำตามสิทธิและหน้าที่ตามระเบียบกฎหมายและการมอบหมายขององค์การรัฐที่เกี่ยวข้องตามมาตรา 31

3.7 ความพร้อมในการการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

เป็นที่ชัดเจนว่าการจัดตั้ง AEC จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจของ สปป. ลาว เพราะจะเป็นการสร้างตลาดรวมศูนย์ที่มีผู้บริโภคจำนวนมาก สำหรับประเทศที่มีขนาดเล็กและไม่มีทางออกสู่ทะเลอย่าง สปป. ลาว ที่มีการส่งออกสินค้าหลักคือทรัพยากรพลังงานและแร่ธาตุซึ่งทั้งสองนี้มีผลไปจำกัดการจ้างงานในท้องถิ่น ส่วนใหญ่แล้วธุรกิจใน สปป. ลาวเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) AEC เป็นนิมิตหมายอันดีที่จะสามารถพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศโดยการปรับปรุงการเข้าถึงตลาดของภูมิภาค ซึ่งถือเป็นความท้าทายทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่จะต้องแก้ไข ในระยะเวลานี้ รัฐบาล สปป. ลาว ต้องปรับบทกฎหมายภายในที่จำเป็นเพื่อให้สอดคล้องกับข้อตกลงของอาเซียนซึ่งไม่เพียงแต่ความรู้ทางเทคนิคเท่านั้นแต่ยังต้องทำงานโดยประสานงานระหว่างภาครัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อการนี้ รัฐบาลแห่ง สปป. ลาวได้วางแผนในการบูรณาการและการปรับปรุงกฎระเบียบตามภาวะแวดล้อมในการดำเนินการสำหรับการค้าและการลงทุนในภูมิภาค ภาคเอกชนของ สปป. ลาว เปิดโอกาสที่จะรับประโยชน์และลดความเสี่ยงของการเป็นสมาชิก AEC ด้วย (the Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH, 2015)

ผลจากการศึกษาพบว่า สปป. ลาว ได้มีกฎหมายเลขที่ 02 อันเป็นกฎหมายกลางด้านการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นสำคัญแล้ว แม้จะยังไม่มีกฎหมายการแข่งขันทางการค้าแต่ก็อยู่ระหว่างการพัฒนา

กฎหมายเป็นลำดับ ประกอบกับการมีหน่วยงานกลางและหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภคอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เป็นศูนย์กลางทั่วประเทศโดยได้ร่วมงานตามกรอบ ACCP มาอย่างต่อเนื่อง ทำให้ สปป. ลาว มีโอกาสที่ทำหายจาก AEC เป็นอย่างยิ่ง โดยในขั้นนี้ อาจกล่าวได้ว่า สปป. ลาว มีความพร้อมในการเข้าสู่ AEC ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคแต่ยังคงต้องพัฒนาปรับปรุงเพื่อการรองรับผู้บริโภคจำนวนมากด้วย

4. บทเปรียบเทียบกฎหมายของประเทศไทยและ สปป. ลาว

จากการศึกษากฎหมายของทั้งสองประเทศนั้น พบว่า

4.1 ลักษณะการกำหนดกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

โดยหลักแล้ว แต่ละประเทศมีลักษณะของกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคเป็นแบบเดียวกัน กล่าวคือ มีกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคฉบับกลางและมีกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคเฉพาะด้าน ที่กำกับดูแลโดยหน่วยงานกลางและหน่วยงานเฉพาะด้าน การกำหนดเช่นนี้มีลักษณะเป็นอย่างเดียวกันกับสหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรป ซึ่งทำให้ผู้บริโภคได้รับความคุ้มครองอย่างทั่วถึงในทุกประเด็น อย่างไรก็ตาม ลักษณะของการมีกฎหมายหลายฉบับและหลายหน่วยงานกำกับดูแลนี้อาจสร้างความซ้ำซ้อนในการทำงานของหน่วยงานและความสับสนในหมู่ผู้บริโภคได้

4.2 หน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภค

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วในข้อ 4.1 ว่ามีทั้งหน่วยงานกลาง ได้แก่ สคบ. ของประเทศไทยและองค์การดำเนินการปฏิบัติงานคุ้มครองผู้บริโภคของรัฐของ สปป. ลาว และหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภคอื่นที่เกี่ยวข้องรายละเอียดด้าน

4.3 กฎหมายหลักในการคุ้มครองผู้บริโภค

ข้อที่กำหนดไว้ในกฎหมายกลางของทั้งสองประเทศ กล่าวคือ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ของประเทศไทยและกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคใน สปป. ลาว เลขที่ 02 นั้น กำหนดการกำกับดูแลที่เหมือนกันอยู่สามประการ ได้แก่ การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา โฆษณา และฉลาก เพื่อการคุ้มครอง “ผู้บริโภคตามความเป็นจริง” (De-facto Consumer) เช่นเดียวกัน อย่างไรก็ตาม ข้อแตกต่างที่ค้นพบ ได้แก่ กฎหมายไทยบัญญัติ “ผู้ประกอบการธุรกิจ” ให้รวมถึง ผู้กระทำการโฆษณา” เข้าไว้ด้วยในขณะที่ สปป. ลาว ยังไม่ได้บัญญัติรวมไว้ ซึ่งกรอบการกำกับดูแลก็จะแคบกว่าของประเทศไทย นอกจากนี้ ยังมีกรณีที่กฎหมายไทยกำหนดเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคด้านอื่นคือสินค้าและบริการอันตรายและกำหนดมาตรการการป้องกันแต่ สปป. ลาว กำหนดเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการบริโภคสินค้าและบริการและการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการผลิต การนำเข้า การขาย การจำหน่ายสินค้าและการบริการ ซึ่งข้อต่างนี้ กฎหมายไทยก็มีบัญญัติให้ความคุ้มครองไว้ในกฎหมายฉบับอื่น ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของทั้งสองประเทศนั้นบัญญัติไปในทิศทางเดียวกัน

4.4 มาตรการลงโทษสำหรับผู้ฝ่าฝืนและบทกำหนดโทษ

สำหรับประเทศไทยนั้น คณะกรรมการผู้มีอำนาจ (คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคหรือคณะกรรมการเฉพาะเรื่อง) อาจสั่งให้การกระทำที่ฝ่าฝืนได้รับการแก้ไข เปลี่ยนแปลงหรือยกเลิก ไม่เช่นนั้นก็จะมีบทกำหนดโทษในทางอาญา และหากผู้บริโภคได้รับความเสียหายก็มีมาตรการช่วยเหลือให้ได้รับการเยียวยาในทางแพ่ง ส่วนกฎหมายของ สปป. ลาวนั้น มาตรการลงโทษผู้ฝ่าฝืนกำหนดไว้อย่างชัดเจนนับแต่มาตรการลงโทษโดยการศึกษาดำเนินการ มาตรการลงโทษปรับ และ มาตรการลงโทษทางแพ่ง และบทกำหนดโทษเป็นโทษทางอาญาเช่นเดียวกัน จะเห็นได้ว่า ทางเลือกในมาตรการลงโทษในกฎหมายของลาวนั้นเขียนไว้ชัดเจนกว่าและมีทางเลือกมากกว่าตามลำดับขั้นของการกระทำผิด เช่น การกระทำผิดครั้งแรกจะได้รับการลงโทษโดยการศึกษาดำเนินการ เป็นต้น ซึ่งถือได้ว่าเป็นมาตรการที่เหมาะสมในทางปฏิบัติที่ประเทศไทยอาจศึกษาเพิ่มเติม

4.5 ความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน

เมื่อเปรียบเทียบสภาพเศรษฐกิจ สังคม และกฎหมายของทั้งสองประเทศประกอบกับข้อกำหนดด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของ AEC ที่ปรากฏในกฎบัตรและพิมพ์เขียว นั้น อาจกล่าวได้ว่า โดยกรอบของกฎหมายแล้ว ทั้งสองประเทศมีความพร้อมในการเข้าสู่ AEC เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อการรองรับประชากรอาเซียนที่จะเดินทางเข้ามาสู่ประเทศภาคีสมาชิกอื่น เพียงแต่รายละเอียดของกฎหมายและประเภทของกฎหมายบางประการใน สปป. ลาว อาจยังไม่ครบถ้วนในขั้นนี้ อาทิ กฎหมายการแข่งขันทางการค้าที่ยังไม่มีใน สปป. ลาว แม้จะมีนโยบายให้ส่งเสริมการค้าโดยเสรีแต่หากยังขาดเครื่องมือในการส่งเสริม สปป. ลาว อาจพบข้อขัดข้องในการค้าของชาติภาคีสมาชิกที่เข้าไปลงทุนใน สปป. ลาว ได้ อย่างไรก็ตาม สปป. ลาว ยังมีปัจจัยอื่นในการเชิญชวนนักลงทุนต่างชาติเข้าสู่ประเทศตนได้ เช่น ค่าแรงงานที่ต่ำกว่าประเทศเพื่อนบ้าน ประเภทธุรกิจที่ยังสามารถแข่งขันและเติบโตใน สปป. ลาว ได้ เช่น สาธารณูปโภคพื้นฐาน สินค้าอุปโภคบริโภคในครัวเรือน เป็นต้น ซึ่งกรอบกฎหมายการแข่งขันทางการค้านี้เป็นส่วนหนึ่งของกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคที่จะส่งผลเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคต่อไป กล่าวคือ ตลาดที่มีการแข่งขันทางการค้าจะสร้างโอกาสให้ผู้บริโภคได้มีสิทธิเลือกซื้อสินค้าและบริการ โดยมาตรการกำกับดูแลการแข่งขันทางการค้าโดยกฎหมายการแข่งขันทางการค้าจะสร้างเศรษฐกิจเสรีที่มีผลตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ประกอบกับการกำกับดูแลด้านการคุ้มครองผู้บริโภคโดยกฎหมายกลางของทั้งสองประเทศจะทำให้แต่ละประเทศได้พัฒนาและปรับตัวเข้าสู่ AEC ได้

บทสรุป วิจัย และข้อเสนอแนะ

บทสรุป วิจัย

จากข้อเปรียบเทียบกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทยและ สปป. ลาว นั้น สรุปได้ว่า ลักษณะของการกำหนดกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค รายละเอียดของกฎหมายฉบับหลักนั้นถูกกำหนดขึ้นในทิศทางเดียวกัน แม้จะมีข้อแตกต่างบ้างในรายละเอียดของกฎหมายฉบับหลัก แต่ก็มีกฎหมายเฉพาะ

ด้านที่รองรับการคุ้มครองผู้บริโภคในประเด็นนอกเหนือจากเรื่องหลัก ๆ อยู่ในกฎหมายเฉพาะด้านฉบับอื่น ทั้งนี้ ภายใต้กำกับดูแลของหน่วยงานหลักและหน่วยงานเฉพาะด้านอื่น ๆ เช่นเดียวกัน โดยขอบเขตในการบังคับใช้กฎหมายยังคงเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยเฉพาะในส่วนของการคุ้มครองด้านโฆษณาฉลากและสัญญา ซึ่งแม้จะมีการบัญญัติการคุ้มครองในส่วนอื่นแตกต่างกัน แต่ในทางปฏิบัตินั้นก็ยังคงเป็นการคุ้มครองในเรื่องเดียวกัน ทั้งนี้ การกำกับดูแลภาค “ผู้ประกอบการธุรกิจ” นั้น สปป. ลาว ไม่ได้กำหนดให้ครอบคลุมถึงผู้ประกอบการธุรกิจโฆษณาเหมือนกฎหมายของประเทศไทยซึ่งอาจเป็นข้อดีที่ สปป. ลาว จะรวมส่วนนี้เข้าไว้ด้วยเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคอีกทางหนึ่ง ส่วนมาตรการการลงโทษและบทกำหนดโทษนั้น สปป. ลาว บัญญัติไว้อย่างเป็นขั้นตอนและลำดับ ซึ่งข้อนี้ ผู้ที่อาจกระทำผิดโดยมิได้เจตนาจะมีโอกาสในการกลับตัว ซึ่งอาจเป็นข้อที่ประเทศไทยต้องพิจารณาเพิ่มเติม อนึ่ง สำหรับ บทกำหนดโทษผู้กระทำผิดอย่างต่อเนื่องและการกระทำผิดซ้ำ มาตรการการลงโทษของ สปป. ลาว มิได้กำหนดไว้ ส่วนประเทศไทย นั้น แม้จะมีบทกำหนดโทษ แต่หลายกรณีผู้กระทำผิดซ้ำเป็นรายเดิม ๆ ดังนั้น จึงสะท้อนให้เห็นว่า การบังคับใช้ควรต้องเพิ่มความเข้มงวดเพื่อให้ผู้กระทำเกรงกลัวกฎหมายมากขึ้น ไม่กล้ากระทำผิดซ้ำอีก อย่างไรก็ตาม ความแตกต่างอันเป็นสาระสำคัญที่จะทำให้แต่ละประเทศเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้อย่างไม่ประสบปัญหาทางเศรษฐกิจและเพื่อการคุ้มครองประชากรอาเซียนร่วมกัน คือ แต่ละประเทศต้องมุ่งสร้างการค้าเสรีระหว่างภาคีสมาชิก เพื่อวัตถุประสงค์มุ่งเน้นการสร้างตลาดเดียวและมีฐานการผลิตร่วมกันซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของ AEC และข้อที่สำคัญด้านการเยียวยาความเสียหายให้แก่ผู้บริโภคอาเซียนนั้น ประเทศไทยมีมาตรการเยียวยารองรับด้วยกฎหมายรวมสี่ฉบับเป็นอย่างน้อย โดยเฉพาะอย่างยิ่งพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551 ซึ่งในข้อนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับ สปป. ลาว ในการศึกษาและกำหนดมาตรการเยียวยาเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคต่อไป

ข้อเสนอแนะ

เพื่อให้ทั้งสองประเทศเดินทางเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนโดยให้ความคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างครบถ้วนและมีมาตรการเยียวยาให้แก่ผู้บริโภคที่ได้รับความเสียหายในต่างแดน จึงมีข้อเสนอแนะดังนี้

(1) พัฒนามาตรากลางด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้รองรับในประเด็นการคุ้มครองผู้บริโภคให้ครบถ้วน และการพัฒนามาตรฐานนั้นควรเป็นไปในทิศทางเดียวกัน (harmonization)

(2) พิจารณาการบูรณาการของหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภคทั้งหมดให้มีศูนย์กลางไม่สร้างความสับสนให้แก่ผู้บริโภค เริ่มจากภายในประเทศโดยจัดตั้งเป็นหน่วยงานกลาง (One Stop Service) และในระดับอาเซียนโดยใช้ภาษาอังกฤษ เพื่อเป็นภาษากลางในการเผยแพร่ข้อมูลไปจนถึงการประสานงานจนถึงสุดกระบวนการ

(3) สร้างมาตรการเยียวยาที่รวดเร็วสำหรับประชากรอาเซียนที่เดินทางในต่างแดนมากกว่าการฟ้องคดี อาทิ การตั้งกองทุน หรือการใช้กลไกการเยียวยาข้ามแดนโดยใช้เครื่องมือการระงับข้อพิพาททางเลือกโดยอาจใช้เทคโนโลยีประกอบ

(4) สร้างความร่วมมือระหว่างภาคีสมาชิกในการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่เป็นประโยชน์ เช่น การ

แจ้งเตือนสินค้าหรือบริการอันตราย ระบบสายด่วนผู้บริโภค (Call Center) เป็นต้น

(5) ศึกษากฎหมายกลางด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศภาคีสมาชิกอาเซียนอื่นเพิ่มเติม เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างกรอบและกฎเกณฑ์ที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

(6) ผลักดันให้ผู้ประกอบธุรกิจในประเทศภาคีสมาชิกอาเซียนตระหนักถึงความเป็นธรรมในการประกอบธุรกิจและสนับสนุนให้มีส่วนในการเยียวยาผู้บริโภคโดยตรง

คำขอบคุณ

โครงการศึกษาวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนทุนอุดหนุนการศึกษาวิจัยจากคณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ประจำปีงบประมาณ 2558 จึงขอขอบคุณคณะสังคมศาสตร์และภาควิชานิติศาสตร์ที่สนับสนุนด้านเวลาเป็นอย่างดี รวมทั้งขอขอบคุณสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคที่เคยสนับสนุนทุนวิจัยในประเด็นการคุ้มครองผู้บริโภคมาอย่างต่อเนื่องทำให้ได้รับความรู้ด้านที่เกี่ยวข้อง อันเป็นฐานการพัฒนาองค์ความรู้ในด้านนี้ต่อไปในระยะยาว

บรรณานุกรม

กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://www.cppd.go.th>. (วันที่เข้าถึง 11 มกราคม 2558).

กรุงเทพธุรกิจ. (2558). การเมือง. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://www.bangkokbiznews.com/home/detail/politics/life/20140701/590930> (วันที่เข้าถึง 11 มกราคม 2558).

รัชชัย สุวรรณพณิช และ สรียา กาฬสินธุ์. (2557). รายงานฉบับสมบูรณ์ เรื่อง โครงการศึกษาวิจัยทิศทางการปฏิรูปกฎหมายและกระบวนการยุติธรรมไทยเพื่อรองรับความร่วมมือในประชาคมอาเซียน พ.ศ. 2558: การชดเชยเยียวยาความเสียหายแก่ประชาชนและชาวต่างชาติผู้ได้รับความเสียหายอันเนื่องมาจากสินค้าหรือบริการในประเทศไทย ตามความต้องการของสำนักงานกิจการยุติธรรม.

มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://www.consumerthai.org/web/index.php>. (วันที่เข้าถึง 11 มกราคม 2558).

รัฐบาลไทย. (2558). ข่าวทำเนียบรัฐบาล. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://www.thaigov.go.th/th/news1/item/84205-id84205.html>. (วันที่เข้าถึง 7 พฤศจิกายน 2557).

สรียา กาฬสินธุ์. (2556). รายงานฉบับสมบูรณ์ เรื่อง การศึกษาทบทวนสถานการณ์การเยียวยาความเสียหายให้แก่ผู้บริโภคของประเทศไทย ตามความต้องการของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค.

สุขุม ศุภนิธย์. (2552). คำอธิบายกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี. (2557). (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://www.cabinet.thaigov.go.th>. (วันที่เข้าถึง 7 พฤศจิกายน 2557).

- ACCP. (2014). **About**. (online). Available : <http://aseanconsumer.org>. (Accessed 13 Sep 2014).
- 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-Vongvath.pdf>. (Accessed 9 Jan 2015).
- ASEAN**. (Homepage of ASEAN). (online). Available : www.asean.org/archive/5187-10.pdf (Accessed 9 Nov 2014).
- CITIZENS’ REPORT ON THE STATE OF COMPETITION LAW IN THE WORLD – LAO PEOPLES’ DEMOCRATIC REPUBLIC. **Consumer Protection** (online). Available : http://www.cuts-international.org/7up2/LAO_PDR_comp_preliminary.doc. (Accessed 9 Jan 2015)
- GIZ. **Regional Economic Integration of Laos into ASEAN, “Trade and Entrepreneurship Development (RELATED)”**. (online). Available : <https://www.giz.de/en/worldwide/17473.html>. (Accessed 9 Jan 2015).
- The ASEAN Intergovernmental Commission on Human Rights. (2014). **The ASEAN Intergovernmental Commission on Human Rights**. (online). Available : <http://aichr.org>. (Accessed 9 Nov 2014).

TRANSLATED THAI REFERENCES

- Bangkok Business News. (2015). **Politics** (online). Available : <http://www.bangkokbiznews.com/home/detail/politics/life/20140701/590930.html> (Accessed 11 Jan 2015). [in Thai]
- Consumer Protection Police Division. (2015). (online). Available : <http://www.cppd.go.th>. (Accessed 11 Jan 2015). [in Thai]
- Foundation for Consumers. (2015). (online). Available : <http://www.consumerthai.org/web/index.php>. (Accessed 11 Jan 2015). [in Thai]
- Galasintu, S. (2013). **A Research Project on a Review on Consumer Redress in Thailand** by the request of the Office of the Consumer Protection Board. [in Thai]
- Supanit, S. (2009). **Explanation of Consumer Protection Law**. 7th Edition. Bangkok : Chulalongkorn University Press. [in Thai]
- Suwanpanit, Thawatchai. and Sareeya Galasintu. (2014). **Research Project on a Law Reform Direction regarding the Dispute Resolution on consumer redress for the ASEAN cooperation in 2015 by the request of the Office of Justice Affairs**. [in Thai]
- Thai Government. (2015). **Thai Government News**. (online). Available : <http://www.thaigov.go.th/th/news1/item/84205-id84205.html>. (Accessed 7 November 2014). [in Thai]
- The Secretariat of the Cabinet. (2014). (online). Available : <http://www.cabinet.thaigov.go.th>. (Accessed 7 November 2014). [in Thai]