ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា
ជាតិ សាសនា ព្រះមហាក្សត្រ

សៀវភៅមគ្គុទេសក៍ទី២
អំពី
កិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់

តួនាទីរបស់វិស័យឯកជន

រៀបចំ និងបោះពុម្ពដោយ

អគ្គនាយកដ្ឋានការពារអ្នកប្រើប្រាស់ កិច្ចការប្រកួតប្រជែង និងបង្ក្រាបការក្លែងបន្លំ «ក.ប.ប.»
នៃក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ។

Implemented by:

giz Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

german cooperation
DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT

In cooperation with:

EUROCHAM CAMBODIA
10 YEARS FOR BUSINESS SINCE 2011

បោះពុម្ព និងគាំទ្រដោយ

ការបោះពុម្ពនេះ ត្រូវបានរៀបចំឡើងក្រោមការគាំទ្រពីគម្រោង «កិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់ក្នុងតំបន់អាស៊ាន (PROTECT)» ដែលអនុវត្តដោយទីភ្នាក់ងារកិច្ចសហប្រតិបត្តិការអាល្លឺម៉ង់ GIZ និងផ្តល់ជំនួយហិរញ្ញវត្ថុ ដោយក្រសួងសហព័ន្ធអាល្លឺម៉ង់សម្រាប់កិច្ចសហប្រតិបត្តិការ និងអភិវឌ្ឍន៍សេដ្ឋកិច្ច (BMZ) ។

មាតិកា

សេចក្តីផ្តើម ៤

១.តើអ្វីជាកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់ ? ៥

១.១ តើនរណាជាអ្នកប្រើប្រាស់ ? ៥

១.២ តើកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់ដែលមានប្រសិទ្ធភាពមានសភាពដូចម្តេច ? ៦

១.៣ តើអ្វីជាការប្រកួតប្រជែងដោយសុចរិត ? ៦

២. ហេតុអ្វីកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់មានសារៈសំខាន់ ? ៧

២.១ សុខុមាលភាពអ្នកប្រើប្រាស់ ៧

២.២ ឧត្តមភាពសេដ្ឋកិច្ចក្នុងទីផ្សារ ៨

២.៣ ការធ្វើសមាហរណកម្មថ្នាក់តំបន់ និងសកល ៨

៣. តើសិទ្ធិរបស់អ្នកប្រើប្រាស់មានអ្វីខ្លះ ? ៩

៣.១ សិទ្ធិអ្នកប្រើប្រាស់ទូទៅ ៩

៣.២ សមាគមអ្នកប្រើប្រាស់ ៩

៣.៣ សមាគមអ្នកប្រើប្រាស់ក្នុងតំបន់អាស៊ាន ១០

៤. តើអ្វីជាអំពើមិនសុចរិត និងការអនុវត្តមិនសុចរិតក្នុងធុរកិច្ច ? ១១

៤.១ អំពើមិនសុចរិតក្នុងធុរកិច្ច ១១

៤.២ ការអនុវត្តមិនសុចរិតក្នុងធុរកិច្ច ១២

៥. តើតួនាទីរបស់វិស័យឯកជនមានអ្វីខ្លះ ? ១៤

៥.១ កិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់ជាការសម្រេចចិត្តបែបយុទ្ធសាស្ត្រក្នុងការធ្វើធុរកិច្ច ១៤

៥.២ ផ្តល់ផលិតផលមានសុវត្ថិភាព ១៤

៥.៣ ចៀសវាងអំពើមិនសុចរិត និងការអនុវត្តមិនសុចរិតក្នុងធុរកិច្ច ១៥

៥.៤ ការការពារទិន្នន័យរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ ១៥

៥.៥ រៀបចំយន្តការដោះស្រាយវិវាទផ្ទៃក្នុង ១៥

៥.៦ បណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក ១៦

៦. តើយន្តការដោះស្រាយវិវាទផ្ទៃក្នុងដែលមានប្រសិទ្ធភាពមានសភាពដូចម្តេច ? ១៧

៦.១ ក្រុមហ៊ុនវីង (Wing) កម្ពុជា ១៧

៦.២ ក្រុមហ៊ុន Grab កម្ពុជា ១៧

៦.៣ ក្រុមហ៊ុន Coca-Cola កម្ពុជា ១៨

៦.៤ ក្រុមហ៊ុន JetBlue ១៨

៧. កិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់ក្នុងយុគសម័យពាណិជ្ជកម្មបែបឌីជីថល ១៩

៨. ការទទួលខុសត្រូវរបស់ធុរជនលើការវេចខ្ចប់ ២១

៨.១ ការវេចខ្ចប់ប្រកបដោយអនុលោមភាព ២១

៨.២ ការវេចខ្ចប់បែបបរិស្ថាន ២១

៩. តើនរណាខ្លះជាអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ចសំខាន់ៗ ? ២២

៩.១ អគ្គនាយកដ្ឋានការពារអ្នកប្រើប្រាស់ កិច្ចការប្រកួតប្រជែង និងបង្ក្រាបការក្លែងបន្លំ « ក.ប.ប. » ២២

៩.២ គណៈកម្មាធិការជាតិការពារអ្នកប្រើប្រាស់ « គ.ជ.ក.ប. » ២២

៩.៣ ស្ថាប័នរដ្ឋ ២៤

៩.៤ ច្បាប់ស្តីពីកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់ ២៥

៩.៥ ឯកសារសម្រាប់អានបន្ថែម ២៦

សេចក្ដីផ្ដើម

ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាបានអនុម័តច្បាប់ស្ដីពីកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់នៅថ្ងៃទី០២ ខែវិច្ឆិកា ឆ្នាំ២០១៩ ។

ច្បាប់ស្ដីពីកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់មានគោលបំណងធានាឲ្យមានកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់ និង ចូលរួមលើកកម្ពស់ការប្រកួតប្រជែងដោយសុចរិតក្នុងធុរកិច្ច។

បទប្បញ្ញត្តិក្រោមច្បាប់ស្ដីពីកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់ ត្រូវបានបង្កើតឡើងដើម្បីធានានូវសិទ្ធិ និងផលប្រយោជន៍របស់អ្នកប្រើប្រាស់ និងលើកកម្ពស់ធុរកិច្ចឱ្យមានការប្រកួតប្រជែងដោយសុចរិត តម្លាភាព និងប្រកបដោយក្រមសីលធម៌ ។

១. សិទ្ធិ និងផលប្រយោជន៍របស់អ្នកប្រើប្រាស់ត្រូវបានការពារ

២. ការធ្វើពាណិជ្ជកម្មមានការប្រកួតប្រជែងដោយសុចរិត

៣. អ្នកប្រើប្រាស់ និងពាណិជ្ជករធ្វើសកម្មភាពជាមួយគ្នាដោយមានទំនុកចិត្ត

ច្បាប់ស្ដីពីកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់មានវិសាលភាពអនុវត្តចំពោះបុគ្គលទាំងឡាយដែលធ្វើធុរកិច្ច នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ទោះបីរកប្រាក់ចំណេញ ឬមិនរកប្រាក់ចំណេញក្ដី ។

ច្បាប់នេះ អនុវត្តចំពោះរាល់ការទិញលក់ទំនិញ សេវា និងសិទ្ធិប្រត្យក្សលើអចលនទ្រព្យ ។
គោលបំណងនៃសៀវភៅមគ្គុទេសក៍នេះ គឺដើម្បី៖

ក. បង្ហាញទស្សនទានអំពីកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់

ខ. បង្ហាញអំពីសារៈសំខាន់នៃសិទ្ធិរបស់អ្នកប្រើប្រាស់

គ. បង្ហាញអំពីសារៈសំខាន់ក្នុងការទទួលបានសិទ្ធិរបស់អ្នកប្រើប្រាស់

ឃ. បង្ហាញអំពីអ្នកពាក់ព័ន្ធដែលអាចទំនាក់ទំនងបានក្នុងករណីអ្នកប្រើប្រាស់ត្រូវការដាក់ពាក្យបណ្ដឹង

ការអនុវត្តវិធានការការពារអ្នកប្រើប្រាស់ គឺជាជំហានសំខាន់ដើម្បីឆ្ពោះទៅរកការបង្កើតធុរកិច្ចដែលប្រកបដោយទំនួលខុសត្រូវ ក្រមសីលធម៌ និង ប្រកបដោយសុវត្ថិភាពនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ។ វិធានការការពារអ្នកប្រើប្រាស់ក៏ជាជំហានសំខាន់សម្រាប់ឆ្ពោះទៅកាន់សមាហរណកម្មសេដ្ឋកិច្ច អាស៊ានផងដែរ ។

សៀវភៅមគ្គុទេសក៍ចំនួនពីរត្រូវបានបង្កើតឡើងដើម្បីចែករំលែកព័ត៌មានទាក់ទងនឹងកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់៖

1. **សៀវភៅមគ្គុទេសក៍ទី១អំពីកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់៖** គោលបំណងនៃកូនសៀវភៅនេះ បង្កើតឡើងដើម្បីគាំទ្រអ្នកប្រើប្រាស់នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាឱ្យយល់ដឹងពីសិទ្ធិរបស់ពួកគេក្នុងនាមជាអ្នកប្រើប្រាស់។ ការលើកកម្ពស់ចំណេះដឹងនេះ អាចសម្រេចទៅបានតាមរយៈការបង្ហាញករណីសិក្សាទាក់ទងពីមូលហេតុនៃសារៈសំខាន់ក្នុងកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់។

2. **សៀវភៅមគ្គុទេសក៍ទី២អំពីកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់៖** គោលបំណងនៃកូនសៀវភៅទី២ នេះបង្កើតឡើងដើម្បីគាំទ្រដល់វិស័យឯកជនក្នុងការយល់ដឹងអំពីទំនួលខុសត្រូវរបស់ខ្លួនក្រោមច្បាប់ស្ដីពីកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់ ជាពិសេសជំរុញភាពសកម្មក្នុងការបង្កើតយន្តការដោះស្រាយវិវាទផ្ទៃក្នុងរបស់ពួកគេ។

សូមចែករំលែកសៀវភៅមគ្គុទេសក៍នេះ និងសារគន្លឹះនានាជាមួយនឹងគ្រួសារ អ្នកប្រើប្រាស់ ធុរជន និងអ្នកពាក់ព័ន្ធនានា ដើម្បីទទួលបានព័ត៌មាន និងចំណេះដឹងឲ្យកាន់តែទូលំទូលាយ។

១. តើអ្វីជាកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់ ?

កិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់ គឺជាការអនុវត្តវិធានការគាំពារដល់អ្នកប្រើប្រាស់ពីការអនុវត្តមិនសុចរិត និងអំពើមិនសុចរិតលើទំនិញ និងសេវាផ្សេងៗនៅក្នុងទីផ្សារ ។ វិធានការនេះ ជាកិច្ចការពារសុខុមាលភាព និងផលប្រយោជន៍សេដ្ឋកិច្ចរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ ។

កិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់មានប្រសិទ្ធភាពលើទំនិញ និងសេវាដូចជា៖

ការដឹកជញ្ជូន

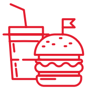
គ្រឿងស្រវឹង
និងថ្នាំជក់

សំលៀកបំពាក់
និងស្បែកជើង

គមនាគមន៍

ការកំសាន្ត និងវប្បធម៌

គ្រឿងសង្ហារឹម ឧបករណ៍ប្រើប្រាស់ក្នុងផ្ទះ
និងសេវាកម្មនានា


អាហារ និងភេសជ្ជៈមិនមានជាតិ
អាល់កុល

ការធានារ៉ាប់រង និង
សេវាកម្មហិរញ្ញវត្ថុ

គេហដ្ឋាន/
អចលនទ្រព្យ

សុខាភិបាល

ការអប់រំ

នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា វិធានការការពារអ្នកប្រើប្រាស់ ត្រូវបានបង្កើតឡើងក្រោមច្បាប់ស្តីពីកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់ដែលត្រូវបានប្រកាសឱ្យប្រើនៅថ្ងៃទី ០២ ខែវិច្ឆិកា ឆ្នាំ២០១៩ ។

អគ្គនាយកដ្ឋានការពារអ្នកប្រើប្រាស់ កិច្ចការប្រកួតប្រជែង និងបង្ក្រាបការក្លែងបន្លំ «ក.ប.ប.» ទទួលបន្ទុកក្នុងការអនុវត្តច្បាប់ស្តីពីកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់ក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ។ ក.ប.ប. គឺជា អគ្គនាយកដ្ឋានមួយរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ។

១.១ តើនរណាជាអ្នកប្រើប្រាស់ ?

អ្នកប្រើប្រាស់ គឺជាបុគ្គលដែលទទួលបាននូវរាល់ទំនិញ ឬសេវាសម្រាប់យកទៅប្រើប្រាស់ជាលក្ខណៈផ្ទាល់ខ្លួន ក្នុងផ្ទះ ឬក្នុងគ្រួសារ ។

> *សារគន្លឹះ៖*
> តើអ្នកធ្លាប់ទិញអ្វីមួយពីអាជីវករ ឬសហគ្រាសណាមួយ ហើយយកមកប្រើប្រាស់ដែរឬទេ ?
> ប្រសិនបើធ្លាប់ មានន័យថាលោកអ្នកគឺជាអ្នកប្រើប្រាស់ម្នាក់នូវទំនិញ ឬសេវារបស់ពួកគេហើយ ។

១.២ តើកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់ដែលមានប្រសិទ្ធភាពមានសភាពដូចម្តេច ?

វិធានការការពារអ្នកប្រើប្រាស់ដែលមានប្រសិទ្ធភាព គឺត្រូវការ៦ចំណុចសំខាន់ៗ និងទាមទារឱ្យមានកិច្ចសហការរវាងរដ្ឋាភិបាល អ្នកប្រើប្រាស់ និងធុរជន ។

វិធានការការពារអ្នកប្រើប្រាស់ដែលមានប្រសិទ្ធភាពមានដូចជា៖

- ការអនុវត្តធុរកិច្ចដែលប្រកបដោយទំនួលខុសត្រូវ
- ផ្តល់ចំណេះដឹងដល់អ្នកប្រើប្រាស់
- ច្បាប់ស្តីពីកិច្ចការពារប្រើប្រាស់មានលក្ខណៈគ្រប់ជ្រុងជ្រោយ
- មានយន្តការសម្រាប់ការដាក់ពាក្យបណ្តឹង
- ការអនុវត្តច្បាប់មានប្រសិទ្ធភាព
- សមាគមអ្នកប្រើប្រាស់ដែលមានប្រសិទ្ធភាព

ប្រភពពី៖ ASEAN Secretariat

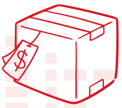
សារគន្លឹះ៖ តួនាទីត្រូវបំពេញ

- **រដ្ឋាភិបាល៖** អ្នកពាក់ព័ន្ធបង្កើត និងអនុវត្តច្បាប់ស្តីពីកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់។
- **ធុរជន៖** គប្បីចៀសវាងពីការក្លែងបន្លំ ឬការប្រព្រឹត្តមិនសុចរិតដែលអាចជះឥទ្ធិពលអវិជ្ជមានដល់អ្នកប្រើប្រាស់។
- **អ្នកប្រើប្រាស់៖** គួរទទួលបាននូវការណែនាំអំពីសិទ្ធិអ្នកប្រើប្រាស់ និងអាចអនុវត្តសិទ្ធិរបស់ពួកគេបាន។ នៅក្នុងពិភពលោក សមាគមអ្នកប្រើប្រាស់ដើរតួយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការសម្រេចឱ្យបាននូវសកម្មភាពទាំងនេះ។
- **សម្រាប់ចំណាប់អារម្មណ៍ចង់ចូលរួម**

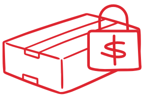
សូមទំនាក់ទំនងមកកាន់អាសយដ្ឋានខាងក្រោមដើម្បីបង្ហាញពីចំណាប់អារម្មណ៍របស់អ្នក!
ជាឧទាហរណ៍ ជំហានសំខាន់បន្ទាប់គឺជាការបង្កើតវិធានការការពារអ្នកប្រើប្រាស់ប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាតាមរយៈការបង្កើតសមាគមអ្នកប្រើប្រាស់ដំបូងគេបង្អស់នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។

១.៣ តើអ្វីជាការប្រកួតប្រជែងដោយសុចរិត ?

ប្រសិនជានៅក្រោមលក្ខខណ្ឌត្រឹមត្រូវ សមភាពនៃការប្រកួតប្រជែងក្នុងទីផ្សារនឹងអនុញ្ញាតអោយមានជម្រើសកាន់តែច្រើនឡើងសម្រាប់អ្នកប្រើប្រាស់។ លក្ខខណ្ឌបែបនេះមិនត្រឹមតែផ្តល់នូវផលិតផលដែលមាននវានុវត្តន៍ខ្ពស់ ល្អប្រសើរជាងមុន និងមានតម្លៃសមរម្យប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែថែមទាំងផ្តល់នូវស្តង់ដារខ្ពស់ក្នុងការការពារអ្នកប្រើប្រាស់ផងដែរ នៅពេលនោះក្រុមហ៊ុននីមួយៗ នឹងប្រកួតប្រជែងដើម្បីយកឈ្នះលើអតិថិជនថ្មីៗក្នុងលក្ខខណ្ឌទូទៅ។



ការប្រកួតប្រជែងដោយសុចរិតនាំឱ្យផលិតផលកាន់តែប្រសើរឡើង តម្លៃសមរម្យ និងមានការច្នៃប្រឌិតថ្មីសម្រាប់អ្នកប្រើប្រាស់។



ការប្រកួតប្រជែងដោយសុចរិត ក៏ផ្តល់នូវស្តង់ដារការពារអ្នកប្រើប្រាស់ខ្ពស់ជាងមុនផងដែរ នៅពេលដែលក្រុមហ៊ុននីមួយៗប្រកួតប្រជែងដើម្បីឈានមុខគេ។

នៅក្នុងទីផ្សារប្រកួតប្រជែងទូទៅ អ្នកប្រើប្រាស់មានជម្រើសច្រើនសម្រាប់ជ្រើសរើសដើម្បីទិញទំនិញ ឬសេវាពីផ្គត់ផ្គង់ណាមួយ ។ ជាឧទាហរណ៍ តើលោកអ្នកទិញទូរស័ព្ទពីក្រុមហ៊ុន Samsung, ក្រុមហ៊ុន Huawei, ក្រុមហ៊ុន Redmi ឬក្រុមហ៊ុន Apple ?

ជាលទ្ធផល ការប្រកួតប្រជែងសុចរិតជំរុញឱ្យអ្នកលក់ម្នាក់ៗព្យាយាមអស់ពីសមត្ថភាពដើម្បីបំពេញចិត្តរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ក្នុងតម្លៃសមរម្យ ។ បើពុំនោះទេ អ្នកប្រើប្រាស់នឹងជ្រើសរើសផលិតផលរបស់ដៃគូប្រកួតប្រជែងដទៃទៀតមិនខាន ។

២. ហេតុអ្វីកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់មានសារៈសំខាន់ ?

វិធានការការពារអ្នកប្រើប្រាស់នឹងជួយឱ្យប្រទេសកម្ពុជាក្លាយជាកន្លែងដែលកាន់តែមានភាពងាយស្រួលសម្រាប់ការរស់នៅ ការធ្វើពាណិជ្ជកម្ម និងការធ្វើធុរកិច្ច ។

តាមការលើកឡើងរបស់អាស៊ាន វិធានការការពារអ្នកប្រើប្រាស់ នឹងធ្វើឱ្យទីផ្សារមានដំណើរការល្អ ទាំងសងខាង ទាំងសហគ្រាស និងអ្នកប្រើប្រាស់ ។

មាន ៣ ហេតុផលសំខាន់ៗដែលបង្ហាញថាកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់មានសារៈសំខាន់៖

ការលើកកម្ពស់
សុខុមាលភាពអ្នកប្រើប្រាស់

ការលើកកម្ពស់ការប្រកួត
ប្រជែងធុរកិច្ចក្នុងសេដ្ឋកិច្ច

ការលើកស្ទួយសមាហរណកម្ម
ថ្នាក់តំបន់ និងសកល

២.១ សុខុមាលភាពអ្នកប្រើប្រាស់

វិធានការការពារអ្នកប្រើប្រាស់ជួយអ្នកប្រើប្រាស់តាមវិធីជាច្រើន។ វិធានការទាំងនេះជួយសម្រួលក្នុងការទទួលបានព័ត៌មានត្រឹមត្រូវ មិនលំអៀងអំពីទំនិញ និងសេវាកម្មដែលអ្នកប្រើប្រាស់បានទិញ។

វិធានការទាំងនេះអាចឲ្យអតិថិជនធ្វើការជ្រើសរើសបានជម្រើសល្អបំផុតដោយផ្អែកលើតំរូវការរបស់ពួកគេ និងដោយការជឿជាក់ថាពួកគេនឹងមិនត្រូវបានបំភាន់ដោយអ្នកលក់ឡើយ។

វិធានការការពារអ្នកប្រើប្រាស់ក៏ការពារអ្នកប្រើប្រាស់ពីផលិតផលដែលមានគ្រោះថ្នាក់ដល់សុខភាពផងដែរ។

២.២ ឧត្តមភាពសេដ្ឋកិច្ចក្នុងទីផ្សារ

វិធានការការពារអ្នកប្រើប្រាស់លើកទឹកចិត្តឱ្យការធ្វើពាណិជ្ជកម្មផ្តល់នូវសមភាព និងការគោរពដល់អ្នកប្រើប្រាស់ ហើយវិធានការនេះ អាចជំរុញដល់ការអនុវត្តធុរកិច្ចល្អ ប្រកបដោយក្រមសីលធម៌ និងនវានុវត្តន៍ ទៅតាមតម្រូវការរបស់អ្នកប្រើប្រាស់។

ធុរកិច្ចដែលអនុវត្តតាមវិធានការការពារអ្នកប្រើប្រាស់នឹងទទួលបានកេរ្តិ៍ឈ្មោះល្អ និងមានការកើនឡើងនូវតម្រូវការផលិតផលរបស់ពួកគេ ។ ជាលទ្ធផល ក្រុមហ៊ុននឹងទទួលបាននូវផលចំណេញ ឧត្តមភាពប្រកួតប្រជែង និងនិរន្តរភាព ។

ធុរកិច្ចទាំងឡាយណាដែលប្រព្រឹត្តមិនសុចរិតទៅកាន់អ្នកប្រើប្រាស់ នឹងរងនូវការពិន័យដោយច្បាប់ ក៏ដូចជារងផលប៉ះពាល់ដល់ទីផ្សារផលិតផលរបស់ខ្លួនឯងផងដែរ។ កេរ្តិ៍ឈ្មោះអវិជ្ជមានរបស់ក្រុមហ៊ុនទាំងនោះនឹងបន្តធ្វើឲ្យការលក់ និងការប្រកួតប្រជែងរបស់ពួកគាត់មានការធ្លាក់ចុះជាលំដាប់ ។

ដូច្នេះ វិធានការការពារអ្នកប្រើប្រាស់ចូលរួមចំណែកបង្កើតទីផ្សារដែលប្រកបដោយថាមភាព ប្រសិទ្ធភាព និងនវានុវត្តន៍ សម្រាប់ជំរុញឱ្យធុរកិច្ចកាន់តែរីកចម្រើន ។

២.៣ ការធ្វើសមាហរណកម្មថ្នាក់តំបន់ និងសកល

វិធានការការពារអ្នកប្រើប្រាស់ក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ក៏អាចរួមចំណែកលើកស្ទួយសមាហរណកម្មក្នុងតំបន់អាស៊ាន ក៏ដូចជាសកលផងដែរ ។

អាស៊ានកំពុងជំរុញឲ្យមានការធ្វើសមាហរណកម្មសេដ្ឋកិច្ចកាន់តែរឹងមាំដែលជានិមិត្តរូបនៃការបង្កើតសហគមន៍សេដ្ឋកិច្ចអាស៊ាន (AEC) និងការអនុម័តផែនការគោលឆ្នាំ ២០២៥ ។ គោលការណ៍មួយនៃផែនការគោលនេះគឺដើម្បីធ្វើឲ្យសហគមន៍កាន់តែផ្តោតលើប្រជាជន និងតម្រង់ទិសដោយប្រជាជន តាមរយៈការធ្វើសមាហរណកម្មក្របខ័ណ្ឌការពារអ្នកប្រើប្រាស់នៅទូទាំងបណ្តាប្រទេសដែលជាសមាជិក។ កិច្ចការនេះកាន់តែសំខាន់ខ្លាំងឡើងទន្ទឹមនឹងការលេចចេញនូវពាណិជ្ជកម្មបែបឌីជីថល និងពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិច។

ពិសេសជាងនេះទៅទៀតផែនការសកម្មភាពយុទ្ធសាស្ត្រអាស៊ានសម្រាប់កិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់ (ASAPCP) ឆ្នាំ ២០២៥ មានគោលបំណងបង្កើតក្របខណ្ឌការពារអ្នកប្រើប្រាស់ក្នុងតំបន់រួមគ្នាមួយ ធានានូវកម្រិតនៃសិទ្ធិ និងការការពារដល់អ្នកប្រើប្រាស់ ផ្តល់ទំនុកចិត្តខ្ពស់ដល់អ្នកប្រើប្រាស់នៅក្នុងសហគមន៍សេដ្ឋកិច្ចអាស៊ាន (AEC) និងបង្កើនចំណាប់អារម្មណ៍ទៅលើការព្រួយបារម្ភរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ទូទៅ នៅក្នុងគោលនយោបាយជាតិនីមួយៗទាំងមូល។ នៅពេលដែលប្រទេសកម្ពុជាធ្វើពាណិជ្ជកម្មកាន់តែច្រើនជាមួយបណ្តាប្រទេសសមាជិកអាស៊ាន កិច្ចសហប្រតិបត្តិការលើកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់នឹងក្លាយជាភាពចាំបាច់សម្រាប់កម្ពុជាក្នុងការចូលរួមចំណែកដើម្បីសំរេចបាននូវ ASAPCP 2025 ។

នៅពេលប្រទេសកម្ពុជាបង្កើនទំនាក់ទំនងទីផ្សារជាមួយនឹងពិភពលោក ការប្រកាន់ខ្ជាប់នូវស្តង់ដារការពារអ្នកប្រើប្រាស់ខ្ពស់នឹងជួយសម្រួលដល់ដំណើរការពាណិជ្ជកម្ម។ ផលិតផលកម្ពុជាត្រូវបានរំពឹងទុកថានឹងមានការប្រើប្រាស់កាន់តែច្រើនឡើងនៅតាមទីផ្សារអន្តរជាតិឆ្ងាយៗ ហើយការផលិតនៅក្នុងស្រុកនឹងមានការប្រកាន់ខ្ជាប់នូវតម្រូវការគុណភាពតឹងរឹងជាងមុន ទាំងនេះនឹងធ្វើឱ្យផលិតផលកម្ពុជាកាន់តែមានការប្រកួតប្រជែងនៅក្នុងទីផ្សារអន្តរជាតិ។

៣. តើសិទ្ធិរបស់អ្នកប្រើប្រាស់មានអ្វីខ្លះ ?
៣.១ សិទ្ធិអ្នកប្រើប្រាស់ទូទៅ

ការយល់ដឹងពីសិទ្ធិអ្នកប្រើប្រាស់ អាចជួយបញ្ឈប់ប្រតិបត្តិការពាណិជ្ជកម្មរបស់ពាណិជ្ជករដែលមានកេរ្តិ៍ឈ្មោះមិនល្អ និងអាចធានាថាអ្នកប្រើប្រាស់ទទួលបាននូវការទិញលក់ដោយសុចរិតភាព។ សិទ្ធិអ្នកប្រើប្រាស់អាចការពារអ្នកប្រើប្រាស់ និងផ្តល់សិទ្ធិអំណាចឱ្យអ្នកប្រើប្រាស់លើកបង្ហាញពីក្រុមហ៊ុនដែលប្រព្រឹត្តមិនត្រឹមត្រូវ ។

ក្នុងនាមជាអ្នកប្រើប្រាស់ម្នាក់នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា សិទ្ធិរបស់លោកអ្នកត្រូវបានចែងនៅក្នុងច្បាប់ស្តីពីកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់ ។ អ្នកប្រើប្រាស់មានសិទ្ធិដូចជា៖

១. សិទ្ធិក្នុងការទទួលបានព័ត៌មាន និងការអប់រំដើម្បីកំណត់ពីភាពខុសគ្នារវាងទំនិញ ឬ សេវា និង ទទួលបានការគាំពារប្រឆាំងនឹងសេចក្តីបរិយាយពាណិជ្ជកម្មមិនពិត ។

២. សិទ្ធិក្នុងការជ្រើសរើសទំនិញ ឬសេវា ដែលកំពុងមានការប្រកួតប្រជែងលើតម្លៃ និងគុណភាព ។

៣. សិទ្ធិក្នុងការបង្ហាញពីការបារម្ភក្នុងនាមជាអ្នកប្រើប្រាស់ និងទទួលបានការគាំទ្រពីបញ្ញត្តិករមានសមត្ថកិច្ច និងរាជរដ្ឋាភិបាល ។

៤. សិទ្ធិទទួលបានការទាមទារសំណងស្របតាមច្បាប់ស្តីពីកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់ និងច្បាប់ផ្សេងទៀត ។

៣.២ សមាគមអ្នកប្រើប្រាស់

សមាគមអ្នកប្រើប្រាស់អាចបង្កើតបានដោយអ្នកប្រើប្រាស់ ស្របទៅតាមច្បាប់ស្តីពីកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់ ។

សមាគមអ្នកប្រើប្រាស់អាចបង្កើតទៅបានដោយមានការអនុញ្ញាតពីក្រសួង ឬស្ថាប័នដែលមានតួនាទីភារកិច្ចគ្រប់ដណ្តប់លើវិស័យជាមុនសិន បន្ទាប់មកត្រូវចុះបញ្ជីនៅក្រសួងមហាផ្ទៃ ព្រមទាំងត្រូវតម្កល់ឯកសារ និង លិខិតអនុញ្ញាតិខាងលើនៅគណៈកម្មាធិការជាតិការពារអ្នកប្រើប្រាស់ដែលមានអគ្គនាយដ្ឋាន ក.ប.ប ជាលេខាធិការដ្ឋាន។

សមាគមអ្នកប្រើប្រាស់ដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការការពារសិទ្ធិអ្នកប្រើប្រាស់។ សមាគមនេះបានបង្កើតឡើងដើម្បីតំណាងផលប្រយោជន៍របស់អ្នកប្រើប្រាស់ និង ធ្វើសកម្មភាពតាមរយៈការចែករំលែកព័ត៌មាន ការតស៊ូមតិសម្រាប់ការផ្លាស់ប្តូរគោលនយោបាយដែលមិនសមស្រប ដើម្បីចៀសវាងការអនុវត្តមិនសុចរិតក្នុងធុរកិច្ច ។

សមាគមអ្នកប្រើប្រាស់នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាអាចមានគោលដៅដូចខាងក្រោម៖

1.

ផ្តល់ការប្រឹក្សាឯករាជ្យដល់អ្នកប្រើប្រាស់ និងជួយសម្រួលដល់ការដោះស្រាយបណ្តឹងរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ ។

2.

ដើរតួជាអ្នកតំណាងដល់អ្នកប្រើប្រាស់ណាដែលត្រូវបានរងនូវការបំពានសិទ្ធិ ។

3.

ធ្វើជាតំណាងទាំងការលើកមតិយោបល់ និងផលប្រយោជន៍របស់អ្នកប្រើប្រាស់នៅក្នុងវេទិកាសាធារណៈ ឬសន្និសីទសារព័ត៌មាននានា ។

4.

ទទួលការប្រឹក្សាយោបល់ពីបញ្ញត្តិករមានសមត្ថកិច្ចចំពោះបញ្ហាពាក់ព័ន្ធនឹងបទប្បញ្ញត្តិ ឬបទដ្ឋានព័ត៌មានសម្រាប់ផ្តល់ជូនបន្តទៅកាន់អ្នកប្រើប្រាស់ ។

5.

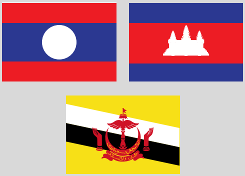
បង្កើតក្រុមការងារបច្ចេកទេសដើម្បីការពារអ្នកប្រើប្រាស់នៅក្នុងវិស័យនីមួយៗ ។

6.

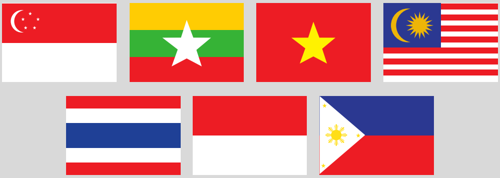
អនុវត្តភារកិច្ចផ្សេងទៀតដែលបានប្រគល់ជូនដោយគណៈកម្មាធិការជាតិការពារអ្នកប្រើប្រាស់ ។

៣.៣ សមាគមអ្នកប្រើប្រាស់ក្នុងតំបន់អាស៊ាន

មកដល់ពេលនេះ មានប្រទេសចំនួន៧ ក្នុងចំណោម ១០ប្រទេសដែលជាសមាជិកអាស៊ានបានបង្កើតសមាគមអ្នកប្រើប្រាស់ ។ បច្ចុប្បន្ន កម្ពុជាក៏មានគោលបំណងបង្កើតដូចគ្នា ។



មិនទាន់បង្កើត



បង្កើតរួច

៤. តើអ្វីជាអំពើមិនសុចរិត និងការអនុវត្តមិនសុចរិតក្នុងធុរកិច្ច ?

ច្បាប់ស្តីពីកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់បានកំណត់អំពើមិនសុចរិត និង ការអនុវត្តមិនសុចរិត គឺជាសកម្មភាពធុរកិច្ចទាំងឡាយណាដែលមានបំណងបំភាន់ ឬបោកបញ្ឆោតអ្នកប្រើប្រាស់។

ភាពខុសគ្នារវាងអំពើមិនសុចរិត និង ការអនុវត្តមិនសុចរិត គឺអំពើមិនសុចរិតជាសកម្មភាពដែលអាចកើតឡើងដោយចេតនា និងអចេតនា ហើយការអនុវត្តមិនសុចរិតជាសកម្មភាពដែលកើតឡើងដោយចេតនា។

ជាធម្មតាការអនុវត្តមិនសុចរិតត្រូវបានដាក់ពិន័យធ្ងន់ធ្ងរជាងគេ។ ដូច្នេះទាំងបុគ្គល ឬធុរកិច្ចជនត្រូវយកចិត្តទុកដាក់ឱ្យបានដិតដល់ពីរបៀបផ្សព្វផ្សាយនូវផលិតផលរបស់ពួកគេ ។ ការពិន័យអន្តរការណ៍នឹងត្រូវបានធ្វើឡើងចំពោះករណីទាក់ទងនឹងការអនុវត្តមិនសុចរិត និងអំពើមិនសុចរិត ។ ការផាកពិន័យអាចមានកម្រិតរហូតដល់ជិត **៨0.000.000៛** (ប៉ែតសិបលានរៀល) ដោយមិនទាន់គិតពីទោសព្រហ្មទណ្ឌធ្ងន់ធ្ងរដទៃផ្សេងទៀតឡើយ ។

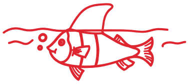
៤.១ អំពើមិនសុចរិតក្នុងធុរកិច្ច

អំពើមិនសុចរិតក្នុងធុរកិច្ចគឺជាការអះអាងទាំងឡាយណាដែលបំភាន់ ឬ បោកបញ្ឆោតដល់សាធារណជន និង អ្នកប្រើប្រាស់ទាក់ទងនឹងទំនិញ និងសេវាដែលពួកគេលក់ក្នុងទីផ្សារ។

> *សារគន្លឹះ៖* អំពើមិនសុចរិតកើតមាននៅក្នុងទីផ្សារបែបឌីជីថលនៃប្រទេសកម្ពុជា
>
> ពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិកបានផ្តល់ឱកាសដល់ សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម អាជីវកម្មគ្រួសារ អាជីវកម្មក្នុងប្រព័ន្ធ និងក្រៅប្រព័ន្ធ នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាធ្វើសកម្មភាពជាមួយអ្នកប្រើប្រាស់តាមវិធីថ្មីក្នុងទម្រង់ទីផ្សារបែបឌីជីថល។ ការទិញ និង ការលក់បានផ្លាស់ប្តូរ និងអាចធ្វើបានតាមប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណែត ធ្វើអោយមានភាពងាយស្រួលនៅគ្រប់ទីកន្លែងគ្រប់ពេលវេលាតាមរយៈបណ្តាញទំនាក់ទំនងសង្គមដូចជា Facebook, Instagram និង YouTube ជាដើម។
>
> នៅលើសារព័ត៌មានសព្វថ្ងៃ ក៏មានការផ្សាយអំពីការឆបោកតាមប្រព័ន្ធឌីជីថលមួយចំនួនដែលបានកំពុងបន្តធ្វើឡើង ប៉ុន្តែមិនមានការរីករាលដាលជាទ្រង់ទ្រាយធំដូចនៅតាមបណ្តាប្រទេសផ្សេងទៀតនៅឡើយទេ។
>
> ករណីក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ហានិភ័យសម្រាប់អ្នកប្រើប្រាស់កើតឡើងនៅពេលធ្វើប្រតិបត្តិការទីផ្សារតាមប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណែតដែលអ្នកប្រើប្រាស់ឃើញការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មបោកប្រាស់ហើយសម្រេចចិត្តទិញផលិតផលទាំងនោះ។ ជាលទ្ធផលអ្នកប្រើប្រាស់អាចប្រឈមនឹងការទទួលទំនិញដែលមិនដូចនឹងការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ឬ គ្មានគុណភាពដូចដែលបានអះអាង។ ក្នុងករណីផលិតផល ជាផលិតផលឡេ ផលិតផលសុខភាព ឬ ផលិតផលអាហារបំប៉ន ដែលមិនមានអាជ្ញាប័ណ្ណត្រឹមត្រូវ និង ប្រភពមិនច្បាស់លាស់ អ្នកប្រើប្រាស់អាចប្រឈមមុខនឹងផលប៉ះពាល់យ៉ាងធ្ងន់ធ្ងរដល់សុខភាព និងសុខុមាលភាពរបស់ពួកគេ ដោយគ្មានការធានាណាមួយឡើយ។ ក៏មានករណីក្លែងបន្លំមួយចំនួនទៀតអំពីការលក់តាមប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណែត ដែលអ្នកលក់ប្រាប់អ្នកទិញឱ្យផ្តល់ព័ត៌មានទំនាក់ទំនង តាមរយៈប្រអប់សារប្រព័ន្ធទំនាក់ទំនងសង្គម ឬ សារតាមទូរស័ព្ទ ហើយសុំអោយផ្ញើរប្រាក់ជាមុន ជាលទ្ធផលទំនិញមិនត្រូវបានបញ្ជូនមកអោយអ្នកប្រើប្រាស់ទេ។
>
> កាលពីមុន អ្នកប្រើប្រាស់នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាដែលត្រូវបានឆបោកតាមប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណែត មិនបានដឹងអំពីកន្លែងដាក់ពាក្យបណ្តឹងរបស់ពួកគេទេ ឥឡូវនេះអ្នកប្រើប្រាស់ទាំងអស់អាចទំនាក់ទំនងមកកាន់ អគ្គនាយកដ្ឋានការពារអ្នកប្រើប្រាស់ កិច្ចការប្រកួតប្រជែង និង បង្ក្រាបការក្លែងបន្លំ «ក.ប.ប.» តាមរយៈបណ្តាញទំនាក់ទំនងសង្គម ឬគេហទំព័រដើម្បីដាក់ពាក្យបណ្តឹងរបស់ពួកគេបាន។
>
> ក.ប.ប. នឹងជួយដោះស្រាយបញ្ហាទាំងនេះទៅតាមច្បាប់ស្តីពីការការពារអ្នកប្រើប្រាស់។

៤.២ ការអនុវត្តមិនសុចរិតក្នុងធុរកិច្ច

ច្បាប់ស្តីពីកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់ពិពណ៌នាអំពីការអនុវត្តមិនសុចរិតជាច្រើនទម្រង់ដូចជា៖

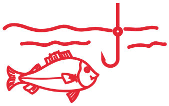


ការលក់មិនសុចរិត

ការលក់ដែលធ្វើឱ្យអ្នកប្រើប្រាស់មានការភាន់ច្រឡំចំពោះរាល់ទំនិញ ។ ឧទាហរណ៍៖ ការដាក់បង្ហាញសារបរិយាយទំនិញមានទំហំតូចពេក ដែលពិបាកអាន ។

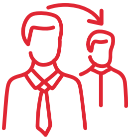
មិនគោរពការសន្យាផ្តល់ជាអំណោយ និងរង្វាន់

ការសន្យាផ្តល់ជាអំណោយ ឬរង្វាន់ណាមួយទៅកាន់អ្នកប្រើប្រាស់ ប្រសិនបើអ្នកប្រើប្រាស់ទិញ ប៉ុន្តែការសន្យានោះធ្វើឡើងដោយមិនមានបំណងផ្តល់អំណោយ ឬរង្វាន់ពិតនោះឡើយ ។



ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មជានុយ

ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មផលិតផល ឬសេវាក្នុងតម្លៃជាក់លាក់ណាមួយ ប៉ុន្តែផ្ទុយទៅវិញគ្មានបំណង ឬគ្មានលទ្ធភាពផ្គត់ផ្គង់បានតាមតម្លៃដែលបានផ្សាយឡើយ ។



ការលក់អូសទាញដោយមិនសុចរិត

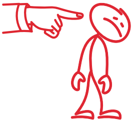
ការបញ្ចុះបញ្ចូលអ្នកប្រើប្រាស់ឱ្យទិញផលិតផល ឬសេវាដោយសន្យាថានឹងបង្វិលប្រាក់សងវិញ ឬផ្តល់ប្រាក់កម្រៃជើងសារ ។ ការសន្យាផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍ផ្សេងៗសម្រាប់ជាថ្នូរឱ្យផ្តល់ព័ត៌មានដែលអាចជួយក្រុមហ៊ុនទាក់ទាញអ្នកប្រើប្រាស់ដទៃទៀត ហើយក្នុងករណីខ្លះ អ្នកប្រើប្រាស់មិនបានទទួលអត្ថប្រយោជន៍តាមការសន្យាឡើយ ទោះបីជាមានសកម្មភាពផ្សេងទៀតកើតឡើងបន្ទាប់ពីការព្រមព្រៀងក៏ដោយ ។

ការទាមទារ ឬការទទួលយកការទូទាត់ដោយគ្មានចេតនាផ្គត់ផ្គង់ទំនិញ ឬសេវាតាមការបញ្ជាទិញ

ការទាមទារ ឬការទទួលយកការទូទាត់ពីអ្នកប្រើប្រាស់ដោយគ្មានចេតនាផ្គត់ផ្គង់ទំនិញ ឬសេវាដែលបានទិញហើយ ឬមានចេតនាផ្គត់ផ្គង់ទំនិញ និងសេវាដែលជាញឹកញយមានគុណភាពទាបជាងការសន្យា ។

ការអះអាងដែលមិនពិត ឬបំភាន់អំពីសកម្មភាពធុរកិច្ចមួយចំនួន

ការបង្កើតការអះអាងដែលមិនពិត ឬបំភាន់ដែលទាក់ទងនឹងការទទួលបាននូវប្រាក់ចំណេញ ការវិនិយោគ ប្រតិបត្តិការ ឬសកម្មភាពនានានៅក្នុងធុរកិច្ចអ្វីមួយ ។ ជាឧទាហរណ៍ ការបំផ្លើសចំនួនប្រាក់ចំណេញរបស់ក្រុមហ៊ុនក្នុងគោលបំណងទាក់ទាញការវិនិយោគ ឬការលក់ ។



ការបង្ខិតបង្ខំដោយកម្លាំង និងការគំរាមផ្លូវចិត្ត

ការប្រើប្រាស់ការបង្ខំដោយកម្លាំង ឬដោយការគំរាមផ្លូវចិត្តលើអ្នកប្រើប្រាស់ក្នុងការទាមទារឱ្យប្រើប្រាស់ទំនិញ ឬសេវាណាមួយ ។

គម្រោងលក់បែបពីរ៉ាមីដ

គម្រោងលក់បែបពីរ៉ាមីដ គឺជាវិធីបង្កើតប្រាក់ដែលមិនអាចបន្តបានយូរអង្វែងនោះទេ ។ វិធីសាស្ត្រនេះរួមមានដូចជាការសន្យាដោយផ្តល់តម្លៃតបស្នងសម្រាប់ការបង្កើតសមាជិកដើម្បីលក់ទំនិញ និងសេវាធ្វើយ៉ាងណាដើម្បីទាក់ទាញអ្នកផ្សេងឱ្យចូលជាសមាជិក ឬបណ្តុះបណ្តាលពួកគេដើម្បីចូលរួមក្នុងសកម្មភាពគម្រោង ។ ប្រាក់ចំណូលមានប្រភពសំខាន់ គឺបានមកពីការជ្រើសរើសសមាជិកថ្មីឱ្យចូលរួមក្នុងគម្រោង និងជារឿយៗ មិនបានផ្តល់ការលក់ទំនិញ ឬសេវាពិតប្រាកដទៅកាន់អ្នកប្រើប្រាស់ឡើយ ។

ការលក់ទំនិញដែលមានភ្ជាប់សេចក្តីបរិយាយពាណិជ្ជកម្មមិនពិត

សំដៅលើរាល់ស្លាក ឬសេចក្តីបរិយាយមិនពិតដែលបានភ្ជាប់ទៅនឹងទំនិញ ឬសេវា។ ឧទាហរណ៍៖ ការដេរភ្ជាប់ស្លាកក្លែងបន្លំ នៅលើអាវមិនមានម៉ាកយីហោ ។

ការអនុវត្តមិនសុចរិតផ្សេងទៀតដែលកំណត់ដោយបញ្ញត្តិករមានសមត្ថកិច្ច

ការអនុវត្តមិនសុចរិតផ្សេងទៀត គប្បីត្រូវបានកំណត់ដោយប្រកាសរបស់បញ្ញត្តិករមានសមត្ថកិច្ច។ ការអនុវត្តមិនសុចរិតនឹងត្រូវកែសម្រួលតាមពេលវេលា ដើម្បីស្របតាមបច្ចុប្បន្នភាព និងទម្រង់ថ្មីៗនៃការអនុវត្តមិនសុចរិត ។

៥. តើតួនាទីរបស់វិស័យឯកជនមានអ្វីខ្លះ ?

៥.១ កិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់ជាការសម្រេចចិត្តបែបយុទ្ធសាស្ត្រ ក្នុងការធ្វើធុរកិច្ច

អត្ថបទខាងលើបានពិពណ៌នាអំពីតួនាទីរបស់អាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ច និង អ្នកប្រើប្រាស់ក្នុងការលើកកម្ពស់កិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់រួចមកហើយ។ ជាបន្ទាប់ គឺជាការពិពណ៌នាអំពីកិច្ចការរបស់ អាជីវកម្ម ឬ ធុរកិច្ចជនទាំងឡាយដែលដើរតួជាអ្នកផ្តល់ផលិតផល និង សេវា នៅក្នុងទីផ្សារវិញម្តង។

ក្រុមហ៊ុនដែលប្រកាន់ខ្ជាប់នូវកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់ មិនត្រឹមតែបំពេញកាតព្វកិច្ចស្របច្បាប់ និងគោរពក្រមសីលធម៌ចំពោះសង្គមប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែថែមទាំងកំពុងធ្វើឲ្យអាជីវកម្មរបស់ខ្លួនមានលក្ខណៈយុទ្ធសាស្ត្រ និងល្អត្រឹមត្រូវផងដែរ។

ខាងក្រោមនេះជាកិច្ចការ ៥ យ៉ាងដែលវិស័យឯកជនអាចចូលរួមក្នុងកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់៖

- ផ្តល់នូវផលិតផលមានសុវត្ថិភាព
- ការពារទិន្នន័យអ្នកប្រើប្រាស់
- បណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក
- រៀបចំយន្តការដោះស្រាយវិវាទផ្ទៃក្នុង
- ជៀសវាងអំពើមិនសុចរិតនិងការអនុវត្តមិនសុចរិត

៥.២ ផ្តល់ផលិតផលមានសុវត្ថិភាព

ជាដំបូង អាជីវកម្មត្រូវធានាថា ផលិតផល និងសេវាកម្មដែលពួកគាត់ផ្តល់ជូនអ្នកប្រើប្រាស់មានសុវត្ថិភាព។

> *សារគន្លឹះ៖ តើអ្វីជា ផលិតផល / សេវាកម្មដែលមានសុវត្ថិភាព?*
> ផលិតផល ឬសេវាកម្មត្រូវបានកំណត់ថាមានសុវត្ថិភាពគឺជាផលិតផលដែលមិនផ្តល់នូវហានិភ័យ ឬផ្តល់នូវហានិភ័យតិចដែលអាចទទួលយកបានដោយអ្នកប្រើប្រាស់ ។ នៅពេលវាយតម្លៃហានិភ័យ វាជាការចាំបាច់ណាស់ក្នុងការពិចារណាអំពីលក្ខខណ្ឌ និង គោលបំណងប្រើប្រាស់នៃផលិតផល ឬសេវាកម្មនោះ។ ជាឧទាហរណ៍ ញញួរ ឬ ថង់ប្លាស្ទិកអាចប្រើប្រាស់បានដោយមនុស្សពេញវ័យដោយសុវត្ថិភាព ប៉ុន្តែវាប្រហែលជាមិនមានសុវត្ថិភាពសម្រាប់កុមារតូចៗ។

វាគឺជាកាតព្វកិច្ចរបស់ក្រុមហ៊ុនក្នុងការធានានូវសុវត្ថិភាពផលិតផល និង សេវាកម្ម របស់ពួកគាត់ ហើយពួកគាត់គួរតែទទួលខុសត្រូវចំពោះមុខច្បាប់ប្រសិនបើមិនដូច្នេះទេ។ ការទទួលខុសត្រូវចំពោះមុខច្បាប់មានន័យថា អ្នកនឹងទទួលយកទំនួលខុសត្រូវ ហើយយល់ព្រមផ្តល់សំណង ប្រសិនបើអ្នកត្រូវបានរកឃើញថាមានកំហុស។

៥.៣ ចៀសវាងអំពើមិនសុចរិត និងការអនុវត្តមិនសុចរិតក្នុងធុរកិច្ច

ដើម្បីទប់ស្កាត់ការប្រកួតប្រជែងមិនសុចរិត អាជីវកម្មទាំងអស់គួរតែជៀសវាងពីអំពើមិនសុចរិត និង ការអនុវត្តសុចរិតក្នុងធុរកិច្ច។ ការប្រព្រឹត្តមិនត្រឹមត្រូវទាំងនេះត្រូវបានកំណត់នៅក្នុងច្បាប់ស្តីពីកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់ឆ្នាំ ២០១៩ ហើយបានសង្ខេបនៅផ្នែកខាងលើ។

ឧទាហរណ៍ខ្លះៗខាងក្រោមឆ្លុះបញ្ចាំងអំពីអំពើមិនសុចរិត និង ការអនុវត្តមិនសុចរិតដែលធ្លាប់បានកើតមាន៖

- **ក្រុមហ៊ុនផលិតរថយន្ត**ផ្សាយពាណិជ្ជកម្មរថយន្តរបស់ពួកគេថាមានលក្ខណៈពិសេសមិនបំពុលបរិស្ថាន ដោយភូតកុហកអំពីកម្រិតបំភាយឧស្ម័នរបស់រថយន្តក្នុងការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម
- **ក្រុមហ៊ុនផលិតទឹកដោះគោ**ធ្វើការអះអាងមិនពិតអំពីគុណប្រយោជន៍អាហារូបត្ថម្ភនៅលើស្លាកផលិតផលរបស់ពួកគេ
- **គេហទំព័រតាមអ៊ីនធឺណែត**បង្កើតគម្រោងលក់បែបពីរ៉ាមីដដោយសន្យាថានឹងផ្តល់ផលប្រយោជន៍ហិរញ្ញវត្ថុដល់អ្នកប្រើប្រាស់យ៉ាងច្រើនប្រសិនបើពួកគេព្រមបង់ថ្លៃសេវាកម្មប្រើប្រាស់ ហើយណែនាំសេវាកម្មនេះទៅឲ្យអ្នកប្រើប្រាស់ផ្សេងទៀត។

៥.៤ ការការពារទិន្នន័យរបស់អ្នកប្រើប្រាស់

ក្នុងពេលសេដ្ឋកិច្ចបែបឌីជីថលកាន់តែរីកចម្រើននៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ចំនួននៃប្រតិបត្តិការតាមអ៊ីនធឺណែតក៏កំពុងកើនឡើងដែរ នេះមានន័យថាអ្នកប្រើប្រាស់កំពុងលាតត្រដាងទិន្នន័យរបស់ពួកគេ ដែលងាយប្រឈមមុខនឹងការប៉ះពាល់ដល់ សុវត្ថិភាព និង កេរ្តិ៍ឈ្មោះ របស់ពួកគេផងដែរ។

សិទ្ធិទទួលបាននូវឯកជនរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ត្រូវបានចែងនៅក្នុងមាត្រា ២២ នៃច្បាប់ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកឆ្នាំ ២០១៩ និង ក្នុងមាត្រា ១០ នៃក្រមរដ្ឋប្បវេណីកម្ពុជា។ អាជីវកម្មដែលមានទិន្នន័យអ្នកប្រើប្រាស់ (ឧទាហរណ៍ធនាគារ និងវេទិកាលក់តាមអ៊ីនធឺណែត) ត្រូវធានាថាទិន្នន័យបែបនេះត្រូវបានការពារពីការលេចធ្លាយ ហើយមិនគួរត្រូវបានចែកចាយដោយគ្មានការយល់ព្រមពីអ្នកប្រើប្រាស់ឡើយ។

៥.៥ រៀបចំយន្តការដោះស្រាយវិវាទផ្ទៃក្នុង

អ្នកប្រើប្រាស់ពេលខ្លះមិនសប្បាយចិត្តអំពីផលិតផល ឬសេវាកម្មដែលពួកគេបានទិញរួច និង ស្វែងរកដំណោះស្រាយសម្រាប់បណ្តឹងរបស់ពួកគេ។
សម្រាប់ក្រុមហ៊ុនឯកជន ការយកខ្លួនទៅទទួលខុសត្រូវចំពោះមុខតុលាការអាចជាជម្រើសមួយ ប៉ុន្តែដំណើរការនេះច្រើនតែចំណាយពេលយូរ ថវិកាច្រើន ហើយមិនចាំបាច់សម្រាប់បណ្តឹងតូចតាចនោះទេ។ ជាធម្មតា វាជាការប្រសើរក្នុងការដោះស្រាយបញ្ហាតូចៗមុននឹងវាកើតឡើងជាធំ។

កិច្ចការនេះអាចធ្វើទៅបានប្រសិនបើក្រុមហ៊ុនបង្កើតយន្តការដោះស្រាយជម្លោះផ្ទៃក្នុងដោយដោះស្រាយបណ្តឹងតវ៉ារបស់អ្នកប្រើប្រាស់ជាលក្ខណៈផ្ទៃក្នុង។ ជាធម្មតាគេហៅកិច្ចការនេះថា សេវាកម្មអតិថិជន ឬ សេវាបម្រើអតិថិជន ហើយវាមានប្រយោជន៍ជាច្រើនដូចជា៖ ជួយសន្សំសំចៃពេលវេលា និង ធនធានសម្រាប់ភាគីទាំងសងខាង អាចបង្កើនភក្តីភាពរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ និងកេរ្តិ៍ឈ្មោះរបស់ក្រុមហ៊ុន និងរួមចំណែកដល់អភិបាលកិច្ចសង្គមល្អដោយបង្កើនការជឿទុកចិត្តលើស្ថាប័ននានា។

សេវាកម្មអតិថិជន ឬ សេវាបម្រើអតិថិជនល្អមានលក្ខណៈដូចខាងក្រោម៖

អាចប្រើប្រាស់បាន	អតិថិជនត្រូវដឹងពីរបៀបចូលប្រើសេវាកម្មនេះ។ តើអតិថិជនអាចហៅទៅបណ្តាញទូរស័ព្ទបន្ទាន់បានដែរ ឬទេ? តើមានផ្នែកមួយបែងចែកដោយឡែកនៅលើគេហទំព័ររបស់ក្រុមហ៊ុនសម្រាប់កិច្ចការនេះដែរ ឬទេ? តើអតិថិជនអាចនិយាយជាមួយភ្នាក់ងារក្រុមហ៊ុននៅសាខាណាមួយក្នុងស្រុកបានដែរ ឬទេ?
ឆ្លើយតបរហ័ស	បណ្តឹងចាំបាច់ត្រូវដោះស្រាយឱ្យបានលឿនបំផុតតាមដែលអាចធ្វើទៅបានដោយបុគ្គលិកក្រុមហ៊ុន។ កាលកំណត់នៃការដោះស្រាយគួរតែបង្ហាញជាក់លាក់ (ឧទាហរណ៍ ៣ ថ្ងៃ) សម្រាប់ដំណើរការទាំងមូល ដូច្នេះអ្នកប្រើប្រាស់អាចកំណត់ការរំពឹងទុករបស់ខ្លួនបាន។
គោលបំណង	អ្នកប្រើប្រាស់ទាំងអស់គួរតែទទួលបានសិទ្ធស្មើៗគ្នា និងមិនលំអៀង។
ការសម្ងាត់	ទិន្នន័យរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ដែលបានប្តឹងទៅកាន់ក្រុមហ៊ុន គួរតែត្រូវបានធានានូវឯកជនភាពលើអត្តសញ្ញាណរបស់ពួកគេ។
គណនេយ្យភាព	នៅពេលបុគ្គលិកជួរមុខទទួលការតវ៉ាពីអ្នកប្រើប្រាស់ បណ្តឹងទាំងនេះគួរតែបញ្ជូនបន្តទៅថ្នាក់ដឹកនាំជាន់ខ្ពស់។ ថ្នាក់ដឹកនាំជាន់ខ្ពស់ មានទំនួលខុសត្រូវក្នុងការដោះស្រាយបណ្តឹងតវ៉ាទាំងនេះអោយបានត្រឹមត្រូវ និងទាន់ពេលវេលា។

៥.៦ បណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក

និយោជិក (ជាពិសេសអ្នកដែលធ្វើការក្នុងតួនាទីជួរមុខ) គឺជាចំណុចទំនាក់ទំនងដ៏សំខាន់រវាងអ្នកប្រើប្រាស់ និងអាជីវកម្ម។ ជាកិច្ចការសំខាន់ណាស់ដែលបុគ្គលិកជួរមុខទាំងអស់យល់ដឹងពីតួនាទី របស់ពួកគេក្នុងការការពារអ្នកប្រើប្រាស់ វាអាចជាការបង្ហាញជម្រើសផលិតផល/សេវាកម្មដោយភាពស្មោះត្រង់ ទទួលខុសត្រូវទិន្នន័យរសើបរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ឲ្យបានត្រឹមត្រូវ និងពន្យល់អំពីគោលការណ៍ និងនីតិវិធីនានារបស់ក្រុមហ៊ុនឲ្យបានពេញលេញ។

ជារឿយៗ ប្រសិនបើបុគ្គលិកជួរមុខខកខានមិនបានធ្វើរឿងទាំងនេះ វាមិនមែនជារឿងអាក្រក់ខ្លាំងនោះទេ ដោយសារតែពួកគាត់មិនដឹងពីនីតិវិធីក្នុងការអនុវត្តឲ្យបានត្រឹមត្រូវ។ វាជាការចាំបាច់ណាស់ក្នុងការវិនិយោគទៅលើធនធានមនុស្សក្នុងក្រុមហ៊ុន ដោយផ្តល់ការបណ្តុះបណ្តាលជាបន្តបន្ទាប់ដល់និយោជិកឲ្យយល់ដឹងអំពីរបៀបអនុវត្តតួនាទីរបស់ខ្លួនប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពបំផុត។

ការបណ្តុះបណ្តាលអាចធ្វើឡើងក្នុងទម្រង់ជាច្រើន រាប់ចាប់ពីការផ្តល់កញ្ចប់សៀវភៅណែនាំដល់បុគ្គលិកថ្មីៗ មានសិក្ខាសាលាជាទៀងទាត់ និងបោះពុម្ពផ្សាយគោលការណែនាំ/សៀវភៅណែនាំសម្រាប់បុគ្គលិកក្រុមហ៊ុន។

៦. តើយន្តការដោះស្រាយវិវាទផ្ទៃក្នុងដែលមានប្រសិទ្ធភាពមានសភាពដូចម្ដេច?

សម្រាប់ក្រុមហ៊ុនដែលបង្កើតយន្តការដោះស្រាយវិវាទផ្ទៃក្នុងអាចជាការលំបាក និងចំណាយកម្រៃច្រើន ប៉ុន្តែការវិនិយោគនេះតែងតែផ្ដល់ផលមកវិញក្នុងរយៈពេលវែង ដោយធ្វើឱ្យអតិថិជនមានអារម្មណ៍ថាមានតម្លៃ បង្កើនកេរ្តិ៍ឈ្មោះយីហោរបស់ក្រុមហ៊ុន និងកាត់បន្ថយហានិភ័យផ្នែកច្បាប់។ នេះគឺជាឧទាហរណ៍មួយចំនួនពីប្រទេសកម្ពុជា និងនៅបរទេស បង្ហាញពីរបៀបដែលកិច្ចការនេះត្រូវបានអនុវត្ត។

៦.១ ក្រុមហ៊ុនវីង (WING) កម្ពុជា

វីងគឺជាក្រុមហ៊ុនផ្ដល់សេវាហិរញ្ញវត្ថុចល័តតាមទូរស័ព្ទនៅកម្ពុជាដែលមានអតិថិជនច្រើនជាង ៥ លាននាក់។ ក្នុងពេលដែលមិនមានគោលការណ៍ណែនាំអំពីកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់សម្រាប់វិស័យឌីជីថល ក្រុមហ៊ុននេះត្រូវតែបង្កើតវិធីច្នៃប្រឌិតដើម្បីការពារទិន្នន័យរបស់អតិថិជនដែលបានចូលរួមក្នុងប្រតិបត្តិការឌីជីថលរបស់ខ្លួន។

ពួកគេបានបង្កើតក្រុមការងារអនុវត្តន៍ច្បាប់ផ្ទៃក្នុង ដែលធានាថារាល់ទំនាក់ទំនង និងកិច្ចសន្យាត្រូវគោរពតាមច្បាប់។ ការត្រួតពិនិត្យរបស់ពួកគេមានលក្ខណៈល្អិតល្អន់ណាស់រហូតដល់ក្រុមការងារពិនិត្យឡើងវិញទាំងសារទំនាក់ទំនងដែលផ្ញើចេញដោយបុគ្គលិករបស់ខ្លួន!

វគ្គបណ្ដុះបណ្ដាលស្ដីពីអនុលោមភាពត្រូវបានបង្រៀនសម្រាប់បុគ្គលិកទាំងអស់។ គោលការណ៍របស់ក្រុមហ៊ុនត្រូវបានដាក់ចេញយ៉ាងតឹងរឹង ដោយគ្មានការអត់អោនចំពោះបុគ្គលិកណាដែលធ្វើឲ្យមានការលេចធ្លាយនូវទិន្នន័យរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ឡើយ។

អតិថិជនត្រូវបានផ្ដល់ជម្រើសជាច្រើនវិធីដើម្បីបញ្ជូនបណ្ដឹងតវ៉ា៖ ពួកគេអាចជួបភ្នាក់ងាររបស់ក្រុមហ៊ុនផ្ទាល់នៅសាខាណាមួយក្នុងចំណោមសាខាក្នុងស្រុកជាច្រើន ឬពួកគេអាចទូរស័ព្ទទៅកាន់ភ្នាក់ងារកណ្ដាលក៏បាន ។ ពេលវេលាដែលសន្យាដោយក្រុមហ៊ុនវីង ដើម្បីដោះស្រាយបណ្ដឹងតវ៉ាទាំងនេះគឺមានរយៈពេលខ្លីណាស់ ក្នុងរយៈពេល ២ ថ្ងៃ។ ពួកគេក៏តាមដានជាមួយអតិថិជនវិញផងដែរ ដោយទូរស័ព្ទទៅកាន់អតិថិជនវិញសួរពីដំណើរការនៃដំណោះស្រាយ។

ទីបំផុត វីងបានបង្កើតប្រព័ន្ធការពារអ្នកប្រើប្រាស់បែបឌីជីថលដែលមានច្រើនស្រទាប់គួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍ រួមទាំងប្រព័ន្ធការពារសុវត្ថិភាពតាមអ៊ីនធឺណែត និងកម្មវិធីកំចាត់មេរោគផ្សេងៗ។

៦.២ ក្រុមហ៊ុន GRAB កម្ពុជា

មានដើមកំណើតមកពីប្រទេសម៉ាឡេស៊ីនេះក្រុមហ៊ុនហ្រ្គេប Grab គឺជាក្រុមហ៊ុនដែលមាន «កម្មវិធីទំនើប» ដ៏ធំមួយនៅតាមបណ្ដាប្រទេសអាស៊ីអាគ្នេយ៍។ ក្រុមហ៊ុនផ្ដល់ជូននូវសេវាកម្មផ្សេងៗ រួមទាំងសេវាកម្មដឹកជញ្ជូន និងការកក់ឡានតាក់ស៊ីផងដែរ។ ក្រុមហ៊ុនមានចក្ខុវិស័យជួយដល់ការអភិវឌ្ឍន៍តំបន់ តាមរយៈការផ្ដល់ជូននូវសេវាកម្មប្រកបដោយសុវត្ថិភាព និងអាចជឿទុកចិត្តបាន ដោយសារតែកញ្ចប់ការពារអ្នកប្រើប្រាស់ដ៏ទំនើប និងទូលំទូលាយ។

នៅលើគេហទំព័ររបស់ Grab បង្ហាញយ៉ាងច្បាស់នូវក្រមសីលធម៌ផ្ទៃក្នុងរបស់ពួកគេ ការប្រកាសអំពីការរក្សាឯកជនភាពលើទិន្នន័យរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ និងលក្ខខណ្ឌនៃសេវាកម្មនានា។ ក្រុមហ៊ុនក៏បានបញ្ជាក់ផងដែរថាជាក្រុមហ៊ុនរកស៊ីក្នុងវិស័យតាក់ស៊ីចល័តដំបូងគេដែលមានប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងគុណភាពរបស់ខ្លួនបញ្ជាក់ដោយអាយអេសអូ ៩០០១: ២០១៥ (ISO 9001: 2015) ។ ប្រតិបត្តិការដ៏ឈ្លាសវៃរបស់ក្រុមហ៊ុន Grab ធ្វើការត្រួតពិនិត្យប្រវត្តិរបស់

អ្នកបើកបររបស់ខ្លួន រក្សាសិទ្ធលេខទំនាក់ទំនងផ្ទាល់ខ្លួនទាំងអ្នកដំណើរ និងអ្នកបើកបរ ហើយស្នើសុំឱ្យអ្នកបើកបរបញ្ជាក់អត្តសញ្ញាណរបស់ពួកគេយ៉ាងហោចណាស់ម្តងក្នុងមួយថ្ងៃដោយថតរូបមុខខ្លួនឯង Selfie ។ ក្រុមហ៊ុនក៏ការពារទិន្នន័យឯកជនពីភាគីទីបី ការពារសកម្មភាពខុសច្បាប់តាមអ៊ីនធឺណែតដោយស្រទាប់ការពារសុវត្ថិភាពជាច្រើន និង អនុវត្តការត្រួតពិនិត្យសុវត្ថិភាពលើគណនីអ្នកប្រើប្រាស់ដើម្បីទប់ស្កាត់ការលួចកាន់កាប់ដោយគ្មានការអនុញ្ញាត។ ជាចុងក្រោយ Grab រាយបញ្ជីទំនាក់ទំនងមជ្ឈមណ្ឌលជំនួយដ៏ទូលំទូលាយសម្រាប់អ្នកប្រើប្រាស់ ជាមួយនឹងដំណោះស្រាយជាក់ស្តែង (និងបណ្តាញទូរស័ព្ទច្បាស់លាស់) សម្រាប់ស្ថានភាពមិនល្អរួមមានការទម្លាក់ចុះខុសទីតាំង និង គ្រោះថ្នាក់ចរាចរណ៍ជាដើម។

៦.៣ ក្រុមហ៊ុន COCA-COLA កម្ពុជា

ភេសជ្ជៈដ៏ល្បីល្បាញលំដាប់ពិភពលោក ដែលមានប្រតិបត្តិការនៅក្នុងប្រទេសជាង ១៩០ ទូទាំងពិភពលោក មានរោងចក្រមួយនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។ ពួកគេបានបង្កើតមជ្ឈមណ្ឌលព័ត៌មានអតិថិជនដោយអនុញ្ញាតឱ្យ អតិថិជនអាចផ្ញើសំណួរតាមអ៊ីនធឺណែត ឬតាមទូរស័ព្ទ។ សំណួរ ឬ បណ្តឹងតវ៉ាត្រូវបានដោះស្រាយក្នុងរយៈពេល 2 - 3 ថ្ងៃ។

ស្លាកសញ្ញាបិតលើផលិតផលកូកាកូឡានីមួយៗ បានដាក់បញ្ចូលនូវព័ត៌មានផលិតផលពាក់ព័ន្ធដូចជា ចំនួនកាឡូរី និងគ្រឿងផ្សំផ្សេងៗ។

គោលការណ៍ទីផ្សាររបស់ក្រុមហ៊ុនកូកាកូឡា ក៏មានតម្លាភាពផងដែរ ដោយគ្មានការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មណាមួយផ្តោតលើកុមារអាយុក្រោម ១២ ឆ្នាំ និងការផ្សព្វផ្សាយបញ្ចុះតម្លៃខ្លាំងក្នុងពេលវេលាជាក់លាក់ណាមួយឡើយ ធ្វើយ៉ាងនេះដើម្បីចៀសវាងការប្រកួតប្រជែងមិនសុចរិត។

៦.៤ ក្រុមហ៊ុន JETBLUE

JetBlue គឺជាក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍លក្ខណៈសេដ្ឋកិច្ចមួយរបស់អាមេរិកដែលមានអតិថិជនជាង ៤០ លាននាក់។ ក្រុមហ៊ុនបានជាប់ពានរង្វាន់ជាក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍កំពូលក្នុងការស្ទង់មតិពីភាពពេញចិត្តរបស់អតិថិជន ក្នុងចំណោមក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍អាមេរិកឆ្នាំ ២០១៩ ។ ដោយចៃដន្យក្រុមហ៊ុនបានឈ្នះពានរង្វាន់នេះ ១៣ ដងបន្ថែមទៀត ។ JetBlue គឺជាឧទាហរណ៍ដ៏ល្អមួយសម្រាប់យន្តការឆ្លើយតបនឹងការរិះគន់របស់អ្នកប្រើប្រាស់។

ក្រុមហ៊ុនយល់ពីសញ្ញាណ ដែលថាពេលខ្លះកាយវិការតូចៗមានសារៈសំខាន់ដូចគ្នានឹងកាយវិការធំៗក្នុងការធ្វើឱ្យអតិថិជនរំភើបចិត្ត និងកោតសរសើរ។ រឿងខ្លីមួយដែលគួរអោយកត់សំគាល់ គឺការចុះផ្សាយលើប្រព័ន្ធ Twitter ពីអ្នកដំណើរម្នាក់របស់ក្រុមហ៊ុន Jetblue ដែលបានត្អូញត្អែរអំពីការមិនអនុញ្ញាតឱ្យយកកាហ្វេ Starbucks របស់គាត់ចូលក្នុងយន្តហោះ។ ក្នុងរយៈពេលប៉ុន្មាននាទីនៃសារTwitter ដែលត្រូវបានបង្ហោះនោះ អ្នកតំណាងក្រុមហ៊ុនបានទាក់ទងជាមួយអ្នកដំណើរដោយបញ្ជាទិញកាហ្វេ Starbucks ហើយប្រគល់ជូនគាត់វិញនៅលើយន្តហោះ។ ដោយមានអារម្មណ៍រីករាយអតិថិជនបានប្រើបណ្តាញសង្គម Twitter ដើម្បីអរគុណដល់ក្រុមហ៊ុនជាសាធារណៈ។

៧. កិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់ក្នុងយុគសម័យពាណិជ្ជកម្ម ពាណិជ្ជកម្មបែបឌីជីថល

ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិចកំពុងតែកើនឡើងនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា និងបណ្តាប្រទេសអាស៊ានដទៃទៀត ដោយមានការជំរុញពីការប្រើប្រាស់ទូរស័ព្ទចល័តកាន់តែទូលំទូលាយ និងកំណើនចំណាយអ្នកប្រើប្រាស់កាន់តែខ្ពស់។ វេទិកាពាណិជ្ជកម្មឌីជីថលដែលទទួលបានជោគជ័យនឹងកំពុងលេចឡើងមានដូចជា Taobao AliExpress និង LAZADA ជាដើម។ ជាមួយនឹងឱកាសកាន់តែច្រើនដែលផ្តល់ជូនអ្នកប្រើប្រាស់ វាក៏ផ្តល់មកវិញនូវហានិភ័យផងដែរ ដូចជាការក្លែងបន្លំ និងការលួចទិន្នន័យឯកជនភាពផ្សេងៗ។

ក្រមប្រតិបត្តិអាជីវកម្មតាមអ៊ីនធឺណែតអាស៊ាន គឺជាឧបករណ៍មួយដើម្បីលើកកម្ពស់ការអនុវត្តអាជីវកម្មដ៏ល្អតាមប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណែត ។ វាបង្ហាញពីការប្តេជ្ញាចិត្តចំនួន ១៥ របស់អាជីវកម្មតាមប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណែតចំពោះអ្នកប្រើប្រាស់។

យើងលើកទឹកចិត្តក្រុមហ៊ុនឯកជនទាំងអស់នៅកម្ពុជាព្យាយាមអនុវត្តតាមការប្តេជ្ញាចិត្តទាំង ១៥ នេះ។

ការយកចិត្តទុកដាក់លើអ្នកប្រើប្រាស់ស្មើៗគ្នា
ការប្តេជ្ញាចិត្តទី១

«មិនគួរចូលរួមក្នុងការធ្វើអាជីវកម្មខុសច្បាប់ បោកប្រាស់ អសីលធម៌ ឬមិនសុចរិត ដែលអាចបង្កអន្តរាយដល់អ្នកប្រើប្រាស់។»

លើកកម្ពស់ការទទួលខុសត្រូវ
ការប្តេជ្ញាចិត្តទី២

«ផ្តល់តម្លៃដល់សិទ្ធអ្នកប្រើប្រាស់តាមប្រព័ន្ធអាជីវកម្មឌីជីថលស្មើនឹងអាជីវកម្មដោយផ្ទាល់ ឬបែបប្រពៃណីដែរ។»

អនុលោមតាមច្បាប់ និងបទប្បញ្ញត្តិ
ការប្តេជ្ញាចិត្តទី៣

«គោរពគោលការណ៍ ច្បាប់ និងបទប្បញ្ញត្តិនៅក្នុងប្រទេសដែលទំនិញ និងសេវាកម្ម ត្រូវបានលក់នៅលើទីផ្សារនោះ។»

អនុលោមតាមស្តង់ដារក្នុងស្រុក
ការប្តេជ្ញាចិត្តទី៤

«អនុវត្តស្តង់ដារចាំបាច់ និងផ្តល់ព័ត៌មានត្រឹមត្រូវសរសេរជាភាសាជាតិនៃបណ្តាប្រទេសដែលទំនិញ និងសេវាកម្ម ត្រូវបានដាក់លក់លើទីផ្សារនោះ។»

ធានានូវគុណភាព និង សុវត្ថិភាព
ការប្តេជ្ញាចិត្តទី៥

«មិនត្រូវចុះសម្រុះសម្រួលក្រៅផ្លូវការអំពីផលិតផល និងសុវត្ថិភាពចំណីអាហារជាមួយអ្នកប្រើប្រាស់ ឬអ្នកលក់បន្ត និងមិនផ្តល់ជូននូវផលិតផលដែលត្រូវបានបញ្ជូនត្រលប់វិញ ផលិតផលមានការហាមឃាត់ ឬ ផលិតផលមិនមានការអនុញ្ញាតឡើយ ។ កិច្ចការនេះ ក៏ធ្វើឲ្យ ផលិតផល និងសេវារបស់ក្រុមហ៊ុនធានាបាននូវគុណភាពខ្ពស់ផងដែរ។ បែបនេះ ត្រូវបានគេចាត់ទុកថាជាការទទួលខុសត្រូវរួមគ្នាមួយនៅតាមខ្សែចង្វាក់ផលិតកម្មទាំងមូល។»

ការប្រាស្រ័យទាក់ទងដោយស្មោះត្រង់
ការប្តេជ្ញាចិត្តទី៦

«ផ្តល់ជូននូវព័ត៌មានដែលអាចចូលមើលបាន ពេញលេញ និងច្បាស់លាស់ត្រឹមត្រូវអំពីទំនិញ និងសេវាកម្ម ហើយប្រកាន់ខ្ជាប់នូវការផ្សព្វផ្សាយ និងការអនុវត្តទីផ្សារប្រកបដោយភាពត្រឹមត្រូវ។»

តម្លាភាពចំពោះតម្លៃលក់ជូនអតិថិជន
ការប្តេជ្ញាចិត្តទី៧

«បើកចំហចំពោះតម្លៃដែលលក់ចេញ និងមិនលាក់ពីការចំណាយបន្ថែម (ដូចជា ពន្ធនៃការនាំចូល អត្រាប្តូររូបិយប័ណ្ណ ការដឹកជញ្ជូនផ្លូវទឹក ឬ ផ្លូវគោក ។»

រក្សាកំណត់ត្រានៃការទិញឲ្យបានត្រឹមត្រូវ

ការប្តេជ្ញាចិត្តទី៨

«ផ្តល់នូវកំណត់ត្រាពេញលេញនៃទំនិញដែលបានទិញ ហើយប្រគល់ជូនអ្នកប្រើប្រាស់តាមកាលកំណត់ និងលក្ខខណ្ឌដែលបានពិពណ៌នា។»

ផ្តល់ជូននូវជម្រើសសម្រាប់ការលុបចោល

ការប្តេជ្ញាចិត្តទី៩

«អនុញ្ញាតឱ្យអតិថិជនពិនិត្យមើលប្រតិបត្តិការរបស់ពួកគេមុនពេលបញ្ចប់ការទិញ ជាលើកចុងក្រោយ និងទូទាត់ប្រាក់ពីប្រតិបត្តិការដែលបានបញ្ជាក់រួច នៅក្នុងកាលៈទេសៈសមស្រប។»

ការយកចិត្តទុកដាក់លើពាក្យបណ្តឹងរបស់អតិថិជនយ៉ាងម៉ឺងម៉ាត់

ការប្តេជ្ញាចិត្តទី១០

«មានប្រព័ន្ធត្រឹមត្រូវ និងតម្លាភាពដើម្បីដោះស្រាយបណ្តឹងតវ៉ា និងផ្តល់សំណងសមរម្យដូចជាការសងប្រាក់ ជួសជុល និងបញ្ជូនត្រលប់ដូចបានរៀបរាប់នៅក្នុងការធានា។»

រក្សាការសម្ងាត់លើព័ត៌មានឯកជន

ការប្តេជ្ញាចិត្តទី១១

«ការពារឯកជនភាពរបស់អ្នកប្រើប្រាស់យ៉ាងសកម្ម ហើយស្នើសុំការអនុញ្ញាតប្រសិនបើមានបំណងប្រមូល ប្រើប្រាស់ ឬចែកចាយទិន្នន័យទាំងនេះ។»

ធានាថាការទូទាត់តាមប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណែតមានសុវត្ថិភាព

ការប្តេជ្ញាចិត្តទី១២

«ការពារទិន្នន័យសំខាន់ដោយជ្រើសរើសបច្ចេកវិទ្យា និងពិធីការដែលមានសុវត្ថិភាពដូចជាការរក្សាទុក (អ៊ិនគ្រីប ឬ SSL) និង បង្ហាញវិញ្ញាបនបត្រនានាបញ្ជាក់ដើម្បីផ្តល់ទំនុកចិត្ត។»

ជៀសវាងការផ្ញើសាររំខានតាមប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណែត

ការប្តេជ្ញាចិត្តទី១៣

«អនុញ្ញាតឱ្យអតិថិជនជ្រើសរើសថាតើពួកគេនឹងទទួលបាន ឬមិនទទួលបាននូវ សារពាណិជ្ជកម្មតាមអ៊ីមែល ឬមធ្យោបាយអេឡិចត្រូនិចផ្សេងទៀត។»

ជៀសវាងការក្លែងបន្លំមតិតាមប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណែត

ការប្តេជ្ញាចិត្តទី១៤

«មិនដាក់កំហិតលើការបញ្ចេញមតិរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ទៅលើទំនិញ ឬសេវាកម្ម ទោះមតិទាំងនោះ ស៊ីជំរៅ ឬ អវិជ្ជមានយ៉ាងណាក៏ដោយ ឬផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មានមិនត្រឹមត្រូវអំពីដៃគូប្រកួតប្រជែងណាមួយឡើយ។»

អប់រំអ្នកប្រើប្រាស់អំពីហានិភ័យ (តាមអ៊ីនធឺណែត)

ការប្តេជ្ញាចិត្តទី១៥

«ជួយអ្នកប្រើប្រាស់ឲ្យយល់អំពីហានិភ័យនៃប្រតិបត្តិការតាមអ៊ីនធឺណែតហើយផ្តល់ការណែនាំសំខាន់ៗប្រសិនបើចាំបាច់។»

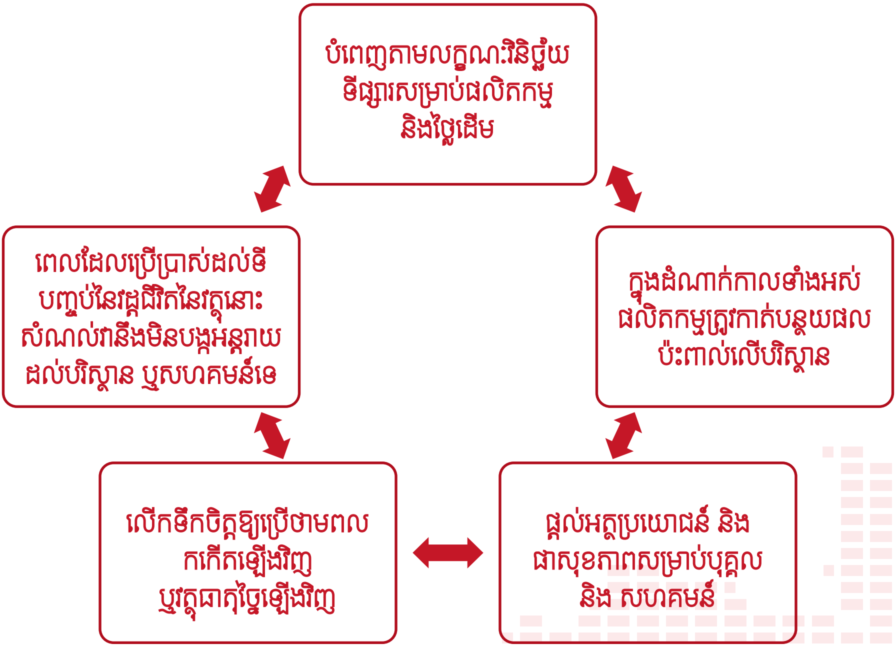
៨. ព័ត៌មានជំនួយសំខាន់ៗ សម្រាប់ការវេចខ្ចប់ប្រកបដោយទំនួលខុសត្រូវ

៨.១ ការវេចខ្ចប់ប្រកបដោយអនុលោមភាព

ខ្លឹមសារនៃការវេចខ្ចប់គឺមិនត្រឹមតែដើម្បីការពារផលិតផលអោយចេញពីរោងចក្រមកដល់អតិថិជនប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែវាក៏ជួយដល់អតិថិជនក្នុងការជ្រើសរើសទំនិញផងដែរ។ ដូច្នេះការបង្ហាញព័ត៌មានត្រឹមត្រូវនៅលើផ្លាកគឺជាការចាំបាច់ ព្រោះវាជួយឲ្យអ្នកប្រើប្រាស់ទទួលបានព័ត៌មានអំពីផលិតផល។ ស្លាកនៅលើផលិតផលកម្ពុជាគួរតែគោរពតាមស្តង់ដារស្លាកថ្នាក់ជាតិ និងបទប្បញ្ញត្តិនៃការដាក់ស្លាកនានា ដែលរួមមាន តម្រូវការអប្បបរមានៃព័ត៌មានដើម្បីបង្ហាញពី (ឧទាហរណ៍៖ ទំងន់ ឈ្មោះក្រុមហ៊ុន គ្រឿងផ្សំដែលបានប្រើប្រាស់ កាលបរិច្ឆេទ និង បរិមាណជាដើម)។ ប្រសិនបើផលិតផលគឺជាអាហារ, ចំនួនកាឡូរីគួរតែត្រូវបានបង្ហាញ ប្រសិនបើវាអាចផ្តល់នូវហានិភ័យ (ដូចជាទឹកសម្អាតគីមីសម្រាប់ប្រើប្រាស់ក្នុងផ្ទះ) ស្លាកសញ្ញាព្រមានពីគ្រោះថ្នាក់គួរបិទបង្ហាញឲ្យឃើញ។ វាជារឿងសំខាន់ណាស់ដែលព័ត៌មានបែបនេះគួរតែត្រូវបានបង្ហាញច្បាស់ៗ និងងាយស្រួលកត់សម្គាល់សម្រាប់អ្នកប្រើប្រាស់។

៨.២ ការវេចខ្ចប់បែបបរិស្ថាន

ការវេចខ្ចប់ គឺជាដំណើរការមួយដ៏សំខាន់នៃផលិតកម្ម។ ប្រសិនបើមិនមានបញ្ញត្តិកំណត់ណាមួយ ការអនុវត្តន៍ខុសឆ្គងដែលអាចបង្កឲ្យមានគ្រោះថ្នាក់ ដូចជាការប្រើប្រាស់វត្ថុធាតុដើមដែលមិនមានផាសុខភាព ឬ វិធីសាស្ត្រផលិតប្រើថ្លៃដើមច្រើនដែលអាចបង្កផលប៉ះពាល់យ៉ាងខ្លាំងដល់បរិស្ថាន និងខ្ជះខ្ជាយធនធានមានតម្លៃផ្សេងៗជាដើម។ ការវេចខ្ចប់បែបបរិស្ថានមានន័យថា កាត់បន្ថយបន្ទុករបស់បរិស្ថាន ទន្ទឹមនឹងការរក្សាសុវត្ថិភាពអ្នកប្រើប្រាស់ និងលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យទីផ្សារ។ ការណែនាំខាងក្រោមបង្ហាញពីការអនុវត្តការវេចខ្ចប់បែបបរិស្ថាន។



៩. តើនរណាខ្លះជាអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ចសំខាន់ៗ?

៩.១ អគ្គនាយកដ្ឋានការពារអ្នកប្រើប្រាស់ កិច្ចការប្រកួតប្រជែង និងបង្ក្រាបការក្លែងបន្លំ «ក.ប.ប.»

ក្នុងនាមជាអ្នកប្រើប្រាស់មួយរូបក្នុងប្រទេសកម្ពុជា លោកអ្នកត្រូវបានការពារដោយច្បាប់ស្តីពីកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់ និងស្ថាប័នមានសមត្ថកិច្ចក្នុងការអនុវត្តច្បាប់ គឺអគ្គនាយកដ្ឋានការពារអ្នកប្រើប្រាស់ កិច្ចការប្រកួតប្រជែង និងបង្ក្រាបការក្លែងបន្លំ «ក.ប.ប.» ។

សារគន្លឹះ៖ តួនាទីរបស់ ក.ប.ប.

១	ការពារអ្នកប្រើប្រាស់ និងការប្រកួតប្រជែង
២	ទប់ស្កាត់ និងបង្ក្រាបការក្លែងបន្លំពាណិជ្ជកម្ម
៣	ស្រាវជ្រាវ រៀបចំកសាងគោលនយោបាយ និងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រពាក់ព័ន្ធនឹងគុណភាព សុវត្ថិភាពលើផលិតផលទំនិញ និងសេវា
៤	ចាត់វិធានការចំពោះការព្រមព្រៀងដែលរឹតត្បិត រារាំង ឬបង្ខូចដល់ការប្រកួតប្រជែង ធានាគុណភាព សុវត្ថិភាព និងអនុលោមភាពនៃផលិតផលទំនិញនិងសេវា
៥	ត្រួតពិនិត្យទំនិញនិងសេវាក្នុងសមត្ថកិច្ចរបស់ខ្លួននិងកិច្ចសហប្រតិបត្តិការជាមួយនឹងសមត្ថកិច្ចពាក់ព័ន្ធ
៦	ធានាបាននូវទីផ្សារប្រកួតប្រជែង ការពារសិទ្ធិ និងផលប្រយោជន៍របស់អ្នកប្រើប្រាស់។

៩.២ គណៈកម្មាធិការជាតិការពារអ្នកប្រើប្រាស់ «គ.ជ.ក.ប.»

រាជរដ្ឋាភិបាលបានបង្កើតគណៈកម្មាធិការជាតិការពារអ្នកប្រើប្រាស់ «គ.ជ.ក.ប.» ។ គ.ជ.ក.ប. គឺជាស្ថាប័នសំខាន់សម្រាប់ពិនិត្យ និងដោះស្រាយលើ សំណុំរឿងនានាដែលទាក់ទងនឹងកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់ ។

សារគន្លឹះ៖ ទំនួលខុសត្រូវរបស់ គ.ជ.ក.ប.

១	រៀបចំ និងផ្សព្វផ្សាយគោលនយោបាយ និងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រពាក់ព័ន្ធនឹងកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់
២	ពិនិត្យនិងរកវិធីដោះស្រាយក្នុងករណីដែលបទប្បញ្ញត្តិដែលរៀបចំឡើងដោយបញ្ញត្តិករមានសមត្ថកិច្ចណាមួយ មានទំនាស់នឹងបទប្បញ្ញត្តិដែលរៀបចំឡើងដោយបញ្ញត្តិករផ្សេងទៀត
៣	ផ្តល់ការប្រឹក្សាយោបល់ដល់សមាគមអ្នកប្រើប្រាស់ និងអង្គការនានាដែលពាក់ព័ន្ធនឹងកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់
៤	ពិនិត្យ និងសម្រេចលើវិធាន និងនីតិវិធីនានា ដែលចាំបាច់សម្រាប់ការអនុវត្តច្បាប់ស្តីពីកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់
៥	សម្របសម្រួល ធ្វើកិច្ចសហប្រតិបត្តិការ និងចុះកិច្ចព្រមព្រៀងនានា ជាមួយស្ថាប័ន បញ្ញត្តិករមានសមត្ថកិច្ចតាមវិស័យ ឬដៃគូអភិវឌ្ឍនានាពាក់ព័ន្ធនឹងកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់ទាំងក្នុងក្របខ័ណ្ឌជាតិ តំបន់ និងអន្តរជាតិ

៦	ពិនិត្យនិងដោះស្រាយពាក្យបណ្តឹង ឬករណីដែលផ្តួចផ្តើមដោយ គ.ជ.ក.ប. ខ្លួនឯង ដែលពាក់ព័ន្ធនឹងកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់
៧	ចេញសេចក្តីសម្រេចឱ្យបង្ហាញព័ត៌មាន ផ្សព្វផ្សាយឡើងវិញ និង/ឬហាមឃាត់ពីមុខងារគ្រប់គ្រងចំពោះបុគ្គលដែលបានបំពានច្បាប់ ព្រមទាំងកំណត់ទណ្ឌកម្មរដ្ឋបាលផ្សេងៗ តាមសំណើរបស់បញ្ញត្តិករមានសមត្ថកិច្ចឬអគ្គនាយកនៃអគ្គនាយកដ្ឋានការពារអ្នកប្រើប្រាស់ កិច្ចការប្រកួតប្រជែង និងបង្ក្រាបការក្លែងបន្លំ ។

ករណីសិក្សាទី៥៖ តួនាទីរបស់ ក.ប.ប. ដែលជាសេនាធិការដ្ឋាន របស់ គ.ជ.ក.ប. កំឡុងពេលកូវីដ១៩

ក្នុងកំឡុងពេលរីករាលដាលនៃមេរោគកូវីដ១៩ តម្រូវការទឹកអាកុលសម្អាតដៃបានកើនឡើង ហើយមានក្រុមហ៊ុន ឬបុគ្គលជាច្រើនចាប់ផ្តើមលក់ទឹកអាកុលសម្អាតដៃក្នុងតម្លៃខ្ពស់ ។

ក្រុមហ៊ុនមួយចំនួនមានបំណងបង្កើនបរិមាណទឹកអាកុលសម្អាតដៃក្នុងស្តុករបស់ពួកគេដោយបានបន្ថែមទឹក ឬសារធាតុផ្សេងៗ ។ ទង្វើទាំងនោះបានធ្វើឱ្យប្រសិទ្ធភាពទឹកលាងដៃមានការថមថយ និងជាការបោកបញ្ឆោតដល់អ្នកប្រើប្រាស់ ។ តួនាទីសំខាន់របស់ ក.ប.ប. គឺត្រួតពិនិត្យទឹកអាកុលលាងសម្អាតដៃក្នុងទីផ្សារ ដើម្បីធានាថាផលិតផលមានផ្ទុកជាតិអាល់កុលអប្បបរមា ៦០ភាគរយ ។

ករណីនេះ គឺជាឧទាហរណ៍សំខាន់ដែលបង្ហាញថា វិធានការការពារអ្នកប្រើប្រាស់ និង ក.ប.ប. អាចការពារអ្នកប្រើប្រាស់បាន ។

៩.៣ ស្ថាប័នរដ្ឋ

ក្នុងនាមជាអ្នកប្រើប្រាស់មួយរូបក្នុងប្រទេសកម្ពុជា លោកអ្នកទទួលបាននូវការការពារដោយច្បាប់ស្ដីពីកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់ និងស្ថាប័នមានសមត្ថកិច្ចក្នុងការអនុវត្តច្បាប់ គឺអគ្គនាយកដ្ឋានការពារអ្នកប្រើប្រាស់ កិច្ចការប្រកួតប្រជែង និងបង្ក្រាបការក្លែងបន្លំ «ក.ប.ប.» ។

អគ្គនាយកដ្ឋានការពារអ្នកប្រើប្រាស់ កិច្ចការប្រកួតប្រជែង និងបង្ក្រាបការក្លែងបន្លំ «ក.ប.ប.» នៃក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម

- គេហទំព័រ៖ www.ccfdg.gov.kh
- អ៊ីម៉ែល៖ contact.info@ccfdg.gov.kh
- ទូរស័ព្ទ៖ (+៨៥៥) ២៣ ២៣១ ៨៥៦ / (+៨៥៥) ៩២ ៨៣០ ៨៥៦
- អាសយដ្ឋាន៖ ផ្លូវលេខ១១៨ ភូមិក្ដីតាកុយ សង្កាត់វាលស្បូវ ខណ្ឌច្បារអំពៅ រាជធានីភ្នំពេញ ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ។

ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម

- គេហទំព័រ ៖ https://www.moc.gov.kh
- អ៊ីម៉ែល៖ cabinet.info@moc.gov.kh
- ទូរស័ព្ទ៖ (+៨៥៥) ២៣ ៨៦៦ ១៨៨
- អាសយដ្ឋាន ៖ ឡូត៍លេខ ១៩-៦១ មហាវិថីសហព័ន្ធរុស្ស៊ី ភូមិទឹកថ្លា សង្កាត់ទឹកថ្លា ខណ្ឌសែនសុខ រាជធានីភ្នំពេញ ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ។

ASEAN Committee on Consumer Protection (ACCP)

លេខាធិការដ្ឋានអាស៊ាន

ផ្នែកកិច្ចការប្រកួតប្រជែង កិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់ និងផ្នែកកម្មសិទ្ធិបញ្ញា (CCPID)
អគ្គនាយកដ្ឋានសមាហរណកម្មទីផ្សារ នាយកដ្ឋានសហគមន៍សេដ្ឋកិច្ចអាស៊ាន (AECD)

- អ៊ីម៉ែល៖ info@aseanconsumer.org
- ទូរស័ព្ទ៖ (+៦២) ២១ ៧២៤៣៩៧២ (លេខតំបន់ ៤៦០ ឬ៨៣៧)
- អាសយដ្ឋាន៖ Jl. Sisingamangaraja 70A, Kebayoran Baru ទីក្រុង Jakarta 12110 ប្រទេសឥណ្ឌូនេស៊ី

german cooperation
DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT

Implemented by
giz Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

ទីភ្នាក់ងារកិច្ចសហប្រតិបត្តិការអាល្លឺម៉ង់ GIZ

គេហទំព័រ ៖ https://www.giz.de/en/worldwide/383.html
អ៊ីម៉ែល៖ giz-kambodscha@giz.de
ទូរស័ព្ទ៖ (+៨៥៥) ២៣ ៨៦០ ១១០
អាសយដ្ឋាន ៖ អាគារ Oval Office Tower 10F Building No. 1 ផ្លូវលេខ 360, បឹងកេងកង ១ រាជធានីភ្នំពេញ ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ។

EUROCHAM CAMBODIA
10 YEARS FOR BUSINESS SINCE 2011

សភាពាណិជ្ជកម្មអឺរ៉ុបនៅកម្ពុជា

គេហទំព័រ ៖ https://www.eurocham-cambodia.org/
អ៊ីម៉ែល៖ info@eurocham-cambodia.org
ទូរស័ព្ទ៖ (+៨៥៥) ២៣ ៩៦៤ ១៩១
អាសយដ្ឋាន ៖ អាគារ BRED Bank ជាន់ទី៣ រាជធានីភ្នំពេញ ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ។

៩.៤ ច្បាប់ស្តីពីកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់

ភាសាខ្មែរ	https://www.ccfdg.gov.kh/laws-regulations/laws/
ភាសាអង់គ្លេស	https://www.ccfdg.gov.kh/en/laws-regulations/laws/

៩.៥ ឯកសារសម្រាប់អានបន្ថែម

សារគន្លឹះ៖ តើលោកអ្នកមានបំណងចង់ស្វែងយល់បន្ថែមទេ?

លេខាធិការដ្ឋានអាស៊ានកំពុងធ្វើការលើកកម្ពស់កិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់នៅក្នុងតំបន់ ។ កិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងនៅថ្នាក់អាស៊ាន ត្រូវបានដឹកនាំដោយគណៈកម្មការអាស៊ានស្តីពីកិច្ចការពារអ្នក ប្រើប្រាស់ (ACCP) ដែលបង្កើតឡើងក្នុងឆ្នាំ ២០០៧ ។

ផែនការសកម្មភាពយុទ្ធសាស្ត្រអាស៊ានស្តីពីកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់ (ASAPCP) ២០១៦-២០២៥ គូសបញ្ជាក់អំពីដំណើរការនៃសកម្មភាពរបស់ ACCP ។

ប្រទេសជាសមាជិកអាស៊ានទាំងអស់ បានប្តេជ្ញាចំពោះផែនការដែលមានគោលបំណងបង្កើតក្របខ័ណ្ឌការពារអ្នកប្រើប្រាស់អាស៊ាន ។

លោកអ្នកអាចចូលទៅកាន់គេហទំព័រផ្លូវការនៃអ្នកប្រើប្រាស់អាស៊ាន សម្រាប់ព័ត៌មានថ្មីៗអំពីសកម្មភាពរបស់ប្រទេសជាសមាជិកដែលកំពុងអនុវត្ត ដើម្បីភាពប្រសើរឡើងនៃវិធានការការពារអ្នកប្រើប្រាស់៖
http://aseanconsumer.org/

ដើម្បីស្វែងយល់អំពីគោលការណ៍នានា សេចក្តីសម្រេចដោយអាស៊ានស្តីពីកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់ សូមចូលមើលគេហទំព័រនេះ៖
https://www.aseanconsumer.org/cterms-consumer-protection/consumerrights-and-responsibilities.

សៀវភៅ ACCP អំពីច្បាប់ និងបទប្បញ្ញត្តិស្តីពីកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់អាស៊ាន អាចរកបាននៅទីនេះ៖
https://www.aseanconsumer.org/read-publication-handbook-on-asean-consumer-protection-laws-and-regulations.

កិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងរបស់ ACCP គឺផ្អែកទៅលើគោលការណ៍ណែនាំរបស់អង្គការសហប្រជាជាតិសម្រាប់កិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់ (UNGCP) ដែលលោកអ្នកអាចទាញយកបាននៅទីនេះ៖
https://unctad.org/system/files/official-document/ditccplpmisc2016d1_en.pdf

សៀវភៅមគ្គុទេសក៍ទី២
អំពីកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់

តួនាទីរបស់វិស័យឯកជន

សូមអរគុណ