



อาเซียนกับความร่วมมือด้านการคุ้มครองผู้บริโภค*

นางสาวลัฐิกา เนตรทัศน์*

บทนำ

ในปี พ.ศ. ๒๕๖๘ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (The ASEAN Economic Community: AEC) มีความมุ่งหวังที่จะบูรณาการความร่วมมือในด้านต่าง ๆ เพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับประเทศสมาชิกอาเซียนด้วยการให้ความสำคัญกับนวัตกรรมและเทคโนโลยี ตลอดจนมีเป้าหมายที่จะทำให้อาเซียนเป็นประชาคมที่มีพลวัตทางเศรษฐกิจ และส่งเสริมให้ประชาชนเป็นศูนย์กลางของประชาคม

อย่างไรก็ตาม การที่อาเซียนจะเป็นประชาคมที่มีพลวัตทางเศรษฐกิจ และมีประชาชนเป็นศูนย์กลางของประชาคมได้ตั้งเจตนารมณ์นั้น ย่อมจะต้องให้ความสำคัญกับประเด็นเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคเนื่องจากอาเซียนเป็นตลาดธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีผู้บริโภคกว่า ๖๐๐ ล้านคน การเพิ่มขึ้นของอำนาจตัดสินใจในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในปัจจุบันส่งผลให้อาเซียนกลายเป็นภาพสะท้อนการเติบโตของตลาดธุรกิจสินค้าและบริการ ดังนั้น นโยบายและกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคจึงกลายเป็นสิ่งจำเป็นที่จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นและเป็นหลักประกันให้กับผู้บริโภค ทั้งยังเป็นกลไกสำคัญที่จะตอบสนองต่อความท้าทายทางเศรษฐกิจในรูปแบบใหม่ที่อาเซียนอาจจะต้องเผชิญต่อไปในอนาคต โดยเฉพาะการทำธุรกรรมทางการเงินระหว่างประเทศผ่านเทคโนโลยี อันเป็นผลมาจากกระบวนการโลกาภิวัตน์และการพัฒนานวัตกรรมในขั้นสูง ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ส่งผลให้ประเทศสมาชิกต้องหาวิธีการคุ้มครองและรักษาผลประโยชน์สูงสุดให้กับผู้บริโภค

ดังนั้น บทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอความสำคัญและสิทธิของของผู้บริโภคในภาพรวม ตลอดจนการสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียนในเรื่องของนโยบายและกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคผ่านแผนปฏิบัติการเชิงยุทธศาสตร์อาเซียนด้านการคุ้มครองผู้บริโภค (The ASEAN Strategic Plan in Consumer Protection: ASAPCP) เพื่อแสดงให้เห็นถึงการดำเนินงานของอาเซียนในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และแสดงให้เห็นถึงความเป็นประชาคมที่มีพัฒนาการและศักยภาพในการตอบสนองต่อประเด็นท้าทายในรูปแบบใหม่ภายใต้บริบททางเศรษฐกิจในศตวรรษที่ ๒๑

๑. ความหมายของการคุ้มครองผู้บริโภค

การคุ้มครองผู้บริโภค (Consumer Protection) เป็นมาตรการที่มีวัตถุประสงค์เพื่อคุ้มครองและส่งเสริมให้ประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดี และรักษาผลประโยชน์ทางการเงินของผู้บริโภค รวมไปถึง

* ข้อมูลจาก Handbook on ASEAN Consumer Protection Laws and Regulations

* บทความนี้เผยแพร่เมื่อวันที่ ๓๐ พฤษภาคม ๒๕๖๑

* นักวิเคราะห์และจัดทำข้อมูลกฎหมาย ฝ่ายอาเซียนและกิจการต่างประเทศ สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา



การที่ผู้บริโภคจะได้รับข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับสินค้าและบริการ อย่างไรก็ตาม ระบบคุ้มครองผู้บริโภคอาจประกอบไปด้วยปัจจัยหลายประการ ซึ่งรวมถึงกฎหมายผู้บริโภค กฎเกณฑ์ และข้อบังคับซึ่งมีผลเป็นการคุ้มครองผลประโยชน์ของผู้บริโภค สถาบันที่บังคับใช้กฎหมายซึ่งอาจเป็นองค์กรที่มีได้อยู่ภายใต้การควบคุมของรัฐบาล แต่ทำหน้าที่ปกป้องคุ้มครองผลประโยชน์ของผู้บริโภคอีกด้วย

๒. ความสำคัญของการคุ้มครองผู้บริโภค

ในด้านการแข่งขันทางการตลาด ผู้บริโภคแต่ละรายมีความสำคัญในฐานะของผู้มีอำนาจตัดสินใจในการซื้อ ซึ่งอำนาจซื้อของผู้บริโภคทำให้ผู้ผลิตจะต้องใช้เทคนิคและกลยุทธ์ส่งเสริมการขายเพื่อเพิ่มยอดขายและฐานลูกค้า (ผู้บริโภค) โดยทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจด้วยการเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น เนื่องจากความพึงพอใจของลูกค้า (ผู้บริโภค) เป็นหัวใจสำคัญของการค้าและการบริการ หากว่าผู้บริโภคไม่ได้รับความพึงพอใจจากสินค้าหรือบริการของผู้ผลิตรายใด ก็ย่อมที่จะเปลี่ยนไปซื้อสินค้าหรือใช้บริการของผู้ผลิตรายอื่น เนื่องจากสินค้าทดแทนกัน (substitutable goods) มีราคาอยู่ในระดับที่ลูกค้าสามารถยอมรับได้และสามารถเลือกซื้อได้อย่างสะดวก ดังนั้น การแข่งขันทางการตลาดของผู้ผลิตจึงส่งผลให้ผู้บริโภคยอมที่จะจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าและบริการที่ดีและมีคุณภาพ อย่างไรก็ตาม ภายใต้การแข่งขันกันของผู้ผลิตที่คำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้บริโภคเป็นสิ่งสำคัญไม่ควรที่จะแข่งขันกันจนทำให้ผู้บริโภคเสียเปรียบและสูญเสียผลประโยชน์มากเกินไป โดยเฉพาะการแข่งขันกันในเรื่องของราคาสินค้าด้วยการเสนอขายสินค้าที่มีคุณภาพต่ำในราคาถูก โดยหลอกลวงผู้บริโภคว่าสินค้าที่เสนอขายนั้นเป็นสินค้าที่มีคุณภาพดี การกระทำดังกล่าวย่อมทำให้ผู้บริโภคไม่ทราบภาวะของตลาด และความจริงที่เกี่ยวกับคุณภาพและราคาของสินค้าและบริการต่างได้อย่างถูกต้อง ซึ่งจะส่งผลให้ผู้บริโภคไม่ได้รับผลตอบแทนที่คุ้มค่ากับเงินที่ต้องสูญเสียไป ดังนั้น รัฐจึงมีความจำเป็นที่จะต้องเข้าแทรกแซงด้วยการสร้างมาตรการเพื่อป้องกันผู้บริโภคจากพฤติกรรมที่ฉ้อฉลของผู้ผลิตผ่านการกำหนดนโยบายและระเบียบกฎหมายเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมแก่ผู้บริโภคมากที่สุด

๓. สิทธิของผู้บริโภค

ในปัจจุบันผู้ผลิตหรือผู้ขายมีวิธีการที่ใช้เอาเปรียบผู้บริโภคในรูปแบบที่หลากหลายทำให้ผู้บริโภคไม่ได้รับความเป็นธรรมจากการซื้อสินค้าและการใช้บริการ ดังนั้น เพื่อเป็นการคุ้มครองสิทธิและรักษาผลประโยชน์ของผู้บริโภคให้ได้รับความเป็นธรรมทั้งในเรื่องคุณภาพและราคาของสินค้าและบริการ การแทรกแซงตลาดด้วยกลไกของภาครัฐ อาทิ การกำหนดนโยบายทางการค้า การออกกฎหมาย และกฎระเบียบ เป็นหนึ่งในวิธีการที่จะช่วยรักษาสิทธิของผู้บริโภคมิให้ถูกละเมิดจากผู้ผลิตในภาคธุรกิจ

ทั้งนี้ ตามแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภคของสหประชาชาติ (The United Nations' Guidelines for Consumer Protection: UNGCP) ได้รับรองหลักการโดยที่ ประชุมสมัชชาสหประชาชาติกำหนดลักษณะสำคัญของกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งจะต้องคำนึงถึงสิทธิขั้นพื้นฐานของผู้บริโภค ๘ ข้อ^๑ ดังนี้

^๑ http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditccplpmisc2016d1_en.pdf



๑. สิทธิที่จะได้รับปัจจัยขั้นพื้นฐาน (The right to satisfaction of basic needs) เพื่อที่จะเข้าถึงสินค้าและบริการที่จำเป็นขั้นพื้นฐาน เช่น อาหาร เสื้อผ้า ที่อยู่อาศัย สาธารณสุข การศึกษา สาธารณูปโภค และระบบสุขภาพ
๒. สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัย (The right to safety) โดยผู้บริโภคจะต้องได้รับความคุ้มครองให้ได้รับความปลอดภัยจากสินค้า กระบวนการผลิต และการบริการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพและชีวิต
๓. สิทธิที่จะได้รับข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน (The right to be informed) ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องตรงกับความเป็นจริง รวมถึงได้รับความคุ้มครองจากสื่อและการโฆษณาเกินจริง
๔. สิทธิในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ (The right to choose) ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะเลือกซื้อสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ
๕. สิทธิที่จะแสดงความคิดเห็นในฐานะตัวแทนผู้บริโภคเพื่อให้ได้รับประโยชน์ที่พึงได้ (The right to be heard) รวมทั้งมีสิทธิกำหนดหลักเกณฑ์หรือนโยบายเศรษฐกิจร่วมกับรัฐบาลในการบริหารจัดการ และหมายความรวมถึงสิทธิในการร้องทุกข์เมื่อได้รับความเสียหายจากสินค้าหรือบริการ
๖. สิทธิที่จะได้รับค่าชดเชย (The right to redress) ในกรณีที่ถูกละเมิดหรือถูกหลอกลวงให้ได้รับสินค้าและบริการที่ไม่มีคุณภาพ กล่าวคือ เป็นสิทธิที่จะทำให้ผู้บริโภคได้รับความเป็นธรรมในการตัดสินเรื่องราวที่ร้องเรียนอย่างถูกต้อง และหมายความรวมถึงสิทธิที่จะได้รับการชดเชยเมื่อได้รับความเสียหายจากสินค้าหรือบริการที่ไม่มีคุณภาพ
๗. สิทธิที่จะได้รับความรู้เกี่ยวกับการบริโภค (The right to consumer education) เพื่อให้ผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริโภคเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการ และเพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้าและบริการ
๘. สิทธิที่จะดำรงอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดีและปลอดภัย (The right to a healthy environment) เพื่อให้ผู้บริโภคดำรงชีวิตและทำงานในสภาพแวดล้อมที่ไม่เป็นอันตราย

๔. อาเซียนกับการสร้างความร่วมมือด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

๔.๑ คณะกรรมการอาเซียนด้านการคุ้มครองผู้บริโภค (The ASEAN Committee on Consumer Protection: ACCP)

คณะกรรมการอาเซียนด้านการคุ้มครองผู้บริโภคมีบทบาทในการสร้างมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค รวมไปถึงกฎหมาย หลักเกณฑ์ และนโยบายให้กับประเทศสมาชิกอาเซียน โดยมุ่งเน้นให้เกิดการส่งเสริมการเข้าถึงข้อมูลของผู้บริโภค กลไกการแก้ไขและเยียวยาปัญหาของผู้บริโภค และเสริมสร้างขีดความสามารถของสถาบันต่าง ๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ได้สะท้อนอยู่ในยุทธศาสตร์ภายใต้พิมพ์เขียวประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พ.ศ. ๒๕๕๘ - ๒๕๖๘ และแผนปฏิบัติการเชิงยุทธศาสตร์อาเซียนด้านการคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๖๘ (The ASEAN Strategic Plan in Consumer Protection 2016 - 2025: ASAPCP)

ทั้งนี้ การดำเนินงานที่เป็นรูปธรรมของคณะกรรมการอาเซียนด้านการคุ้มครองผู้บริโภค มีดังนี้



๑. ติดตามข้อมูลกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศสมาชิกอาเซียน ซึ่งขณะนี้ประเทศสมาชิก ๙ ประเทศมีการบังคับใช้กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคแล้ว ในขณะที่ประเทศกัมพูชาอยู่ในระหว่างการออกกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

๒. เปิดตัวเว็บไซต์คุ้มครองผู้บริโภคอาเซียน ในปี พ.ศ. ๒๕๕๕ (www.aseanconsumer.org)

๓. แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและข้อมูลระหว่างประเทศสมาชิก

๔. จัดการประชุมอาเซียนว่าด้วยเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภค

๕. ปรับใช้หลักการคุ้มครองผู้บริโภคขั้นสูงของอาเซียน (ASEAN High – Level Principles on Consumer Protection) ในปี พ.ศ. ๒๕๖๐

๔.๒ แผนปฏิบัติการเชิงยุทธศาสตร์อาเซียนด้านการคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๖๘ (The ASEAN Strategic Plan in Consumer Protection 2016 – 2025: ASAPCP)

ประเทศสมาชิกอาเซียนมุ่งที่จะพัฒนาเพื่อให้เกิดความเป็นพลวัตภายในประชาคม และทำให้ประชาชนเป็นศูนย์กลางของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน รวมถึงมุ่งสร้างความเจริญให้กับประชาชนและภาคธุรกิจ สร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในเรื่องของความเป็นธรรมและความโปร่งใสในตลาดอาเซียน ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวจะกระทำผ่านองค์กรที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค

แผนปฏิบัติการเชิงยุทธศาสตร์อาเซียนด้านการคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๖๘ (The ASEAN Strategic Plan in Consumer Protection 2016 – 2025: ASAPCP) มีพื้นฐานมาจากมาตรการที่เป็นยุทธศาสตร์ในพิมพ์เขียวประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC blueprint 2025) ทั้งนี้ การดำเนินการตามแนวทางของคณะกรรมการอาเซียนด้านการคุ้มครองผู้บริโภค (ACCP) มีมาตรการดังต่อไปนี้

๑. จัดตั้งกรอบการคุ้มครองผู้บริโภคอาเซียนร่วมกันผ่านการตรากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคระดับสูง พัฒนาและติดตามการบังคับใช้กฎหมายและการตรากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคสร้างกลไกเพื่อเยียวยาผู้บริโภค รวมถึงกลไกการแก้ไขข้อพิพาท

๒. ส่งเสริมสนับสนุนให้ผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจเรื่องของสินค้าและบริการ ตลอดจนการรักษาสิทธิของผู้บริโภคเอง

๓. สร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคและการทำธุรกรรมทางการเงินระหว่างประเทศ ด้วยการส่งเสริมการบังคับใช้หลักความปลอดภัยของสินค้า รวมถึงส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้บริโภค และส่งเสริมการบริโภคที่ยั่งยืน

๔. ส่งเสริมให้เกิดประเด็นการคุ้มครองผู้บริโภคในนโยบายของอาเซียน ผ่านการประเมินผลกระทบของนโยบายคุ้มครองผู้บริโภค

๕. สนับสนุนมาตรการการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนของผลิตภัณฑ์และบริการ อาทิ การเงิน การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) การขนส่งทางอากาศ พลังงาน และโทรคมนาคม

อย่างไรก็ตาม เมื่อเปรียบเทียบกับแผนปฏิบัติการฯ กับพิมพ์เขียวประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ปี พ.ศ. ๒๕๕๘ (AEC Blueprint 2015) แผนปฏิบัติการฉบับนี้ได้ให้ความสำคัญกับประเด็นปัญหา



ของผู้บริโภคในรูปแบบใหม่และหลากหลายมากยิ่งขึ้น เพื่อเป็นการเสริมสร้างกรอบของสถาบันในการบังคับใช้กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพ รวมถึงส่งเสริมให้เกิดการตระหนักรู้ของผู้บริโภคและภาคธุรกิจ และสร้างความร่วมมือในระดับภูมิภาคเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศ อนึ่ง แผนปฏิบัติการฯ มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างหลักประกันให้กับผู้บริโภคภายในอาเซียน โดยผู้บริโภคจะได้รับการคุ้มครองและได้รับการปฏิบัติจากผู้ผลิตอย่างเป็นธรรม ตลอดจนช่วยลดช่องว่างของกฎหมายและนโยบายคุ้มครองผู้บริโภคทั่วภูมิภาคอาเซียน เนื่องจากประเทศสมาชิกอาเซียนมีมาตรการและวิธีการคุ้มครองผู้บริโภคที่แตกต่างกัน แผนปฏิบัติการฯ จึงเป็นกรอบที่กำหนดแนวทางการดำเนินงานเพื่อให้เกิดการบังคับใช้กฎหมายและนโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และทำให้อาเซียนมีระบบการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพเป็นไปตามมาตรฐานสากล

๔.๓ หลักการคุ้มครองผู้บริโภคขั้นสูงของอาเซียน (ASEAN High – Level Principles on Consumer Protection)

การดำเนินการเพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายของยุทธศาสตร์ที่ ๑ ภายใต้แผนปฏิบัติการเชิงยุทธศาสตร์อาเซียนด้านการคุ้มครองผู้บริโภคเสนอให้ปรับใช้หลักการคุ้มครองผู้บริโภคในขั้นสูงเพื่อก้าวไปสู่การสร้างกรอบการดำเนินการเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกัน

หลักการขั้นสูงของอาเซียนมุ่งที่จะสนับสนุนให้ประเทศสมาชิกอาเซียนพยายามพัฒนาระบบการคุ้มครองผู้บริโภคของแต่ละประเทศ โดยจัดหาวิธีการสำหรับการคุ้มครองผู้บริโภคในอาเซียน และส่งเสริมความร่วมมือด้านการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อให้เกิดทิศทางของกฎหมายและข้อตกลงร่วมกันผ่านมาตรการต่าง ๆ เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์และข้อปฏิบัติที่ดีที่สุดในระหว่างกัน อาทิ

- สร้างกระบวนการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ในแง่มุมของการคุ้มครองผู้บริโภค
- ทารือในประเด็นช่องว่างของกฎหมายและข้อมูลที่เป็นพื้นฐาน เพื่อปรับปรุงแก้ไขกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น
- สร้างหลักเกณฑ์สำหรับการทบทวน (peer- reviews) และการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้และวิธีปฏิบัติระหว่างกัน (peer learning) โดยจัดว่าเป็นการสร้างความร่วมมือด้านนโยบายในระดับภูมิภาค

ทั้งนี้ หลักการขั้นสูงของอาเซียนเป็นเพียงกรอบที่กำหนดทิศทางการดำเนินการเกี่ยวกับข้อปฏิบัติของประเทศสมาชิกอาเซียนในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม การบังคับใช้หลักการต่าง ๆ จะต้องคำนึงถึงระดับการพัฒนาของแต่ละประเทศที่มีความแตกต่างกัน และประยุกต์ใช้หลักการให้เหมาะสมกับขนาดของตลาดและลักษณะของผู้บริโภคภายในประเทศด้วย

๔.๔ หลักการขั้นสูงของอาเซียน (ASEAN High – Level Principles)

หลักการที่ ๑ การบังคับใช้กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคให้เกิดความเป็นธรรมและมีประสิทธิภาพ โดยระบุให้ประเทศสมาชิกอาเซียนปรับปรุงกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค



ให้มีความทันสมัยและมีความยืดหยุ่นมากขึ้น เพื่อตอบสนองต่อผู้บริโภคในปัจจุบันและปัญหาผู้บริโภคที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

หลักการที่ ๒ ผู้บริโภคต้องได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วน โดยระบุให้ประเทศสมาชิกอาเซียนควรดำเนินการให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วนเกี่ยวกับสินค้าและบริการ รวมไปถึงการสร้างความรู้ให้กับผู้บริโภคแต่ละรายเกี่ยวกับสิทธิภายใต้กฎหมายผู้บริโภค ผ่านการสนับสนุนการทำงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและสมาคมผู้บริโภค

หลักการที่ ๓ ผู้บริโภคจะได้รับการคุ้มครองจากสินค้าและบริการที่อันตราย โดยระบุให้ภาครัฐเข้ากำกับดูแลให้ผู้บริโภคได้รับสินค้าและบริการที่มีความปลอดภัย โดยภาครัฐควรกำหนดมาตรการทางกฎหมายและนโยบายด้านความปลอดภัยของสินค้าและบริการภายในประเทศให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล เพื่อให้ผู้บริโภคที่ได้รับสินค้าและบริการที่มีความปลอดภัยและมีคุณภาพ

หลักการที่ ๔ การระงับข้อพิพาททางเลือก (Alternative dispute resolution: ADR) หลักการขอรื้อระบุให้ประเทศสมาชิกอาเซียนจัดให้มีศูนย์ร้องเรียนผู้บริโภคและกลไกการระงับข้อพิพาทออนไลน์ รวมถึงจัดให้มีมาตรการทางกฎหมายเพื่อลงโทษผู้ละเมิดกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

หลักการที่ ๕ ผู้บริโภคเข้าใจถึงผลกระทบจากการตัดสินใจบริโภคของตนเอง ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยระบุให้ประเทศสมาชิกส่งเสริมให้ผู้บริโภคเข้าใจผลกระทบด้านเศรษฐกิจและสังคมที่เกิดขึ้นจากการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือใช้บริการผ่านการบูรณาการนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคกับนโยบายสาธารณะในด้านอื่น ๆ

หลักการที่ ๖ สนับสนุนให้มีการตั้งตัวแทนผู้บริโภคเพื่อรักษาผลประโยชน์และพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค โดยระบุให้รัฐบาลรับฟังความคิดเห็นของผู้บริโภคมากขึ้น ภาครัฐควรที่สำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคก่อนกำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้องในด้านอุตสาหกรรมการค้าและประเด็นนโยบายทางสังคม เพื่อให้เกิดนโยบายที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง

หลักการที่ ๗ ส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคมทั้งในระดับประเทศและภายในภูมิภาค เพื่อให้การรักษาผลประโยชน์ของผู้บริโภคเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพด้วยการประยุกต์ใช้นโยบาย ยุทธศาสตร์ และการวางแผนร่วมกัน

หลักการที่ ๘ ผู้บริโภคในระบบอี – คอมเมิร์ซ (e – commerce) จะต้องได้รับความคุ้มครอง โดยให้ประเทศสมาชิกอาเซียนดำเนินการทบทวนกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคที่บังคับใช้อยู่ในปัจจุบันและพิจารณาการแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายลำดับรองเพื่อให้ผู้บริโภคในระบบอี – คอมเมิร์ซได้รับการคุ้มครองอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ภาครัฐควรส่งเสริมให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายความปลอดภัยและข้อมูลความเป็นส่วนตัวในระบบอี – คอมเมิร์ซ (e – commerce) และควรสร้างกลไกเพื่อคุ้มครองการทำธุรกรรมทางการเงินระหว่างประเทศเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความเป็นธรรมจากการซื้อสินค้าและใช้บริการ

บทสรุป

แม้การพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมจะส่งผลให้ผู้บริโภคมีความสะดวกสบายในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ โดยเฉพาะการซื้อขายและการทำธุรกรรมทางการเงินในลักษณะข้ามพรมแดน



ซึ่งปัจจุบันสามารถกระทำได้ง่าย แต่ในขณะเดียวกันก็ทำให้เกิดช่องว่างทางกฎหมายที่ผู้ผลิตบางรายใช้เพื่อเอาเปรียบผู้บริโภค ในแง่หนึ่งบริบทดังกล่าวเป็นภาวะกดดันให้เกิดความต้องการกลไกหรือมาตรการเพื่อคุ้มครองสิทธิและผลประโยชน์ของผู้บริโภคมิให้ถูกละเมิดสิทธิจากผู้ผลิตในภาคธุรกิจ ดังนั้น อาเซียนในฐานะของสถาบันหลักในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จึงได้ตอบสนองต่อประเด็นปัญหาดังกล่าวด้วยการขยายความร่วมมือด้านการคุ้มครองผู้บริโภค โดยระบุเรื่องนี้ลงในพิมพ์เขียวประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พ.ศ. ๒๕๕๘ – ๒๕๖๘ (AEC Blueprint 2015 – 2025) และสร้างกรอบความร่วมมือด้านการคุ้มครองผู้บริโภคผ่านแผนปฏิบัติการเชิงยุทธศาสตร์อาเซียนด้านการคุ้มครองผู้บริโภค (The ASEAN Strategic Plan in Consumer Protection: ASAPCP)

อาเซียนกับความร่วมมือด้านการคุ้มครองผู้บริโภคมีสาระสำคัญเน้นไปที่บทบาทของภาครัฐในการสร้างมาตรการหรือกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้มาตรฐานและสอดคล้องกับหลักการสากล นอกจากนี้ อาเซียนยังได้มุ่งเน้นไปที่การแลกเปลี่ยนข้อมูลกฎหมายและนโยบายของประเทศสมาชิกเพื่อดำเนินการให้เกิดการบังคับใช้กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน อย่างไรก็ตามระบบการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพย่อมมิใช่ดำเนินการของภาครัฐในเชิงรุกแต่เพียงฝ่ายเดียว หากแต่จะต้องเป็นการร่วมมือกันของทั้ง ๓ ภาคส่วนในสังคม ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม ดังนั้น ภายใต้ยุทธศาสตร์ของอาเซียนจึงได้เน้นไปที่การส่งเสริมสนับสนุนให้ผู้บริโภคได้มีส่วนร่วมในการปกป้องและคุ้มครองผลประโยชน์ของผู้บริโภคเอง ควบคู่กันไปกับการใช้มาตรการของภาครัฐด้วย โดยการให้ความรู้และข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วนและเป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภค ทั้งนี้ หากผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการป้องกันสิทธิของตนเองก็จะช่วยลดปัญหาการละเมิดสิทธิผู้บริโภคหรือคดีผู้บริโภคลงได้