



รายงานการพิจารณาศึกษา แนวทางการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่

คณะกรรมการสิทธิมนุษยชน สทริเสรีภาพและการคุ้มครองผู้บริโภค วุฒิสภา



รายงานการพิจารณาศึกษาแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภควิธีใหม่

ของ

คณะกรรมการสิทธิมนุษยชน

สิทธิเสรีภาพ และการคุ้มครองผู้บริโภค วุฒิสภา

สำนักกรรมการ ๓

สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา



(สำเนา)

บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะกรรมการสิทธิมนุษยชน สิทธิเสรีภาพและการคุ้มครองผู้บริโภค วุฒิสภา

โทร. ๐ ๒๘๓๑ ๙๒๓๑ - ๒

ที่ สว ๐๐๑๙.๑๙/ (๑๑๓)

วันที่ ๓ พฤษภาคม ๒๕๖๕

เรื่อง รายงานการพิจารณาศึกษาแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่

กราบเรียน ประธานวุฒิสภา

ด้วยในคราวประชุมวุฒิสภา ครั้งที่ ๑๗/๒๕๖๒ (สมัยสามัญประจำปีครั้งที่หนึ่ง) วันอังคารที่ ๑๐ กันยายน ๒๕๖๒ ที่ประชุมวุฒิสภา ได้มีมติตั้งคณะกรรมการสามัญประจำสภา ตามข้อบังคับการประชุมวุฒิสภา พ.ศ. ๒๕๖๒ ข้อ ๗๘ วรรคสอง (๒๕) ซึ่งคณะกรรมการสิทธิมนุษยชน สิทธิเสรีภาพและการคุ้มครองผู้บริโภค วุฒิสภา เป็นคณะกรรมการสามัญประจำสภามีหน้าที่และอำนาจพิจารณาร่างพระราชบัญญัติ กระทู้กิจการ พิจารณาขอหาข้อเท็จจริงหรือศึกษาเรื่องใด ๆ ที่เกี่ยวกับการส่งเสริมความร่วมมือและการประสานงานระหว่างหน่วยราชการ องค์กรเอกชน และองค์กรในด้านสิทธิมนุษยชน ติดตาม ตรวจสอบการกระทำหรือการละเว้นการกระทำอันเป็นการละเมิดสิทธิมนุษยชน สิทธิเสรีภาพ การสื่อสารมวลชนและสื่อสาธารณะ การคุ้มครองผู้บริโภค ปัญหาความเดือดร้อนของผู้บริโภค พิจารณาศึกษา ติดตาม เสนอแนะ และเร่งรัดการปฏิรูปประเทศ และแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ที่อยู่ในหน้าที่และอำนาจ และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งคณะกรรมการประกอบด้วย

- | | |
|--------------------------------|--------------------------------|
| ๑. นายสมชาย แสวงการ | ประธานคณะกรรมการ |
| ๒. นายมณฑิร บุญตัน | รองประธานคณะกรรมการ คนที่หนึ่ง |
| ๓. นายอนุศักดิ์ คงมาลัย | รองประธานคณะกรรมการ คนที่สอง |
| ๔. นายถนัด มานะพันธุ์นิยม | เลขาธิการคณะกรรมการ |
| ๕. นายนิพนธ์ นาคสมภพ | โฆษกคณะกรรมการ |
| ๖. นายสุรชัย เลี้ยงบุญเลิศชัย | ประธานที่ปรึกษาคณะกรรมการ |
| ๗. พลเอก สมเจตน์ บุญถนอม | ที่ปรึกษาคณะกรรมการ |
| ๘. นายสุวพันธุ์ ตันยุวรรธนะ | ที่ปรึกษาคณะกรรมการ |
| ๙. พลเรือเอก ณรงค์ พิพัฒนาศัย | ที่ปรึกษาคณะกรรมการ |
| ๑๐. นายคำคุณ สิทธิสมาน | ที่ปรึกษาคณะกรรมการ |
| ๑๑. นายภาณุ อุทัยรัตน์ | ที่ปรึกษาคณะกรรมการ |
| ๑๒. พลเอก วสันต์ สุริยมงคล | กรรมการ |
| ๑๓. นายอนุศาสน์ สุวรรณมงคล | กรรมการ |
| ๑๔. นายอัปเดตฮาติม มินฮาร์ | กรรมการ |
| ๑๕. คุณหญิงพรทิพย์ โรจนสุนันท์ | กรรมการ |
| ๑๖. นายจักรรงค์ เสริมสุข | กรรมการ |

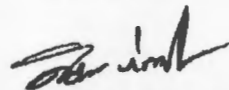
คณะกรรมการ ...

บัดนี้ คณะกรรมการสิทธิมนุษยชน สิทธิเสรีภาพและการคุ้มครองผู้บริโภค วุฒิสภา ได้ดำเนินการพิจารณาศึกษาแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ เสร็จเรียบร้อยแล้ว จึงขอรายงาน ผลการพิจารณาศึกษาเรื่องดังกล่าวต่อวุฒิสภาตามข้อบังคับการประชุมวุฒิสภา พ.ศ. ๒๕๖๒ ข้อ ๔๘

จึงกราบเรียนมาเพื่อให้โปรดทราบ และนำเสนอรายงานของคณะกรรมการ สิทธิมนุษยชน สิทธิเสรีภาพและการคุ้มครองผู้บริโภค ต่อที่ประชุมวุฒิสภาต่อไป

ลงชื่อ สมชาย แสวงการ
(นายสมชาย แสวงการ)
ประธานคณะกรรมการ
สิทธิมนุษยชน สิทธิเสรีภาพและการคุ้มครองผู้บริโภค
วุฒิสภา

สำเนาถูกต้อง



(นางสาวศิริพร ภิญโญสิริธร)

ผู้ช่วยเลขานุการคณะกรรมการสิทธิมนุษยชน
สิทธิเสรีภาพและการคุ้มครองผู้บริโภค
วุฒิสภา

กลุ่มงานคณะกรรมการสิทธิมนุษยชนฯ
สำนักกรรมการ ๓
โทร. ๐ ๒๘๓๑ ๔๒๓๑ - ๒

ลดาวัลย์ โยพิมล พิมพ์
จิตรภาณุ ปันศิริ ทาน
ศิริพร ภิญโญสิริธร ตรวจ

รายนามคณะกรรมการสิทธิมนุษยชน สิทธิเสรีภาพและการคุ้มครองผู้บริโภค



นายสมชาย แสงการ
ประธานคณะกรรมการ



นายมนเจียร บุญตัน
รองประธานคณะกรรมการ
คนที่หนึ่ง



นายอนุศักดิ์ คงมาลัย
รองประธานคณะกรรมการ
คนที่สอง



นายถนัด มานะพันธุ์นิยม
เลขาธิการคณะกรรมการ



นายนิพนธ์ นาคสมภพ
โฆษกคณะกรรมการ



นายสุรชัย เลี้ยงบุญเลิศชัย
ประธานที่ปรึกษาคณะกรรมการ



พลเอก สมเจตน์ บุญถนอม
ที่ปรึกษาคณะกรรมาธิการ



นายสุวพันธุ์ ตันยุวรรธนะ
ที่ปรึกษาคณะกรรมาธิการ



พลเรือเอก ณรงค์ พิพัฒนาศัย
ที่ปรึกษาคณะกรรมาธิการ



นายคำคุณ สิทธิสมาน
ที่ปรึกษาคณะกรรมาธิการ



นายภาณุ อุทัยรัตน์
ที่ปรึกษาคณะกรรมการ



พลเอก วสันต์ สุริยมงคล
กรรมการ



นายอนุศาสน์ สุวรรณมงคล
กรรมการ



นายอับดุลฮาติม มินซาร์
กรรมการ



คุณหญิงพรทิพย์ โรจนสุนันท์
กรรมการ



นายจักรรงค์ เสริมสุข
กรรมการ

รายนามคณะอนุกรรมการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค



พลเอก วสันต์ สุริยมงคล
ประธานคณะอนุกรรมการ



นายถนัด มานะพันธุ์นิยม
รองประธานคณะอนุกรรมการ
คนที่หนึ่ง



นายอับดุลฮาติม มินซาร์
รองประธานคณะอนุกรรมการ
คนที่สอง



นายจัตรงค์ เสริมสุข
รองประธานคณะอนุกรรมการ
คนที่สาม



พลเอก เสรี วงศ์ประจิดร
อนุกรรมการ



พันตำรวจเอก ประทีป เจริญศิลป์
อนุกรรมการ



นายสุทธิศักดิ์ ภัทรมานะวงศ์
อนุกรรมการ



นายสงคราม สกุลพราหมณ์
อนุกรรมการ



นายโรมรัฐ ทองอินทร์
อนุกรรมการ



นางสาวปวรนันท์ อัมมัญญุตานันท์
อนุกรรมการ



ร้อยโท กิตติพิชญ์ อุดชาชน
อนุกรรมการ



นางพรพรรณ มณีสถิตย์
อนุกรรมการและเลขานุการ

รายนามที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค



นายสุวพันธุ์ ตันยุวรรธนะ
ประธานที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ



นายนิพนธ์ นาคสมภพ
ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ



คุณหญิงพรทิพย์ โรจนสุนันท์
ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ



นายสุวรณ เลิศปัญญาโรจน์
ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ



รองศาสตราจารย์เทวี โพธิฉล
ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ



นายชุมพร เพชรชุมชน
ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ



นายธนรัชต์ พวงศ์
ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ



นายประยุทธ์ ดำรงค์สุทธิพงศ์
ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ



นายเมธา วนดิลก
ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ



นางเลื่อมใส ใจแจ่ม
ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ



นายไกรเวช รักชาติ
ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ



นายวีรวิชญ์ ธนเศรษฐวิทย์
ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ



นายพิษณุ จตุรภัทรไพบูลย์
ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ



นายวิฑูรย์ วงษ์สวัสดิ์
ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ



นางสาววิลาวัลย์ ธรรมชาติ
ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ



เกสัชกรหญิง วาริรัตน์ เลิศนที
ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ



นายตฤภัทร รัตนพลชัย
ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ



พลโท ชัย พรหมบาง
ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ



นายนิติพัฒน์ โรจน์ชัยเกษม
ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ



นายณรงฤทธิ์ ทิพย์อาสน์
ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ



นายอินธนนต์ เหล็กนวลชูสิน
ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ



นายสุรียา โพธิศิริสุข
ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ



นายสมศักดิ์ ยศพยุหศักดิ์
ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ



พลตำรวจตรี ภาคล ประภานนท์
ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ

รายนามคณะกรรมการศึกษาแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่



นายถนัด มานะพันธุ์นิยม
ประธานคณะกรรมการ



นายสุทธิศักดิ์ ภัทรมานะวงศ์
รองประธานคณะกรรมการ



นางสาวพรพรรณ มณีสถิต
คณะกรรมการ



นายสุวิทย์ วิจิตรโสภาค
คณะกรรมการ



นายวรเชษฐ์ บุญยงถิติ
คณะกรรมการ



พันตำรวจเอก ประทีป เจริญกุลป์
คณะกรรมการ



นายวีรวิทย์ ชนเศรษฐวิทย์
คณะกรรมการ



นางสาวปรนันท รัชมัญญุตานันท์
คณะกรรมการ



นายณรงฤทธิ์ ทิพย์อาสน์
คณะกรรมการ



นายวิทยา แจ่มกระจ่าง
คณะกรรมการ



นายศรัณย์ ริกซ์เฒ่า
คณะทำงาน



นายพิสกร ทังมงคล
คณะทำงาน



นายณรงค์ สังอรดี
คณะทำงาน



นายปฐวี เยาวลักษณ์
คณะทำงาน



นายศิริพันธุ์ วิทยาธรรมรัช
คณะทำงาน



นายอินธน์ด์ เหล็กนวลชูสิน
คณะทำงานและเลขานุการ

รายงานการพิจารณาศึกษาแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่
ของคณะกรรมการสิทธิมนุษยชน สิทธิเสรีภาพและการคุ้มครองผู้บริโภค วุฒิสภา

ด้วยในคราวประชุมวุฒิสภา ครั้งที่ ๑๗/๒๕๖๒ (สมัยสามัญประจำปีครั้งที่หนึ่ง) วันอังคารที่ ๑๐ กันยายน ๒๕๖๒ ที่ประชุมวุฒิสภา ได้มีมติตั้งคณะกรรมการสามัญประจำสภาตามข้อบังคับการประชุมวุฒิสภา พ.ศ. ๒๕๖๒ ข้อ ๗๘ วรรคสอง (๒๕) ซึ่งคณะกรรมการสิทธิมนุษยชน สิทธิเสรีภาพ และการคุ้มครองผู้บริโภค วุฒิสภา เป็นคณะกรรมการสามัญประจำสภามีหน้าที่และอำนาจพิจารณา ร่างพระราชบัญญัติ กระทู้กิจการ พิจารณาขอโทษหรือศึกษาเรื่องใด ๆ ที่เกี่ยวกับการส่งเสริมความร่วมมือและการประสานงานระหว่างหน่วยราชการ องค์กรเอกชน และองค์กรในด้านสิทธิมนุษยชน ติดตาม ตรวจสอบการกระทำหรือการละเว้นการกระทำอันเป็นการละเมิดสิทธิมนุษยชน สิทธิเสรีภาพ การสื่อสารมวลชนและสื่อสาธารณะ การคุ้มครองผู้บริโภค ปัญหาความเดือดร้อนของผู้บริโภค พิจารณา ศึกษา ติดตาม เสนอแนะ และเร่งรัดการปฏิรูปประเทศ และแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ที่อยู่ในหน้าที่ และอำนาจ และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

บัดนี้ คณะกรรมการสิทธิมนุษยชน สิทธิเสรีภาพและการคุ้มครองผู้บริโภค วุฒิสภา ได้ดำเนินการพิจารณาศึกษาแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ เสร็จเรียบร้อยแล้ว จึงขอรายงานผลการพิจารณาศึกษาเรื่องดังกล่าวต่อวุฒิสภาตามข้อบังคับการประชุมวุฒิสภา พ.ศ. ๒๕๖๒ ข้อ ๙๘ ดังนี้

๑. การดำเนินงานของคณะกรรมการ

คณะกรรมการได้ดำเนินการพิจารณาศึกษา ดังนี้

๑.๑ คณะกรรมการได้มีมติแต่งตั้งคณะทำงานพิจารณาศึกษาแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ และมอบหมายให้ทำหน้าที่พิจารณาศึกษา ซึ่งคณะทำงานคณะนี้ ประกอบด้วย

- | | |
|----------------------------------|-------------------|
| ๑. นายถนัด มานะพันธุ์นิยม | ประธานคณะทำงาน |
| ๒. นายสุทธิศักดิ์ ภัทรมานะวงศ์ | รองประธานคณะทำงาน |
| ๓. นางสาวพรพรรณ มณีสถิตย์ | คณะทำงาน |
| ๔. นายวิทยา แจ่มกระจ่าง | คณะทำงาน |
| ๕. นายสุวิทย์ วิจิตรโสภา | คณะทำงาน |
| ๖. พันตำรวจเอก ประทีป เจริญศิลป์ | คณะทำงาน |
| ๗. นายวรเชษฐ์ บุญนนท์ | คณะทำงาน |
| ๘. นายวีรวิทย์ ธนเศรษฐวิทย์ | คณะทำงาน |

๙. นางสาวปวรัตน์ ธรรมัญญตานันท์	คณะทำงาน
๑๐. นายณรงฤทธิ์ ทิพย์อาสน์	คณะทำงาน
๑๑. นายศรัณย์ รักษ์เผ่า	คณะทำงาน
๑๒. นายพัสกร ทัพมงคล	คณะทำงาน
๑๓. นายปฐวี เยาวลักษณ์	คณะทำงาน
๑๔. นายณรงค์ สังอรดี	คณะทำงาน
๑๕. นายศิระณัฐ วิทยาธรรมธัช	คณะทำงาน
๑๖. นายอินธนันต์ เหล็กนวลชูสิน	คณะทำงานและเลขานุการ
๑๗. นางสาวลดาวัลย์ ไยพิมล	คณะทำงานและผู้ช่วยเลขานุการ
๑๘. นายจิตรภาณุ ปันศิริ	คณะทำงานและผู้ช่วยเลขานุการ

๑.๒ ที่ประชุมคณะกรรมการได้มีมติแต่งตั้ง นางสาวศิริพร ภิญโญสิริธร ผู้บังคับบัญชา
กลุ่มงานคณะกรรมการสิทธิมนุษยชนฯ และนางศศิธร ธรรมอินโน วิทยากรชำนาญการ กลุ่มงาน
คณะกรรมการสิทธิมนุษยชนฯ ทำหน้าที่เป็นผู้ช่วยเลขานุการตามข้อบังคับการประชุมวุฒิสภา
พ.ศ. ๒๕๖๒ ข้อ ๘๗ วรรคสี่

๒. วิธีการพิจารณาศึกษา

๒.๑ แต่งตั้งคณะทำงานพิจารณาศึกษาแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ โดยมีหน้าที่
ในการพิจารณาศึกษา วิเคราะห์ รวบรวมข้อมูล รวมทั้งกฎหมาย และระเบียบต่าง ๆ ที่เป็นปัญหาและ
อุปสรรคต่อการคุ้มครองผู้บริโภคในสถานการณ์ปัจจุบัน และจัดทำรายงานเกี่ยวกับสภาพการบังคับใช้ของ
กฎหมายที่อยู่ในหน้าที่และอำนาจในการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคของ
ประเทศไทย แนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคในสภาพบริบทวิถีใหม่ และจัดทำข้อเสนอ
เชิงนโยบายด้านการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน เพื่อเสนอต่อ
วุฒิสภา

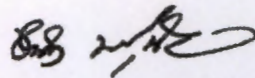
๒.๒ ศึกษาจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูล จาก ๒ กลุ่ม คือ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง และองค์กร
คุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชน โดยใช้แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ (การจัดการเสวนา) เป็นเครื่องมือ
ในการจัดเก็บข้อมูล นำมาประมวลผลด้วยการจัดกลุ่มชุดข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content
Analysis) สรุปผล และจัดกลุ่มประเด็นสำคัญ (Categories)

๒.๓ ศึกษาข้อมูล งานวิชาการ และเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นข้อมูลประกอบการ
พิจารณาของคณะกรรมการ

๓. ผลการพิจารณาศึกษา

คณะกรรมการได้พิจารณาศึกษาแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ โดยคณะกรรมการได้มอบหมายให้คณะทำงานพิจารณาศึกษาแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ ดำเนินการพิจารณาศึกษากฎนี้ดังกล่าว และคณะอนุกรรมการด้านการคุ้มครองผู้บริโภคได้มีการพิจารณากลับกรอง ตรวจสอบ และให้ข้อคิดเห็นต่อรายงานพิจารณาศึกษาให้มีความสมบูรณ์ ซึ่งคณะกรรมการได้พิจารณารายงานด้วยความละเอียดรอบคอบแล้ว และได้มีมติให้ความเห็นชอบกับรายงานดังกล่าว โดยถือเป็นรายงานการพิจารณาศึกษาของคณะกรรมการ

จากการพิจารณาศึกษาเรื่องดังกล่าวข้างต้น คณะกรรมการจึงขอเสนอรายงานการพิจารณาศึกษาของคณะกรรมการ โดยมีรายละเอียดตามรายงานท้ายนี้ เพื่อให้วุฒิสภาได้พิจารณา หากวุฒิสภาให้ความเห็นชอบด้วยกับผลการพิจารณาศึกษาของคณะกรรมการ ขอให้โปรดแจ้งไปยังคณะรัฐมนตรีเพื่อพิจารณาและดำเนินการตามแต่จะเห็นสมควรต่อไป ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ของประเทศชาติและประชาชนสืบไป



(นายถนัด มานะพันธุ์นิยม)

เลขานุการคณะกรรมการ

คณะกรรมการ สิทธิมนุษยชนสิทธิเสรีภาพและการคุ้มครองผู้บริโภค
วุฒิสภา

บทสรุปผู้บริหาร

การศึกษา เรื่อง แนวทางการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (๑) ศึกษาสภาพการบังคับใช้ของกฎหมายที่อยู่ในหน้าที่และอำนาจในการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย (๒) ศึกษาแนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคในสภาพบริบทวิถีใหม่ และ (๓) จัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน ใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามมาประมวลผลสรุป และทำการสนทนากลุ่มแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาสังเคราะห์ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๑. สภาพการบังคับใช้ของกฎหมายที่อยู่ในหน้าที่และอำนาจในการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย

๑.๑ สภาพปัญหาและอุปสรรคด้านกฎหมายและระเบียบต่างๆ ที่มีต่อการคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วย ความซ้ำซ้อนของกฎหมายและหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจในการบังคับใช้กฎหมายกฎหมายมีช่องว่างส่งผลให้ไม่สามารถดำเนินคดีหรือลงโทษผู้ฝ่าฝืนได้ กฎหมายที่ใช้บังคับมีความล้าสมัยขาดความชัดเจน มีความขัดแย้งกัน และไม่ครอบคลุมต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

๑.๒ สภาพปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วย การขาดแคลนงบประมาณในการดำเนินงาน บุคลากรไม่เพียงพอและขาดความเชี่ยวชาญด้านกฎหมายเฉพาะทางตามภารกิจหลักที่ได้รับมอบหมาย ขาดแคลนอุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้สำหรับการปฏิบัติงาน หน่วยงานไม่สามารถบังคับใช้กฎหมายได้เบ็ดเสร็จภายในหน่วยงานเดียวเนื่องจากกฎหมายกระจายหน้าที่และอำนาจให้แก่หน่วยงานอื่นร่วมดำเนินการ และไม่มีระบบการเชื่อมโยงถ่ายโอนข้อมูลภายในหน่วยงานและระหว่างหน่วยงาน

๒. แนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคในสภาพบริบทวิถีใหม่

แนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคในสภาพบริบทวิถีใหม่ จะต้องเร่งดำเนินการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน บูรณาการในการบังคับใช้กฎหมายร่วมกันของหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค กำหนดอัตราโทษที่สูงเพื่อให้ผู้กระทำความผิดเกรงกลัว พัฒนาเทคโนโลยีเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงหน่วยงานได้มากขึ้น เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้กับประชาชนได้รับรู้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ และเชื่อมโยงฐานข้อมูลกลางระหว่างหน่วยงานร่วมกันเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบข้อมูลที่เป็นประโยชน์ได้อย่างรวดเร็ว ตลอดจนส่งเสริมการซื้อขายสินค้าออนไลน์ให้อยู่ในแพลตฟอร์ม (Platform) และตราพระราชบัญญัติเพื่อออกกฎหมายบังคับให้ผู้ขายสินค้าออนไลน์ทุกระดับจดทะเบียนการค้ากับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าเพื่อเป็นข้อมูลในการตรวจสอบการผลักดันให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการคุ้มครองผู้บริโภคมีอำนาจในการสั่งปิดเว็บไซต์ที่กระทำผิด

กฎหมาย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการคุ้มครองผู้บริโภคควรบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจังและทำงานเชิงรุกในการป้องปรามการกระทำผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค อีกทั้งควรกำหนดแนวทางการทำงานร่วมกับสภาองค์กรของผู้บริโภคในอนาคต โดยเสริมการทำงานร่วมกันเพื่อให้เกิดการแก้ไข ปรับปรุง หรือพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

๓. ข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน

๓.๑ ข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภค

โดยคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคพิจารณาแต่งตั้งคณะอนุกรรมการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภคขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาการละเมิดสิทธิผู้บริโภคที่มีความซับซ้อนและมีความเกี่ยวเนื่องกับกฎหมายหลายฉบับ ซึ่งอยู่ในความรับผิดชอบของหลายหน่วยงาน หรือปัญหาที่ไม่มีหน่วยงานหรือกฎหมายเฉพาะควบคุมดูแล ซึ่งคณะอนุกรรมการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภคสามารถแต่งตั้งคณะทำงานคณะหนึ่งคณะใดเพื่อทำการศึกษาและแก้ไขปัญหาเฉพาะเรื่องดังกล่าว อันจะนำไปสู่การป้องกันและแก้ไขปัญหาการละเมิดสิทธิผู้บริโภคได้อย่างต่อเนื่อง

๓.๒ ข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการพัฒนาศูนย์ข้อมูลเพื่อผู้บริโภค

โดยการเชื่อมโยงฐานข้อมูลระหว่างหน่วยงานเพื่อพัฒนาระบบการรับเรื่องร้องเรียนและติดตามผลการดำเนินงานผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตหรือแอปพลิเคชันเพื่อแจ้งให้ผู้บริโภคทราบ รวมถึงการส่งต่อหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องโดยตรงเพื่อแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภค เป็นการลดขั้นตอนด้านระยะเวลาและอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภค

๓.๓ ข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการประสานความร่วมมือกับสภาองค์กรของผู้บริโภค

โดยการประสานความร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภคกับสภาองค์กรของผู้บริโภคในการเพิ่มช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภค และประสานการแก้ไขปัญหาตามความประสงค์ของผู้บริโภคโดยไม่ทำงานซ้ำซ้อนกัน การเชื่อมโยงเครือข่ายฐานข้อมูลข่าวสารในการเผยแพร่ความรู้ให้กับผู้บริโภค และการประสานความร่วมมือเชิงวิชาการร่วมกันอันจะนำไปสู่การช่วยเหลือผู้บริโภคให้เกิดความรวดเร็วยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา

ควรมีหน่วยงานกลางด้านการคุ้มครองผู้บริโภคควบคุมกำกับการค้าและการซื้อขายสินค้าและบริการผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการค้าซื้อขายสินค้าและบริการผ่านระบบออนไลน์ พัฒนาระบบการสร้างฐานข้อมูลของผู้ประกอบการทุกระดับเพื่อติดตาม ตรวจสอบ หรือส่งเสริมให้รูปแบบการค้าซื้อขายสินค้าหรือบริการเป็นไปตามกฎหมาย ควรมีมาตรการที่ชัดเจนในการดำเนินการอย่างเด็ดขาดกับผู้ประกอบการธุรกิจที่โฆษณาหลอกลวงหรือเอาเปรียบผู้บริโภค ควรแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายที่เกี่ยวข้องด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้ทันสมัยและสอดคล้องกับสภาพบริบทวิถีใหม่ในสังคมปัจจุบัน และควรมีศูนย์ข้อมูลเพื่อผู้บริโภคในการเชื่อมโยงข้อมูลของหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงข่าวสารได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว และพัฒนาเป็นศูนย์กลางในการรับเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภคในระดับชาติ

คำนำ

การศึกษาแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่เป็นผลสืบเนื่องมาจากสภาพสังคมในปัจจุบันมีการพัฒนาระบบการค้าเสรีผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ (COVID-19) ทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ปรับตัวซื้อสินค้าทางออนไลน์มากขึ้น โดยเข้าถึงการโฆษณาสินค้าและบริการได้อย่างรวดเร็ว มีช่องทางการเลือกซื้อสินค้าและบริการผ่านแพลตฟอร์ม (Platform) แอปพลิเคชัน (Application) และช่องทางอื่น ๆ ที่ผู้ประกอบการธุรกิจได้พยายามพัฒนารูปแบบให้เอื้อต่อการจำหน่ายสินค้าและบริการ ส่งผลให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างครบถ้วน การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวทำให้เกิดการแสวงหาผลประโยชน์ของผู้ประกอบการที่ขาดจริยธรรม หลอกลวง หรือเอาเปรียบผู้บริโภค ปัญหาดังกล่าวเริ่มทวีความรุนแรงมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง หน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภคต้องเร่งปรับตัว และร่วมกันบูรณาการแก้ไขปัญหาให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะสภาพการบังคับใช้กฎหมายแนวทางการป้องกัน และแก้ไขปัญหาของผู้บริโภค ตลอดจนการพัฒนารูปแบบการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

คณะกรรมการสิทธิมนุษยชน สิทธิเสรีภาพและการคุ้มครองผู้บริโภค วุฒิสภา ได้ตระหนักถึงสภาพปัญหาด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่เกิดขึ้น และความเดือดร้อนของผู้บริโภคที่กำลังขยายตัวเป็นวงกว้าง จึงมีคำสั่งแต่งตั้งคณะทำงานพิจารณาศึกษาแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ เพื่อทำการศึกษาและหาแนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภค อันจะนำไปสู่การพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ที่ยั่งยืนและสอดคล้องกับสภาพบริบทที่เปลี่ยนแปลงไปในอนาคต

คณะกรรมการหวังเป็นอย่างยิ่งว่า หน่วยงานภาครัฐทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค รวมทั้งองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชนจะนำผลการศึกษาไปใช้เป็นฐานข้อมูลในการกำหนดนโยบายหรือแผนยุทธศาสตร์ทั้งในระยะสั้นและระยะยาวขององค์กร เพื่อการประสานความร่วมมือกันในการปกป้องสิทธิของผู้บริโภค และสร้างมาตรการในการแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วและเหมาะสมกับสถานการณ์การค้าเสรีในยุคดิจิทัล

สมชาย แสวงการ

ประธานคณะกรรมการสิทธิมนุษยชน สิทธิเสรีภาพและการคุ้มครองผู้บริโภค วุฒิสภา

คำปรารภ

รายงานการพิจารณาศึกษาแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาสภาพการบังคับใช้ของกฎหมายที่อยู่ในหน้าที่และอำนาจในการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทยกับสถานการณ์ในปัจจุบันที่พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปจากการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ (COVID-19) ที่ส่งผลให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่เกิดการปรับตัวสู่วิถีใหม่ (New Normal) ด้วยการเลือกซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางการค้าต่าง ๆ เช่น การซื้อขายออนไลน์ การซื้อขายแบบตรงหรือตลาดแบบตรง เป็นต้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวกลับเป็นช่องทางให้เกิดการแสวงหาประโยชน์ของผู้ประกอบการ แสวงหาประโยชน์อันไม่ชอบด้วยกฎหมายในลักษณะเอาเปรียบผู้บริโภค และเป็นการฉ้อโกงประชาชน ที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการคุ้มครองผู้บริโภคจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนการทำงาน วิธีการคุ้มครองผู้บริโภค และแนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาให้เข้ากับชีวิตวิถีใหม่ที่เกิดขึ้น และได้จัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการคุ้มครองผู้บริโภคทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน นำไปพิจารณาศึกษาประกอบการพัฒนาแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภคให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน ทั้งนี้ คณะอนุกรรมการด้านการคุ้มครองผู้บริโภคหวังเป็นอย่างยิ่งว่า รายงานการพิจารณาดังนี้จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในการพิจารณาการกำกับดูแลคุ้มครองสิทธิของประชาชนซึ่งเป็นผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

พลเอก วสันต์ สิริยมงคล
ประธานคณะอนุกรรมการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ เป็นการศึกษาเพื่อมุ่งเน้นหาแนวทางการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคในสภาพบริบทของสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว อันจะนำไปสู่การพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ (New Normal) โดยคณะผู้ทำการศึกษาขอกราบขอบพระคุณหน่วยงานภาครัฐ ที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค องค์กรคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชน และหน่วยงานอื่นๆ ที่กรุณาให้ข้อมูลสำคัญในการนำไปประกอบการวิเคราะห์ เพื่อถอดองค์ความรู้สำหรับการพัฒนาแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ในครั้งนี้ คณะผู้ทำการศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภคจะได้พิจารณานำไปปรับประยุกต์ใช้และพัฒนาไปสู่การกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทยที่เหมาะสมสืบต่อไปในอนาคต

การศึกษาครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี คณะผู้ทำการศึกษาขอกราบขอบพระคุณท่านสมชาย แสวงการ ประธานคณะกรรมการสิทธิมนุษยชน สิทธิเสรีภาพและการคุ้มครองผู้บริโภค วุฒิสภา พลเอกวสันต์ สूरियมงคล ประธานคณะอนุกรรมการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และคณะที่ปรึกษาฯ ที่กรุณาให้ข้อเสนอแนะ ส่งเสริม และสนับสนุนการดำเนินงานให้บรรลุตามเป้าหมาย และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าในอนาคตอันใกล้จะมีการศึกษาเพิ่มเติมในมิติอื่นๆ เพื่อพัฒนารูปแบบการคุ้มครองผู้บริโภคที่ครอบคลุม และเกิดประโยชน์ต่อสังคมประเทศชาติสืบไป

ถนัด มานะพันธุ์นิยม

ประธานคณะทำงานพิจารณาศึกษาแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่

๒๕๖๔

สารบัญ

	หน้า
รายนามคณะกรรมการ	ก
รายนามคณะอนุกรรมการ	ค
รายนามคณะทำงานพิจารณาศึกษาแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่	ช
บทสรุปผู้บริหาร	ฎ
คำนำ	ท
คำปรารภ	ฒ
กิตติกรรมประกาศ	ณ
สารบัญ	ด
สารบัญตาราง	ถ
บทที่ ๑ บทนำ	
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	๑
วัตถุประสงค์ในการศึกษา	๒
ขอบเขตของการศึกษา	๒
กรอบระยะเวลาในการดำเนินงาน	๔
กรอบแนวคิดในการศึกษา	๔
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	๕
นิยามศัพท์เฉพาะ	๕
บทที่ ๒ การคุ้มครองผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ	
แผนยุทธศาสตร์ชาติด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	๗
หน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทยและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง	๑๓
รูปแบบการคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทยและต่างประเทศ	๑๗
พฤติกรรมของผู้บริโภคกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อ ไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ (COVID-19)	๓๑
บทที่ ๓ วิธีดำเนินการศึกษา	
ขั้นตอนที่ ๑ การศึกษาสภาพการบังคับใช้ของกฎหมายที่อยู่ในหน้าที่และอำนาจ ในการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค ของประเทศไทย	๓๗

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ขั้นตอนที่ ๒ การศึกษาแนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภค ในสภาพบริบทวิถีใหม่	๔๐
ขั้นตอนที่ ๓ การจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการพัฒนา การคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน	๔๕
บทที่ ๔ ผลการศึกษา	
ตอนที่ ๑ สถิติการรับเรื่องร้องเรียนของหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจ ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	๔๕
ตอนที่ ๒ สภาพการบังคับใช้ของกฎหมายที่อยู่ในหน้าที่และอำนาจในการดำเนินงาน ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย	๖๒
ตอนที่ ๓ แนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคในสภาพบริบทวิถีใหม่	๖๖
ตอนที่ ๔ ข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน	๗๘
สรุป	๘๕
บทที่ ๕ สรุป ข้อเสนอแนะ และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการพิจารณาศึกษา	๙๕
อภิปรายผล	๑๐๐
ข้อสังเกตและข้อเสนอแนะ	๑๐๓
เอกสารอ้างอิง	
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	
ภาคผนวก ข รายชื่อหน่วยงานที่เข้าร่วมเสวนา	
ภาคผนวก ค โครงการเสวนา Consumer Protection for All	
ภาคผนวก ง ประมวลผลการจัดการเสวนา Consumer Protection for All	

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
๒-๑ เปรียบเทียบการดำเนินงานของ สคบ. (ในฐานะหน่วยงานกลางด้านการคุ้มครองผู้บริโภค) กับ สภาพองค์กรของผู้บริโภค	๒๐
๒-๒ เปรียบเทียบรูปแบบองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคในสหรัฐอเมริกา	๒๑
๒-๓ เปรียบเทียบรูปแบบองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคในสหราชอาณาจักร	๒๑
๒-๔ เปรียบเทียบรูปแบบองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคในออสเตรเลีย	๒๒
๒-๕ เปรียบเทียบรูปแบบองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคในฝรั่งเศส	๒๓
๒-๖ เปรียบเทียบรูปแบบองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคในเยอรมนี	๒๓
๒-๗ เปรียบเทียบรูปแบบองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคในสวีเดน	๒๔
๒-๘ เปรียบเทียบรูปแบบองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคในนอร์เวย์	๒๕
๒-๙ เปรียบเทียบรูปแบบองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคในญี่ปุ่น	๒๖
๒-๑๐ เปรียบเทียบรูปแบบองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคในเกาหลีใต้	๒๗
๒-๑๑ เปรียบเทียบรูปแบบองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคในสาธารณรัฐประชาชนจีน	๒๘
๒-๑๒ เปรียบเทียบรูปแบบองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคในต่างประเทศ กับประเทศไทยที่เป็นหน่วยงานรัฐ และองค์กรอิสระ	๒๙
๒-๑๓ เปรียบเทียบรูปแบบองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคในต่างประเทศ กับประเทศไทยที่เป็นหน่วยงาน ภาคประชาชน	๓๐
๔-๑ สถิติเรื่องร้องเรียนที่เข้ามาในหน่วยงานรอบปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ (จำแนกรายเดือน)	๔๖
๔-๒ ประเภทเรื่องร้องเรียนสูงสุด ๑๐ อันดับ รอบปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓	๔๖
๔-๓ สถิติเรื่องร้องเรียนที่เข้ามาในหน่วยงานรอบปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ (จำแนกรายเดือน)	๔๗
๔-๔ ประเภทเรื่องร้องเรียนสูงสุด ๑๐ อันดับ รอบปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓	๔๗
๔-๕ สถิติเรื่องร้องเรียนที่เข้ามาในหน่วยงานรอบปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ (จำแนกรายเดือน)	๔๘
๔-๖ ประเภทเรื่องร้องเรียนสูงสุด ๑๐ อันดับ รอบปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓	๔๘
๔-๗ สถิติเรื่องร้องเรียนที่เข้ามาในหน่วยงานรอบปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ (จำแนกรายเดือน)	๔๙

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
๔-๒๖ ประเภทเรื่องร้องเรียนสูงสุด ๑๐ อันดับ รอบปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓	๖๐
๔-๒๗ สถิติเรื่องร้องเรียนที่เข้ามาในหน่วยงานรอบปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓	๖๑
๔-๒๘ ประเภทเรื่องร้องเรียนสูงสุด ๑๐ อันดับ รอบปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓	๖๑
๔-๒๙ สภาพปัญหาและอุปสรรคด้านกฎหมายและระเบียบต่าง ๆ (กลุ่มสินค้าอุปโภค)	๖๒
๔-๓๐ สภาพปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน (กลุ่มสินค้าอุปโภค)	๖๓
๔-๓๑ สภาพปัญหาและอุปสรรคด้านกฎหมายและระเบียบต่าง ๆ (กลุ่มสินค้าบริโภค)	๖๓
๔-๓๒ สภาพปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน (กลุ่มสินค้าบริโภค)	๖๔
๔-๓๓ สภาพปัญหาและอุปสรรคด้านกฎหมายและระเบียบต่าง ๆ (กลุ่มการให้บริการ)	๖๔
๔-๓๔ สภาพปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน (กลุ่มการให้บริการ)	๖๕
๔-๓๕ สภาพปัญหาและอุปสรรคด้านกฎหมายและระเบียบต่าง ๆ (กลุ่มหน่วยงานอื่น ๆ)	๖๕
๔-๓๖ สภาพปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน (กลุ่มหน่วยงานอื่น ๆ)	๖๖
๔-๓๗ แนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคในสภาพบริบทวิถีใหม่ (โดยการสำรวจจากแบบสอบถาม)	๖๗
๔-๓๘ ข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน (โดยการสำรวจจากแบบสอบถาม)	๗๙

บทที่ ๑

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การเปลี่ยนแปลงสภาพเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบันมีลักษณะเป็นระบบการค้าเสรีที่มีการเชื่อมโยงเครือข่ายผ่านอินเทอร์เน็ตทั่วถึงกันทั่วโลก ส่งผลให้เกิดวัฒนธรรมการบริโภคนิยมมากขึ้น ประกอบกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ (COVID-19) ทำให้มีการเปลี่ยนแปลงการดำเนินชีวิต รูปแบบการทำงาน และพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าหรือบริการ โดยผู้ประกอบการธุรกิจส่วนใหญ่นำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเข้ามาใช้เป็นเครื่องมือเพื่อเพิ่มช่องทางในการจำหน่ายสินค้าและอำนวยความสะดวกในการให้บริการแก่ผู้บริโภค สร้างการแข่งขันรูปแบบทางการค้าที่แตกต่างไปจากเดิม ทำให้ผู้บริโภคเกิดการเรียนรู้ที่จะต้องปรับตัวเข้าสู่ชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) รวมทั้งผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐ และองค์กรภาคประชาชนด้านการคุ้มครองผู้บริโภคต่างเร่งหากกลยุทธ์และมาตรการในการปรับตัวให้เข้ากับสภาพบริบทวิถีใหม่อย่างต่อเนื่อง

แนวโน้มความรุนแรงของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ (COVID-19) ที่เกิดขึ้นทั้งในและต่างประเทศ ส่งผลให้ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบมาใช้บริการในการสั่งซื้อสินค้าหรือบริการผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวทำให้เกิดการแสวงหาผลประโยชน์ของผู้ประกอบการที่ขาดจริยธรรม สร้างโฆษณาที่เป็นเท็จ หรือเกินความจริง และไม่ชอบด้วยกฎหมายในลักษณะของการหลอกลวงหรือเอาเปรียบผู้บริโภค ทำให้หน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภคได้รับเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง ขณะเดียวกันก็พบว่า เมื่อหน่วยงานภาครัฐและองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาดังกล่าวแล้ว ระบบการดำเนินงานในปัจจุบันมีลักษณะที่ไม่สามารถเชื่อมโยงเครือข่ายกันในรูปแบบของการสร้างฐานข้อมูลเพื่อนำไปใช้ประโยชน์สนับสนุนกันในการคุ้มครองผู้บริโภค ทำให้ไม่สามารถคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพเท่าที่ควร และตอบสนองการแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภคไม่ครอบคลุม ตลอดจนหน่วยงานแต่ละแห่งมีการบังคับใช้กฎหมายที่แยกส่วนการทำงานกัน กฎหมายไม่ทันสมัยและไม่ทันต่อสภาพการณ์ในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ขาดการบูรณาการในการประสานความร่วมมือเพื่อแก้ไขปัญหาการถูกเอาเปรียบให้กับผู้บริโภค นอกจากนี้ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังขาดความตระหนักรู้ต่อสิทธิของตนเอง และไม่ได้รับข้อมูลข่าวสาร หรือข้อเท็จจริงประกอบการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการอย่างเพียงพอ จึงส่งผลให้ผู้บริโภคถูกละเมิดสิทธิและทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น อาทิ ได้รับสินค้าที่ไม่ตรงตามที่โฆษณา สินค้ามีความชำรุดบกพร่อง รวมถึงการถูกหลอกลวงจากมิชฉาชีพที่แฝงตัวเข้ามาทำธุรกิจค้าขายออนไลน์ เป็นต้น ด้วยเหตุนี้หน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภคจึงต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงาน และศึกษาหาแนวทางในการคุ้มครองผู้บริโภคให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

ตลอดจนเชื่อมโยงเครือข่ายการทำงานสนับสนุนกันเพื่อเป็นการป้องปรามและแก้ไขปัญหาผู้บริโภคที่ถูกเอารัดเอาเปรียบได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าว คณะกรรมการสิทธิมนุษยชน สิทธิเสรีภาพ และการคุ้มครองผู้บริโภค วุฒิสภา เป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจในการพิจารณา ร่างพระราชบัญญัติ กระทบกิจการ พิจารณา สอบหาข้อเท็จจริง หรือศึกษาเรื่องใด ๆ ที่เกี่ยวกับการส่งเสริมความร่วมมือ และประสานงานระหว่างหน่วยงานราชการ องค์กรเอกชน และองค์กรด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และปัญหา ความเดือดร้อนของผู้บริโภค ได้ตระหนักถึงสภาพปัญหาด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่เกิดขึ้นภายใต้สภาพบริบท ชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) และสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ (COVID-19) จึงแต่งตั้งคณะทำงานพิจารณาศึกษาแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่เพื่อศึกษา วิเคราะห์ รวบรวมข้อมูล รวมทั้งกฎหมาย และระเบียบต่างๆ ที่เป็นปัญหาและอุปสรรคต่อการคุ้มครองผู้บริโภคในสถานการณ์ปัจจุบัน เพื่อหาแนวทางในการป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภค รวมถึงจัดทำข้อเสนอแนะด้านการพัฒนา การคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบันและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปโดยมุ่งหวัง ให้เกิดแนวทางการบูรณาการการทำงานสนับสนุนกันในมิติของการปรับปรุง พัฒนากฎหมาย และการประสาน ความร่วมมือกันของภาคส่วนต่างๆ อันจะนำไปสู่การพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ที่ยั่งยืนและสอดคล้อง กับสภาพบริบทการเปลี่ยนแปลงต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

๑. เพื่อศึกษาสภาพการบังคับใช้ของกฎหมายที่อยู่ในหน้าที่และอำนาจในการดำเนินงานของหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย
๒. เพื่อศึกษาแนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคในสภาพบริบทวิถีใหม่
๓. เพื่อจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ให้สอดคล้องกับ สถานการณ์ในปัจจุบัน

ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาคั้งนี้เป็นการสืบค้นข้อมูลที่ได้จากการสำรวจแบบสอบถาม (Questionnaire) กับกลุ่มผู้ให้ ข้อมูลหลัก (Key Persons) ร่วมกับการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) โดยการจัดเสวนาทางวิชาการ ระดมความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผล สรุป สังเคราะห์ให้เกิด แนวทางการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ โดยแบ่งออกเป็น ๓ ด้าน ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

๑. สภาพปัญหาและอุปสรรคด้านการบังคับใช้กฎหมายของหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
๒. การปรับตัวเพื่อเตรียมความพร้อมในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในสภาพบริบทวิถีใหม่
๓. แนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคในสภาพบริบทวิถีใหม่
๔. การบูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

ขอบเขตด้านกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้แบ่งออกเป็น ๒ ส่วน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๑. ส่วนที่ ๑ การศึกษาสภาพการบังคับใช้ของกฎหมายที่อยู่ในหน้าที่และอำนาจในการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย (โดยแบบสอบถาม) ประกอบด้วย ๔ กลุ่มหลัก ได้แก่

(๑) กลุ่มหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประเภทสินค้าอุปโภค จำนวน ๑๐ หน่วยงาน

(๒) กลุ่มหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประเภทสินค้าบริโภค จำนวน ๕ หน่วยงาน

(๓) กลุ่มหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประเภทการให้บริการ จำนวน ๑๓ หน่วยงาน

(๔) กลุ่มหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง จำนวน ๕ หน่วยงาน

๒. ส่วนที่ ๒ การศึกษาแนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคในสภาพบริบทวิถีใหม่ (โดยการสนทนากลุ่ม) ประกอบด้วย ๔ กลุ่มหลัก ได้แก่

(๑) กลุ่มหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประเภทสินค้าอุปโภค จำนวน ๑๐ หน่วยงาน

(๒) กลุ่มหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประเภทสินค้าบริโภค จำนวน ๘ หน่วยงาน

(๓) กลุ่มหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประเภทการให้บริการ จำนวน ๒๒ หน่วยงาน

(๔) กลุ่มองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชน จำนวน ๒๐ หน่วยงาน

ขอบเขตด้านระยะเวลา

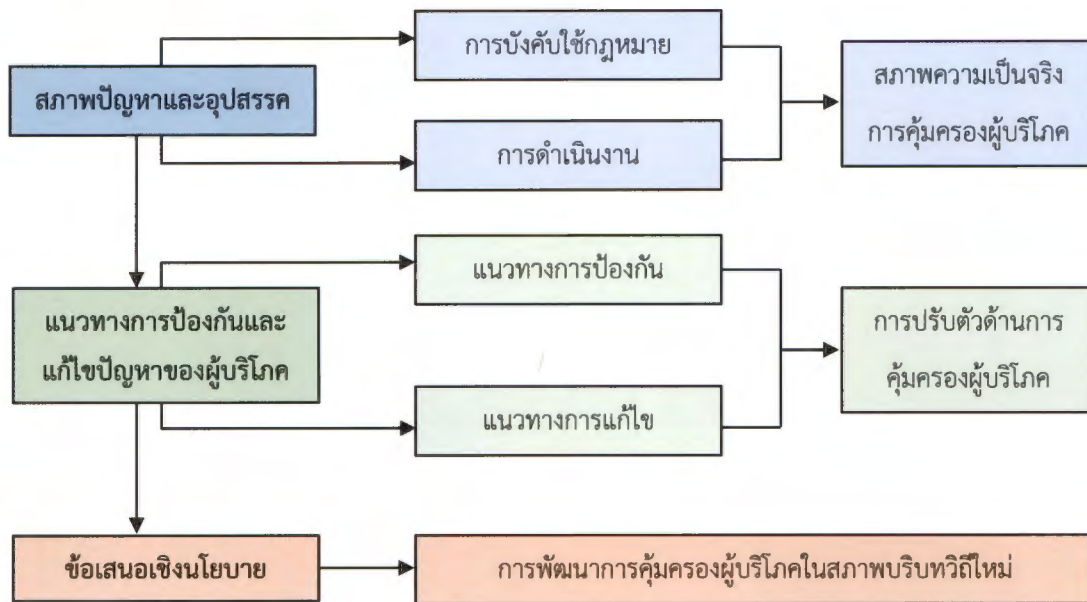
ระยะเวลาในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ตั้งแต่เดือนตุลาคม ๒๕๖๓ ถึง เดือนมีนาคม ๒๕๖๔ รวมทั้งสิ้น ๑๖๕ วัน

กรอบระยะเวลาในการดำเนินงาน

รายละเอียดการดำเนินงาน	ต.ค. ๒๕๖๓				พ.ย. ๒๕๖๓				ธ.ค. ๒๕๖๓				ม.ค. ๒๕๖๔				ก.พ. ๒๕๖๔				มี.ค. ๒๕๖๔			
	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔
๑. กำหนดผังความคิดและรูปแบบการศึกษา		■																						
๒. กำหนดกรอบการจัดทำรายงานการศึกษา			■																					
๓. จัดทำร่างหัวข้อรายงานการศึกษาและขั้นตอนการดำเนินงาน			■	■																				
๔. กำหนดประเด็นการจัดทำแบบสอบถาม			■	■	■																			
๕. จัดทำแบบสอบถามเพื่อขอข้อมูลหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง				■	■																			
๖. ส่งแบบสอบถามให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง					■	■																		
๗. ประมวลผลและสรุปข้อมูลแบบสอบถาม						■	■																	
๘. ประชุมเตรียมจัดงานเสวนาทางวิชาการ Consumer Protection for All					■	■	■	■	■															
๙. การจัดงานเสวนา Consumer Protection for All (๑๖ ธ.ค. ๒๕๖๓)										■														
๑๐. สรุปผลข้อมูลที่ได้จากการจัดงานเสวนา										■	■	■												
๑๑. จัดทำร่างรายงานฉบับสมบูรณ์											■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
๑๒. เสนอร่างรายงานฉบับสมบูรณ์ต่อคณะอนุกรรมการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค																						■	■	■
๑๓. ปรับปรุงแก้ไขร่างรายงานฉบับสมบูรณ์																						■	■	■
๑๔. ส่งรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)																								■

กรอบแนวคิดในการศึกษา

การศึกษาเรื่อง แนวทางการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (๑) ศึกษาสภาพการบังคับใช้ของกฎหมายที่อยู่ในหน้าที่และอำนาจในการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย (๒) ศึกษาแนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคในสภาพบริบทวิถีใหม่ และ (๓) จัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน การศึกษาครั้งนี้เป็นการรวบรวมสภาพปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ที่มีต่อการคุ้มครองผู้บริโภคในมิติของสภาพการบังคับใช้กฎหมายต่าง ๆ ในการดำเนินงานของหน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อนำมาวิเคราะห์แนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคให้เกิดประสิทธิผลในมิติของความสามารถในการคุ้มครองผู้บริโภคและการปรับตัวในสภาพบริบทวิถีใหม่อันจะนำไปสู่การศึกษาข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบันและการบูรณาการการทำงานร่วมกันของภาคส่วนต่าง ๆ ดังแสดงในแผนภูมิที่ ๑-๑



แผนภูมิที่ ๑-๑ กรอบแนวคิดในการศึกษา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

๑. ทราบถึงสภาพการบังคับใช้ของกฎหมายที่อยู่ในหน้าที่และอำนาจในการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย
๒. ได้แนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหของผู้บริโภคในสภาพบริบทวิถีใหม่
๓. ได้ข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบันเพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้นำไปใช้เป็นฐานข้อมูลในการปรับปรุง แก้ไข และพัฒนากฎหมายให้สอดคล้องกับสภาพบริบทวิถีใหม่

นิยามศัพท์เฉพาะ

แนวทางการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ หมายถึง รูปแบบหรือวิธีปฏิบัติด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่และอำนาจเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในสภาพบริบทของสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงด้านการพัฒนาใช้เทคโนโลยีและสื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อการซื้อหรือขายสินค้าและบริการผ่านช่องทางจำหน่ายในรูปแบบการค้าออนไลน์ ในการศึกษาครั้งนี้ มุ่งเน้นถึงแนวทางการป้องกัน แนวทางการแก้ไขปัญหา และแนวทางการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ที่สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน

บทที่ ๒

การคุ้มครองผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ

การศึกษาแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่เป็นการศึกษาสภาพบริบทที่เกี่ยวข้องกับการดำรงชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ (COVID-19) ซึ่งส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดการปรับตัวในการดำเนินชีวิต และมีผลกระทบต่อประสิทธิภาพของการบังคับใช้กฎหมายของหน่วยงานภาครัฐด้านการคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (๑) ศึกษาสภาพการบังคับใช้ของกฎหมายที่อยู่ในหน้าที่และอำนาจในการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย (๒) ศึกษาแนวทางการป้องกัน และแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคในสภาพบริบทวิถีใหม่ และ (๓) จัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน

คณะกรรมการได้รวบรวมข้อมูล เอกสารทางวิชาการของหน่วยงานต่าง ๆ ตลอดจนกฎหมายที่เกี่ยวข้องด้านการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการพิจารณาศึกษา โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๑. แผนยุทธศาสตร์ชาติด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
๒. หน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทยและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
๓. รูปแบบการคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทยและต่างประเทศ
๔. พฤติกรรมผู้บริโภคร่วมกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ (COVID-19)

แผนยุทธศาสตร์ชาติด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

ยุทธศาสตร์ชาติเป็นเป้าหมายในการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนภายใต้การดำเนินงานตามหลักธรรมาภิบาลเพื่อใช้เป็นกรอบในการจัดทำแผนต่าง ๆ ให้สอดคล้องและบูรณาการการทำงานร่วมกันของหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งจะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐) โดยมุ่งเน้นการสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนาความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยความร่วมมือของทุกภาคส่วน ประกอบด้วย ๖ ยุทธศาสตร์ ได้แก่ (๑) ยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง (๒) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน (๓) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ (๔) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม (๕) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และ (๖) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ (ราชกิจจานุเบกษา. ๒๕๖๑ หน้า ๗) ยุทธศาสตร์ชาติทั้ง ๖ ด้านจึงเป็นฐานในการพัฒนาประเทศที่หน่วยงานภาครัฐจะต้องนำไปพัฒนาและปรับประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับหน้าที่และอำนาจของหน่วยงานตนเองเพื่อตอบสนองต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ปัจจุบันหลายหน่วยงานทั้งองค์กรภาครัฐและภาคเอกชนได้นำรูปแบบการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่เข้ามาใช้เพิ่มประสิทธิภาพของหน่วยงานโดยการลดขนาดและกระจายอำนาจ การแสวงหาความเป็นเลิศ และมุ่งเน้นการบริการและการมีส่วนร่วมเป็นสำคัญ เนื่องจากปัญหาของการบริหารงานภาครัฐบางแห่งไม่สามารถตอบสนองการเข้าถึงการให้บริการประชาชนได้อย่างครอบคลุมและรวดเร็ว (เรื่องวิทย์ เกษสุวรรณ. ๒๕๕๖ หน้า ๒๓) ภายใต้การนำแผนยุทธศาสตร์ชาติมาเป็นนโยบายในการบริหารงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับประชาชนโดยตรงและมีการปฏิสัมพันธ์กันในมิติทางเศรษฐกิจ สังคม การให้บริการ และการแก้ไขปัญหาให้กับประชาชนในฐานะผู้บริโภค

การคุ้มครองผู้บริโภคถือได้ว่าเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานของประชาชนที่พึงได้รับการคุ้มครองตามมาตรา ๔ ของพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ ได้กำหนดสิทธิของผู้บริโภคที่จะได้รับความคุ้มครองไว้ ๕ ประการ ประกอบด้วย (๑) สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ (๒) สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ (๓) สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ (๔) สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา และ (๕) สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย (ราชกิจจานุเบกษา. ๒๕๖๒ หน้า ๒) โดยมีสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นหน่วยงานกลางของภาครัฐทำหน้าที่หลักในการคุ้มครองผู้บริโภคที่ถูกละเมิดสิทธิ และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้บริโภค อย่างไรก็ตามรูปแบบของการบริโภคในปัจจุบันได้มีการเปลี่ยนแปลงไปตามกระแสโลกาภิวัตน์ ประกอบกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ในช่วงปี พ.ศ.๒๕๖๓ เป็นต้นมา ส่งผลให้ผู้บริโภคเปลี่ยนพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าและใช้บริการผ่านช่องทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมากขึ้น และมีจำนวนไม่น้อยที่ถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกง ไม่ได้ได้รับความเป็นธรรมจากผู้ประกอบธุรกิจ แต่เนื่องจากหน่วยงานภาครัฐและองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชนหลายแห่งยังมีลักษณะการดำเนินงานในการช่วยเหลือผู้บริโภคแบบแยกส่วนและดำเนินงานภายใต้นโยบายของหน่วยงานตนเองเป็นหลักส่งผลให้การคุ้มครองผู้บริโภคยังขาดทิศทางที่ชัดเจน และไม่สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔) ที่มีเป้าหมายเพื่อให้เกิดแนวทางการบูรณาการงานคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศอย่างเป็นระบบ มีมาตรฐาน และเกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้บริโภคในประเทศ

ยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔)

แนวคิดของแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔) มีเป้าหมายเพื่อให้เกิดการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภคทุกภาคส่วนอย่างเป็นระบบ มีมาตรฐาน และคุ้มครองผู้บริโภคในภาพรวมให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน รัฐบาลสามารถติดตามสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างใกล้ชิดในทุกประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้น พร้อมทั้งหน่วยงานภาครัฐสามารถบูรณาการงานคุ้มครองผู้บริโภคในระดับประเทศตอบสนองนโยบายรัฐบาลที่มุ่งช่วยเหลือประชาชนให้ได้รับการคุ้มครองทันต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ประกอบไปด้วย ๕ ยุทธศาสตร์ ดังนี้ (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. ม.ป.ป. หน้า ๑๑-๒๓)

๑. ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค มีแนวทางการดำเนินงาน พัฒนาระบบการป้องกัน ควบคุม กำกับดูแลสินค้า และบริการให้มีความปลอดภัย พัฒนาระบบการเรียกคืนสินค้า การยกเลิกการใช้ การชดเชย และเยียวยาความเสียหายให้กับผู้บริโภค พัฒนานโยบายและปรับปรุงมาตรการ มาตรฐาน และกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค พัฒนามาตรการสนับสนุน และการบังคับใช้ต่าง ๆ ในการส่งเสริมการบริโภคอย่างยั่งยืน และส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม ประกอบด้วย ๕ กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์ที่ ๑ พัฒนาระบบการป้องกัน ควบคุม กำกับดูแลสินค้าและบริการให้มีความปลอดภัย กลยุทธ์ที่ ๒ พัฒนาระบบการเรียกคืนสินค้า การยกเลิกการใช้ การชดเชย และเยียวยาความเสียหายให้กับผู้บริโภค กลยุทธ์ที่ ๓ พัฒนานโยบายและปรับปรุงมาตรการ มาตรฐาน และกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค กลยุทธ์ที่ ๔ พัฒนามาตรการสนับสนุนและการบังคับใช้ต่าง ๆ ในการส่งเสริมการบริโภคอย่างยั่งยืน และ กลยุทธ์ที่ ๕ ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

๒. ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การพัฒนาระบบฐานข้อมูลในการคุ้มครองผู้บริโภค มีแนวทางการดำเนินงานในการพัฒนาระบบ รวบรวม เชื่อมโยงข้อมูลการร้องเรียน และสถานการณ์ปัญหาของผู้บริโภค และพัฒนาฐานข้อมูลเรื่องร้องเรียนสู่การดำเนินงานเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภค ประกอบด้วย ๒ กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์ที่ ๑ พัฒนาระบบ รวบรวม และเชื่อมโยงข้อมูลการร้องเรียน และสถานการณ์ปัญหาของผู้บริโภค และกลยุทธ์ที่ ๒ พัฒนาฐานข้อมูลเรื่องร้องเรียนสู่การดำเนินงานเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภค

๓. ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การพัฒนาองค์ความรู้และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค มีแนวทางการดำเนินงานด้านการเสริมสร้างองค์ความรู้การคุ้มครองผู้บริโภคให้สอดคล้องกับสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภค การให้ความรู้ผ่านช่องทางและวิธีการที่หลากหลาย การติดตามตรวจสอบ และสนับสนุนการทำงานของสื่อ และเสริมสร้างความรู้แก่ผู้บริโภคในการบริโภคอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย ๔ กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์ที่ ๑ เสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้สอดคล้องกับสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภค กลยุทธ์ที่ ๒ การให้ความรู้ผ่านช่องทางและวิธีการที่หลากหลาย กลยุทธ์ที่ ๓ การติดตามตรวจสอบและสนับสนุนการทำงานของสื่อ และกลยุทธ์ที่ ๔ เสริมสร้างความรู้แก่ผู้บริโภคในการบริโภคอย่างยั่งยืน

๔. ยุทธศาสตร์ที่ ๔ การสร้างและการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค มีแนวทางการดำเนินงานในการสร้างเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค และการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วย ๒ กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์ที่ ๑ การสร้างเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค และกลยุทธ์ที่ ๒ การพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค

๕. ยุทธศาสตร์ที่ ๕ การส่งเสริมการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภค มีแนวทางการดำเนินงาน การส่งเสริมและสนับสนุนให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภค และส่งเสริมการพัฒนาเครือข่ายระหว่างกลุ่มผู้ผลิต ผู้บริโภค ภาครัฐ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย ๒ กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์ที่ ๑ การส่งเสริมและสนับสนุนให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภค และกลยุทธ์ที่ ๒ การส่งเสริมการพัฒนาเครือข่ายระหว่างกลุ่มผู้ผลิต ผู้บริโภค ภาครัฐ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ทั้ง ๕ ด้าน ที่กำหนดไว้ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔) โดยมีสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในฐานะหน่วยงานหลักด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทยต้องดำเนินการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔) ให้บรรลุตามวิสัยทัศน์และเป้าหมาย และสามารถติดตามประเมินผลสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงได้กำหนดแนวทางการดำเนินงาน และติดตามการดำเนินงานของแผนยุทธศาสตร์ทั้ง ๕ ด้านไว้ดังนี้ (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. ม.ป.ป. หน้า ๒๔)

๑. ให้คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคทำหน้าที่ดำเนินการผลักดันกลไกการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติดังกล่าวร่วมกับภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีการติดตามประเมินผล และรายงานสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

๒. ให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นหน่วยงานหลักในการนำแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติไปสู่การปฏิบัติ โดยสนับสนุนและประสานงานร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ ภาควิชาการ ภาคเอกชน ภาคประชาชน ภาคสื่อสารมวลชน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมทั้งมีการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วย แผนงาน โครงการ กิจกรรม หน่วยงานที่รับผิดชอบ ระยะเวลาดำเนินการ ตัวชี้วัด และแนวทางการติดตามและประเมินผลที่สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติฉบับนี้

๓. ให้มีการเผยแพร่แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติในสื่อสาธารณะเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้แนวทางการดำเนินงาน และเกิดความตื่นตัวตระหนักรู้ในสิทธิผู้บริโภคที่จะเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

๔. ให้มีการเชื่อมโยงข้อมูลจากแหล่งที่มาต่าง ๆ โดยการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างฐานข้อมูลต่าง ๆ ทั้งภายในหน่วยงาน และระหว่างหน่วยงาน เพราะหน่วยงานแต่ละแห่งมีการปฏิบัติงานการรับเรื่องร้องเรียนไม่เหมือนกัน

การบูรณาการแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติที่สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ชาติ ทั้ง ๖ ด้าน จึงควรกำหนดกลยุทธ์ แนวทาง วิธีการที่เกี่ยวข้องในการผลักดันการขับเคลื่อนงานคุ้มครองผู้บริโภคให้เป็นรูปธรรมและรวดเร็ว และเป็นการตอบสนองต่อการคุ้มครองผู้บริโภคในสภาพบริบทวิถีใหม่ที่ต้องพัฒนาใน ๓ มิติ ประกอบด้วย มิติที่ ๑ ลดความเหลื่อมล้ำ สร้างความเป็นธรรมในทุกมิติ แก้ไขกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค ปรับปรุง กลไกในการคุ้มครองผู้บริโภค สนับสนุนองค์กรของผู้บริโภคให้มีความเข้มแข็ง ป้องกันการละเมิดสิทธิผู้บริโภคและอำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภค สนับสนุนการบริโภคอย่างยั่งยืน ส่งเสริมให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) มีบทบาทในการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างเป็นทางการ มิติที่ ๒ การปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม การตระหนักถึงพหุปัญญาของมนุษย์ที่หลากหลาย และการเสริมสร้างให้คนไทยมีสุขภาพที่ดี และมิติที่ ๓ การยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง โดยบูรณาการยุทธศาสตร์ชาติเชื่อมโยงพัฒนาในทุกระดับให้เหมาะสมกับภารกิจที่ทันสมัย มีขีดสมรรถนะสูง โปร่งใส ปลอดภัย และมีความหมายที่เหมาะสมกับบริบทกระบวนการยุติธรรมและเสมอภาค

แนวทางการพัฒนางานคุ้มครองผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพจะต้องสร้างความเชื่อมโยงกับแผนงานทั้งในระดับชาติและระดับองค์กร ทั้งนี้หลักการที่สำคัญในการพัฒนาจะต้องสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ ใน ๒ ประเด็น ได้แก่ ประเด็นที่ ๑ การบริหารจัดการภาครัฐ โดยการกำหนดให้มีกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการในการส่งเสริมและสนับสนุนให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภค และการเพิ่มประสิทธิภาพยกระดับการให้บริการสาธารณะให้ได้มาตรฐานสากล และประเด็นที่ ๒ การสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำในสังคม โดยการกำหนดให้มีกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการผลักดันการบังคับใช้และปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคให้ทันต่อรูปแบบสินค้าและบริการที่เปลี่ยนแปลงไป (โดยปรับปรุงปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจรวมทั้งกฎหมาย กฎ ระเบียบให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรม) และพัฒนามาตรการสนับสนุน และการบังคับใช้ต่าง ๆ ในการส่งเสริมการบริโภคอย่างยั่งยืน และนำไปสู่การบรรลุวิสัยทัศน์ “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน”

การพัฒนาประเทศในระยะข้างหน้าจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการสร้างความเป็นธรรม และหลักประกันทางสังคมที่เป็นธรรมอย่างบูรณาการและเป็นระบบซึ่งจะเป็นฐานสำคัญในการพัฒนาตามยุทธศาสตร์ชาติในด้านต่างๆ โดยเฉพาะด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม การสร้างหลักประกันทางสังคมที่ครอบคลุมและเหมาะสมกับคนทุกช่วงวัย ทุกเพศสภาพ และทุกกลุ่ม รวมทั้งการลดความเหลื่อมล้ำในทุกมิติโดยสร้างหลักประกันทางสังคมที่สอดคล้องกับความจำเป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิต (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ๒๕๖๒ หน้า ๖๕) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาแบบการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทยซึ่งถือได้ว่าเป็นภารกิจที่จะนำไปสู่การสร้างรากฐานของการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ตลอดจนเป็นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีความตระหนักในการบริโภคสินค้าและบริการที่เป็นธรรม รู้จักป้องกัน และแก้ไขปัญหาได้เมื่อถูกละเมิดสิทธิ

การพัฒนากฎหมายเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติประเด็นด้านกฎหมายและกระบวนการยุติธรรมให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นกลไกในการขับเคลื่อนและสร้างการเปลี่ยนแปลงขนาดใหญ่ มุ่งเน้นการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลมาสนับสนุนให้เกิดความโปร่งใสให้กับการพัฒนากฎหมายและกระบวนการยุติธรรมเพื่อส่งเสริมให้ประชาชนทุกภาคส่วนในสังคมมีโอกาสได้รับประโยชน์จากการพัฒนาประเทศอย่างเท่าเทียม เป็นธรรม และทั่วถึง ประกอบด้วย ๒ แผนย่อย ดังนี้ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ๒๕๖๒ หน้า ๘๕)

๑. การพัฒนากฎหมาย โดยเน้นการดำเนินการปรับปรุง แก้ไข ยกเลิกกฎหมายให้มีเท่าที่จำเป็น และสอดคล้องกับสภาพบริบท และไม่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาประเทศโดยนำเทคโนโลยีดิจิทัล นวัตกรรมทางกฎหมายมาประยุกต์ใช้ และส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมอย่างจริงจังและเป็นรูปธรรม รวมทั้งบูรณาการเชื่อมโยงกฎหมายทุกลำดับชั้นให้เชื่อมโยงกันอย่างเป็นเอกภาพ ไม่ขัดกัน มีการนำกฎหมายไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพและโปร่งใส ซึ่งเป็นกลไกสำคัญที่จะนำไปสู่กระบวนการยุติธรรมที่ปราศจากความเหลื่อมล้ำและความไม่เท่าเทียม

๒. การพัฒนากระบวนการยุติธรรม โดยอำนวยความสะดวกธรรมให้เป็นไปอย่างเสมอภาค โปร่งใส เป็นธรรมทั่วถึง และปราศจากการเลือกปฏิบัติ บูรณาการหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในกระบวนการยุติธรรม ให้ดำเนินงานสอดคล้องประสานกันอย่างเป็นองค์รวมเพื่อให้สามารถจัดการกับข้อขัดแย้งกรณีพิพาทได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากการพัฒนากลไกทางด้านกฎหมายแล้วยังต้องพิจารณาถึงความสอดคล้องกันกับนโยบายของรัฐบาลที่เกี่ยวกับประเด็นสำคัญในการวิเคราะห์และจัดทำร่างแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (ฉบับปรับปรุง) พ.ศ.๒๕๖๓-๒๕๖๕ ซึ่งประกอบไปด้วยนโยบายหลักในการบริหารราชการแผ่นดินด้านที่ ๕ การพัฒนาเศรษฐกิจและความสามารถในการแข่งขันของไทย ข้อ ๕.๗ การพัฒนาโครงการพื้นฐานด้านดิจิทัลและการมุ่งสู่การเป็นประเทศอัจฉริยะ ข้อย่อย ๕.๗.๓ การส่งเสริมการค้าในรูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มโอกาสให้ผู้ประกอบการรายย่อยทั้งในภาคการผลิตและบริการในการเข้าถึงตลาด โดยการสร้างความเชื่อมั่นระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายและจูงใจให้เกิดการค้าผ่านช่องทางออนไลน์ด้วยการทบทวนกฎหมายเพื่อยกระดับมาตรฐานด้านความปลอดภัยไซเบอร์การคุ้มครองผู้บริโภค รวมทั้งการแก้ไขปัญหาการดำเนินธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศให้มีประสิทธิภาพ ส่งเสริมความสามารถของผู้ประกอบการไทย ที่ให้บริการแพลตฟอร์มการค้าออนไลน์ พัฒนาอุตสาหกรรมและบริการที่เกี่ยวข้อง อาทิ โลจิสติกส์ และระบบการชำระเงินให้ได้มาตรฐานสากล เชื่อมโยงและบูรณาการฐานข้อมูลระหว่างหน่วยงานของรัฐเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการ รวมถึงส่งเสริมการค้ากับดูแลที่มีมาตรฐานและเอื้อต่อการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการทุกขนาด ตลอดจนช่วยเสริมสร้างโอกาสทางธุรกิจของกิจการบริษัทการค้าระหว่างประเทศในประเทศไทย รวมทั้งยกระดับมาตรฐานร้านค้าปลีกให้เข้าสู่การค้าออนไลน์เพื่อลดผลกระทบจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมีนโยบายหลักในมิติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและสอดคล้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในเชิงการบริหารจัดการภาครัฐและกระบวนการยุติธรรม ซึ่งมีประเด็นที่สอดคล้องกับระบบการคุ้มครองผู้บริโภคในมิติของการบริหารงานรัฐและกฎหมายอยู่ ๓ ด้าน ดังนี้ (สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี. ๒๕๖๒ หน้า ๑๔)

๑. ด้านการปรับเปลี่ยนกระบวนการอนุมัติและอนุญาตของทางราชการที่มีความสำคัญต่อการประกอบธุรกิจและดำเนินชีวิตของประชาชนให้เป็นระบบดิจิทัล และสามารถเชื่อมโยงข้อมูลต่อกันตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการ พร้อมทั้งพัฒนาโปรแกรมออนไลน์เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงบริการของภาครัฐได้อย่างทันทีและทุกเวลา

๒. ด้านการปรับปรุงระเบียบ กฎหมาย เพื่อเอื้อต่อการทำธุรกิจและการใช้ชีวิตประจำวัน โดยแบ่งออกเป็น ๓ ส่วน ได้แก่ (๑) ปรับปรุงขั้นตอนและระยะเวลาการให้บริการ การอำนวยความสะดวก ต้นทุนค่าใช้จ่าย กฎหมาย กฎ และระเบียบต่าง ๆ ของภาครัฐ ให้สามารถสนับสนุนและเอื้อต่อการประกอบธุรกิจ ทั้ง ภายในและภายนอกประเทศ เท่าทันกับการเปลี่ยนแปลงในสภาพบริบทต่างๆ อย่างครอบคลุม พร้อมทั้งกำกับและส่งเสริมให้หน่วยงานภาครัฐปฏิบัติตามและบังคับใช้กฎหมายอย่างเคร่งครัด ยุติธรรม เสมอภาค เท่าเทียม ถูกต้องตามหลักนิติธรรม และเป็นไปตามปณิธานสากล ตลอดจนเร่งรัดการพัฒนากระบวนการบริหารจัดการข้อมูลต่าง ๆ ของหน่วยงานภาครัฐให้มีความเชื่อมโยงกันอย่างไร้รอยต่อเพื่อให้ประชาชนสามารถติดต่อ

ราชการได้โดยสะดวก รวดเร็ว โปร่งใส และตรวจสอบได้ (๒) ส่งเสริมให้หน่วยงานภาครัฐจัดให้มีสนามทดลอง แนวคิดทางธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ หรือนวัตกรรมใหม่ภายใต้การกำกับดูแลของหน่วยงานเพื่อนำไปสู่การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ หรือนวัตกรรมใหม่ๆ และการพัฒนาปรับปรุงกฎระเบียบให้ทันสมัยต่อไป และ (๓) ส่งเสริมการแข่งขันทางการค้าที่เสรีและเป็นธรรม โดยกำกับดูแลให้เกิดความเป็นธรรมทางการค้าและติดตามพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจที่มีแนวโน้มจะก่อให้เกิดการผูกขาดอย่างใกล้ชิด บังคับใช้กฎหมายการแข่งขันทางการค้าอย่างจริงจัง มีประสิทธิภาพ และส่งเสริมการเข้าถึงกระบวนการยุติธรรมอย่างรวดเร็วและเสมอภาคของประชาชน

๓. การกระจายอำนาจความรับผิดชอบ เพิ่มบทบาทการปกครองขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และส่งเสริมบทบาทของเอกชนและชุมชนในการให้บริการสาธารณะ โดยเร่งพัฒนาองค์กรและบุคลากรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้มีศักยภาพ และมีความรับผิดชอบมากขึ้นทั้งในการบริหาร การใช้จ่ายงบประมาณ เพื่อให้สามารถบริหารจัดการตนเองตามหลักธรรมาภิบาลได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งส่งเสริมบทบาทของเอกชนและชุมชนท้องถิ่นและภาคอื่น ๆ ในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาพื้นที่ รวมถึงการจัดให้มีบริการสาธารณะต่าง ๆ ให้ตรงกับความต้องการของประชาชนเพื่อนำไปสู่การยกระดับมาตรฐานการให้บริการของรัฐให้เทียบเท่ากับมาตรฐานสากลและสนับสนุนการพัฒนายุทธศาสตร์เชิงพื้นที่

จากนโยบายรัฐบาลข้างต้นจะพบว่ามีความสอดคล้องกันกับการกำหนดกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการในแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (ฉบับปรับปรุง) พ.ศ. ๒๕๖๓-๒๕๖๕ ซึ่งเป็นกลไกที่สำคัญอีกกลไกหนึ่งในการสนับสนุนให้นโยบายรัฐบาลเกิดผลสัมฤทธิ์เป็นรูปธรรมโดยเร่งด่วน โดยเฉพาะประเด็นด้านการส่งเสริมการค้าในรูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มโอกาสให้ผู้ประกอบการรายย่อยทั้งในภาคการผลิตและบริการในการเข้าถึงตลาด และการปฏิรูปการบริหารจัดการภาครัฐ และกระบวนการยุติธรรม โดยนำเรื่องของการมีส่วนร่วมจากภาคส่วนต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาคประชาชนเพื่อยึดประชาชนเป็นศูนย์กลางในการบริหารจัดการแสดงให้เห็นถึงความโปร่งใส และคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดที่จะเกิดต่อประชาชน การพัฒนาโลกทางกฎหมายจะช่วยให้การคุ้มครองผู้บริโภคสามารถดำเนินการได้อย่างครอบคลุม สภาพปัญหาของกฎหมายที่ล้าสมัยก็ควรได้รับการปรับแก้ไขให้สอดคล้องกับสภาพบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงการกำหนดโทษสำหรับผู้ประกอบการที่เอาเปรียบผู้บริโภคก็เป็นอีกหนึ่งประเด็นสำคัญที่หน่วยงานภาครัฐจะต้องเร่งดำเนินการให้ครอบคลุมและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

หน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทยและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

หน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่และอำนาจในการบังคับใช้กฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทยมีอยู่หลายหน่วยงานซึ่งแต่ละหน่วยงานมีภารกิจและหน้าที่ในการคุ้มครองและให้ความช่วยเหลือผู้บริโภคแตกต่างกันออกไปตามกฎหมายระดับพระราชบัญญัติและกฎหมายลำดับรอง การศึกษาครั้งนี้ได้พิจารณาคัดเลือกหน่วยงานที่มีสถิติการรับเรื่องร้องเรียน การแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภคเป็นลำดับต้น และ/หรือหน่วยงานที่มีความเกี่ยวข้องกับผู้บริโภคในด้านอื่นๆ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นส่วนราชการระดับกรม สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี มีหน้าที่และอำนาจเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค โดยการรับเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคที่ได้รับ ความเดือดร้อนหรือเสียหายอันเนื่องมาจากการกระทำของผู้ประกอบธุรกิจ ติดตาม และสอดส่องพฤติกรรม ของผู้ประกอบธุรกิจซึ่งกระทำการใด ๆ อันมีลักษณะเป็นการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค และจัดให้มีการทดสอบ หรือพิสูจน์สินค้าหรือบริการใด ๆ ตามที่เห็นสมควรและจำเป็น เพื่อคุ้มครองผู้บริโภค ส่งเสริมการรวมตัวกัน ของผู้บริโภคในการจัดตั้งองค์กรของผู้บริโภค แจ้งหรือโฆษณาข่าวสารที่อาจกระทบต่อสิทธิของผู้บริโภค หรือ อาจก่อความเสียหายแก่สิทธิของผู้บริโภค ประสานงานกับส่วนราชการหรือหน่วยงานอื่น ๆ ในการคุ้มครองผู้บริโภค ให้ได้รับความปลอดภัยและเป็นธรรมจากการซื้อสินค้าหรือบริการ รวมทั้งการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา ด้านฉลากสินค้า ด้านสัญญา ด้านความปลอดภัยของสินค้าหรือบริการ และด้านการดำเนินคดีละเมิดสิทธิผู้บริโภค

กฎหมายหลักที่บังคับใช้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วย พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ แก้ไขล่าสุด (ฉบับที่ ๔) พ.ศ. ๒๕๖๒ พระราชบัญญัติความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจาก สินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ. ๒๕๕๑ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. ๒๕๔๕ แก้ไขล่าสุด (ฉบับที่ ๓) พ.ศ. ๒๕๖๐ และพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๑ แก้ไขล่าสุด (ฉบับที่ ๓) พ.ศ. ๒๕๕๘

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เป็นส่วนราชการระดับกรม สังกัดกระทรวงสาธารณสุข มีอำนาจและหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในการปกป้องและคุ้มครองสุขภาพของประชาชน จากการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ โดยผลิตภัณฑ์สุขภาพเหล่านั้นต้องมีคุณภาพและปลอดภัย ส่งเสริม พฤติกรรมการบริโภคที่ถูกต้องด้วยข้อมูลทางวิชาการที่มีหลักฐานเชื่อถือได้และมีความเหมาะสม เพื่อให้ ประชาชนได้บริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ปลอดภัยและสมประโยชน์ ตลอดจนเฝ้าระวัง กำกับ และตรวจสอบ คุณภาพมาตรฐานของผลิตภัณฑ์สุขภาพ สถานประกอบการ และการโฆษณา รวมทั้งผลอันไม่พึงประสงค์ ของผลิตภัณฑ์สุขภาพ การพัฒนาระบบความปลอดภัยด้านสารเคมีของประเทศ และเป็นแกนกลางร่วม ดำเนินการกับองค์กรระหว่างประเทศด้านสารเคมี ติดตามหรือเฝ้าระวังข้อมูลข่าวสารด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ภายในประเทศและภายนอกประเทศ

กฎหมายหลักที่บังคับใช้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วย พระราชบัญญัติยา พ.ศ. ๒๕๑๐ พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. ๒๕๒๒ พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. ๒๕๓๕ แก้ไขล่าสุด พ.ศ. ๒๕๕๘ พระราชบัญญัติวัตถุอันตราย พ.ศ. ๒๕๓๕ พระราชบัญญัติเครื่องมือแพทย์ พ.ศ. ๒๕๕๑ แก้ไขเพิ่มเติม โดยพระราชบัญญัติเครื่องมือแพทย์ (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๖๒ และพระราชบัญญัติคณะกรรมการอาหาร แห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๑ เป็นต้น

กรมการค้าภายใน

กรมการค้าภายในเป็นส่วนราชการระดับกรม สังกัดกระทรวงพาณิชย์ มีการดำเนินการแก้ไขปัญหา ที่เกิดแก่ผู้บริโภคในเรื่องของราคาสินค้า ปริมาณ มีการจัดตั้งศูนย์รับเรื่องร้องเรียนราคาสินค้าและบริการ เพื่อให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่ประชาชน โดยรับเรื่องร้องเรียนจากประชาชนที่มีปัญหาถูกเอาเปรียบ

หรือได้รับความเดือดร้อนเกี่ยวกับการซื้อขายราคาสูงเกินสมควร ไม่ปิดป้ายแสดงราคา ปริมาณขาด เครื่องชั่งไม่เที่ยงตรง และไม่เป็นธรรมทางการค้า ให้คำปรึกษาและแนะนำในเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง จากนั้นจะทำการตรวจสอบข้อเท็จจริงและดำเนินการแก้ไขปัญหาตามข้อร้องเรียน ถ้ามีการกระทำความผิดจริงจะดำเนินการตามกฎหมาย พร้อมแจ้งผลให้ผู้ร้องทราบ และแจ้งข้อมูลข่าวสารเตือนภัยผู้บริโภคในกรณีที่มีปัญหาเกิดขึ้น

กฎหมายหลักที่บังคับใช้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วย พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. ๒๕๔๒ พระราชบัญญัติมาตรการขังตวงวัด พ.ศ. ๒๕๔๒ แก้ไขล่าสุด (ฉบับที่ ๓) พ.ศ. ๒๕๕๗ พระราชบัญญัติควบคุมโภคภัณฑ์ พ.ศ. ๒๕๔๕ และพระราชบัญญัติคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น พ.ศ. ๒๕๕๘

สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย

สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) เป็นหน่วยงานของรัฐ มีจุดมุ่งหมายที่จะทำให้ประชาชนมีความรู้ ความสามารถ และสร้างความเชื่อมั่นในการใช้ระบบประกันภัย เพื่อประโยชน์ในการบริหารความเสี่ยง โดยมีหน้าที่หลักประกอบด้วย (๑) กำกับและพัฒนาธุรกิจประกันภัย ให้มีความเข้มแข็งมั่นคง (๒) ส่งเสริมสนับสนุนให้ธุรกิจประกันภัยมีบทบาทในการสร้างความแข็งแกร่งให้แก่ระบบเศรษฐกิจและสังคม และ (๓) ดูแลและคุ้มครองสิทธิประโยชน์ของประชาชนทางด้านประกันภัย โดยมีบทบาทหน้าที่ที่สำคัญเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในการส่งเสริมและให้ความรู้เชิงรุกต่อสาธารณชน การเพิ่มสภาพคล่องของตลาดและเสริมสร้างความน่าเชื่อถือและเสถียรภาพให้ระบบประกันภัยของประเทศ พัฒนาระบบการกำกับและตรวจสอบด้านเสถียรภาพ พฤติกรรมการปฏิบัติ และการคุ้มครองสิทธิประโยชน์ประชาชนด้านการประกันภัย พัฒนาศักยภาพด้านเทคโนโลยีและฐานข้อมูลที่นำไปสู่การยกระดับความรู้ด้านการประกันภัยของประเทศให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกภาคส่วน

กฎหมายหลักที่บังคับใช้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วย พระราชบัญญัติประกันชีวิต พ.ศ. ๒๕๓๕ แก้ไขล่าสุด (ฉบับที่ ๔) พ.ศ. ๒๕๖๒ พระราชบัญญัติประกันวินาศภัย พ.ศ. ๒๕๓๕ แก้ไขล่าสุด (ฉบับที่ ๔) พ.ศ. ๒๕๖๒

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ เป็นหน่วยงานของรัฐ มีหน้าที่และอำนาจในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์เกี่ยวกับธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ จัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านมาตรฐานที่สอดคล้องกับนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการดำเนินการด้านธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์และพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อรองรับการพัฒนาประเทศในด้านต่าง ๆ ทั้งทางการเงิน การค้า การลงทุน และการนำเข้าส่งออก รวมทั้งการให้บริการประชาชนของภาครัฐให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์เกี่ยวกับธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ฯลฯ

กฎหมายหลักที่บังคับใช้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วย พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. ๒๕๔๔ แก้ไขล่าสุด (ฉบับที่ ๔) พ.ศ. ๒๕๖๒ และพระราชบัญญัติสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. ๒๕๖๒

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) เป็นหน่วยงานของรัฐ ที่มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค คือ สำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ทำหน้าที่คุ้มครองประชาชนผู้บริโภคสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ ในเรื่องของการถูกละเมิด ละเลยในสิทธิและเสรีภาพ และการถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบกิจการวิทยุ-โทรทัศน์ และสำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม มีหน้าที่รับผิดชอบการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดมาตรการคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของประชาชนมิให้ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบการ มาตรการส่งเสริมสิทธิเสรีภาพและความเสมอภาคของประชาชนในการเข้าถึงการใช้ประโยชน์คลื่นความถี่และบริการในกิจการโทรคมนาคม กำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และดำเนินการเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค กระบวนการรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียน ยุติข้อขัดแย้งระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภค

กฎหมายหลักที่บังคับใช้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วย พระราชบัญญัติการประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. ๒๕๔๔ พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ พ.ศ. ๒๕๕๑ พระราชบัญญัติวิทยุคมนาคม พ.ศ. ๒๔๙๘ แก้ไขล่าสุด (ฉบับที่ ๓) พ.ศ. ๒๕๓๕ พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. ๒๕๕๓ แก้ไขล่าสุด (ฉบับที่ ๔) พ.ศ. ๒๕๖๔

ธนาคารแห่งประเทศไทย

ธนาคารแห่งประเทศไทยเป็นหน่วยงานของรัฐ มีหน่วยงานในสังกัดที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค คือ ศูนย์คุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงิน (ศคง.) จัดตั้งขึ้นเพื่อคุ้มครองสิทธิและส่งเสริมความรู้ให้แก่ผู้ใช้บริการทางการเงิน มีหน้าที่หลัก ๓ ประการ ได้แก่ (๑) ตอบข้อซักถามและรับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการใช้บริการทางการเงินกับสถาบันการเงินหรือผู้ให้บริการทางการเงินที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของธนาคารแห่งประเทศไทย รวมทั้งบริการทางการเงินอื่นที่ธนาคารแห่งประเทศไทยดูแล ได้แก่ ธนบัตร พันธบัตร และกฎระเบียบธุรกรรมเงินตราต่างประเทศ (๒) ส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับบริการทางการเงินเพื่อให้ประชาชนเข้าใจถึงสิทธิและหน้าที่ของตนเอง รู้จักวางแผนการเงิน รู้เท่าทันเล่ห์เหลี่ยม กลโกง และสามารถตัดสินใจเลือกใช้บริการทางการเงินได้อย่างเหมาะสม โดยดำเนินการผ่านสื่อความรู้และการจัดกิจกรรมต่างๆ และ (๓) ส่งเสริมบทบาทหน้าที่ของธนาคารแห่งประเทศไทยในการกำกับดูแลให้สถาบันการเงินให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม โดยการส่งผ่านข้อมูลปัญหา ข้อร้องเรียน และข้อเสนอแนะไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นข้อมูลประกอบการกำหนดนโยบายตรวจสอบและกำกับดูแลสถาบันการเงินให้ดำเนินการอย่างถูกต้อง เป็นธรรม และคำนึงสิทธิของผู้ใช้บริการทางการเงิน โดยมีขอบเขตในการให้คำปรึกษาและรับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับบริการทางการเงินของสถาบันการเงินหรือบริษัทที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) เช่น บริการด้านสินเชื่อ เงินฝาก/ตัวเงิน โดยทำหน้าที่ประสานงานระหว่างผู้ร้องเรียนและสถาบันการเงินหรือบริษัทที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของธนาคารแห่งประเทศไทยในการแก้ไขปัญหา ตลอดจนติดตาม

เรื่องร้องเรียน นอกจากนี้ยังทำงานร่วมกับองค์กรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อให้การดำเนินงานมีความสอดคล้องเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และเกิดประโยชน์กับประชาชนอย่างทั่วถึง

กฎหมายหลักที่บังคับใช้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วย พระราชบัญญัติดอกเบี้ยเงินกู้ยืมของสถาบันการเงิน พ.ศ. ๒๕๒๓ แก้ไขล่าสุด (ฉบับที่ ๓) พ.ศ. ๒๕๓๕ พระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจข้อมูลเครดิต พ.ศ. ๒๕๔๕ แก้ไขล่าสุด (ฉบับที่ ๕) พ.ศ. ๒๕๕๙ พระราชบัญญัติระบบการชำระเงิน พ.ศ. ๒๕๖๐ และพระราชบัญญัติธุรกิจสถาบันการเงิน พ.ศ. ๒๕๕๑ แก้ไขล่าสุด (ฉบับที่ ๓) พ.ศ. ๒๕๖๑ เป็นต้น

กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค

กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค (บก.ปคบ.) กำหนดโครงสร้างออกเป็น ๔ กองกำกับ การ ซึ่งมีอำนาจในด้านการสืบสวนสอบสวน ปราบปราม จับกุมผู้กระทำความผิดทั่วราชอาณาจักรตามลักษณะงานเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วย กองกำกับ การ ๑ มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับการรักษาความสงบเรียบร้อย ป้องกัน และปราบปรามอาชญากรรมที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร กองกำกับ การ ๒ มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับการรักษาความสงบเรียบร้อย ป้องกัน และปราบปรามอาชญากรรมที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค สืบสวน สอบสวน และปฏิบัติงานตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค และความผิดอื่น ๆ ที่เกี่ยวเนื่องทั่วประเทศ (ยกเว้นกรุงเทพมหานคร) กองกำกับ การ ๓ มีอำนาจหน้าที่ในการรักษาความสงบเรียบร้อย ป้องกัน และปราบปรามอาชญากรรมที่เกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สืบสวน สอบสวน ปฏิบัติงานตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา ธรรมนูญป้องกันและปราบปรามผู้ที่กระทำความผิดในการประกอบการผลิต นำเข้า จำหน่ายสินค้าที่ไม่มีมาตรฐานทำให้เกิดอันตรายแก่ร่างกายและชีวิตของผู้บริโภค โดยเฉพาะเด็กและเยาวชนทั่วไป เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า แบตเตอรี่โทรศัพท์ ตุ๊กตาของเด็กเล่น หุ่นยนต์ รถบังคับวิทยุ ซึ่งของเล่นก็ไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมอาจทำให้เกิดอันตรายกับเด็กและเยาวชนทั่วไปได้ กองกำกับ การ ๔ มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับการรักษาความสงบเรียบร้อย ป้องกัน และปราบปรามอาชญากรรมที่เกี่ยวกับอาหารและยา สืบสวน สอบสวน ปฏิบัติตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา และตามกฎหมายอื่นที่เกี่ยวกับอาหารและยา และความผิดอื่นที่เกี่ยวเนื่องในเขตพื้นที่รับผิดชอบ

รูปแบบการคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทยและต่างประเทศ

หน่วยงานภาครัฐในหลายประเทศทั่วโลกให้ความสำคัญกับการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นยุทธศาสตร์หลักของประเทศ เนื่องจากเป็นพื้นฐานการดำรงชีวิตของประชาชน และมีผลกระทบเป็นวงกว้างต่อการผลักดันและส่งเสริมภาคธุรกิจเอกชนในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจและสังคมทั้งในระดับจุลภาคและมหภาค การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้ทำการสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทยและต่างประเทศเพื่อแสดงให้เห็นถึงความสอดคล้องและความแตกต่างของรูปแบบการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์และพัฒนารูปแบบที่เหมาะสมสำหรับการศึกษา โดยมีรายละเอียด ดังนี้

การคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย

ประเทศที่พัฒนาแล้วหรือกำลังพัฒนาได้ให้ความสำคัญกับประชาชนซึ่งเป็นพลเมืองของประเทศ และเป็นทรัพยากรบุคคลที่เป็นกำลังสำคัญในการดำรงอยู่และขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ ประชาชนจึงมีค่าควรแก่การทวงแทนและปกป้องคุ้มครองซึ่งเป็นมิติหนึ่งที่สำคัญมากเนื่องจากมีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกับการดำรงชีวิตอย่างปกติสุขก็คือ การคุ้มครองประชาชนให้ได้รับความปลอดภัยและเป็นธรรมจากการบริโภคสินค้าหรือบริการต่างๆ โดยประกาศใช้กฎหมายควบคุม ดูแลการผลิต การจำหน่ายสินค้าหรือการให้บริการตามสถานการณ์ในแต่ละยุคสมัยให้อยู่ในกรอบอันพึงประสงค์ กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ออกกฎหมายควบคุมดูแลการผลิต การจำหน่ายสินค้าอุปโภค บริโภค หรือการให้บริการ และมาตรการต่างๆ รวมทั้งการตั้งหน่วยงานขึ้นมารับผิดชอบดูแลการคุ้มครองประชาชนผู้บริโภคเป็นการเฉพาะเพื่อให้ประชาชนผู้บริโภคได้รับความปลอดภัยและเป็นธรรม

ประเทศไทยได้ประกาศใช้กฎหมายเพื่อควบคุมดูแลการผลิต การจำหน่ายสินค้าอุปโภค บริโภค หรือการให้บริการเพื่อให้ประชาชนได้รับความปลอดภัยและเป็นธรรมตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๔๖๖ ตามสถานการณ์ที่จำเป็นเรื่อยมาเป็นลำดับ อาทิ พระราชบัญญัติมาตราชั่งตวงวัด พ.ศ. ๒๔๖๖ พระราชบัญญัติทางน้ำนม พ.ศ. ๒๔๗๐ พระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. ๒๔๗๘ พระราชบัญญัติการขายยา พ.ศ. ๒๔๙๓ พระราชบัญญัติควบคุมคุณภาพอาหาร พ.ศ. ๒๕๐๗ พระราชบัญญัติหอพัก พ.ศ. ๒๕๐๗ เป็นต้น ในยุคสมัยที่อุตสาหกรรมมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องก็มีการประกาศใช้กฎหมายควบคุมการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมให้มีมาตรฐานความปลอดภัยเพื่อให้ผู้บริโภคได้กินได้ใช้อย่างปลอดภัยและคุ้มค่า เช่น พระราชบัญญัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ. ๒๕๑๑ และในปี พ.ศ. ๒๕๑๔ สภาสตรีแห่งชาติในพระบรมราชินูปถัมภ์ได้จัดตั้งกลุ่มงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคขึ้นมาดำเนินกิจกรรมเผยแพร่ความรู้ด้านบริโภคศึกษาให้ประชาชนผู้บริโภครู้จักพิจารณาเลือกซื้อสินค้าหรือบริการที่มีความปลอดภัยในราคาที่เป็นธรรม เมื่อดำเนินกิจกรรมด้านการคุ้มครองผู้บริโภคได้ระยะหนึ่งแล้ว สภาสตรีแห่งชาติในพระบรมราชินูปถัมภ์ได้สมัครเป็นสมาชิกขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภคสากล หลังจากนั้นก็ได้เสนอแนวความคิดด้านการคุ้มครองผู้บริโภคต่อรัฐบาล ต่อมาในปี พ.ศ. ๒๕๒๑ ประชาชนกลุ่มหนึ่งได้ร่วมกันก่อตั้งสมาคมพิทักษ์ประโยชน์ผู้บริโภคขึ้นเป็นองค์กรพัฒนาเอกชนที่ไม่แสวงหาผลกำไร มีวัตถุประสงค์ในการเผยแพร่ความรู้ ดูแลคุ้มครองผู้บริโภคเป็นสมาคมด้านการคุ้มครองแห่งแรกของประเทศไทย

การคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทยเริ่มเป็นรูปธรรมชัดเจนยิ่งขึ้นหลังจากที่มีการตรากฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ เป็นต้นมา โดยบัญญัติสิทธิผู้บริโภคให้ได้รับความคุ้มครอง กำหนดให้มีองค์กรของรัฐในการให้ความคุ้มครองแก่ผู้บริโภค ได้แก่ คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ทำหน้าที่พิจารณาเรื่องร้องทุกข์จากผู้บริโภคและดำเนินคดีแทนผู้บริโภคที่ได้รับความเดือดร้อนจากการกระทำของผู้ประกอบธุรกิจ และคณะกรรมการเฉพาะเรื่องเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคเสริมกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคฉบับต่างๆ ที่ใช้อยู่แล้ว เช่น คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา ดูแลไม่ให้ใช้ข้อความโฆษณาที่ไม่เป็นธรรม เป็นเท็จ เกินจริง ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดหรือเกิดความแตกแยก คณะกรรมการว่าด้วยฉลาก ดูแลให้มีการเปิดเผยคุณสมบัติและลักษณะของสินค้าในฉลาก เช่น ชื่อและเครื่องหมายการค้าของผู้ผลิต ราคา ปริมาณ และวิธีใช้ และคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา กำหนดให้มีสัญญามาตรฐานเพื่อความเป็นธรรมต่อผู้บริโภค เช่น สัญญาบัตร

เครดิต สัญญาเช่าซื้อ รวมทั้งมีการจัดตั้งสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ขึ้น เพื่อปฏิบัติงานตามนโยบายของรัฐและคำสั่งของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค รวมถึงคุ้มครองผู้บริโภคที่ถูกละเมิดสิทธิ

ปัจจุบันสภาพการค้าและระบบเศรษฐกิจที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ประกอบกับมีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการผลิตสินค้าและบริการมากขึ้น แต่ในขณะเดียวกันผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังขาดความรู้เรื่องคุณภาพของสินค้าและบริการ อีกทั้งยังขาดอำนาจต่อรองในการเข้าทำสัญญาเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ทำให้ผู้บริโภคถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบธุรกิจอยู่เสมอ ด้วยเหตุนี้รัฐจึงได้ตระหนักถึงการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค และรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช ๒๕๔๐ นับเป็นรัฐธรรมนูญฉบับแรกที่ได้มีบทบัญญัติเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคไว้โดยบัญญัติไว้ในมาตรา ๕๗ “สิทธิของบุคคลซึ่งเป็นผู้บริโภคย่อมได้รับความคุ้มครอง ทั้งนี้ตามที่กฎหมายบัญญัติ” แม้รัฐธรรมนูญฉบับดังกล่าวจะถูกยกเลิกไปแต่รัฐยังคงให้ความสำคัญกับการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งจะเห็นได้จากรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช ๒๕๕๐ ยังคงมีบทบัญญัติเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค โดยได้บัญญัติไว้ใน มาตรา ๖๑ “สิทธิของบุคคลซึ่งเป็นผู้บริโภคย่อมได้รับความคุ้มครองในการได้รับข้อมูลที่แท้จริงและมีสิทธิร้องเรียนเพื่อให้ได้รับการแก้ไขเยียวยาความเสียหาย รวมทั้งมีสิทธิรวมตัวกันเพื่อพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค”

ประเทศไทยโดยสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) เป็นหน่วยงานกลางด้านการคุ้มครองผู้บริโภคซึ่งปฏิบัติภารกิจครอบคลุมทุกด้านทั้งการเผยแพร่ให้ความรู้ข้อมูลข่าวสาร คำแนะนำ คำเตือน ให้คำปรึกษา เจรจาไกลเกลี่ย การทดสอบพิสูจน์สินค้า ตรวจสอบ บังคับใช้กฎหมาย และการฟ้องคดีแทนผู้บริโภค รวมทั้งยังดูแลงานด้านนโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคอีกด้วย โดยกฎหมายที่บัญญัติถึงสิทธิของผู้บริโภคและยังคงมีผลบังคับใช้อยู่ คือ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ กำหนดสิทธิของผู้บริโภคที่จะได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย ๕ ประการ คือ (๑) สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ หมายถึง สิทธิที่จะได้รับข่าวสารจากการโฆษณา หรือการแสดงฉลากที่เป็นจริงจากผู้ประกอบธุรกิจ รวมถึงสิทธิที่จะได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่เพียงพอที่ไม่ทำให้เกิดความเข้าใจผิดในการซื้อสินค้าหรือบริการ (๒) สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ หมายถึง การที่ผู้บริโภคสามารถที่จะเลือกซื้อสินค้าหรือบริการด้วยความสมัครใจ มีอิสระในการตัดสินใจโดยปราศจากการชักจูงใจอันไม่เป็นธรรมทั้งปวง (๓) สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ หมายถึง การที่ผู้บริโภคใช้สินค้าหรือบริการใดก็ตาม สินค้าหรือบริการนั้นต้องมีสภาพและคุณภาพที่ได้มาตรฐานเหมาะสมแก่การใช้ ไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อชีวิต ร่างกาย หรือทรัพย์สินในกรณีใช้ตามคำแนะนำหรือระมัดระวังตามสภาพของสินค้าหรือบริการนั้นแล้ว (๔) สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา หมายถึง สิทธิที่จะได้รับข้อสัญญาโดยไม่ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบธุรกิจ และ (๕) สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย หมายถึง กรณีที่ผู้บริโภคถูกผู้ประกอบธุรกิจละเมิดสิทธิก่อให้เกิดความเสียหาย ผู้บริโภคมีสิทธิในการเรียกร้องให้ผู้ประกอบธุรกิจชดเชยค่าเสียหายที่เกิดขึ้นจากการกระทำนั้น

นอกจากพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ ซึ่งเป็นกฎหมายกลางในการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคในประเทศไทยแล้ว ยังมีกฎหมายในระดับพระราชบัญญัติที่มีบทบัญญัติในการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นการเฉพาะด้านอีกจำนวนหลายฉบับ เช่น กฎหมายว่าด้วยอาหาร กฎหมายว่าด้วยยา กฎหมายว่าด้วย

เครื่องสำอาง กฎหมายว่าด้วยราคาสินค้าหรือบริการ กฎหมายว่าด้วยสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ เป็นต้น โดยในส่วนของภาคประชาชนมีการรวมตัวกันเป็นเครือข่ายการคุ้มครองผู้บริโภคหลายองค์กรทั้งที่อยู่ในรูปแบบการดำเนินงานของสมาคม มูลนิธิ หรือกลุ่มทำงาน ต่อมาได้มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๖๒ ซึ่งสภาองค์กรของผู้บริโภคที่จัดตั้งขึ้นใหม่นี้จะทำงานควบคู่ไปกับองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคอื่น ๆ ทั้งการให้คำปรึกษา การฟ้องคดี และช่วยเหลือทางคดีแก่ผู้บริโภค การให้ข้อมูล ข่าวสาร และการเสนอนโยบาย สามารถสรุปรายละเอียดการดำเนินงานเปรียบเทียบได้ ดังตารางที่ ๒-๑

ตารางที่ ๒-๑ เปรียบเทียบการดำเนินงานของ สคบ. (ในฐานะหน่วยงานกลางด้านการคุ้มครองผู้บริโภค) กับ สภาองค์กรของผู้บริโภค

องค์กร	สถานะ	ให้คำปรึกษา	เจรจาไกล่เกลี่ย	บังคับใช้กฎหมาย	ฟ้องคดี	ให้ข้อมูล	ทดสอบสินค้า	เสนอนโยบาย
สคบ.	รัฐ	•	•	•	•	•	•	•
สภาองค์กรของผู้บริโภค	องค์กรอิสระ	•	-	-	•	•	•	•

ที่มา : ศิระณัฐ วิทยธรรมชัช. (๒๕๖๔)

จากตารางที่ ๒-๑ จะพบว่า สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ในฐานะหน่วยงานกลางด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และเป็นหน่วยงานของรัฐที่มีบทบาทในการแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภคอย่างครอบคลุมทั้งระบบตั้งแต่ให้คำปรึกษาไปจนถึงการฟ้องคดีแทนผู้บริโภค ซึ่งสภาองค์กรของผู้บริโภคที่จัดตั้งขึ้นใหม่ตามพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๖๒ ก็เป็นอีกองค์กรหนึ่งที่มีบทบาทในลักษณะขององค์กรภาคประชาชนในการให้คำปรึกษา ให้ข้อมูลต่าง ๆ ทดสอบสินค้า การนำเสนอแนะนโยบาย และรวมไปถึงการฟ้องคดีแทนผู้บริโภค ซึ่งหากมีการประสานความร่วมมือกันในเชิงนโยบายและการปฏิบัติงานตามหน้าที่และอำนาจของแต่ละหน่วยงานก็จะส่งผลให้การคุ้มครองผู้บริโภคมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

องค์กรคุ้มครองผู้บริโภคในสหรัฐอเมริกา

สหรัฐอเมริกาเป็นประเทศแรก ๆ ที่มีแนวคิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค และมีแนวทางเศรษฐกิจแบบเสรีนิยม เชื่อในกลไกตลาด ผู้ประกอบธุรกิจรายใหม่สามารถเข้าสู่ตลาดได้รวดเร็ว แนวทางการคุ้มครองผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกาจึงเป็นการควบคุมเฉพาะเท่าที่จำเป็น ให้ความสำคัญกับการให้ข้อมูลเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจได้ดีที่สุด และหากเกิดข้อพิพาทก็จะส่งเสริมให้ผู้บริโภคใช้สิทธิทางศาลเพื่อฟ้องบังคับให้ผู้ประกอบธุรกิจชดเชยค่าเสียหาย (Information-Litigation) ในระดับสหพันธรัฐสหรัฐอเมริกามี Federal Trade Commission เป็นองค์กรหลักในการกำกับดูแลการแข่งขันทางการค้าและการคุ้มครองผู้บริโภคและทำงานร่วมกับองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคในเรื่องเฉพาะ เช่น United States Food and Drug Administration ดูแลความปลอดภัยของอาหาร ยา ผลิตภัณฑ์สุขภาพ และ United States Consumer Product Safety Commission ซึ่งดูแลความปลอดภัยของสินค้า โดยในแต่ละมลรัฐจะมีกฎหมายภายในเป็นของตัวเองและมีความแตกต่างกันออกไป แต่ละมลรัฐจะมีสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค (Consumer Protection Office) ซึ่งอาจแบ่งย่อยไปตามเขต (Country) แคว้น (Region) เมือง (City) หรือในระดับรัฐ (State) สำนักงาน

คุ้มครองผู้บริโภคมีหน้าที่รับเรื่องร้องเรียน โกล่เกลี่ย สอบสวน และฟ้องคดีผู้ละเมิดกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค นอกจากนี้แต่ละมลรัฐยังมีหน่วยงานดูแลเฉพาะเรื่องซึ่งจะเรียกชื่อแตกต่างกันไป เช่น องค์กรกำกับดูแลกิจการธนาคาร (Banking authority) องค์กรกำกับดูแลกิจการประกันภัย (Insurance Regulator) องค์กรกำกับดูแลตลาดหลักทรัพย์ (Securities Administrator) และคณะกรรมการกำกับดูแลสาธารณูปโภค (Utility Commission) เป็นต้น ซึ่งในสหรัฐอเมริกามีองค์กรผู้บริโภคอยู่หลายแห่ง หนึ่งในนั้นคือ Consumer Reports หรือชื่อเดิม Consumers Union มีภารกิจรณรงค์ในประเด็นผู้บริโภค การทดสอบสินค้า การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านระบบสมาชิก ดังแสดงรายละเอียดได้ดังตารางที่ ๒-๒

ตารางที่ ๒-๒ เปรียบเทียบรูปแบบขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภคในสหรัฐอเมริกา

องค์กร	สถานะ	ให้คำปรึกษา	เจรจา ไกล่เกลี่ย	บังคับ ใช้กฎหมาย	ฟ้องคดี	ให้ข้อมูล	ทดสอบสินค้า	เสนอนโยบาย
Consumer Protection Office	รัฐ	•	•	•	•	-	-	-
FTC	องค์กรอิสระ	-	-	•	•	-	-	-
Consumer Reports	เอกชนไม่แสวงผลกำไร	-	-	-	-	•	•	•

ที่มา : ศิระณัฐ วิทยธรรมธัช. (๒๕๖๔)

จากตารางที่ ๒-๒ จะพบว่าในสหรัฐอเมริกามีองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคจะมีบทบาทที่แยกจากกันค่อนข้างชัดเจน หน่วยงานภาครัฐระดับสหพันธรัฐอย่าง FTC มีภารกิจด้านการสอบสวน บังคับใช้กฎหมาย และปราบปรามผู้กระทำผิดในภาพใหญ่ ส่วนหน่วยงานในระดับมลรัฐซึ่งดำเนินการภายใต้กฎหมายภายในของแต่ละมลรัฐจะกำกับดูแลสินค้าและบริการต่าง ๆ สามารถให้คำปรึกษา และไกล่เกลี่ยข้อพิพาทได้

องค์กรคุ้มครองผู้บริโภคในสหราชอาณาจักร

สหราชอาณาจักรมี Competition & Market Authority (CMA) เป็นหน่วยงานอิสระกำกับดูแลการแข่งขันทางการค้าและการคุ้มครองผู้บริโภค และมีองค์กรอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค (UK Consumer Association : Which?) เป็นองค์กรผู้บริโภคภาคเอกชนที่ไม่แสวงหากำไรที่ทำงานให้ข้อมูลให้คำปรึกษาแก่ผู้บริโภค และทดสอบสินค้า ดังแสดงรายละเอียดได้ดังตารางที่ ๒-๓

ตารางที่ ๒-๓ เปรียบเทียบรูปแบบขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภคในสหราชอาณาจักร

องค์กร	สถานะ	ให้คำปรึกษา	เจรจา ไกล่เกลี่ย	บังคับ ใช้กฎหมาย	ฟ้องคดี	ให้ข้อมูล	ทดสอบสินค้า	เสนอนโยบาย
CMA	องค์กรอิสระ	-	-	•	•	-	-	-
Which?	เอกชนไม่แสวงผลกำไร	•	-	-	-	•	•	•

ที่มา : ศิระณัฐ วิทยธรรมธัช. (๒๕๖๔)

จากตารางที่ ๒-๓ จะพบว่าในสหราชอาณาจักรซึ่งเป็นประเทศที่มีลักษณะของการใช้ระบบกฎหมายจารีตประเพณี องค์กรด้านการคุ้มครองผู้บริโภคจึงมีลักษณะเป็นองค์กรอิสระซึ่งรวมภารกิจการกำกับดูแลการแข่งขันทางการค้าและการคุ้มครองผู้บริโภคไว้ในองค์กรเดียวกันมีภารกิจการสอบสวนบังคับใช้กฎหมาย ส่วนองค์กรภาคประชาชนจะทำงานด้านการให้ข้อมูลเป็นหลัก รวมทั้งการให้คำปรึกษาและการทดสอบสินค้า

องค์กรคุ้มครองผู้บริโภคในออสเตรเลีย

เครือรัฐออสเตรเลียมี Australian Competition and Consumer Commission (ACCC) เป็นหน่วยงานอิสระกำกับดูแลการแข่งขันทางการค้าและการคุ้มครองผู้บริโภคทำงานร่วมกับสำนักงานการแข่งขันที่เป็นธรรมของแต่ละรัฐโดยมีองค์กรผู้บริโภคของออสเตรเลีย (Choice) เป็นองค์กรผู้บริโภคทำงานด้านการให้ข้อมูล ให้คำปรึกษาแก่ผู้บริโภค และทดสอบสินค้า ดังแสดงรายละเอียดได้ดังตารางที่ ๒-๔

ตารางที่ ๒-๔ เปรียบเทียบรูปแบบขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภคในออสเตรเลีย

องค์กร	สถานะ	ให้คำปรึกษา	เจรจาไกล่เกลี่ย	บังคับใช้กฎหมาย	ฟ้องคดี	ให้ข้อมูล	ทดสอบสินค้า	เสนอนโยบาย
ACCC	องค์กรอิสระ	•	-	•	•	-	-	-
Choice	เอกชนไม่แสวงผลกำไร	•	-	-	-	•	•	•

ที่มา : ศิระณัฐ วิทยารธรรมธัช. (๒๕๖๔)

จากตารางที่ ๒-๔ รูปแบบขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภคในเครือรัฐออสเตรเลียมีความคล้ายคลึงกับสหราชอาณาจักร กล่าวคือ มีองค์กรของรัฐที่เป็นอิสระ (ACCC) กำกับดูแลทั้งการคุ้มครองผู้บริโภคและการแข่งขันทางการค้า มีภารกิจการสอบสวนบังคับใช้กฎหมายโดย ACCC จะทำงานร่วมกับองค์กรภาคส่วนอื่นทั้งภาคเอกชนและหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภคในแต่ละรัฐ ส่วนองค์กรภาคประชาชน (Choice) จะทำงานด้านการให้ข้อมูล ทั้งให้คำปรึกษาและการทดสอบสินค้า

องค์กรคุ้มครองผู้บริโภคในฝรั่งเศส

หน่วยงานหลักด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในฝรั่งเศส คือ กองการแข่งขันทางการค้า การบริโภค และการปราบปรามการทุจริต (Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes – DGCCRF) เป็นกองงานในสังกัดกระทรวงเศรษฐกิจ มีหน้าที่ตรวจสอบการกระทำ ความผิดต่อผู้บริโภค ตรวจสอบและกระจายข่าวสินค้าไม่ปลอดภัย โดยร่วมมือกับองค์กรเครือข่ายผู้บริโภคในระดับจังหวัด ภารกิจของ DGCCRF จะรวมอยู่ในกองการคุ้มครองประชากรจังหวัด (Direction départementale de la Protection des populations - DDPP) เป็นหน่วยงานส่วนภูมิภาคที่รวมงานด้านการดูแลประชาชนหลายเรื่องไว้ด้วยกัน ฝรั่งเศสมีองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคจำนวนมากกระจายไปตามเขตพื้นที่เพื่อให้เกิดพลังในการเคลื่อนไหวจึงมีการรวมตัวก่อตั้งเป็นสหภาพผู้บริโภค (Union Fédérale des Consommateurs-Que Choisir – UFC Que Choisir) ทำงานในการให้ข้อมูล ให้คำปรึกษา รวมถึงฟ้องคดี

แทนผู้บริโภค ศึกษาประเด็นเกี่ยวกับผู้บริโภค ทดสอบสินค้า เคลื่อนไหวผลิตภัณฑ์ประเด็นที่เกี่ยวกับการบริโภค
 ดังแสดงรายละเอียดได้ดังตารางที่ ๒-๕

ตารางที่ ๒-๕ เปรียบเทียบรูปแบบองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคในฝรั่งเศส

องค์กร	สถานะ	ให้คำปรึกษา	เจรจา ไกล่เกลี่ย	บังคับ ใช้กฎหมาย	ฟ้องคดี	ให้ข้อมูล	ทดสอบสินค้า	เสนอ นโยบาย
DGCCRF	รัฐ	•	-	•	-	•	•	-
UFC Que Choisir	เอกชน ไม่แสวง ผลกำไร	•	-	-	•	•	•	•

ที่มา : ศิระณีรัฐ วิทยธรรมรัช. (๒๕๖๔)

จากตารางที่ ๒-๕ จะพบว่า ภารกิจขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภคในฝรั่งเศสทั้งภาครัฐหรือเอกชนจะมีความทับซ้อนกันพอสมควร เช่น ให้คำปรึกษา ให้ข้อมูล ทดสอบสินค้า ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการทำงานร่วมกันของภาครัฐกับภาคเอกชน นอกจากนี้ลักษณะขององค์กรจะเป็นองค์กรขนาดเล็กที่กระจายไปตามพื้นที่ไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบหน่วยงานรัฐที่มีทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค รวมถึงองค์กรภาคประชาชนที่ทำงานในลักษณะเครือข่าย ความใกล้ชิด เข้าถึงประชาชนจึงมีมากแต่อาจขาดประสิทธิภาพในการบังคับใช้กฎหมาย

องค์กรคุ้มครองผู้บริโภคในเยอรมนี

ประเทศเยอรมนีไม่มีหน่วยงานหลักด้านการคุ้มครองผู้บริโภคแต่มีกระทรวงยุติธรรมและคุ้มครองผู้บริโภคและกองงานด้านนโยบายผู้บริโภค (Directorate-General Consumer Policy) ทำหน้าที่เกี่ยวกับการให้ข้อมูลผู้บริโภค สร้างความตระหนักรู้ ศึกษาวิจัย และบังคับใช้กฎหมาย องค์กรหรือมูลนิธิเอกชนบางแห่งได้รับเงินอุดหนุนจากรัฐบาลกลางหรือรัฐบาลแห่งแคว้น อาจทำภารกิจบังคับใช้กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคได้ เช่น กฎหมายเกี่ยวกับการโฆษณาที่เป็นเท็จหรือการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม องค์กรคุ้มครองผู้บริโภคในเยอรมนีจึงมีลักษณะคล้ายกันกับฝรั่งเศส คือ มีองค์กรจำนวนมากและอาศัยการรวมตัวกันเป็นสหพันธ์ โดยมีองค์กรหลัก คือ Federation of German Consumer Organisations – VZBV ทำงานด้านการให้ข้อมูลให้คำปรึกษาแก่ผู้บริโภค ผลักดันประเด็นผู้บริโภค รวมถึงฟ้องคดีเพื่อประโยชน์ผู้บริโภค ดังแสดงรายละเอียดได้ดังตารางที่ ๒-๖

ตารางที่ ๒-๖ เปรียบเทียบรูปแบบองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคในเยอรมนี

องค์กร	สถานะ	ให้คำปรึกษา	เจรจา ไกล่เกลี่ย	บังคับ ใช้กฎหมาย	ฟ้องคดี	ให้ข้อมูล	ทดสอบสินค้า	เสนอ นโยบาย
Directorate- General Consumer Policy	รัฐ	-	-	•	-	•	-	-

ตารางที่ ๒-๖ (ต่อ)

องค์กร	สถานะ	ให้คำปรึกษา	เจรจาไกล่เกลี่ย	บังคับใช้กฎหมาย	ฟ้องคดี	ให้ข้อมูล	ทดสอบสินค้า	เสนอนโยบาย
VZBV	เอกชน ไม่แสวง ผลกำไร	•	-	-	•	•	-	•

ที่มา : ศิระณีรัฐ วิทยารธรรมธัช. (๒๕๖๔)

จากตารางที่ ๒-๖ จะพบว่า ในเยอรมนีการคุ้มครองผู้บริโภคโดยภาครัฐอาจยังไม่มืองค์กรที่ชัดเจนนัก แต่เยอรมนีเน้นการสร้างความร่วมมือและให้หน่วยงานภาคเอกชนมีบทบาทสำคัญในการคุ้มครองผู้บริโภค สำหรับหน่วยงานภาคเอกชนก็ทำงานในรูปแบบเครือข่ายโดยมีภารกิจทั้งการให้ข้อมูลและให้คำปรึกษาแก่ผู้บริโภค

องค์กรคุ้มครองผู้บริโภคในกลุ่มประเทศสแกนดิเนเวีย

กลุ่มประเทศสแกนดิเนเวียมีการเก็บภาษีในอัตราสูง การคุ้มครองผู้บริโภคถือเป็นสวัสดิการที่รัฐพึงจัดทำให้ องค์กรคุ้มครองผู้บริโภคภาครัฐจึงมีความใกล้ชิดกับประชาชนมาก การศึกษารั้ครั้งนี้ได้ทำการศึกษาดูตัวอย่างประเทศที่มีประสิทธิภาพด้านการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อให้เห็นรูปแบบการคุ้มครองผู้บริโภคในมิติต่างๆ ประกอบด้วย ประเทศสวีเดน และประเทศนอร์เวย์ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๑. องค์กรคุ้มครองผู้บริโภคในสวีเดน

ประเทศสวีเดนมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค คือ Swedish Consumer Agency (Konsumentverket) ทำหน้าที่ให้ข้อมูล ให้คำปรึกษาแก่ผู้บริโภค ดำเนินการสอบสวนการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม ทดสอบพิสูจน์สินค้า รวมถึงทำการวิจัย ผู้บังคับบัญชาสูงสุดของ Swedish Consumer Agency คือ ผู้ตรวจการผู้บริโภค Consumer Ombudsman (Konsumentombudsman หรือ KO) ทำหน้าที่เสมือนเป็นตัวแทนผู้บริโภคโดยมีอำนาจวินิจฉัยสั่งการให้ผู้ประกอบธุรกิจที่กระทำผิดหยุดการกระทำหรือให้ข้อมูล ฟ้องคดีผู้ประกอบธุรกิจ รวมถึงช่วยเหลือผู้บริโภคหรือองค์กรผู้บริโภคในการฟ้องหรือต่อสู้คดีในส่วนขององค์กรผู้บริโภค Swedish Consumers' Association เป็นสหพันธ์ที่รวบรวมเครือข่ายผู้บริโภคไว้ โดยมีภารกิจการให้ข้อมูลข่าวสาร ผลักดันนโยบาย และให้ความช่วยเหลือผู้บริโภคและกลุ่มผู้บริโภค ดังแสดงรายละเอียดได้ดังตารางที่ ๒-๗

ตารางที่ ๒-๗ เปรียบเทียบรูปแบบขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภคในสวีเดน

องค์กร	สถานะ	ให้คำปรึกษา	เจรจาไกล่เกลี่ย	บังคับใช้กฎหมาย	ฟ้องคดี	ให้ข้อมูล	ทดสอบสินค้า	เสนอนโยบาย
Swedish Consumer Agency	รัฐ	•	-	•	•	•	•	-

ตารางที่ ๒-๗ (ต่อ)

องค์กร	สถานะ	ให้คำปรึกษา	เจรจา ไกล่เกลี่ย	บังคับ ใช้กฎหมาย	ฟ้องคดี	ให้ข้อมูล	ทดสอบสินค้า	เสนอ นโยบาย
Swedish Consumers' Association	เอกชน ไม่แสวง ผลกำไร	•	-	-	•	•	-	•

ที่มา : ศิระณีรัฐ วิทยารธรรมธัช. (๒๕๖๔)

จากตารางที่ ๒-๗ จะพบว่าในประเทศสวีเดนองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคของรัฐมีการทำงานทั้งในรูปแบบองค์กรและในรูปแบบของปัจเจกบุคคลโดยผู้ตรวจการแผ่นดิน ซึ่งทำให้เกิดภาพความรับผิดชอบที่ชัดเจนมากขึ้น ส่วนองค์กรภาคประชาชนก็จะมีภารกิจคล้ายกันกับประเทศอื่น ๆ ในการให้ข้อมูลและให้คำปรึกษาแก่ผู้บริโภค แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าภารกิจการทดสอบสินค้าเป็นของหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงบทบาทนำของรัฐในการดูแลความปลอดภัยของผู้บริโภค

๒. องค์กรคุ้มครองผู้บริโภคในนอร์เวย์

ประเทศนอร์เวย์มีหน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ทำงานใกล้เคียงกันสองหน่วยงานคือ Consumer Authority (Forbrukertilsynet) เป็นองค์กรอิสระมีภารกิจบังคับใช้กฎหมาย ให้ข้อมูลคำแนะนำในการเลือกซื้อสินค้าบริการ ส่วน Norwegian Consumer Council (Forbrukerrådet) เป็นหน่วยงานอิสระเช่นเดียวกันมีหน้าที่หลักในการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้บริโภค ทั้งการให้คำปรึกษา การฟ้องคดี แทนในนามผู้บริโภค การศึกษาวิจัย และการผลักดันนโยบาย ดังแสดงรายละเอียดได้ดังตารางที่ ๒-๘

ตารางที่ ๒-๘ เปรียบเทียบรูปแบบองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคในนอร์เวย์

องค์กร	สถานะ	ให้คำปรึกษา	เจรจา ไกล่เกลี่ย	บังคับ ใช้กฎหมาย	ฟ้องคดี	ให้ข้อมูล	ทดสอบ สินค้า	เสนอ นโยบาย
Consumer Authority (Forbruker- tilsynet)	องค์กร อิสระ	-	-	•	•	•	-	-
Norwegian Consumer Council (Forbruker- rådet)	องค์กร อิสระ	•	-	-	•	•	-	•

ที่มา : ศิระณีรัฐ วิทยารธรรมธัช. (๒๕๖๔)

จากตารางที่ ๒-๘ จะพบว่าหน่วยงานรัฐด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศนอร์เวย์เคยใช้รูปแบบผู้ตรวจการแผ่นดินแบบสวีเดนก่อนจะเปลี่ยนมาเน้นการทำงานในเชิงองค์กร (Authority) ส่วนองค์กรภาคประชาชนมีลักษณะเป็นสภาผู้บริโภคซึ่งมีกฎหมายเฉพาะรองรับคล้ายกับสภาองค์กรของ

ผู้บริโภคในประเทศไทย หากเปรียบเทียบกับสวีเดนแล้วจะพบว่าทั้ง Consumer Authority และ Consumer Council ไม่มีภารกิจด้านการทดสอบสินค้า อาจเป็นไปได้ว่าการทดสอบสินค้าเป็นภารกิจขององค์กรผู้บริโภคที่เป็นองค์กรเอกชนไม่แสวงผลกำไร นอกจากนี้เพื่อเป็นการส่งเสริมการค้าภายในยุโรปจึงได้มีการจัดตั้งเครือข่ายศูนย์ผู้บริโภค European Consumer Centres Network (ECC Net) โดยมีหน้าที่ให้ข้อมูลและให้คำปรึกษาแก่ผู้บริโภคในการระงับข้อพิพาทระหว่างผู้บริโภคที่อยู่ในสหภาพยุโรป ไอร์แลนด์ นอร์เวย์ หรือสหราชอาณาจักรกับผู้ประกอบธุรกิจที่อยู่ในสหภาพยุโรป ไอร์แลนด์ นอร์เวย์ หรือสหราชอาณาจักร ซึ่ง ECC Net เป็นองค์กรที่ดำเนินงานอย่างอิสระโดยได้รับการสนับสนุนงบประมาณบางส่วนจากสหภาพยุโรป

องค์กรคุ้มครองผู้บริโภคในภูมิภาคเอเชียตะวันออก

ภูมิภาคเอเชียตะวันออกมีประเทศมหาอำนาจทางเศรษฐกิจสามประเทศ คือ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และสาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งรูปแบบการคุ้มครองผู้บริโภคของแต่ละประเทศมีความแตกต่างกันออกไปในมิติต่างๆ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๑. องค์กรคุ้มครองผู้บริโภคในญี่ปุ่น

ประเทศญี่ปุ่นมีหน่วยงานรัฐที่ทำงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ๒ องค์กร ได้แก่ Consumer Affairs Agency (CAA) ทำหน้าที่เป็นเหมือนองค์กรกลางประสานงานด้านข้อมูลและการให้คำแนะนำระหว่างผู้บริโภค ผู้ประกอบธุรกิจ และหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภคอื่น ๆ ทำงานทั้งในด้านนโยบาย การรณรงค์ การบังคับใช้กฎหมาย รวมถึงการให้ความสนับสนุนศูนย์ผู้บริโภคท้องถิ่น อีกองค์กรหนึ่ง คือ National Consumer Affairs Center (NCAC) ทำหน้าที่ให้ความช่วยเหลือศูนย์ผู้บริโภคท้องถิ่น ศึกษาวิจัย ทดสอบพิสูจน์สินค้า และอาจดำเนินการระงับข้อพิพาททางเลือกในคดีที่สำคัญ องค์กรผู้บริโภคหลักในญี่ปุ่น คือ Consumers Union of Japan (CUJ) ทำหน้าที่ให้ข้อมูลและผลักดันนโยบายเพื่อผู้บริโภค ดังแสดงรายละเอียดได้ดังตารางที่ ๒-๙

ตารางที่ ๒-๙ เปรียบเทียบรูปแบบขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภคในญี่ปุ่น

องค์กร	สถานะ	ให้คำปรึกษา	เจรจาไกล่เกลี่ย	บังคับใช้กฎหมาย	ฟ้องคดี	ให้ข้อมูล	ทดสอบสินค้า	เสนอนโยบาย
Consumer Affairs Agency (CAA)	รัฐ	•	-	•	-	•	-	•
National Consumer Affairs Center (NCAC)	รัฐ	•	•	-	-	•	•	-
Consumers Union of Japan (CUJ)	เอกชน ไม่แสวงผลกำไร	•	-	-	-	•	-	•

ที่มา : ศิระณัฐ วิทยธรรมธัช. (๒๕๖๔)

จากตารางที่ ๒-๙ จะพบว่า ประเทศญี่ปุ่นแบ่งแยกหน่วยงานรัฐด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ออกชัดเจนระหว่าง CAA ที่ทำงานด้านนโยบาย การวางแผน การบังคับใช้กฎหมาย และบูรณาการ กับหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภคอื่น กับ NCAC ที่ทำภารกิจงานด้านการปฏิบัติซึ่งไม่ได้ใช้อำนาจรัฐ เช่น การทดสอบสินค้า การศึกษาวิจัยด้านการคุ้มครองผู้บริโภค หรือการประสานงานกับศูนย์บริโภคท้องถิ่น ส่วนองค์กรผู้บริโภคจะทำงานทางด้านการให้คำปรึกษาและข้อมูลแก่ผู้บริโภค

๒. องค์กรคุ้มครองผู้บริโภคในเกาหลีใต้

ประเทศเกาหลีใต้มีหน่วยงานรัฐด้านการคุ้มครองผู้บริโภค คือ Korea Consumer Agency (KCA) ทำหน้าที่ให้คำปรึกษา โกล่เกลี่ยผ่านคู่มือการพิจารณาค่าชดเชยความเสียหายต่อผู้บริโภค (Compensation Criteria for Consumers' Damages) ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจกับผู้บริโภคร่วมกันจัดทำขึ้น หากคู่กรณีไม่เห็นชอบ เรื่องจะเข้าสู่การพิจารณาของคณะกรรมการระงับข้อพิพาทผู้บริโภค (Consumer Dispute Settlement Commission - CDSC) ซึ่งประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญสาขาต่าง ๆ หากการไกล่เกลี่ยไม่สำเร็จ CDSC จะออกคำชี้ขาดซึ่งหากคู่กรณีทุกฝ่ายยอมรับก็จะมีค่าบังคับเหมือนคำพิพากษาศาล นอกจากนี้ KCA ยังมีภารกิจในการศึกษาวิจัย รวบรวมข้อมูล ทดสอบสินค้า เผยแพร่ และอบรมความรู้ด้านการบริโภค ทั้งนี้องค์กรผู้บริโภคในประเทศเกาหลีใต้รวมตัวกันเป็นสภาองค์กรผู้บริโภคแห่งชาติ (Korea National Council of Consumer Organizations) ทำหน้าที่ให้ข้อมูล ให้คำปรึกษา และไกล่เกลี่ยข้อพิพาทผู้บริโภค ผ่านเครือข่าย ศึกษาวิจัย และผลักดันนโยบายผู้บริโภค ดังแสดงรายละเอียดได้ดังตารางที่ ๒-๑๐

ตารางที่ ๒-๑๐ เปรียบเทียบรูปแบบขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภคในเกาหลีใต้

องค์กร	สถานะ	ให้คำปรึกษา	เจรจาไกล่เกลี่ย	บังคับใช้กฎหมาย	ฟ้องคดี	ให้ข้อมูล	ทดสอบสินค้า	เสนอนโยบาย
Korea Consumer Agency (KCA)	รัฐ	•	•	•	-	•	•	-
Korea National Council of Consumer Organizations	เอกชน ไม่แสวงผลกำไร	•	•	-	-	•	-	•

ที่มา : ศิระณัฐ วิทยารธรรมธัช. (๒๕๖๔)

จากตารางที่ ๒-๑๐ จะพบว่าหน่วยงานรัฐด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในเกาหลีใต้มีภารกิจช่วยเหลือไกล่เกลี่ยข้อพิพาทแบบเดียวกับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค แต่ KCA สามารถมีอำนาจออกคำชี้ขาด ซึ่งทำให้การระงับข้อพิพาทเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพเพื่อลดจำนวนคดีความในชั้นศาล ส่วนองค์กรผู้บริโภคจะทำงานในด้านการให้คำปรึกษาและให้ข้อมูล รวมถึงการเจรจาไกล่เกลี่ยให้แก่ผู้บริโภค

๓. องค์กรคุ้มครองผู้บริโภคในสาธารณรัฐประชาชนจีน

สาธารณรัฐประชาชนจีนมีการปรับปรุงโครงสร้างหน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค โดยรวมภารกิจที่กระจายอยู่ได้หน่วยงานเดียว คือ State Administration for Market Regulation (SAMR) มีภารกิจหลัก คือ การบังคับใช้กฎหมาย การทดสอบสินค้าและรับรองมาตรฐาน ในแง่มุมมองขององค์กรผู้บริโภค ได้มีการก่อตั้ง China Consumers Association (CCA) ซึ่งทำงานร่วมกับเครือข่ายในการรับเรื่องร้องเรียนใกล้เกลี่ยข้อพิพาท การทดสอบเปรียบเทียบสินค้า การเตือนภัยและให้ความรู้แก่ผู้บริโภค การผลักดันนโยบาย และการฟ้องคดีเพื่อประโยชน์ผู้บริโภค ดังแสดงรายละเอียดได้ดังตารางที่ ๒-๑๑

ตารางที่ ๒-๑๑ เปรียบเทียบรูปแบบขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภคในสาธารณรัฐประชาชนจีน

องค์กร	สถานะ	ให้คำปรึกษา	เจรจาไกล่เกลี่ย	บังคับใช้กฎหมาย	ฟ้องคดี	ให้ข้อมูล	ทดสอบสินค้า	เสนอนโยบาย
State Administration for Market Regulation (SAMR)	รัฐ	-	-	•	-	-	•	-
China Consumers Association (CCA)	เอกชน ไม่แสวงผลกำไร	•	•	-	•	•	•	•

ที่มา : ศิระณัฐ วิทยธรรมธัช. (๒๕๖๔)

จากตารางที่ ๒-๑๑ จะพบว่าสาธารณรัฐประชาชนจีนพยายามรวมภารกิจด้านการคุ้มครองผู้บริโภคไว้ในหน่วยงานเดียวซึ่งหน่วยงานรัฐด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของจีนจะเน้นภารกิจที่ต้องใช้อำนาจรัฐ หรือมีความซับซ้อน เช่น การบังคับใช้กฎหมายหรือการทดสอบสินค้า แล้วให้องค์กรภาคเอกชนเข้ามามีบทบาทในการให้ความช่วยเหลือผู้บริโภคทั้งการให้คำปรึกษา การระงับข้อพิพาท และรวมไปถึงการฟ้องคดีแทนผู้บริโภค

องค์กรคุ้มครองผู้บริโภคในแต่ละประเทศมีรูปแบบ อำนาจหน้าที่ที่แตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับสภาพบริบทของแต่ละประเทศ โดยมีทั้งในส่วนของภาครัฐ และองค์กรอิสระที่ทำหน้าที่ในการให้คำปรึกษา เจรจาไกล่เกลี่ย ตลอดจนการบังคับใช้กฎหมาย และฟ้องร้องคดีแทนผู้บริโภค ดังแสดงรายละเอียดได้ตามตารางที่ ๒-๑๒

ตารางที่ ๒-๑๒ เปรียบเทียบรูปแบบขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภคในต่างประเทศกับประเทศไทยที่เป็นหน่วยงานรัฐ และองค์กรอิสระ

ประเทศ	องค์กร	สถานะ	ให้ คำปรึกษา	เจรจา ไกล่เกลี่ย	บังคับ ใช้กฎหมาย	ฟ้อง คดี	ให้ ข้อมูล	ทดสอบ สินค้า	เสนอ นโยบาย
สหรัฐ อเมริกา	FTC	องค์กร อิสระ	-	-	•	•	-	-	-
	Consumer protection office	รัฐ	•	•	•	•	-	-	-
สหราชอาณาจักร	CMA	องค์กร อิสระ	-	-	•	•	-	-	-
ออสเตรเลีย	ACCC	องค์กร อิสระ	•	-	•	•	-	-	-
ฝรั่งเศส	DGCCRF	รัฐ	•	-	•	-	•	•	-
เยอรมนี	Directorate- General Consumer Policy	รัฐ	-	-	•	-	•	-	-
สวีเดน	Swedish Consumer Agency	รัฐ	•	-	•	•	•	•	-
นอร์เวย์	Consumer Authority (Forbrukertilsynet)	องค์กร อิสระ	-	-	•	•	•	-	-
ญี่ปุ่น	Consumer Affairs Agency (CAA)	รัฐ	•	-	•	-	•	-	•
	National Consumer Affairs Center (NCAC)	รัฐ	•	•	-	-	•	•	-
เกาหลีใต้	Korea Consumer Agency (KCA)	รัฐ	•	•	•	-	•	•	-
สาธารณรัฐ ประชาชนจีน	State Administration for Market Regulation (SAMR)	รัฐ	-	-	•	-	-	•	-
ประเทศไทย	สคบ.	รัฐ	•	•	•	•	•	•	•

ที่มา : ศิระณัฐ วิทยธรรมธัช. (๒๕๖๔)

จากตารางที่ ๒-๑๒ จะพบว่า หากเปรียบเทียบหน้าที่ขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภคที่เป็นหน่วยงานรัฐจะพบว่า รูปแบบสถานะกับภารกิจมีความสอดคล้องกัน กล่าวคือ หากมีสถานะเป็นองค์กรอิสระจะเป็นองค์กรที่มีอำนาจมากและเน้นการบังคับใช้กฎหมายเพื่อลงโทษผู้ประกอบการ แต่หากเป็นองค์กรในระบบราชการภารกิจจะเน้นไปที่การให้คำปรึกษาหรือความช่วยเหลือแก่ประชาชน อย่างไรก็ตามจะเห็นได้ว่าในแต่ละประเทศจะมีการแบ่งภารกิจคุ้มครองผู้บริโภคบางอย่างให้องค์กรเอกชนที่ไม่แสวงหากำไร ซึ่งแตกต่างกับประเทศไทยที่หน่วยงานรัฐจะทำภารกิจในการคุ้มครองผู้บริโภคทั้งหมด กรณีประเทศไทยสำนักงานคณะกรรมการ

คุ้มครองผู้บริโภคมีสถานะเป็นหน่วยงานราชการซึ่งเหมาะแก่การทำงานช่วยเหลือประชาชนแต่ในบริบทวิถีใหม่อาจมีความคาดหวังให้หน่วยงานรัฐสามารถดำเนินภารกิจได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ การศึกษารูปแบบการคุ้มครองผู้บริโภคที่เป็นองค์กรภาคประชาชนในการขับเคลื่อนงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ทั้งในและต่างประเทศไทย โดยเฉพาะสภาองค์กรของผู้บริโภคที่จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๖๒ ทำให้เห็นถึงรูปแบบการคุ้มครองผู้บริโภคในหลายมิติ ดังแสดงรายละเอียดดังตารางที่ ๒-๑๓

ตารางที่ ๒-๑๓ เปรียบเทียบรูปแบบองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคในต่างประเทศกับประเทศไทยที่เป็นหน่วยงานภาคประชาชน

ประเทศ	องค์กร	สถานะ	ให้คำปรึกษา	เจรจาไกล่เกลี่ย	บังคับใช้กฎหมาย	ฟ้องคดี	ให้ข้อมูล	ทดสอบสินค้า	เสนอนโยบาย
สหรัฐอเมริกา	Consumer Reports	เอกชนไม่แสวงผลกำไร	-	-	-	-	•	•	•
สหราชอาณาจักร	Which?	เอกชนไม่แสวงผลกำไร	•	-	-	-	•	•	•
ออสเตรเลีย	Choice	เอกชนไม่แสวงผลกำไร	•	-	-	-	•	•	•
ฝรั่งเศส	UFC Que Choisir	เอกชนไม่แสวงผลกำไร	•	-	-	•	•	•	•
เยอรมนี	VZBV	เอกชนไม่แสวงผลกำไร	•	-	-	•	•	-	•
สวีเดน	Swedish Consumers' Association	เอกชนไม่แสวงผลกำไร	•	-	-	•	•	-	•
นอร์เวย์	Norwegian Consumer Council (Forbrukerrådet)	องค์กรอิสระ	•	-	-	•	•	-	•
ญี่ปุ่น	Consumers Union of Japan (CUJ)	เอกชนไม่แสวงผลกำไร	•	-	-	-	•	-	•
เกาหลีใต้	Korea National Council of Consumer Organizations	เอกชนไม่แสวงผลกำไร	•	•	-	-	•	-	•
สาธารณรัฐประชาชนจีน	China Consumers Association (CCA)	เอกชนไม่แสวงผลกำไร	•	•	-	•	•	•	•
ไทย	สภาองค์กรของผู้บริโภค	องค์กรอิสระ	•	-	-	•	•	•	•

ที่มา : ศิระณัฐ วิทยธรรมธัช. (๒๕๖๔)

จากตารางที่ ๒-๑๓ จะพบว่า องค์กรคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชนหากมีสถานะเป็นองค์กรที่ไม่แสวงหากำไรตามกฎหมายเกี่ยวกับสมาคมหรือมูลนิธิ ภารกิจจะค่อนข้างจำกัดไปที่เรื่องของการให้ข้อมูลหรือให้คำปรึกษาแก่ผู้บริโภค แต่หากเป็นองค์กรอิสระที่มีกฎหมายจัดตั้งเป็นการเฉพาะ ขอบเขตของภารกิจจะกว้างขวางกว่าและอยู่ในสถานะเสมือนเป็นตัวแทนของผู้บริโภค การจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค ตามพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๖๒ เป็นความพยายามเพิ่มบทบาทของภาคประชาชนในการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งการประสานงานระหว่างภาครัฐและภาคประชาชนอาจเป็นปัจจัยสำคัญในการคุ้มครองผู้บริโภคในบริบทวิถีใหม่

กล่าวโดยสรุปแล้ว รูปแบบการคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศต่าง ๆ จะมีลักษณะรูปแบบขององค์กรและภารกิจอย่างไรก็เป็นไปตามสภาพบริบททางเศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ ในกรณีของประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) เป็นหน่วยงานของรัฐแห่งเดียวที่ดำเนินการกิจคุ้มครองผู้บริโภคในทุก ๆ ด้าน ซึ่งแตกต่างกันอย่างชัดเจนกับประเทศอื่น ๆ ที่หน่วยงานภาครัฐมักดำเนินการเฉพาะที่ต้องใช้อำนาจรัฐแล้วให้องค์กรภาคเอกชนเข้ามามีบทบาทในการให้ข้อมูล ให้คำปรึกษาแก่ผู้บริโภค หรือไกล่เกลี่ยข้อพิพาทซึ่งเป็นภารกิจที่องค์กรภาคเอกชนสามารถดำเนินการได้ อย่างไรก็ตามในปัจจุบันการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นภารกิจที่ไม่อาจสำเร็จได้โดยหน่วยงานใดเพียงหน่วยงานเดียว แต่จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือกันเพื่อบูรณาการระหว่างหน่วยงานภาครัฐด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และการสร้างความร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคประชาชน ด้วยเหตุนี้สภาพบริบทในสังคมวิถีใหม่ (New Normal) ที่เกิดขึ้นพร้อมกันกับการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภคจึงเป็นความท้าทายใหม่สำหรับการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย

พฤติกรรมของผู้บริโภคกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ (COVID-19)

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ (COVID-19) ส่งผลให้การใช้ชีวิตของประชาชนทั่วโลกหันมาพึ่งพาเทคโนโลยีดิจิทัลในการอุปโภคบริโภคและการรับบริการมากขึ้น เช่นเดียวกับประเทศไทยที่สังคมในปัจจุบันกลายเป็นสังคมของการใช้เทคโนโลยีในการดำเนินชีวิตทั้งการติดต่อสื่อสาร การทำงาน ตลอดจนการซื้อขายสินค้าอุปโภคบริโภคและบริการผ่านช่องทางออนไลน์ ทำให้รูปแบบการซื้อขายสินค้าและบริการออนไลน์เติบโตแบบทวีคูณ รูปแบบและพฤติกรรมผู้บริโภคจึงถูกปรับเปลี่ยนไปจากเดิม โดยผู้ประกอบการอาศัยช่องทางผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและใช้ระบบออนไลน์เข้ามาเพื่อการโฆษณาขายสินค้าหรือบริการ แต่ในขณะเดียวกันผู้บริโภคอาจไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างเพียงพอในการประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการดังกล่าว นอกจากนี้ยังพบอีกว่าผู้ประกอบการที่ขาดจริยธรรมในการประกอบธุรกิจอาจใช้กลโกงหลอกลวงผู้บริโภค ซึ่งในปัจจุบันผู้บริโภคถูกหลอกเป็นจำนวนมาก หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องต้องปรับตัวในการดูแลและช่วยเหลือผู้บริโภคในสภาพบริบทวิถีใหม่ (New Normal) ภายหลังจากการเบียดขับของเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้น

พฤติกรรมผู้บริโภคกับการปรับตัวในสภาพบริบทวิถีใหม่

การเปลี่ยนแปลงของสังคมด้านการบริโภคส่งผลให้เกิดการทำธุรกรรมทางออนไลน์ที่ถูกกฎหมายและไม่ถูกกฎหมาย หน่วยงานที่ดูแลคุ้มครองผู้บริโภคจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนการทำงานของหน่วยงานให้เป็นหน่วยงานที่มีศักยภาพมากกว่าเดิมทั้งด้านการพัฒนากฎหมายและพัฒนาบุคลากร ตลอดจนพัฒนาเทคโนโลยี เพื่อให้เท่าทันกับการรับมือกับปัญหาที่ซับซ้อนมากขึ้นกว่าเดิม การแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภค และการดำเนินการกับผู้ประกอบการที่ฉ้อโกงหลอกลวงผู้บริโภคอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ จากโครงการวิจัยเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภคของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้จัดทำหลายครั้ง (๒๕๕๓, ๒๕๖๑, ๒๕๖๒) รวมทั้งการจัดกิจกรรมสัมมนาของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ในการคุ้มครองผู้บริโภค ในคณะกรรมการสิทธิมนุษยชน สิทธิเสรีภาพและการคุ้มครองผู้บริโภค วุฒิสภา ผลของการประชุมเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภค ต่อหน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค พบว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปจากบริบทเดิมอย่างรวดเร็ว ทั้งเรื่องการซื้อสินค้า การบริการ และการตระหนักรู้ในสิทธิของตนเองเมื่อเกิดปัญหา อย่างไรก็ตามในงานวิจัยเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ปี พ.ศ. ๒๕๖๑ ยังพบอีกว่าการตระหนักในสิทธิของผู้บริโภคก่อนซื้อสินค้ายังอยู่ในวงแคบหากเปรียบเทียบกับประชากรทั้งประเทศ และส่วนมากอยู่ภายในพื้นที่ที่มีการเติบโตทางเศรษฐกิจและความเจริญทางการศึกษาเท่านั้น

ผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19 ทำให้อุตสาหกรรมและ SMEs ตกอยู่ในสถานการณ์ลำบาก ทั้งจำนวนนักท่องเที่ยว ความต้องการสินค้าและบริการจากต่างชาติที่ชะลอตัวลง ประกอบกับการลดลงของกิจกรรมนอกบ้าน หรือความวิตกกังวลและความระมัดระวังในการใช้จ่ายของประชาชน ทุกปัจจัยล้วนส่งผลต่อผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับห่วงโซ่อุปทานเพราะอยู่ในอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบหนัก อย่างไรก็ตาม การปรับตัวของ SMEs บางส่วนทำให้อุตสาหกรรมสามารถใช้ประโยชน์จากพฤติกรรมการใช้จ่ายที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภคในยุคหลังโควิดที่หันไปใช้ช่องทางออนไลน์มากขึ้น จากการศึกษาของศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจทีเอ็มบี (๒๕๖๓) ได้รวบรวมข้อมูลและประเมินการใช้จ่ายซื้อสินค้าในแต่ละอุตสาหกรรมเปรียบเทียบในช่วงก่อนและหลังจากการผ่อนคลายล็อกดาวน์ โดยพิจารณาทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ แบ่งตามกลุ่มช่วงอายุของผู้บริโภคพบพฤติกรรมที่น่าสนใจใน ๓ ประเด็นดังนี้

๑. พฤติกรรมของผู้บริโภคในภาพรวมทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ การใช้จ่ายของผู้บริโภคมีการปรับลดลงต่ำสุดในช่วงเดือนเมษายน ๒๕๖๓ เนื่องจากมีการล็อกดาวน์ทั่วประเทศ การทยอยฟื้นตัวตามการคลายล็อกดาวน์แต่ละเฟส เช่น ช่วงการคลายล็อกดาวน์เฟส ๒ (เดือนพฤษภาคม) การใช้จ่ายใช้สอยสินค้าประเภทเครื่องใช้ในครัวเรือน รวมไปถึงสินค้าอุปโภคบริโภคมีการฟื้นตัวกลับมาได้อย่างรวดเร็ว ในขณะที่ช่วงเฟส ๔ (เดือนมิถุนายน) การใช้จ่ายใช้สอยในกลุ่มร้านอาหาร กลุ่มบันเทิงและนันทนาการ ต่างเริ่มทยอยฟื้นตัวกลับมาเป็นลำดับ อย่างไรก็ตามการใช้จ่ายของผู้บริโภคด้านประกันภัย และการรักษาพยาบาล กลับเป็น ๒ กลุ่มที่ยอดการใช้จ่ายมีการเติบโตเมื่อเทียบกับช่วงปกติ

๒. พฤติกรรมการใช้ของออนไลน์ในช่วงก่อนและหลังล็อกดาวน์ หากพิจารณาเฉพาะยอดการใช้จ่ายซื้อของออนไลน์ พบว่า การใช้จ่ายใช้สอยซื้อสินค้าและเครื่องใช้ในครัวเรือนมีอัตราเพิ่มขึ้นสูงที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงล็อกดาวน์เดือนมีนาคม-พฤษภาคม ๒๕๖๓ ที่มียอดการซื้อของออนไลน์

ในกลุ่มนี้สูงมากหลายเท่าตัวเมื่อเทียบกับช่วงก่อนล็อกดาวน์ นอกจากสินค้าในครัวเรือนแล้ว การขนส่งผ่านออนไลน์ไม่ว่าจะเป็นการใช้บริการดีลิเวอรี หรือขนส่งผู้โดยสาร ก็เป็นอีกหนึ่งกลุ่มที่มีการบริโภคสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมียอดการใช้จ่ายเติบโตขึ้นกว่าเท่าตัว ซึ่งพฤติกรรมการใช้จ่ายทั้งสองกลุ่มนี้ยังคงเติบโตในอัตราสูงแม้ผ่านช่วงคลายล็อกดาวน์ไป

๓. กลุ่มช่วงอายุที่มีการเปลี่ยนแปลงในการบริโภคออนไลน์มากที่สุด หากพิจารณาผู้บริโภคตามกลุ่มอายุ พบว่า ผู้บริโภคในกลุ่มอายุต่ำกว่า ๓๐ ปี มีแนวโน้มในการซื้อของผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงล็อกดาวน์ และมีอัตราการซื้อของในระดับคงตัวแม้ผ่านช่วงล็อกดาวน์ไปแล้ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มอายุต่ำกว่า ๒๐ ปีที่มีการใช้จ่ายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจนถึงเดือนกรกฎาคม ๒๕๖๓ เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ในขณะที่ผู้บริโภคกลุ่มอายุ ๓๑-๕๐ ปี มีลักษณะการซื้อของออนไลน์คล้ายคลึงกันคือเพิ่มขึ้นในช่วงล็อกดาวน์แต่กลับมามีการหดตัวในช่วงหลังคลายล็อกดาวน์ตามรายได้เฉลี่ยที่หดตัวลง

จากข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคข้างต้นแม้สภาพเศรษฐกิจและการจับจ่ายใช้สอยในประเทศปีนี้จะซบเซาลงในภาพรวมแต่หากมองลึกในกลุ่มสินค้า รูปแบบการซื้อ และกลุ่มช่วงอายุของผู้บริโภคจะเห็นได้ว่ายังมีโอกาสหรือช่องทางธุรกิจแฝงอยู่โดยเฉพาะในช่องทางออนไลน์ สินค้าที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคและผู้บริโภคกลุ่ม Gen Z (อายุต่ำกว่า ๒๐ ปี) และ Gen Y (อายุระหว่าง ๒๑-๔๐ ปี) ยังคงเติบโตได้ เนื่องจากผู้บริโภคที่มีการปรับตัวตามบริบทวิถีใหม่ทั้งการขายสินค้า การบริการ การติดต่อสื่อสารระหว่างกัน จะเห็นได้ว่าสังคมผู้สูงอายุเองก็ให้ความสำคัญกับการใช้เทคโนโลยี อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่าทุกภาคส่วนของสังคมได้มีการปรับตัวอย่างรวดเร็วตามการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดิจิทัล โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมออนไลน์ที่ได้เติบโตอย่างมากและรวดเร็วส่งผลให้ผู้บริโภคทุกคนเกิดการปรับตัวที่รวดเร็วเช่นกัน

การเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคในสถานการณ์ COVID-19

สภาพการเปลี่ยนแปลงของระบบเศรษฐกิจในสังคมไทยที่มีการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเข้ามาใช้เป็นเครื่องมืออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงผู้บริโภคทำให้ธุรกิจหรือองค์กรต้องทำความเข้าใจและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคซึ่งเป็นการค้นหาพฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภคจึงจะทราบลักษณะความต้องการของผู้บริโภคโดยการตั้งคำถามและคำตอบที่ให้นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์ทางการตลาดที่ตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม (Kotler, 1997, หน้า ๑๗๑) ทำให้ทราบถึงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการอันจะนำไปสู่การตัดสินใจของผู้บริโภคในการซื้อซ้ำ (ธงชัย สันติวงษ์, ๒๕๕๕ หน้า ๑๗) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานการณ์ของโลกปัจจุบันที่มีการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ (COVID-19) พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการจะต้องสะดวกรวดเร็วและลดระยะเวลาในการเดินทางเพื่อไม่ให้เกิดการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลเพื่อลดความเสี่ยงในการติดโรคดังกล่าวด้วยเหตุนี้จึงเป็นช่องทางที่ทำให้ผู้บริโภคถูกหลอกได้ง่ายขึ้น

ข้อมูลจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริงและข้อมูลจากการจัดสัมมนาเรื่อง ผู้บริโภควิถีใหม่กับการซื้อขายออนไลน์ ของคณะกรรมการสิทธิมนุษยชน สิทธิเสรีภาพและการคุ้มครองผู้บริโภค วุฒิสภา รวมถึงข้อมูลของหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจในการคุ้มครองผู้บริโภคทุกหน่วยงาน พบว่า รูปแบบการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคและการใช้บริการในสภาพบริบทวิถีใหม่มีความแตกต่างจากสภาพบริบทเดิมอย่างมากจากการซื้อขาย

ตามร้านค้า ห้างสรรพสินค้า (Offline) ถูกปรับเปลี่ยนมาใช้บริการในลักษณะออนไลน์ (Online) เพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ ๘๕-๙๐ เนื่องจากมีความสะดวก ลดเวลาเดินทาง และสินค้ามีความหลากหลายตามที่ตนเองต้องการ โดยมีแนวโน้มว่านอกจากการซื้อขายสินค้าอุปโภค บริโภค และการให้บริการแล้ว การทำธุรกิจด้านอื่นๆ เช่น การเงิน การลงทุน จะมุ่งสู่การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลมากขึ้นกว่าเดิมเช่นกัน จากงานวิจัยของ ฌูเลีย ปิยะวิโรจน์เสถียร และบงกช ชัยเมืองมา (๒๐๒๐) เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภควิถีใหม่หลังยุค COVID-19 ได้สรุปผลของการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคและภาคธุรกิจออกเป็น ๗ รูปแบบดังนี้

๑. ผู้ผลิต/แบรนด์ ทบทวนสร้างฐานการผลิตในประเทศตนเอง กระจายการผลิตหลายแหล่ง (Reverse Globalization) ผลจาก COVID-19 กระทบต่อ Supply Chain ทั่วโลก เห็นได้จากช่วงที่จีนปิดประเทศทำให้ทั่วโลกเกิดภาวะสินค้าบางประเภทขาดตลาดเนื่องมาจากฐานการผลิตส่วนใหญ่ตั้งอยู่ที่สาธารณรัฐจีน ทิศทางต่อไปคือ จากวิกฤตนี้ทำให้ทั้งแบรนด์และผู้บริโภคเริ่มตระหนักถึงการเตรียมความพร้อมเพื่อให้มีความสามารถในการผลิตภายในประเทศและภายในครัวเรือนมากขึ้น และแบรนด์ข้ามชาติยังคงผลิตเพื่อตลาดระดับโลก (Global Market) แต่จะเริ่มสร้างการผลิตภายในท้องถิ่น เช่น ทบทวนสร้างฐานการผลิตในประเทศของตนเองและกระจายหาแหล่งต้นทุนการผลิตที่ไม่ได้พึ่งพาเพียงแค่ประเทศเดียวอีกต่อไป

๒. ดิจิทัลไม่ใช่ส่วนหนึ่งของชีวิตแต่คือปัจจัยพื้นฐานการดำรงชีวิตมนุษย์ (Digital Takeover) การแพร่ระบาดของ COVID-19 ได้กระตุ้นให้ผู้บริโภคเปิดใจต่อดิจิทัลอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ด้วยมาตรการที่ทั้งภาครัฐและเอกชนร่วมกันเพื่อรณรงค์ ยับยั้ง และป้องกันการแพร่เชื้อภายในประเทศ ทำให้ผู้บริโภคต้องใช้การบริการต่าง ๆ ผ่านรูปแบบดิจิทัลอย่างจริงจังส่งผลให้เกิดการเติบโตด้านการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลต่าง ๆ อาทิ e-Commerce บริการส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันต่าง ๆ (Delivery) e-Payment เนื่องจากความกังวลการจับเงินสดทำให้ผู้บริโภคหันมาใช้ e-Wallet เพิ่มขึ้น ขณะเดียวกันผู้ให้บริการแพลตฟอร์มได้พัฒนา e-Payment ของตนเองและกระตุ้นให้ผู้บริโภคชำระค่าสินค้าหรือบริการผ่านวิธีนี้มากขึ้น ทิศทางต่อไปคือ การสร้างความสะดวกสบายและประสบการณ์แบบไร้รอยต่อ (Seamless Experience) จะผสมผสานเข้าไปอยู่ในชีวิตผู้บริโภค และเป็นโอกาสของแบรนด์ในการพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์ให้เป็นมากกว่าช่องทางขายของ เนื่องจากจุดเด่นของการอยู่บนแพลตฟอร์มดิจิทัล คือ ทำให้แบรนด์สามารถเก็บข้อมูล และนำมาประมวล วิเคราะห์เพื่อรักษฐานลูกค้าเก่าและเพิ่มฐานลูกค้าใหม่สามารถนำมาต่อยอดสู่การทำสมาชิก และสมัครรับข้อมูล เช่น พฤติกรรมการซื้อ ปริมาณการซื้อ ความสนใจสินค้า ฯลฯ ทำให้แบรนด์รู้ล่วงหน้าได้ว่าลูกค้าเคยสั่งซื้อสินค้าอะไรไปแล้ว จะมีความต้องการในสินค้านั้นๆ อีกเมื่อไร หรือปริมาณที่ลูกค้าเคยสั่งซื้อไปจะหมดภายในเมื่อไร จะได้สั่งซื้อเสนอโปรโมชั่นหรือสินค้าเข้าไปในจังหวะที่ลูกค้ามีความต้องการพอดี เป็นต้น

๓. บริหารจัดการข้อมูลที่จำเป็น (Emergence of Big Data) หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนต่างใช้เทคโนโลยีเพื่อประมวลข้อมูลให้เกิดประโยชน์สูงสุดในด้านการจัดการ เพื่อที่แบรนด์จะได้นำข้อมูลที่กรองแล้วมาใช้ต่อยอดเพื่อสร้างการเติบโตทางธุรกิจ เช่น ข้อมูลจากพฤติกรรมซื้อสินค้าออนไลน์เป็นข้อมูลจำเป็นที่แบรนด์สามารถมาต่อยอดเพื่อทำโปรโมชั่นเจาะลึกลูกค้ารายบุคคล (Personalization) เป็นต้น

๔. การดูแลสุขภาพอนามัย/สุขภาพ กลายเป็นกิจวัตรในชีวิตประจำวัน (Elevated Health and Wellness) ผู้บริโภคมีไลฟ์สไตล์ใส่ใจสุขภาพมากยิ่งขึ้นเห็นได้ชัดว่าในช่วงระบาดของ COVID-19 ผู้บริโภคไทย ค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการรับมือและเตรียมตัวเป็นอย่างดีเพื่อป้องกันไม่ให้ตนติดโรค ซึ่งทิศทางต่อไปคือ เรื่องสุขภาพได้กลายมาเป็นกิจวัตรสำคัญ หรือ New Normal ของผู้บริโภคไปโดยปริยายทำให้เกิด บรรทัดฐานความรับผิดชอบต่อสังคมในเรื่องของสุขภาพลักษณะอีกด้วย หลาย ๆ แบรินด์ได้ปรับกลยุทธ์ ที่แสดงให้เห็นว่ามีการเตรียมพร้อมในการสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภคในเรื่องสุขภาพ และในอนาคตมีการ คาดการณ์ว่าระบบสาธารณสุขและการแพทย์ของประเทศไทยจะพัฒนาในเรื่องของคุณภาพและความง่าย ต่อการเข้าถึง

๕. คนชินกับการอยู่บ้านและต้องการมีพื้นที่ส่วนตัว (Physical Distancing Continues) คนยังคงกังวลต่อการใช้ชีวิตนอกบ้าน และต้องการรักษาระยะห่างทางกายภาพ จากสถานการณ์ปัจจุบัน ได้ทำให้ผู้บริโภคเริ่มคุ้นเคยกับการอยู่บ้าน หากิจกรรมสร้างความสนุกภายในบ้านของตนเอง และต้องการ มีพื้นที่ส่วนตัว มีการเติบโตของบริการและซื้อสินค้าต่าง ๆ แบบส่งถึงบ้าน (At-Your-Door Service) ดังนั้น สินค้าและบริการใดที่สามารถสร้างความมั่นใจด้านสุขอนามัยสำหรับการบริโภคแบบรายบุคคล ได้จะกลายเป็นสิ่งที่ดึงดูดผู้บริโภคให้สนใจและตัดสินใจเลือกซื้อ ซึ่งในอนาคตต่อไปผู้บริโภคจะพยายาม เติบโตความรู้สึกรักของการอยู่กับบ้านให้มากขึ้น เช่น ตกแต่งบ้าน ทำอาหาร ปลูกต้นไม้ เป็นต้น

๖. ความสุขนิยามใหม่เกิดขึ้นจากสิ่งเล็ก ๆ ใกล้เคียง (Happiness is Redefined) เมื่อคนเรายังไม่สามารถกลับมาใช้ชีวิตรูปแบบปกติได้เช่นเดิมทำให้ความนิยามใหม่ของคนในยุค COVID-19 จึงเกิดขึ้น ได้จากสิ่งเล็กน้อยและเรียบง่ายที่เกิดขึ้นได้ภายในบ้านและครอบครัว ซึ่งทิศทางต่อไปคือความท้าทายใหม่ ของแบรนด์ในการเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของความนิยามใหม่นี้ และการทำการตลาดไปในเชิงของการสร้าง แรงบันดาลใจ หรือเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างความสุขเล็ก ๆ รอบตัวในแต่ละวันของผู้บริโภค ตลอดจน สร้างการมีส่วนร่วมระหว่างผู้บริโภคด้วยกันผ่านทางดิจิทัลไม่ใช่ในรูปแบบทางกายภาพ (Physical)

๗. เตรียมพร้อมรับมือ Disruption ในอนาคต (Prepare for the Next Disruption) วิกฤต COVID-19 ทำให้แบรนด์และผู้บริโภคต่างตระหนักถึงการเตรียมความพร้อมหากเกิดวิกฤตครั้งใหม่ในอนาคต ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการพยายามพึ่งพาตนเอง และเสริมทักษะพื้นฐานต่างๆ ที่จำเป็นในชีวิต หรือการทำงาน จากบ้านที่เกิดขึ้นได้จริงๆ ในช่วงรักษาระยะห่างทางสังคม ซึ่งทิศทางต่อไปคือแบรนด์ควรมีบทบาทสำคัญ ที่จะส่งเสริมหรือช่วยเหลือให้ผู้บริโภคสามารถพึ่งพาตนเองได้มีประสิทธิภาพมากกว่าเดิม

รูปแบบการซื้อสินค้าอุปโภค บริโภค และการให้บริการวิถีใหม่ภายใต้สถานการณ์ COVID-19 จึงมี รูปแบบที่แตกต่างไปจากวิถีดั้งเดิมเป็นอย่างมาก พฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกต่อการเลือกซื้อสินค้าหรือ บริการถูกตอบสนองด้วยระบบการค้าสมัยใหม่ที่ใช้กลวิธีการเข้าถึงผู้บริโภคผ่านเทคโนโลยีและการทำโฆษณา ออนไลน์ ด้วยเหตุนี้ผู้บริโภคจึงต้องพิจารณาด้วยความรอบคอบ ศึกษาข้อมูลก่อนการตัดสินใจ และเลือกซื้อสินค้า หรือบริการกับธุรกิจที่มีหน่วยงานรับรองเพื่อให้แน่ใจว่าจะไม่ถูกฉ้อโกงจากผู้ประกอบการ ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จะต้องปรับตัวให้เท่าทันต่อสถานการณ์ทั้งในส่วนของระบบกลไกตลาด รูปแบบการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ และ วิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้า

กล่าวโดยสรุปแล้ว พฤติกรรมของผู้บริโภคกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ (COVID-19) เป็นการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำรงชีวิตและพฤติกรรมในการบริโภคสินค้าหรือบริการ โดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยเพื่ออำนวยความสะดวกรวดเร็ว สถานการณ์ของ COVID-19 ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจมีการปรับตัวเพื่อขยายฐานช่องทางการขายสินค้าให้กับผู้บริโภค โดยเฉพาะช่องทางออนไลน์ ซึ่งอยู่ในรูปแบบของแพลตฟอร์มและไม่ได้อยู่ในรูปแบบของแพลตฟอร์มต่างได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก ขณะเดียวกันผู้บริโภคเองก็เกิดการปรับตัวให้สอดคล้องกับรูปแบบใหม่ของผู้ประกอบการธุรกิจ เนื่องจากวิถีการดำเนินชีวิตถูกปรับเปลี่ยน ผู้บริโภคจำเป็นต้องเข้าถึงข่าวสารก่อนพิจารณาเลือกซื้อสินค้าหรือบริการด้วยความรอบคอบ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเองก็ต้องร่วมกันหาแนวทางการดูแลผู้บริโภคเชิงรุกที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

บทที่ ๓ วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษาเรื่อง แนวทางการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (๑) ศึกษาสภาพการบังคับใช้ของกฎหมายที่อยู่ในหน้าที่และอำนาจในการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย (๒) ศึกษาแนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคในสภาพบริบทวิถีใหม่ และ (๓) จัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน ใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire) มาประมวลผลสรุป จัดกลุ่มชุดข้อมูลที่สอดคล้องกัน พร้อมทั้งอธิบายความหมายของข้อมูล และทำการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) โดยการจัดเสวนาทางวิชาการระดมความคิดเห็น และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผล สรุป อ่างเคราะห์ให้เกิดแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ โดยมีรายละเอียดวิธีดำเนินการศึกษา ดังนี้

ขั้นตอนที่ ๑ การศึกษาสภาพการบังคับใช้ของกฎหมายที่อยู่ในหน้าที่และอำนาจในการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย

ขั้นตอนที่ ๒ การศึกษาแนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคในสภาพบริบทวิถีใหม่

ขั้นตอนที่ ๓ การจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน

ขั้นตอนที่ ๑ การศึกษาสภาพการบังคับใช้ของกฎหมายที่อยู่ในหน้าที่และอำนาจในการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย

การศึกษาสภาพการบังคับใช้ของกฎหมายที่อยู่ในหน้าที่และอำนาจในการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย ผู้ทำการศึกษาได้สำรวจและเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามเพื่อศึกษาแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่กับกลุ่มหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และ/หรือกลุ่มอื่นใดที่ผู้ทำการศึกษาพิจารณาแล้วเห็นว่า เป็นตัวแทนที่ดีในการให้ข้อมูล โดยมีประเด็นสำคัญเกี่ยวกับการศึกษาสภาพปัญหาและอุปสรรคด้านการบังคับใช้กฎหมายต่อการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และสถิติการรับเรื่องร้องเรียนของหน่วยงาน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการศึกษาขั้นตอนที่ ๑ ผู้ทำการศึกษาจะพิจารณาคัดเลือกแบบเจาะจงจากการสืบค้นข้อมูลของหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และ/หรือกลุ่มอื่นใดที่ผู้ทำการศึกษาพิจารณาแล้วเห็นว่า เป็นตัวแทนที่ดีในการให้ข้อมูล จำนวน ๓๓ หน่วยงาน แบ่งออกเป็น ๔ กลุ่ม ตามภารกิจที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค ได้แก่ (๑) กลุ่มหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประเภทสินค้าอุปโภค (๒) กลุ่มหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

ประเภทสินค้าบริโภค (๓) กลุ่มหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประเภทการให้บริการ และ (๔) กลุ่มหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๑. กลุ่มหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประเภทสินค้าอุปโภค ประกอบด้วย ๑๐ หน่วยงาน ได้แก่

- (๑) สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
- (๒) กรมการค้าภายใน
- (๓) กรมประมง
- (๔) กรมวิชาการเกษตร
- (๕) กรมธุรกิจพลังงาน
- (๖) กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์
- (๗) สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
- (๘) กรมการปกครองท้องถิ่น
- (๙) สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย
- (๑๐) สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

๒. กลุ่มหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประเภทสินค้าบริโภค ประกอบด้วย ๕ หน่วยงาน ได้แก่

- (๑) กรมการค้าภายใน
- (๒) กรมประมง
- (๓) กรมปศุสัตว์
- (๔) สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
- (๕) สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

๓. กลุ่มหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประเภทการให้บริการ ประกอบด้วย ๑๓ หน่วยงาน ได้แก่

- (๑) สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง
- (๒) กรมกิจการเด็กและเยาวชน
- (๓) กรมเจ้าท่า
- (๔) กรมปศุสัตว์
- (๕) กรมอนามัย
- (๖) กรมการค้าภายใน
- (๗) กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ
- (๘) กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์
- (๙) สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

- (๑๐) สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน
- (๑๑) สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
- (๑๒) สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์
- (๑๓) สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

แห่งชาติ

๔. กลุ่มหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ๕ หน่วยงาน ได้แก่

- (๑) ธนาคารแห่งประเทศไทย
- (๒) สถาบันคุ้มครองเงินฝาก
- (๓) สำนักงานคณะกรรมการแข่งขันทางการค้า
- (๔) กรมโรงงานอุตสาหกรรม
- (๕) สำนักงานศาลยุติธรรม

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามปลายเปิด (Open-ended Form) พัฒนาการสืบค้นข้อมูลหน้าที่และอำนาจของหน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคเบื้องต้นมาใช้ประกอบกับประเด็นสำคัญในการศึกษาตามกรอบวัตถุประสงค์ โดยกำหนดโครงสร้างแบบสอบถามออกเป็น ๔ ส่วน มีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของหน่วยงาน ประกอบด้วย หน้าที่และอำนาจของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค กลุ่มประเภทด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของหน่วยงานที่กำกับดูแลรับผิดชอบ และสถิติการรับเรื่องร้องเรียนของหน่วยงาน

ส่วนที่ ๒ ข้อคำถามเกี่ยวกับสภาพปัญหาและอุปสรรคที่มีต่อการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย ประกอบด้วย ปัญหาและอุปสรรคด้านกฎหมาย และปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน

ส่วนที่ ๓ ข้อคำถามเกี่ยวกับแนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคในสภาพบริบทวิถีใหม่ ประกอบด้วย แนวทางการป้องกัน และแนวทางการแก้ไขปัญหา

ส่วนที่ ๔ ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ประกอบด้วย ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการทำงานร่วมกันกับสภาองค์กรของผู้บริโภค และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการทำงานร่วมกันกับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

การเก็บรวบรวมข้อมูล

๑. ส่งแบบสอบถามให้กับหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
๒. สรุปรายละเอียดสำคัญเกี่ยวกับสภาพปัญหาและอุปสรรคที่มีต่อการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย แนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคในสภาพบริบทวิถีใหม่ และข้อเสนอแนะอื่นๆ
๓. สรุปรายละเอียดและจัดกลุ่มเนื้อหาที่ได้จากการประมวลผล

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ทำการศึกษาจะวิเคราะห์ข้อมูลโดยการจัดกลุ่มสาระสำคัญเพื่อนำมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ที่ได้จากการประมวลผลข้อมูล และนำมาสรุปผล จัดกลุ่ม (Categories) ประเด็นสำคัญต่าง ๆ ที่ได้จากการศึกษาตามกรอบวัตถุประสงค์

ขั้นตอนที่ ๒ การศึกษาแนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคในสภาพบริบทวิถีใหม่

การศึกษาแนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคในสภาพบริบทวิถีใหม่ ผู้ทำการศึกษาได้สำรวจและเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามเพื่อศึกษาแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่กับกลุ่มหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภคและ/หรือกลุ่มอื่นใดที่ผู้ทำการศึกษาพิจารณาแล้วเห็นว่าเป็นตัวแทนที่ดีในการให้ข้อมูล (ตามขั้นตอนที่ ๑) และทำการศึกษาร่วมกับการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) โดยการจัดเสวนาทางวิชาการระดมความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผล สรุป สังเคราะห์ให้เกิดแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่มีรายละเอียด ดังนี้

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการศึกษาขั้นตอนที่ ๒ ผู้ทำการศึกษาจะพิจารณาคัดเลือกแบบเจาะจงจากกรสืบค้นข้อมูลของหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และ/หรือกลุ่มอื่นใดที่ผู้ทำการศึกษาพิจารณาแล้วเห็นว่าเป็นตัวแทนที่ดีในการให้ข้อมูล จำนวน ๓๓ หน่วยงาน (ตามขั้นตอนที่ ๑) และองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชน จำนวน ๒๐ องค์กร โดยแบ่งออกเป็น ๒ กลุ่มองค์กร ได้แก่ (๑) กลุ่มองค์กรภาครัฐ และ (๒) กลุ่มองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๑. กลุ่มองค์กรภาครัฐ แบ่งออกเป็น ๓ กลุ่ม ได้แก่ (๑) กลุ่มหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประเภทสินค้าอุปโภค (๒) กลุ่มหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประเภทสินค้าบริโภค และ (๓) กลุ่มหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประเภทการให้บริการ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๑.๑ กลุ่มหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประเภทสินค้าอุปโภค ประกอบด้วย ๑๐ หน่วยงาน ได้แก่

- (๑) สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
- (๒) สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง
- (๓) กรมวิชาการเกษตร
- (๔) กรมทรัพย์สินทางปัญญา
- (๕) กรมกิจการเด็กและสตรี
- (๖) กรมการปกครอง
- (๗) สำนักงานคณะกรรมการแข่งขันทางการค้า
- (๘) กรมควบคุมมลพิษ
- (๙) สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

(๑๐) สำนักงานศาลยุติธรรม

๑.๒ กลุ่มหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประเภทสินค้าบริโภค ประกอบด้วย ๘ หน่วยงาน ได้แก่

- (๑) กรมปศุสัตว์
- (๒) กรมประมง
- (๓) สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ
- (๔) องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย
- (๕) กรมที่ดิน
- (๖) สำนักงานคณะกรรมการแข่งขันทางการค้า
- (๗) สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
- (๘) สำนักงานศาลยุติธรรม

๑.๓ กลุ่มหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประเภทการให้บริการ ประกอบด้วย ๒๒ หน่วยงาน ได้แก่

- (๑) ธนาคารแห่งประเทศไทย
- (๒) สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย
- (๓) สถาบันคุ้มครองเงินฝาก
- (๔) กรมการท่องเที่ยว
- (๕) กรมปศุสัตว์
- (๖) กรมการขนส่งทางบก
- (๗) กรมเจ้าท่า
- (๘) สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์
- (๙) บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด
- (๑๐) กรมธุรกิจพลังงาน
- (๑๑) กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
- (๑๒) สำนักงานคณะกรรมการแข่งขันทางการค้า
- (๑๓) สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน
- (๑๔) กรมอนามัย
- (๑๕) กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก
- (๑๖) กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์
- (๑๗) กองสถานพยาบาลและการประกอบโรคศิลปะ
- (๑๘) กรมโรงงานอุตสาหกรรม
- (๑๙) สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
- (๒๐) สำนักงานศาลยุติธรรม

- (๒๑) สำนักงานคณะกรรมการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ
- (๒๒) กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค

๒. กลุ่มองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชน ประกอบด้วย ๒๐ หน่วยงาน ได้แก่

- (๑) มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค
- (๒) สมาคมเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค
- (๓) เครือข่ายนักวิชาการเพื่อผู้บริโภค
- (๔) สมาคมพิทักษ์ประโยชน์ผู้บริโภค
- (๕) ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคเขตคันนายาว กรุงเทพมหานคร
- (๖) ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคเขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร
- (๗) ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคเขตทุ่งครุ กรุงเทพมหานคร
- (๘) ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคเขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร
- (๙) ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคเขตบางคอแหลม กรุงเทพมหานคร
- (๑๐) ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร
- (๑๑) ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร
- (๑๒) ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร
- (๑๓) ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคเขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร
- (๑๔) ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคเขตบางรัก กรุงเทพมหานคร
- (๑๕) ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคเขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร
- (๑๖) ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคเขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร
- (๑๗) ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคเขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร
- (๑๘) ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคเขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร
- (๑๙) ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร
- (๒๐) สมาพันธ์ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคกรุงเทพมหานคร

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็น ๒ ส่วน คือ แบบสอบถาม (ตามขั้นตอนที่ ๑) และแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) เป็นคำถามปลายเปิดที่ได้จากการสังเคราะห์ผลสรุปในขั้นตอนที่ ๑ โดยกำหนดประเด็นการสัมภาษณ์สำหรับการศึกษา ๒ กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มองค์กรภาครัฐ ที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และกลุ่มองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๑. กลุ่มองค์กรภาครัฐที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วย ๓ ประเด็นสำคัญ ได้แก่

ประเด็นที่ ๑ ปัญหาและอุปสรรคในการบังคับใช้กฎหมายและระเบียบต่าง ๆ เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค

ประเด็นที่ ๒ แนวทางในการปรับตัวเพื่อเตรียมความพร้อมพัฒนากฎหมายและระเบียบต่าง ๆ ของหน่วยงานเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคสภาพบริบทวิถีใหม่

ประเด็นที่ ๓ แนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของหน่วยงานในสภาพบริบทวิถีใหม่

ประเด็นที่ ๔ แนวทางการทำงานร่วมกับสภาองค์กรของผู้บริโภคในอนาคต

๒. กลุ่มองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชน ประกอบด้วย ๔ ประเด็นสำคัญ ได้แก่

ประเด็นที่ ๑ ปัญหาและอุปสรรคด้านกฎหมายของหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

ประเด็นที่ ๒ ความสามารถในการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพ

ประเด็นที่ ๓ แนวทางการคุ้มครองผู้บริโภคของหน่วยงานภาครัฐในสภาพบริบทวิถีใหม่

ประเด็นที่ ๔ ลักษณะการมีส่วนร่วมขององค์กรภาคประชาชนกับหน่วยงานภาครัฐ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น ๒ ส่วน ได้แก่ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม (ตามขั้นตอนที่ ๑) และการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่มในการจัดเสวนาทางวิชาการ โดยลักษณะของการสนทนากลุ่มมีรายละเอียดขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

๑. กำหนดวันและเวลาในการสนทนากลุ่ม

๒. กำหนดประเด็นสำคัญในการระดมความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม

๓. กำหนดผู้ดำเนินการสนทนากลุ่ม (Modulator) โดยทำหน้าที่กำกับการณ์สนทนาให้เป็นไปในแนวทางของหัวข้อที่ศึกษาและเพื่อให้ได้ข้อมูลพร้อมข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในเวลาที่กำหนดของการดำเนินงาน

๔. กำหนดผู้ช่วยจัดบันทึกการสนทนา บันทึกเสียง ถ่ายภาพ จัดเตรียมเอกสาร โสตทัศนศึกษา และสถานที่ประชุม

๕. นำเสนอผลการระดมความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่ม

๖. สรุปประเด็นและรายละเอียดของการระดมความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่ม

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ทำการศึกษาจะเก็บรวบรวมเนื้อหา และข้อสารสนเทศจากการประมวลผลข้อมูล (ตามขั้นตอนที่ ๑) และการสนทนากลุ่มของแต่ละกลุ่มเพื่อนำมาจัดกลุ่มสาระสำคัญและวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ที่ได้จากการประมวลผลข้อมูล และนำมาสรุปผล จัดกลุ่ม (Categories) ประเด็นสำคัญที่ได้จากการศึกษาตามกรอบวัตถุประสงค์

ขั้นตอนที่ ๓ การจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน

การศึกษาข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน ผู้ทำการศึกษาได้ทำการประมวลผลสรุปข้อมูลที่ได้จากขั้นตอนที่ ๑ และขั้นตอนที่ ๒ มาวิเคราะห์และสังเคราะห์ เพื่อนำมาถอดองค์ความรู้ และสาระสำคัญในการนำมาจัดทำเป็นข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน โดยผู้ทำการศึกษาจะเป็นตัวแทนกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักหรือหน่วยการวิจัยเพื่อแสดงข้อคิดเห็นในการศึกษาครั้งนี้ร่วมด้วย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (ตามขั้นตอนที่ ๑) และแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (ตามขั้นตอนที่ ๒) โดยมีประเด็นที่เกี่ยวกับข้อคำถามด้านข้อเสนอแนะในการปรับปรุงกฎหมายระเบียบต่าง ๆ ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการทำงานร่วมกันกับสภาองค์กรของผู้บริโภค และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการทำงานร่วมกันกับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย การดำเนินงาน ๒ ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ ๑ ส่งแบบสอบถามให้กับหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการจัดกลุ่มสาระสำคัญเพื่อนำมาวิเคราะห์เนื้อหาที่ได้จากการประมวลผลข้อมูล และนำมาสรุปผล จัดกลุ่มประเด็นสำคัญที่ได้จากการศึกษาตามกรอบวัตถุประสงค์ และส่วนที่ ๒ กำหนดประเด็นสำคัญในการระดมความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม และให้ผู้ดำเนินการสนทนากลุ่มทำหน้าที่กำกับ การสนทนาให้เป็นไปในแนวทางของหัวข้อที่ศึกษา และนำเสนอผลการระดมความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่มเพื่อสรุปประเด็นและรายละเอียดที่ได้จากการสนทนากลุ่ม

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยการจัดกลุ่มสาระสำคัญเพื่อนำมาวิเคราะห์เนื้อหาที่ได้จากการประมวลผลข้อมูล และนำมาสรุปผล จัดกลุ่มประเด็นสำคัญที่ได้จากการศึกษาตามกรอบวัตถุประสงค์

บทที่ ๔ พลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง แนวทางการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (๑) ศึกษาสภาพการบังคับใช้ของกฎหมายที่อยู่ในหน้าที่และอำนาจในการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย (๒) ศึกษาแนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคในสภาพบริบทวิถีใหม่ และ (๓) จัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน สามารถสรุปผลการศึกษาออกเป็น ๔ ตอน ดังนี้

ตอนที่ ๑ สถิติการรับเรื่องร้องเรียนของหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

ตอนที่ ๒ สภาพการบังคับใช้ของกฎหมายที่อยู่ในหน้าที่และอำนาจในการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย

ตอนที่ ๓ แนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคในสภาพบริบทวิถีใหม่

ตอนที่ ๔ ข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน

ตอนที่ ๑ สถิติการรับเรื่องร้องเรียนของหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

หน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทยมีหลายหน่วยงาน โดยแต่ละหน่วยงานมีภารกิจที่แตกต่างกันออกไป จากการศึกษาและสำรวจแบบสอบถามในครั้งนี้ มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและให้ข้อมูลด้านสถิติเรื่องร้องเรียน ประกอบด้วย ๑๔ หน่วยงานที่มีการรับเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภค ได้แก่ กรมการค้าภายใน กรมธุรกิจพลังงาน กรมปศุสัตว์ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ สำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง และธนาคารแห่งประเทศไทย โดยมีรายละเอียดหน้าที่และอำนาจ และสถิติการรับเรื่องร้องเรียนในรอบปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ ดังนี้

๑. กรมการค้าภายใน

หน้าที่และอำนาจของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

(๑) ดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ กฎหมายว่าด้วยการควบคุมโภคภัณฑ์ กฎหมายว่าด้วยการค้าข้าว กฎหมายว่าด้วยมาตราซังตวงวัด กฎหมายว่าด้วยการคลังสินค้า ไซโลและห้องเย็น รวมถึงกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง

(๒) เป็นหน่วยงานหลักในการกำกับดูแลสินค้าและบริการเพื่อรักษาความเป็นธรรมทางการค้า คุ้มครองประชาชนผู้บริโภค เกษตรกรให้ได้รับความเป็นธรรม และกำกับดูแลการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการให้มีธรรมาภิบาลทางการค้า โดยมีการกำกับดูแลราคาสินค้าและบริการตั้งแต่ต้นทาง (ราคาโรงงาน) กลางทาง (ราคาขายส่ง) และปลายทาง (ราคาขายปลีก) ตามพระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ.๒๕๔๒ เพื่อให้ราคาจำหน่ายสินค้าสอดคล้องกับต้นทุน ไม่เกิดการฉวยโอกาสในการกักตุนสินค้าหรือปรับราคาสินค้าหรือค่าบริการสูงขึ้นเกินควร มีปริมาณสินค้าที่เพียงพอต่อการบริโภคตามความต้องการใช้ในประเทศ รวมทั้งส่งเสริมและพัฒนาผู้บริโภคให้มีบทบาทในการพิทักษ์ประโยชน์ของตนเอง

ตารางที่ ๔-๑ สถิติเรื่องร้องเรียนที่เข้ามาในหน่วยงานรอบปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ (จำแนกรายเดือน)

ปี ๒๕๖๒			ปี ๒๕๖๓								
ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
๑๒๙	๑๐๒	๗๙	๑๔๕	๖๕๘	๒,๑๒๖	๕๘๗	๓๕๕	๑๘๕	๑๗๗	๑๑๔	๑๑๙

* รวมทั้งสิ้น ๔,๗๗๖ เรื่อง

ตารางที่ ๔-๒ ประเภทเรื่องร้องเรียนสูงสุด ๑๐ อันดับ รอบปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓

ลำดับ	ประเภทเรื่องร้องเรียน	จำนวน (เรื่อง)	การแก้ไขปัญหา	
			แก้ไขปัญหาเอง	ส่งต่อหน่วยงานอื่น
๑	จำหน่ายราคาแพง	๒,๘๗๐	๒,๘๗๐	-
๒	ไม่ปิดป้ายแสดงราคาจำหน่ายปลีก	๑,๐๖๒	๑,๐๖๒	-
๓	ไม่ได้รับความเป็นธรรมในการซื้อขายสินค้า/ ไม่ปฏิบัติตามที่โฆษณาไว้	๒๓๖	๒๓๖	-
๔	แสดงราคาจำหน่ายปลีกไม่ตรงกับราคาที่จำหน่าย	๑๘๓	๑๘๓	-
๕	ความผิดตาม พ.ร.บ. ชั่งตวงวัด (ใช้เครื่องชั่งไม่ได้มาตรฐาน/ ใช้มาตรวัดน้ำมันเชื้อเพลิงไม่ได้มาตรฐาน)	๑๘๒	๑๘๒	-
๖	ปรับราคาจำหน่ายสูงขึ้น	๑๒๕	๑๒๕	-
๗	กักตุนสินค้า	๗๒	๗๒	-
๘	ปฏิเสธการจำหน่ายโดยไม่มีเหตุผล	๒๕	๒๕	-
๙	ขายเกินราคาที่กำหนด	๑๔	๑๔	-
๑๐	สินค้าเกษตรราคาตกต่ำ	๗	๗	-

จากตารางที่ ๔-๑ และ ๔-๒ พบว่า สถิติการรับเรื่องร้องเรียนของกรมการค้าภายในในรอบปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ มีจำนวนทั้งสิ้น ๔,๗๗๖ เรื่อง มีประเภทเรื่องร้องเรียนสูงสุด ๓ อันดับแรก ได้แก่ จำหน่ายราคาแพง จำนวน ๒,๘๗๐ เรื่อง รองลงมา คือ ไม่ปิดป้ายแสดงราคาจำหน่ายปลีก จำนวน ๑,๐๖๒ เรื่อง และไม่ได้รับความเป็นธรรมในการซื้อขายสินค้า/ ไม่ปฏิบัติตามที่โฆษณาไว้ จำนวน ๒๓๖ เรื่อง โดยประเภทของเรื่องร้องเรียนน้อยที่สุด คือ สินค้าเกษตรราคาตกต่ำ จำนวน ๗ เรื่อง

๒. กรมธุรกิจพลังงาน

หน้าที่และอำนาจของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

- (๑) พัฒนาและกำหนดมาตรฐานคุณภาพน้ำมันเชื้อเพลิง
- (๒) กำกับ ดูแล ตรวจสอบคุณภาพน้ำมันเชื้อเพลิงให้มีคุณภาพตามที่กฎหมายกำหนด
- (๓) รับเรื่องร้องเรียนการกระทำผิดและดำเนินคดีผู้ค้าน้ำมันที่ฝ่าฝืนกฎหมายแห่งพระราชบัญญัติการค้าน้ำมันเชื้อเพลิง พ.ศ.๒๕๔๓
- (๔) ให้คำแนะนำผู้ค้าน้ำมัน และประชาชนในการเลือกซื้อ เลือกใช้น้ำมันเชื้อเพลิง

ตารางที่ ๔-๓ สถิติเรื่องร้องเรียนที่เข้ามาในหน่วยงานรอบปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ (จำแนกรายเดือน)

ปี ๒๕๖๒			ปี ๒๕๖๓								
ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
๙	๓	๓	๔	๔	๔	๐	๓	๙	๔	๖	๕

* รวมทั้งสิ้น ๕๔ เรื่อง

ตารางที่ ๔-๔ ประเภทเรื่องร้องเรียนสูงสุด ๑๐ อันดับ รอบปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓

ลำดับ	ประเภทเรื่องร้องเรียน	จำนวน (เรื่อง)	การแก้ไขปัญหา	
			แก้ไขปัญหาเอง	ส่งต่อหน่วยงานอื่น
๑	สถานที่บรรจุและจำหน่าย	๒๕	๑๔	๑๑
๒	ตรวจสอบคุณภาพน้ำมันเชื้อเพลิง	๑๕	๑๕	-
๓	สถานีบริการน้ำมัน	๕	๓	๒
๔	สถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว	๒	-	๒
๕	การเปลี่ยนชื่อน้ำมัน	๒	๒	-
๖	รถขนส่งก๊าซปิโตรเลียมเหลว	๑	๑	-
๗	มาตรฐานน้ำมัน	๑	๑	-
๘	สถานที่เก็บน้ำมัน	๑	-	๑
๙	พัฒนามาตรฐานความปลอดภัย	๑	๑	-
๑๐	โครงการบรรเทาผลกระทบจากการปรับราคาขายปลีกก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) ภาคครัวเรือน	๑	๑	-

จากตารางที่ ๔-๓ และ ๔-๔ พบว่า สถิติการรับเรื่องร้องเรียนของกรมธุรกิจพลังงานในรอบปีงบประมาณพ.ศ. ๒๕๖๓ มีจำนวนทั้งสิ้น ๕๔ เรื่อง มีประเภทเรื่องร้องเรียนสูงสุด ๓ อันดับแรก ได้แก่ สถานที่บรรจุและจำหน่าย จำนวน ๒๕ เรื่อง รองลงมา คือ ตรวจสอบคุณภาพน้ำมันเชื้อเพลิง จำนวน ๑๕ เรื่อง และสถานีบริการน้ำมัน จำนวน ๕ เรื่อง โดยประเภทของเรื่องร้องเรียนน้อยที่สุด คือ รถขนส่งก๊าซปิโตรเลียมเหลว ; มาตรฐานน้ำมัน ; สถานที่เก็บน้ำมัน ; พัฒนามาตรฐานความปลอดภัย และโครงการบรรเทาผลกระทบจากการปรับราคาขายปลีกก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) ภาคครัวเรือน เป็นต้น

๓. กรมปศุสัตว์

หน้าที่และอำนาจของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

(๑) ดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยโรคระบาดสัตว์ กฎหมายว่าด้วยการบำรุงพันธุ์สัตว์ กฎหมายว่าด้วยการควบคุมคุณภาพอาหารสัตว์ กฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาลสัตว์ กฎหมายว่าด้วยโรคพิษสุนัขบ้า กฎหมายว่าด้วยการควบคุมการฆ่าสัตว์และจำหน่ายเนื้อสัตว์ รวมถึงกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง

(๒) ศึกษา วิจัย และพัฒนาเทคโนโลยีด้านการปศุสัตว์

(๓) ตรวจสอบและรับรองคุณภาพสินค้าปศุสัตว์ พันธุ์สัตว์ พันธุ์พืชอาหารสัตว์ อาหารสัตว์ ชีวภัณฑ์และชีววัตถุสำหรับสัตว์ ยาสัตว์และวัตถุอันตรายด้านการปศุสัตว์ ระบบการผลิตปศุสัตว์และสินค้าปศุสัตว์ รวมถึงกระบวนการอื่นที่เกี่ยวข้องในด้านการปศุสัตว์ เพื่อให้ได้มาตรฐานและมีความปลอดภัย

(๔) ผลิตและขยายพันธุ์สัตว์ น้ำเชื้อ เชื้อพันธุ์ พืชอาหารสัตว์ และเสบียงสัตว์ เพื่อการพัฒนาด้านการปศุสัตว์ รวมถึงผลิตและจัดหาชีวภัณฑ์ เวชภัณฑ์ และชีววัตถุสำหรับสัตว์ เพื่อการควบคุมโรคระบาดสัตว์

(๕) ควบคุม ป้องกัน กำจัด บำบัด วินิจฉัยและชันสูตรโรคสัตว์ กำกับดูแลสถานพยาบาลสัตว์ และพัฒนาระบบการจัดการด้านสุขภาพสัตว์

(๖) ส่งเสริม พัฒนา และถ่ายทอดเทคโนโลยีด้านการปศุสัตว์ บริหารจัดการการประสานความร่วมมือด้านการปศุสัตว์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

(๗) ดำเนินการอนุรักษ์พันธุกรรมและความหลากหลายทางชีวภาพด้านการปศุสัตว์ และป้องกันผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการปศุสัตว์

ตารางที่ ๔-๕ สถิติเรื่องร้องเรียนที่เข้ามาในหน่วยงานรอบปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ (จำแนกรายเดือน)

ปี ๒๕๖๒			ปี ๒๕๖๓								
ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
๑๓	๒๕	๒๒	๒๐	๑๒	๒๗	๑๘	๑๖	๒๙	๓๗	๒๐	๒๐

* รวมทั้งสิ้น ๒๕๙ เรื่อง

ตารางที่ ๔-๖ ประเภทเรื่องร้องเรียนสูงสุด ๑๐ อันดับ รอบปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓

ลำดับ	ประเภทเรื่องร้องเรียน	จำนวน (เรื่อง)	การแก้ไขปัญหา	
			แก้ไขปัญหาเอง	ส่งต่อหน่วยงานอื่น
๑	แก้ไขปัญหาความเดือดร้อนด้านปศุสัตว์	๘๗	๘๗	-
๒	สถานประกอบการ	๖๐	๖๐	-
๓	ขอสนับสนุนปัจจัยการผลิต	๕๖	๕๖	-
๔	พฤติกรรมเจ้าหน้าที่	๒๐	๒๐	-
๕	จัดสวัสดิภาพสัตว์	๑๘	๑๘	-
๖	เสนอความเห็นด้านปศุสัตว์	๑๘	๑๘	-

หมายเหตุ : ประเภทเรื่องร้องเรียนมี ๖ อันดับ

จากตารางที่ ๔-๕ และ ๔-๖ พบว่า สถิติการรับเรื่องร้องเรียนของกรมปศุสัตว์ในรอบปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ มีจำนวนทั้งสิ้น ๒๕๙ เรื่อง มีประเภทเรื่องร้องเรียนสูงสุด ๓ อันดับแรก ได้แก่ แก้ไขปัญหาความเดือดร้อนด้านปศุสัตว์ จำนวน ๘๗ เรื่อง รองลงมา คือ สถานประกอบการ จำนวน ๖๐ เรื่อง และขอสนับสนุนปัจจัยการผลิต จำนวน ๕๖ เรื่อง โดยประเภทของเรื่องร้องเรียนน้อยที่สุด คือ จัดสวัสดิภาพสัตว์ และเสนอความเห็นด้านปศุสัตว์ จำนวน ๑๘ เรื่อง

๔. กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ

หน้าที่และอำนาจของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

- (๑) จัดทำแผนและนโยบายคุ้มครองผู้บริโภคด้านระบบบริการสุขภาพ
- (๒) กำกับ ติดตาม เฝ้าระวัง การบริหารจัดการการคุ้มครองผู้บริโภคด้านระบบบริการสุขภาพ
- (๓) ดำเนินการบริหารจัดการเรื่องร้องเรียนหรือทุกข์ร้อนให้เป็นไปตามกฎหมาย
- (๔) เฝ้าระวังการดำเนินการตามกฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านระบบบริการสุขภาพ
- (๕) ประสานงานกับเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง
- (๖) ปฏิบัติงานร่วมหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง

ตารางที่ ๔-๗ สถิติเรื่องร้องเรียนที่เข้ามาในหน่วยงานรอบปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ (จำแนกรายเดือน)

ปี ๒๕๖๒			ปี ๒๕๖๓								
ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
๖๗	๔๖	๓๕	๕๗	๕๕	๔๒	๗๙	๔๙	๔๔	๓๐	๓๖	๕๑

* รวมทั้งสิ้น ๕๙๑ เรื่อง

ตารางที่ ๔-๘ ประเภทเรื่องร้องเรียนสูงสุด ๑๐ อันดับ รอบปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓

ลำดับ	ประเภทเรื่องร้องเรียน	จำนวน (เรื่อง)	การแก้ไขปัญหา	
			แก้ไขปัญหาเอง	ส่งต่อหน่วยงานอื่น
๑	การขอใช้สิทธิ UCEP	๑๔๐	-	๑๔๐
๒	มาตรฐานการรักษาพยาบาล	๑๓๙	-	๑๓๙
๓	ระบบการให้บริการสถานพยาบาล	๕๑	-	๕๑
๔	การระบาดเชื้อไวรัสโคโรนา	๔๕	-	๔๕
๕	ตรวจสอบสถานพยาบาล	๓๙	-	๓๙
๖	การโฆษณาสถานพยาบาล	๓๕	-	๓๕
๗	ค่ารักษาพยาบาล	๓๑	-	๓๑
๘	โรงพยาบาลเถื่อน	๒๘	-	๒๘
๙	หมอเถื่อน	๑๕	-	๑๕
๑๐	เรื่องอื่น ๆ	๖๘	-	๖๘

จากตารางที่ ๔-๗ และ ๔-๘ พบว่า สถิติการรับเรื่องร้องเรียนของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ในรอบปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ มีจำนวนทั้งสิ้น ๕๙๑ เรื่อง มีประเภทเรื่องร้องเรียนสูงสุด ๓ อันดับแรก ได้แก่ การขอใช้สิทธิ UCEP จำนวน ๑๔๐ เรื่อง รองลงมา คือ มาตรฐานการรักษาพยาบาล จำนวน ๑๓๙ เรื่อง และระบบการให้บริการสถานพยาบาล จำนวน ๕๑ เรื่อง โดยประเภทของเรื่องร้องเรียนน้อยที่สุด คือ หมอเถื่อน จำนวน ๑๕ เรื่อง

๕. สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย

หน้าที่และอำนาจของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

(๑) กำกับและพัฒนาธุรกิจประกันภัยให้มีความเข้มแข็งมั่นคง
(๒) ส่งเสริมสนับสนุนให้ธุรกิจประกันภัยมีบทบาทสร้างเสริมความแข็งแกร่งในระบบเศรษฐกิจ สังคมของประเทศและคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชน

(๓) คุ้มครองสิทธิประโยชน์ของประชาชนด้านการประกันภัยให้แก่ประชาชน ผู้เอาประกันภัย ผู้รับประกันภัย และผู้มีสิทธิเรียกร้องตามสัญญาประกันภัย โดยการเจรจาไกล่เกลี่ยข้อพิพาทระหว่าง ผู้ร้องเรียนกับบริษัทประกันภัยอย่างเป็นระบบครบวงจร ตั้งแต่กระบวนการพิจารณาเรื่องร้องเรียน โดยพนักงานเจ้าหน้าที่ของสำนักงาน การไกล่เกลี่ยข้อพิพาทโดยผู้ชำนาญการ และการระงับข้อพิพาท ด้านประกันภัยด้วยวิธีอนุญาโตตุลาการเพื่อเป็นการบริการประชาชนได้อย่างสะดวก ถูกต้อง รวดเร็ว ประหยัด และเป็นธรรม

ตารางที่ ๔-๙ สถิติเรื่องร้องเรียนที่เข้ามาในหน่วยงานรอบปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ (จำแนกรายเดือน)

ปี ๒๕๖๒			ปี ๒๕๖๓								
ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
๑,๗๙๒	๑,๘๓๖	๑,๑๑๐	๑,๔๕๖	๑,๔๒๐	๑,๕๘๗	๑,๙๘๔	๑,๑๘๘	๑,๒๔๑	๑,๐๖๖	๙๘๕	๙๔๓

* รวมทั้งสิ้น ๑๖,๖๐๘

ตารางที่ ๔-๑๐ ประเภทเรื่องร้องเรียนสูงสุด ๑๐ อันดับ รอบปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓

ลำดับ	ประเภทเรื่องร้องเรียน	จำนวน (เรื่อง)	การแก้ไขปัญหา	
			แก้ไขปัญหาเอง	ส่งต่อหน่วยงานอื่น
๑	ประกันวินาศภัย	๑๒,๔๙๒	๑๒,๔๙๒	-
๒	ประกันชีวิต	๓,๓๙๓	๓,๓๙๓	-
๓	คนกลางประกันภัย (ตัวแทน/นายหน้า)	๗๒๓	๗๒๓	-

หมายเหตุ : ประเภทเรื่องร้องเรียนมี ๓ อันดับ

จากตารางที่ ๔-๙ และ ๔-๑๐ พบว่า สถิติการรับเรื่องร้องเรียนของสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย ในรอบปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ มีจำนวนทั้งสิ้น ๑๖,๖๐๘ เรื่อง มีประเภทเรื่องร้องเรียนสูงสุด ๒ อันดับแรก ได้แก่ ประกันวินาศภัย จำนวน ๑๒,๔๙๒ เรื่อง รองลงมา คือ

ประกันชีวิต จำนวน ๓,๓๙๓ เรื่อง และประเภทของเรื่องร้องเรียนน้อยที่สุด คือ คนกลางประกันภัย (ตัวแทน/นายหน้า) จำนวน ๗๒๓ เรื่อง

๖. สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หน้าที่และอำนาจของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

- (๑) กำกับมาตรการคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของประชาชนมิให้ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบกิจการ
- (๒) กำกับมาตรการส่งเสริมสิทธิเสรีภาพ และความเสมอภาคของประชาชนในการเข้าถึงการใช้ประโยชน์คลื่นความถี่และบริการในกิจการโทรคมนาคม
- (๓) กำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค กระบวนการรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียน
- (๔) ยุติข้อขัดแย้งระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภค
- (๕) สื่อสารสาธารณะและประชาสัมพันธ์ในเชิงรุกเพื่อสร้างความตระหนักให้แก่ผู้บริโภค
- (๖) สร้างเครือข่ายความร่วมมือพัฒนาศักยภาพและสร้างกระบวนการเรียนรู้ของเครือข่าย

ตารางที่ ๔-๑๑ สถิติเรื่องร้องเรียนที่เข้ามาในหน่วยงานรอบปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ (จำแนกรายเดือน)

ปี ๒๕๖๒			ปี ๒๕๖๓								
ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
๑๓๔	๑๔๙	๑๓๑	๑๑๐	๙๗	๑๐๐	๑๔๘	๑๓๑	๑๖๖	๑๔๔	๑๖๕	๑๕๕

* รวมทั้งสิ้น ๑,๖๒๙ เรื่อง

ตารางที่ ๔-๑๒ ประเภทเรื่องร้องเรียนสูงสุด ๑๐ อันดับ รอบปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓

ลำดับ	ประเภทเรื่องร้องเรียน	จำนวน (เรื่อง)	การแก้ไขปัญหา	
			แก้ไขปัญหาเอง	ส่งต่อหน่วยงานอื่น
๑	การคงสิทธิเลขหมาย	๑๖๘	๑๖๘	-
๒	ยกเลิกบริการอินเทอร์เน็ตไม่เสียค่าใช้จ่าย	๑๖๓	๑๖๓	-
๓	SMS คิดเงินโดยไม่ได้สมัคร	๑๓๙	๑๓๙	-
๔	ถูกระงับสัญญาณและขอเลขหมายคืน	๙๒	๙๒	-
๕	คิดค่าบริการผิดพลาด	๘๓	๘๓	-
๖	คิดค่าบริการไม่เป็นธรรม	๖๔	๖๔	-
๗	คิดค่าบริการระหว่างถูกระงับบริการ	๖๓	๖๓	-
๘	ยกเลิกบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบชำระค่าบริการล่วงหน้าและขอเงินคืน	๖๒	๖๒	-

ตารางที่ ๔-๑๒ (ต่อ)

ลำดับ	ประเภทเรื่องร้องเรียน	จำนวน (เรื่อง)	การแก้ไขปัญหา	
			แก้ไขปัญหาเอง	ส่งต่อหน่วยงานอื่น
๙	ไม่สามารถยกเลิกบริการอินเทอร์เน็ตบ้านได้	๕๘	๕๘	-
๑๐	ยกเลิกบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่	๕๑	๕๑	-

จากตารางที่ ๔-๑๑ และ ๔-๑๒ พบว่า สถิติการรับเรื่องร้องเรียนของสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ในรอบปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ มีจำนวนทั้งสิ้น ๑,๖๒๙ เรื่อง มีประเภทเรื่องร้องเรียนสูงสุด ๓ อันดับแรก ได้แก่ การคงสิทธิเลขหมาย จำนวน ๑๖๘ เรื่อง รองลงมา คือ ยกเลิกบริการอินเทอร์เน็ตไม่เสียค่าใช้จ่าย จำนวน ๑๖๓ เรื่อง และ SMS คิดเงินโดยไม่ได้สมัคร จำนวน ๑๓๙ เรื่อง โดยประเภทของเรื่องร้องเรียนน้อยที่สุด คือ ยกเลิกบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำนวน ๕๑ เรื่อง

๗. สำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า

หน้าที่และอำนาจของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

สำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้ามุ่งเน้นการกำกับดูแลการแข่งขันทางการค้าเพื่อให้เกิดการแข่งขันที่เสรีและเป็นธรรมทั้งในเชิงโครงสร้างและเชิงพฤติกรรม ทั้งนี้ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการผูกขาด ลด หรือจำกัดการแข่งขัน แม้ว่ากฎหมายการแข่งขันทางการค้าจะไม่ได้มีบทบัญญัติเฉพาะที่กำหนดถึงการคุ้มครองผู้บริโภค หากแต่วัตถุประสงค์ที่สำคัญที่สุดในการบังคับใช้กฎหมายการแข่งขันทางการค้า ก็เป็นไปเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้บริโภคโดยรวม เนื่องจากเมื่อธุรกิจมีการแข่งขันบนกติกาที่เป็นธรรม จะทำให้เกิดทางเลือกในสินค้าหรือบริการในตลาดที่หลากหลาย (Variety Choice of Product) คุณภาพสินค้าหรือบริการมีการพัฒนา (High Quality of Goods and Services) และราคาสินค้าหรือบริการ ยุติธรรมและเหมาะสม (Fair and Reasonable Price) รวมถึงการคิดค้นและพัฒนานวัตกรรมทางการค้าใหม่ ๆ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคทั้งสิ้น นอกจากนี้ มาตรา ๖๙ แห่ง พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. ๒๕๖๐ ได้เปิดโอกาสให้ผู้บริโภคสามารถฟ้องคดีเรียกค่าเสียหายจากผู้กระทำการฝ่าฝืนพระราชบัญญัติการแข่งขันฯ ได้ โดยระบุว่าในการฟ้องคดีเรียกค่าเสียหายให้คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สมาคม หรือมูลนิธิที่คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภครับรองตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภค มีสิทธิฟ้องคดีเรียกค่าเสียหายแทนผู้บริโภคหรือสมาชิกของสมาคมหรือมูลนิธิได้

สำหรับการกำกับดูแลการประกอบธุรกิจรวมถึงบทกำหนดโทษตามพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. ๒๕๖๐ สามารถแบ่งออกเป็นการกำกับดูแลในเชิงโครงสร้างและในเชิงพฤติกรรม ดังนี้

(๑) การรวมธุรกิจ (มาตรา ๕๑-๕๓) ซึ่งคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้าต้องพิจารณาอนุญาต โดยคำนึงถึงการไม่กระทบต่อประโยชน์สำคัญอันควรมีควรได้ของผู้บริโภคส่วนรวมด้วย การรวมธุรกิจแบ่งเป็น ๒ ลักษณะ ได้แก่

(๑.๑) การรวมธุรกิจอันอาจก่อให้เกิดการลดการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญ ต้องแจ้งผลการรวมธุรกิจต่อคณะกรรมการภายในเจ็ดวัน (มาตรา ๕๑ วรรค ๑)

(๑.๒) การรวมธุรกิจอันอาจก่อให้เกิดการผูกขาดหรือเป็นผู้ประกอบธุรกิจซึ่งมีอำนาจเหนือตลาด ต้องได้รับอนุญาตจากคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า (มาตรา ๕๑ วรรค ๒)

(๒) การใช้อำนาจเหนือตลาดอย่างไม่เป็นธรรม (มาตรา ๕๐) เช่น การกำหนดราคาสินค้าหรือบริการอย่างไม่เป็นธรรม การกำหนดเงื่อนไขให้คู่ค้าต้องทำตาม การจำกัดการให้บริการเพื่อลดปริมาณให้ต่ำกว่าความต้องการของตลาด และการแทรกแซงการประกอบธุรกิจของผู้อื่น

(๓) การร่วมกันระหว่างคู่แข่งและมีใช้คู่แข่ง (มาตรา ๕๔-๕๖) แบ่งเป็น ๒ ลักษณะ ได้แก่

(๓.๑) ที่ส่งผลกระทบต่อร้ายแรง (Hardcore Cartel) (มาตรา ๕๔)

(๓.๒) ที่ส่งผลกระทบไม่ร้ายแรง (Non-Hardcore Cartel) (มาตรา ๕๕) ซึ่งในลักษณะนี้จะมีข้อยกเว้นตามมาตรา ๕๖ เช่นการตกลงร่วมกันที่มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาการผลิต การจัดทำนายสินค้าและการส่งเสริมให้เกิดความก้าวหน้าทางเทคนิคหรือเศรษฐกิจ และให้พิจารณาการตกลงร่วมกันในข้อยกเว้นนี้โดยจะต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อผู้บริโภคด้วย

(๔) การปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม (มาตรา ๕๗) เช่น การกีดกันการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจรายอื่นอย่างไม่เป็นธรรมและการใช้อำนาจต่อรองที่เหนือกว่าอย่างไม่เป็นธรรม

(๕) การตกลงร่วมกันกับผู้ประกอบธุรกิจต่างประเทศที่ไม่มีเหตุผลอันสมควรและส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและผลประโยชน์ของผู้บริโภคโดยรวม (มาตรา ๕๘)

ตารางที่ ๔-๑๓ สถิติเรื่องร้องเรียนที่เข้ามาในหน่วยงานรอบปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ (จำแนกรายเดือน)

ปี ๒๕๖๒			ปี ๒๕๖๓								
ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
๒	๕	๑	๑	๓	๒	๓	๒	๖	๓	๒	๔

* รวมทั้งสิ้น ๓๔ เรื่อง

ตารางที่ ๔-๑๔ ประเภทเรื่องร้องเรียนสูงสุด ๑๐ อันดับ รอบปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓

ลำดับ	ประเภทเรื่องร้องเรียน	จำนวน (เรื่อง)	การแก้ไขปัญหา	
			แก้ไขปัญหาเอง	ส่งต่อหน่วยงานอื่น
๑	การปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม (มาตรา ๕๗)	๒๖	๒๖	-
๒	การใช้อำนาจเหนือตลาดอย่างไม่เป็นธรรม (มาตรา ๕๐)	๗	๗	-
๓	การร่วมกันที่ส่งผลกระทบต่อร้ายแรง (Hardcore Cartel) (มาตรา ๕๔)	๑	๑	-

หมายเหตุ : ประเภทเรื่องร้องเรียนมี ๓ อันดับ

จากตารางที่ ๔-๑๓ และ ๔-๑๔ พบว่า สถิติการรับเรื่องร้องเรียนของสำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า ในรอบปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ มีจำนวนทั้งสิ้น ๓๔ เรื่อง มีประเภทเรื่องร้องเรียนสูงสุด ๒ อันดับแรก ได้แก่ การปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม (มาตรา ๕๗) จำนวน ๒๖ เรื่อง รองลงมา คือ การใช้อำนาจเหนือตลาดอย่างไม่เป็นธรรม (มาตรา ๕๐) จำนวน ๗ เรื่อง โดยประเภทของเรื่องร้องเรียนน้อยที่สุด คือ การร่วมกันที่ส่งผลกระทบต่อร้ายแรง (Hardcore Cartel) (มาตรา ๕๔) จำนวน ๑ เรื่อง

๘. สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

หน้าที่และอำนาจของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

(๑) รับเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคที่ได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหายอันเนื่องมาจากการกระทำของผู้ประกอบธุรกิจ เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อดำเนินคดีแทนผู้บริโภคที่ถูกละเมิดสิทธิ

(๒) ติดตามและสอดส่องพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจ ซึ่งกระทำการใด ๆ อันมีลักษณะเป็นการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค และจัดให้มีการทดสอบหรือพิสูจน์สินค้าหรือบริการใด ๆ ตามที่เห็นสมควร และจำเป็นเพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค

(๓) ส่งเสริมและสนับสนุนการมีส่วนร่วมและการรวมตัวกันของผู้บริโภคในการจัดตั้งองค์กรของผู้บริโภค และส่งเสริมองค์กรของผู้บริโภคในการรักษาสิทธิของผู้บริโภคตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค

(๔) แจ้งหรือโฆษณาข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่อาจกระทบต่อสิทธิของผู้บริโภค หรืออาจก่อให้เกิดความเสียหายหรือเสื่อมเสียแก่สิทธิของผู้บริโภค โดยจะระบุชื่อสินค้าหรือบริการ หรือชื่อของผู้ประกอบธุรกิจด้วยก็ได้

(๕) สนับสนุนหรือทำการศึกษาและวิจัยปัญหาเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับสถาบันการศึกษาและหน่วยงานอื่น

(๖) ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการศึกษาแก่ผู้บริโภคในทุกระดับการศึกษาเกี่ยวกับ ความปลอดภัย และอันตรายที่อาจได้รับจากสินค้าหรือบริการ

(๗) ดำเนินการเผยแพร่วิชาการ ให้ความรู้และการศึกษาแก่ผู้บริโภคเพื่อสร้างนิสัยในการบริโภค ที่เป็นการส่งเสริมพละนามัย ประหยัด และใช้ทรัพยากรของชาติให้เป็นประโยชน์มากที่สุด

(๘) ประสานงานกับส่วนราชการหรือหน่วยงานของรัฐที่มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการควบคุม ส่งเสริม หรือกำหนดมาตรฐานของสินค้าหรือบริการ

ตารางที่ ๔-๑๕ สถิติเรื่องร้องเรียนที่เข้ามาในหน่วยงานรอบปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ (จำแนกรายเดือน)

ปี ๒๕๖๒			ปี ๒๕๖๓								
ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
๙๘๔	๑,๒๑๗	๘๐๔	๗๘๖	๘๕๗	๙๑๕	๑,๔๔๓	๑,๘๘๒	๑,๕๙๔	๑,๔๙๕	๑,๒๙๑	๑,๕๐๔

* รวมทั้งสิ้น ๑๔,๗๗๒ เรื่อง

ตารางที่ ๔-๑๖ ประเภทเรื่องร้องเรียนสูงสุด ๑๐ อันดับ รอบปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓

ลำดับ	ประเภทเรื่องร้องเรียน	จำนวน (เรื่อง)	การแก้ไขปัญหา	
			แก้ไขปัญหาเอง	ส่งต่อหน่วยงานอื่น
๑	สินค้าหรือบริการ (ไม่ระบุ)	๓,๐๑๙	๒,๙๗๒	๔๗
๒	จอตัวเครื่องบิน/สายการบิน	๑,๙๖๗	๑,๙๖๖	๑
๓	อาคารชุด/คอนโดมิเนียม	๑,๔๙๓	๑,๔๖๐	๓๓
๔	รถยนต์	๗๙๕	๗๘๒	๑๓
๕	เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม	๖๘๕	๖๘๒	๓
๖	เครื่องมือสื่อสาร	๕๙๒	๕๘๒	๑๐
๗	เครื่องใช้ไฟฟ้า	๕๕๖	๕๕๔	๒
๘	สินค้าบริโภค	๕๓๔	๔๓๓	๑๐๑
๙	ผู้ประกอบการทั่วไป	๔๕๓	๔๒๔	๒๙
๑๐	ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว	๔๒๙	๔๒๘	๑

จากตารางที่ ๔-๑๕ และ ๔-๑๖ พบว่า สถิติการรับเรื่องร้องเรียนของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในรอบปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ มีจำนวนทั้งสิ้น ๑๔,๗๗๒ เรื่อง มีประเภทเรื่องร้องเรียนสูงสุด ๓ อันดับแรก ได้แก่ สินค้าหรือบริการ (ไม่ระบุ) จำนวน ๓,๐๑๙ เรื่อง รองลงมา คือ จอตัวเครื่องบิน/สายการบิน จำนวน ๑,๙๖๗ เรื่อง และอาคารชุด/คอนโดมิเนียม จำนวน ๑,๔๙๓ เรื่อง โดยประเภทของเรื่องร้องเรียนน้อยที่สุด คือ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว จำนวน ๔๒๙ เรื่อง

๙. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน

หน้าที่และอำนาจของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

เมื่อความปรากฏต่อพนักงานเจ้าหน้าที่หรือมีผู้ร้องเรียนว่าโรงเรียนก่อให้เกิดความเดือดร้อนหรือเสียหายแก่ประชาชน มีพฤติการณ์อันเป็นภัยต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน หรือมีการฝ่าฝืนพระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. ๒๕๕๐ และที่แก้ไขเพิ่มเติม ให้พนักงานเจ้าหน้าที่มีหน้าที่ดำเนินการตรวจสอบเพื่อทราบข้อเท็จจริงโดยเร็ว แล้วรายงานผลการตรวจสอบต่อผู้อนุญาตเพื่อพิจารณาสั่งตามอำนาจหน้าที่ต่อไป

ตารางที่ ๔-๑๗ สถิติเรื่องร้องเรียนที่เข้ามาในหน่วยงานรอบปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ (จำแนกรายเดือน)

ปี ๒๕๖๒			ปี ๒๕๖๓								
ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
๑๘	๔๓	๒๑	๒๐	๒๓	๓๗	๔๓	๓๘	๓๔	๔๖	๓๗	๓๓

* รวมทั้งสิ้น ๓๘๙ เรื่อง

ตารางที่ ๔-๑๘ ประเภทเรื่องร้องเรียนสูงสุด ๑๐ อันดับ รอบปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓

ลำดับ	ประเภทเรื่องร้องเรียน	จำนวน (เรื่อง)	การแก้ไขปัญหา	
			แก้ไขปัญหาเอง	ส่งต่อหน่วยงานอื่น
๑	การดำเนินการของโรงเรียนเอกชน	๑๖๐	๑๖๐	-
๒	กรณีไม่ได้รับความเป็นธรรมจากการถูกเลิกจ้าง	๖๓	๖๓	-
๓	ขอคืนค่าธรรมเนียมการศึกษา	๓๙	๓๙	-

หมายเหตุ : ประเภทเรื่องร้องเรียนมี ๓ อันดับ (ระหว่างเดือนธันวาคม ๒๕๖๒ - กรกฎาคม ๒๕๖๓)

จากตารางที่ ๔-๑๗ และ ๔-๑๘ พบว่า สถิติการรับเรื่องร้องเรียนของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน ในรอบปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ มีจำนวนทั้งสิ้น ๓๘๙ เรื่อง ในช่วงระหว่างเดือนธันวาคม ๒๕๖๒ - กรกฎาคม ๒๕๖๓ มีประเภทเรื่องร้องเรียนสูงสุด ๓ อันดับแรก ได้แก่ การดำเนินการของโรงเรียนเอกชน จำนวน ๑๖๐ เรื่อง รองลงมา คือ กรณีไม่ได้รับความเป็นธรรมจากการถูกเลิกจ้าง จำนวน ๖๓ เรื่อง โดยประเภทของเรื่องร้องเรียนน้อยที่สุด คือ ขอคืนค่าธรรมเนียมการศึกษา จำนวน ๓๙ เรื่อง

๑๐. สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

หน้าที่และอำนาจของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

ส่งเสริมและขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมไทยไปสู่เศรษฐกิจและสังคมดิจิทัลที่ทุกภาคส่วนสามารถทำธุรกรรมที่น่าเชื่อถือผ่านทางออนไลน์ ได้อย่างมั่นใจและมั่นคงปลอดภัย

ตารางที่ ๔-๑๙ สถิติเรื่องร้องเรียนที่เข้ามาในหน่วยงานรอบปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ (จำแนกรายเดือน)

ปี ๒๕๖๒			ปี ๒๕๖๓								
ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
๔,๑๓๒	๕,๑๐๐	๒,๗๖๓	๒,๔๔๔	๓,๓๑๐	๓,๘๕๙	๓,๖๓๘	๔,๔๖๙	๓,๘๘๔	๔,๓๓๒	๓,๙๙๙	๒,๙๗๗

* รวมทั้งสิ้น ๔๔,๙๐๗ เรื่อง

ตารางที่ ๔-๒๐ ประเภทเรื่องร้องเรียนสูงสุด ๑๐ อันดับ รอบปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓

ลำดับ	ประเภทเรื่องร้องเรียน	จำนวน (เรื่อง)	การแก้ไขปัญหา	
			แก้ไขปัญหาเอง	ส่งต่อหน่วยงานอื่น
๑	ปัญหาเว็บไซต์ผิดกฎหมาย	๒๔,๐๐๙	๙,๐๓๖	๑๔,๙๗๓
๒	ปัญหาซื้อขายทางออนไลน์	๑๙,๕๓๑	๑๗,๑๘๗	๒,๓๔๔
๓	ปัญหาภัยคุกคาม Cyber	๗๕	๕๓	๒๒
๔	ข้อสงสัยด้านกฎหมายไอที	๕๐	๕๐	-

หมายเหตุ : ประเภทเรื่องร้องเรียนยกมาแสดง ๔ อันดับ

จากตารางที่ ๔-๑๙ และ ๔-๒๐ พบว่า สถิติการรับเรื่องร้องเรียนของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ในรอบปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ มีจำนวนทั้งสิ้น ๔๔,๙๐๗ เรื่อง มีประเภทเรื่องร้องเรียนสูงสุด ๒ อันดับแรก ได้แก่ ปัญหาเว็บไซต์ผิดกฎหมาย จำนวน ๒๔,๐๐๙ เรื่อง รองลงมา คือ ปัญหาซื้อขายทางออนไลน์ จำนวน ๑๙,๕๓๑ เรื่อง รองลงมา คือ ปัญหาภัยคุกคาม Cyber จำนวน ๗๕ เรื่อง โดยประเภทของเรื่องร้องเรียนน้อยที่สุด คือ ข้อสงสัยด้านกฎหมายไอที จำนวน ๕๐ เรื่อง

๑๑. สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

หน้าที่และอำนาจของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

- (๑) ตรวจสอบการขออนุญาต และการอนุญาต ตามมาตรา ๑๖, ๒๐, ๒๐ ทวิ, ๒๑ และ ๒๑ ทวิ ตามพระราชบัญญัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ. ๒๕๑๑
- (๒) ตรวจสอบและควบคุมการนำเข้า รวมทั้งผลิตภัณฑ์ที่ได้รับอนุญาตให้นำเข้าตามมาตรา ๒๐ ทวิ, ๒๐ ตริ, ๒๑ ทวิ, ๒๑ ตริ ตามพระราชบัญญัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ. ๒๕๑๑
- (๓) ควบคุมการใช้เครื่องหมายมาตรฐาน
- (๔) กำหนดมาตรฐานบังคับ โดยการออกกฎกระทรวงกำหนดให้ผลิตภัณฑ์ต้องเป็นไปตามมาตรฐาน (มาตรา ๑๗)

ตารางที่ ๔-๒๑ สถิติเรื่องร้องเรียนที่เข้ามาในหน่วยงานรอบปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ (จำแนกรายเดือน)

ปี ๒๕๖๒			ปี ๒๕๖๓								
ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
๒	๒	๖	๑	๒	๔	๐	๑	๑	๓	๔	๔

* รวมทั้งสิ้น ๓๐ เรื่อง

ตารางที่ ๔-๒๒ ประเภทเรื่องร้องเรียนสูงสุด ๑๐ อันดับ รอบปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓

ลำดับ	ประเภทเรื่องร้องเรียน	จำนวน (เรื่อง)	การแก้ไขปัญหา	
			แก้ไขปัญหาเอง	ส่งต่อหน่วยงานอื่น
๑	ร้องเรียนสินค้าอุปโภค	๑๙	๑๙	-
๒	ร้องเรียนด้านบริการ	๑๑	๑๑	-

หมายเหตุ : ประเภทเรื่องร้องเรียนมี ๒ อันดับ

จากตารางที่ ๔-๒๑ และ ๔-๒๒ พบว่า สถิติการรับเรื่องร้องเรียนของสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมในรอบปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ มีจำนวนทั้งสิ้น ๓๐ เรื่อง มีประเภทเรื่องร้องเรียนสูงสุด ๒ อันดับแรก ได้แก่ ร้องเรียนสินค้าอุปโภค จำนวน ๑๙ เรื่อง รองลงมา คือ ร้องเรียนด้านบริการ จำนวน ๑๑ เรื่อง

๑๒. สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง

หน้าที่และอำนาจของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

- (๑) รับเรื่องร้องเรียนจากผู้ถูกชักชวนให้ร่วมลงทุนในธุรกิจที่มีลักษณะเป็นแชร์ลูกโซ่
- (๒) เรียกบุคคลมาให้ถ้อยคำเกี่ยวกับการดำเนินกิจการที่น่าสงสัยว่าจะเป็นการกระทำความผิด
- (๓) ยึดหรืออายัดทรัพย์สินของผู้กระทำความผิดเพื่อคุ้มครองประโยชน์ของประชาชน
- (๔) รวบรวมข้อมูลส่งให้พนักงานอัยการพิจารณาคำเนินคดีล้มละลายเพื่อคุ้มครองประโยชน์

ของประชาชน

ตารางที่ ๔-๒๓ สถิติเรื่องร้องเรียนที่เข้ามาในหน่วยงานรอบปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ (จำแนกรายเดือน)

ปี ๒๕๖๒			ปี ๒๕๖๓								
ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
๔๕	๔๓	๔๑	๕๓	๔๓	๒๐	๒๓	๒๑	๓๕	๒๙	๒๗	๔๐

* รวมทั้งสิ้น ๔๒๐ เรื่อง

ตารางที่ ๔-๒๔ ประเภทเรื่องร้องเรียนสูงสุด ๑๐ อันดับ รอบปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓

ลำดับ	ประเภทเรื่องร้องเรียน	จำนวน (เรื่อง)	การแก้ไขปัญหา	
			แก้ไขปัญหาเอง	ส่งต่อหน่วยงานอื่น
๑	แชร์ออนไลน์	๑๘๐	๑๕๗	๒๓
๒	ขายตรงแบบแชร์ลูกโซ่	๑๓๒	๑๑๓	๑๙
๓	เก็งกำไรค่าเงิน	๕๐	๔๓	๗
๔	เก็งกำไรราคาทองคำ	๓๕	๒๔	๑๑
๕	ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล	๑๕	๑๔	๑
๖	อื่น ๆ	๘	๗	๑

หมายเหตุ : ประเภทเรื่องร้องเรียนมี ๖ อันดับ

จากตารางที่ ๔-๒๓ และ ๔-๒๔ พบว่า สถิติการรับเรื่องร้องเรียนของสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง ในรอบปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ มีจำนวนทั้งสิ้น ๔๒๐ เรื่อง มีประเภทเรื่องร้องเรียนสูงสุด ๓ อันดับแรก ได้แก่ แชร้ออนไลน์ จำนวน ๑๘๐ เรื่อง รองลงมา คือ ชายตรงแอบแฝงแบบแชร์ลูกโซ่ จำนวน ๑๓๒ เรื่อง และเก็งกำไรค่าเงิน จำนวน ๕๐ เรื่อง โดยประเภทของเรื่องร้องเรียนน้อยที่สุด คือ อื่น ๆ จำนวน ๘ เรื่อง

๑๓. ธนาครแห่งประเทศไทย

หน้าที่และอำนาจของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

(๑) กำหนดนโยบาย วิเคราะห์และตรวจสอบการดำเนินงานของผู้ให้บริการทางการเงิน เพื่อคุ้มครองดูแลผู้ใช้บริการทางการเงิน

(๒) จัดให้มีการเผยแพร่ข้อมูลผลิตภัณฑ์ ค่าธรรมเนียมของผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงิน ต่างๆ รวมถึงข้อมูลคุณภาพการให้บริการเพื่อให้ประชาชนมีข้อมูลประกอบการตัดสินใจอย่างเพียงพอ และสนับสนุนให้เกิดการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในระบบสถาบันการเงินไทย

(๓) ประสานงานและให้ความร่วมมือกับหน่วยงานอื่น ๆ เช่น สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจ ประกันภัย (คปภ.) เพื่อให้การกำกับดูแลด้าน Market Conduct มีประสิทธิภาพและสอดคล้องในทิศทางเดียวกัน

(๔) ผลักดันโครงการคลินิกแก้หนี้ ซึ่งช่วยเหลือประชาชนแก้ไขปัญหาหนี้และเสริมสร้างวินัยทางการเงินที่ดีให้กับลูกหนี้

(๕) ให้ข้อมูล ให้คำปรึกษาทางการเงิน ให้คำแนะนำที่เกี่ยวกับบริการทางการเงิน รับเรื่อง ร้องเรียนและการแจ้งเบาะแส พิจารณาและจัดการเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการใช้บริการทางการเงิน ของผู้ให้บริการทางการเงิน ได้แก่ สถาบันการเงิน บริษัทในกลุ่มธุรกิจทางการเงิน สถาบันการเงินเฉพาะกิจ บริษัทบริหารสินทรัพย์ และผู้ประกอบการที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของธนาครแห่งประเทศไทย (ธปท.)

(๖) กำหนดนโยบายและมาตรการเพื่อช่วยเหลือลูกหนี้รายย่อยและลูกหนี้ธุรกิจ รวมทั้งกำกับดูแล วิเคราะห์และประเมินประสิทธิผลของมาตรการช่วยเหลือลูกหนี้และการปรับปรุงโครงสร้างหนี้ ของผู้ให้บริการทางการเงินประเภทต่างๆ

ตารางที่ ๔-๒๕ สถิติเรื่องร้องเรียนที่เข้ามาในหน่วยงานรอบปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ (จำแนกรายเดือน)

ปี ๒๕๖๒			ปี ๒๕๖๓								
ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
๑๕๖	๙๔	๑๑๓	๑๗๖	๑๖๑	๕๘๕	๔,๓๒๕	๒,๒๘๐	๔,๐๓๗	๓,๘๕๖	๓๑,๗๘๔	๓๓,๙๖๖

* รวมทั้งสิ้น ๘๑,๕๓๓ เรื่อง

ตารางที่ ๔-๒๖ ประเภทเรื่องร้องเรียนสูงสุด ๑๐ อันดับ รอบปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓

ลำดับ	ประเภทเรื่องร้องเรียน	จำนวน (เรื่อง)	การแก้ไขปัญหา	
			แก้ไขปัญหาเอง	ส่งต่อหน่วยงานอื่น
๑	เงินให้สินเชื่อ	๘๐,๘๔๗	-	๘๐,๘๔๗
๒	เงินฝาก	๔๑๒	-	๔๑๒
๓	ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ	๙๔	-	๙๔
๔	หลอกลวงประชาชน	๕๙	-	๕๙
๕	ระบบชำระเงิน	๕๗	-	๕๗
๖	เครดิตบูโร	๔๙	-	๔๙
๗	ระเบียบของ ธปท.	๙	-	๙
๘	ทรัพย์สินรอการขาย	๓	-	๓
๙	บริการทางการเงินที่ ธปท. ไม่ได้กำกับดูแล	๒	-	๒
๑๐	การทุจริตของผู้บริหารสถาบันการเงิน	๑	-	๑

จากตารางที่ ๔-๒๕ และ ๔-๒๖ พบว่า สถิติการรับเรื่องร้องเรียนของธนาคารแห่งประเทศไทยในรอบปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ มีจำนวนทั้งสิ้น ๘๑,๕๓๓ เรื่อง มีประเภทเรื่องร้องเรียนสูงสุด ๓ อันดับแรก ได้แก่ เงินให้สินเชื่อ จำนวน ๘๐,๘๔๗ เรื่อง รองลงมา คือ เงินฝาก จำนวน ๔๑๒ เรื่อง และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ จำนวน ๙๔ เรื่อง โดยประเภทของเรื่องร้องเรียนน้อยที่สุด คือ การทุจริตของผู้บริหารสถาบันการเงิน จำนวน ๑ เรื่อง

๑๔. สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

หน้าที่และอำนาจของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

(๑) ดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยการป้องกันการใช้สารระเหย กฎหมายว่าด้วยคณะกรรมการอาหารแห่งชาติ กฎหมายว่าด้วยเครื่องมือแพทย์ กฎหมายว่าด้วยเครื่องสำอาง กฎหมายว่าด้วยผลิตภัณฑ์สมุนไพร กฎหมายว่าด้วยยา กฎหมายว่าด้วยยาเสพติดให้โทษ กฎหมายว่าด้วยวัตถุที่ออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท กฎหมายว่าด้วยวัตถุอันตราย กฎหมายว่าด้วยอาหาร และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง

(๒) พัฒนาระบบและกลไก เพื่อให้มีการดำเนินการบังคับใช้กฎหมายที่อยู่ในความรับผิดชอบ

(๓) เฝ้าระวัง กำกับ และตรวจสอบคุณภาพมาตรฐานของผลิตภัณฑ์สุขภาพ สถานประกอบการ และการโฆษณา รวมทั้งผลอันไม่พึงประสงค์ของผลิตภัณฑ์สุขภาพ การพัฒนาระบบความปลอดภัยด้านสารเคมีของประเทศ และเป็นแกนกลางร่วมดำเนินการกับองค์กรระหว่างประเทศด้านสารเคมี ตลอดจนมีการติดตามหรือเฝ้าระวังข้อมูลข่าวสารด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพจากภายในประเทศและภายนอกประเทศ

(๔) ศึกษา วิเคราะห์ วิจัยและพัฒนาองค์ความรู้ เทคโนโลยี และระบบงานคุ้มครองผู้บริโภค ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

(๕) ส่งเสริมและพัฒนาผู้บริโภคให้มีศักยภาพในการเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้องเหมาะสม ปลอดภัย และคุ้มค่า รวมทั้งการร้องเรียนเพื่อปกป้องสิทธิของตนได้

(๖) พัฒนาและส่งเสริมการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ โดยการมีส่วนร่วมของภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคเอกชน ประชาชน และเครือข่ายประชาคมสุขภาพ

(๗) พัฒนาคือความร่วมมือระหว่างประเทศ เพื่อให้งานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ เกิดประโยชน์ต่อสุขภาพของผู้บริโภค และผลประโยชน์ของประเทศชาติ

ตารางที่ ๔-๒๗ สถิติเรื่องร้องเรียนที่เข้ามาในหน่วยงานรอบปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓

ปี ๒๕๖๒			ปี ๒๕๖๓								
ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
๑๗๕	๑๖๗	๑๐๐	๑๒๙	๘๑	๒๑๐	๒๙๔	๒๑๙	๑๘๗	๒๔๙	๒๔๐	๑๙๘

* รวมทั้งสิ้น ๒,๒๔๙ เรื่อง

ตารางที่ ๔-๒๘ ประเภทเรื่องร้องเรียนสูงสุด ๑๐ อันดับ รอบปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓

ลำดับ	ประเภทเรื่องร้องเรียน	จำนวน (เรื่อง)	การแก้ไขปัญหา	
			แก้ไขปัญหาเอง	ส่งต่อหน่วยงานอื่น / ยุติเรื่อง
๑	โฆษณาอาหาร	๕๑๒	๕๐๖	๖
๒	โฆษณาเครื่องมือแพทย์	๒๔๓	๒๔๓	-
๓	โฆษณาการจำหน่ายยาทางเว็บไซต์	๒๑๓	๒๑๒	๑
๔	โฆษณาเครื่องสำอาง	๑๔๖	๑๔๔	๒
๕	การขออนุญาตอาหาร	๑๒๗	๙๓	๓๔
๖	สงสัยคุณภาพอาหาร	๑๒๑	๖๖	๕๕
๗	คุณภาพเครื่องสำอาง	๙๑	๖๗	๒๔
๘	ฉลากอาหาร	๘๘	๔๘	๔๐
๙	การขออนุญาตเครื่องมือแพทย์	๗๕	๗๔	๑
๑๐	การขายยา	๗๓	๖๐	๑๓

จากตารางที่ ๔-๒๗ และ ๔-๒๘ พบว่า สถิติการรับเรื่องร้องเรียนของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาในรอบปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ มีจำนวนทั้งสิ้น ๒,๒๔๙ เรื่อง มีประเภทเรื่องร้องเรียนสูงสุด ๓ อันดับแรก ได้แก่ อาหาร จำนวน ๘๘๖ เรื่อง เครื่องสำอาง จำนวน ๔๑๒ เรื่อง รองลงมา คือ สมุนไพร จำนวน ๓๖๑ เรื่อง โดยประเภทของเรื่องร้องเรียนน้อยที่สุด คือ วัตถุอันตราย จำนวน ๓๘ เรื่อง

ตอนที่ ๒ สภาพการบังคับใช้ของกฎหมายที่อยู่ในหน้าที่และอำนาจในการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย

การศึกษาสภาพการบังคับใช้ของกฎหมายที่อยู่ในหน้าที่และอำนาจในการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย ผู้ทำการศึกษาได้กำหนดกลุ่มหน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค แบ่งออกเป็น ๔ กลุ่ม เพื่อสรุปผลจำแนกรายกลุ่ม ประกอบด้วย

๑. กลุ่มหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประเภทสินค้าอุปโภค จำนวน ๑๐ หน่วยงาน
๒. กลุ่มหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประเภทสินค้าบริโภค จำนวน ๕ หน่วยงาน
๓. กลุ่มหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประเภทการให้บริการ จำนวน ๑๓ หน่วยงาน
๔. กลุ่มหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง จำนวน ๕ หน่วยงาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามสามารถสรุปได้ ๒ ประเด็นหลัก ประกอบด้วย (๑) สภาพปัญหาและอุปสรรคด้านกฎหมายและระเบียบต่าง ๆ และ (๒) สภาพปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน โดยมีรายละเอียดจำแนกรายกลุ่มดังปรากฏในตารางที่ ๔-๒๙ ถึง ๔-๓๖

ตารางที่ ๔-๒๙ สภาพปัญหาและอุปสรรคด้านกฎหมายและระเบียบต่างๆ (กลุ่มสินค้าอุปโภค)

ลำดับ	สภาพปัญหาและอุปสรรคด้านกฎหมายและระเบียบต่าง ๆ	ความถี่
๑	กฎหมายมีช่องว่างส่งผลให้ไม่สามารถดำเนินคดีหรือลงโทษผู้ฝ่าฝืนได้	๒
๒	กฎหมายมีการเปลี่ยนแปลงบ่อยทำให้ผู้บริโภคเกิดความสับสน	๑
๓	กฎหมายบางฉบับขัดกับประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา	๑
๔	กฎหมายที่ใช้บังคับล้าสมัย ไม่ครอบคลุมต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน	๒
๕	กฎหมายขาดความชัดเจน และไม่ครอบคลุม	๒
๖	ความซ้ำซ้อนของกฎหมายและหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจในการบังคับใช้กฎหมาย	๓
๗	ประชาชนขาดความรู้ และความเข้าใจกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค	๑
๘	กฎหมายไม่มีสภาพบังคับใช้	๑

จากตารางที่ ๔-๒๙ พบว่า สภาพปัญหาและอุปสรรคด้านกฎหมายและระเบียบต่างๆ (กลุ่มสินค้าอุปโภค) คือ ความซ้ำซ้อนของกฎหมายและหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจในการบังคับใช้กฎหมาย มีค่าความถี่มากที่สุดเท่ากับ ๓ รองลงมา คือ กฎหมายมีช่องว่างส่งผลให้ไม่สามารถดำเนินคดีหรือลงโทษผู้ฝ่าฝืนได้ ; กฎหมายที่ใช้บังคับล้าสมัย ไม่ครอบคลุมต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ; กฎหมายขาดความชัดเจน และไม่ครอบคลุม มีค่าความถี่เท่ากับ ๒ รองลงมา คือ กฎหมายมีการเปลี่ยนแปลงบ่อยทำให้ผู้บริโภคเกิดความสับสน ; กฎหมายบางฉบับขัดกับประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา ; ประชาชนขาดความรู้ และความเข้าใจ

กฎหมายที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค และกฎหมายไม่มีสภาพบังคับใช้ มีค่าความถี่น้อยที่สุดเท่ากับ ๑ ตามลำดับ

ตารางที่ ๔-๓๐ สภาพปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน (กลุ่มสินค้าอุปโภค)

ลำดับ	สภาพปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน	ความถี่
๑	บุคลากรขาดความรู้ด้านกฎหมายที่ใช้ในการปฏิบัติงาน	๒
๒	ขาดแคลนงบประมาณในการดำเนินงาน	๗
๓	ขาดการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์	๒
๔	ไม่สามารถบังคับใช้กฎหมายได้เบ็ดเสร็จภายในหน่วยงานเดียวเนื่องจากกฎหมายกระจายหน้าที่และอำนาจให้แก่หน่วยงานอื่นร่วมดำเนินการ	๑
๕	บุคลากรไม่เพียงพอต่อภารกิจที่ได้รับมอบหมาย	๔
๖	บุคลากรขาดความเชี่ยวชาญเฉพาะทางตามภารกิจหลัก	๖
๗	ขาดแคลนอุปกรณ์ที่ทันสมัยสำหรับการปฏิบัติงาน	๔
๘	ไม่มีระบบการเชื่อมโยงและถ่ายโอนข้อมูลภายในหน่วยงานและระหว่างหน่วยงาน	๑
๙	การเปลี่ยนแปลงนโยบายบ่อยครั้งส่งผลให้ขาดความคล่องตัวและความต่อเนื่อง	๑

จากตารางที่ ๔-๓๐ พบว่า สภาพปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน (กลุ่มสินค้าอุปโภค) คือ ขาดแคลนงบประมาณในการดำเนินงาน มีค่าความถี่มากที่สุดเท่ากับ ๗ รองลงมา คือ บุคลากรขาดความเชี่ยวชาญเฉพาะทางตามภารกิจหลัก มีค่าความถี่เท่ากับ ๖ รองลงมา คือ บุคลากรไม่เพียงพอต่อภารกิจที่ได้รับมอบหมาย ; ขาดแคลนอุปกรณ์ที่ทันสมัยสำหรับการปฏิบัติงาน มีค่าความถี่เท่ากับ ๔ รองลงมา คือ บุคลากรขาดความรู้ด้านกฎหมายที่ใช้ในการปฏิบัติงาน ; ขาดการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีค่าความถี่เท่ากับ ๒ รองลงมา คือ ไม่สามารถบังคับใช้กฎหมายได้เบ็ดเสร็จภายในหน่วยงานเดียวเนื่องจากกฎหมายกระจายหน้าที่และอำนาจให้แก่หน่วยงานอื่นร่วมดำเนินการ ; ไม่มีระบบการเชื่อมโยงและถ่ายโอนข้อมูลภายในหน่วยงานและระหว่างหน่วยงาน และการเปลี่ยนแปลงนโยบายบ่อยครั้งส่งผลให้ขาดความคล่องตัวและความต่อเนื่อง มีค่าความถี่เท่ากับ ๑ ตามลำดับ

ตารางที่ ๔-๓๑ สภาพปัญหาและอุปสรรคด้านกฎหมายและระเบียบต่างๆ (กลุ่มสินค้าบริโภค)

ลำดับ	สภาพปัญหาและอุปสรรคด้านกฎหมายและระเบียบต่าง ๆ	ความถี่
๑	กฎหมายที่ใช้บังคับล้าสมัย ไม่ครอบคลุมต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน	๒
๒	กฎหมายบางมาตรายากต่อการปฏิบัติ	๑
๓	การกำหนดโทษไม่รุนแรงพอที่จะทำให้ผู้กระทำความผิดเกรงกลัว	๑
๔	การกำหนดค่านियมในรายละเอียดของกฎหมายขาดความชัดเจน	๑

จากตารางที่ ๔-๓๑ พบว่า สภาพปัญหาและอุปสรรคด้านกฎหมายและระเบียบต่าง ๆ (กลุ่มสินค้าบริโภค) คือ กฎหมายที่ใช้บังคับล้าสมัย ไม่ครอบคลุมต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน มีค่าความถี่มากที่สุดเท่ากับ ๒ รองลงมา คือ กฎหมายบางมาตรายากต่อการปฏิบัติ ; การกำหนดโทษไม่รุนแรงพอที่จะทำให้ผู้กระทำความผิดเกรงกลัว และการกำหนดค่านิยมในรายละเอียดของกฎหมายขาดความชัดเจน มีค่าความถี่น้อยที่สุดเท่ากับ ๑ ตามลำดับ

ตารางที่ ๔-๓๒ สภาพปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน (กลุ่มสินค้าบริโภค)

ลำดับ	สภาพปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน	ความถี่
๑	บุคลากรไม่เพียงพอต่อภารกิจที่ได้รับมอบหมาย	๓
๒	บุคลากรขาดความรู้ด้านกฎหมายที่ต้องใช้ในการปฏิบัติงาน	๑
๓	บุคลากรขาดความเชี่ยวชาญเฉพาะทางตามภารกิจหลัก	๒
๔	งบประมาณที่ใช้ในการดำเนินงานไม่เพียงพอ	๓
๕	การเปลี่ยนแปลงนโยบายบ่อยครั้งส่งผลให้ขาดความคล่องตัวและความต่อเนื่อง	๑
๖	ขาดการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์	๑

จากตารางที่ ๔-๓๒ พบว่า สภาพปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน (กลุ่มสินค้าบริโภค) คือ บุคลากรไม่เพียงพอต่อภารกิจที่ได้รับมอบหมาย ; งบประมาณที่ใช้ในการดำเนินงานไม่เพียงพอ มีค่าความถี่มากที่สุดเท่ากับ ๓ รองลงมา คือ บุคลากรขาดความเชี่ยวชาญเฉพาะทางตามภารกิจหลัก มีค่าความถี่เท่ากับ ๒ รองลงมา คือ บุคลากรขาดความรู้ด้านกฎหมายที่ต้องใช้ในการปฏิบัติงาน ; การเปลี่ยนแปลงนโยบายบ่อยครั้งส่งผลให้ขาดความคล่องตัวและความต่อเนื่อง และขาดการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีค่าความถี่น้อยที่สุดเท่ากับ ๑ ตามลำดับ

ตารางที่ ๔-๓๓ สภาพปัญหาและอุปสรรคด้านกฎหมายและระเบียบต่าง ๆ (กลุ่มการให้บริการ)

ลำดับ	สภาพปัญหาและอุปสรรคด้านกฎหมายและระเบียบต่าง ๆ	ความถี่
๑	กฎหมายบางมาตรายากต่อการปฏิบัติ	๒
๒	กฎหมายขาดความชัดเจน และไม่ครอบคลุม	๕
๓	การกำหนดโทษไม่รุนแรงพอที่จะทำให้ผู้กระทำความผิดเกรงกลัว	๒
๔	กฎหมายที่ใช้บังคับล้าสมัย ไม่ครอบคลุมต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน	๓
๕	กฎหมายที่ต้องนำมาใช้ในการปฏิบัติงานมีความขัดแย้งกัน	๓
๖	กฎหมายไม่มีสภาพบังคับใช้	๑

จากตารางที่ ๔-๓๓ พบว่า สภาพปัญหาและอุปสรรคด้านกฎหมายและระเบียบต่างๆ (กลุ่มการให้บริการ) คือ กฎหมายขาดความชัดเจน และไม่ครอบคลุม มีค่าความถี่มากที่สุดเท่ากับ ๕ รองลงมา คือ กฎหมายที่ใช้บังคับล้าสมัย ไม่ครอบคลุมต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ; กฎหมายที่ต้องนำมาใช้ในการปฏิบัติงาน

มีความขัดแย้งกัน มีค่าความถี่เท่ากับ ๓ รองลงมา คือ กฎหมายบางมาตรายากต่อการปฏิบัติ ; การกำหนดโทษไม่รุนแรงพอที่จะทำให้ผู้กระทำความผิดเกรงกลัว มีค่าความถี่เท่ากับ ๒ รองลงมา คือ กฎหมายไม่มีสภาพบังคับใช้ มีค่าความถี่น้อยที่สุดเท่ากับ ๑ ตามลำดับ

ตารางที่ ๔-๓๔ สภาพปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน (กลุ่มการให้บริการ)

ลำดับ	สภาพปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน	ความถี่
๑	บุคลากรไม่เพียงพอต่อภารกิจที่ได้รับมอบหมาย	๗
๒	บุคลากรขาดความเชี่ยวชาญเฉพาะทางตามภารกิจหลัก	๔
๓	บุคลากรขาดความรู้ด้านกฎหมายที่ต้องใช้ในการปฏิบัติงาน	๗
๔	ขาดแคลนงบประมาณในการดำเนินงาน	๗
๕	ไม่มีระบบการเชื่อมโยงและถ่ายโอนข้อมูลภายในและระหว่างหน่วยงาน	๔
๖	ไม่สามารถบังคับใช้กฎหมายได้เบ็ดเสร็จภายในหน่วยงานเดียวเนื่องจากกฎหมายกระจายหน้าที่และอำนาจให้แก่หน่วยงานอื่นร่วมดำเนินการ	๕
๗	ขาดแคลนอุปกรณ์ที่ทันสมัยสำหรับการปฏิบัติงาน	๒
๘	ขาดการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์	๒
๙	การเปลี่ยนแปลงนโยบายบ่อยครั้งส่งผลให้ขาดความคล่องตัวและความต่อเนื่อง	๑

จากตารางที่ ๔-๓๔ พบว่า สภาพปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน (กลุ่มการให้บริการ) คือ บุคลากรไม่เพียงพอต่อภารกิจที่ได้รับมอบหมาย ; บุคลากรขาดความรู้ด้านกฎหมายที่ต้องใช้ในการปฏิบัติงาน ; ขาดแคลนงบประมาณในการดำเนินงาน มีค่าความถี่มากที่สุดเท่ากับ ๗ รองลงมา คือ ไม่สามารถบังคับใช้กฎหมายได้เบ็ดเสร็จภายในหน่วยงานเดียวเนื่องจากกฎหมายกระจายหน้าที่และอำนาจให้แก่หน่วยงานอื่นร่วมดำเนินการ มีค่าความถี่เท่ากับ ๕ รองลงมา คือ บุคลากรขาดความเชี่ยวชาญเฉพาะทางตามภารกิจหลัก ; ไม่มีระบบการเชื่อมโยงและถ่ายโอนข้อมูลภายในและระหว่างหน่วยงาน มีค่าความถี่เท่ากับ ๔ รองลงมา คือ ขาดแคลนอุปกรณ์ที่ทันสมัยสำหรับการปฏิบัติงาน ; ขาดการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีค่าความถี่เท่ากับ ๒ รองลงมา คือ การเปลี่ยนแปลงนโยบายบ่อยครั้งส่งผลให้ขาดความคล่องตัวและความต่อเนื่อง มีค่าความถี่น้อยที่สุดเท่ากับ ๑ ตามลำดับ

ตารางที่ ๔-๓๕ สภาพปัญหาและอุปสรรคด้านกฎหมายและระเบียบต่าง ๆ (กลุ่มหน่วยงานอื่นๆ)

ลำดับ	สภาพปัญหาและอุปสรรคด้านกฎหมายและระเบียบต่าง ๆ	ความถี่
๑	กฎหมายที่ใช้บังคับล้าสมัย ไม่ครอบคลุมต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน	๑

จากตารางที่ ๔-๓๕ พบว่า สภาพปัญหาและอุปสรรคด้านกฎหมายและระเบียบต่าง ๆ (กลุ่มหน่วยงานอื่น ๆ) คือ กฎหมายที่ใช้บังคับล้าสมัย ไม่ครอบคลุมต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน มีค่าความถี่เท่ากับ ๑

ตารางที่ ๔-๓๖ สภาพปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน (กลุ่มหน่วยงานอื่น ๆ)

ลำดับ	สภาพปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน	ความถี่
๑	ขาดการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการปฏิบัติงาน	๑
๒	บุคลากรไม่เพียงพอต่อภารกิจที่ได้รับมอบหมาย	๑
๓	ขาดแคลนงบประมาณในการดำเนินงาน	๑
๔	ขาดแคลนอุปกรณ์ที่ทันสมัยสำหรับการปฏิบัติงาน	๑

จากตารางที่ ๔-๓๖ พบว่า สภาพปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน (กลุ่มหน่วยงานอื่นๆ) คือ ขาดการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการปฏิบัติงาน ; บุคลากรไม่เพียงพอต่อภารกิจที่ได้รับมอบหมาย ; ขาดแคลนงบประมาณในการดำเนินงาน และขาดแคลนอุปกรณ์ที่ทันสมัยสำหรับการปฏิบัติงาน มีค่าความถี่เท่ากับ ๑

กล่าวโดยสรุปแล้ว สภาพปัญหาและอุปสรรคด้านกฎหมายและระเบียบต่าง ๆ ส่วนใหญ่จะพบว่ากฎหมายที่ใช้บังคับอยู่ในปัจจุบันมีความล้าสมัยและไม่ครอบคลุมต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้น หน่วยงานของรัฐจะต้องมีการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายหลักและกฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีการบังคับใช้มาอย่างยาวนานให้สอดคล้องกับสภาพบริบทของสังคมในปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะความชัดเจนของข้อกำหนดในการตีความหมายเพื่อให้หน่วยงานภาครัฐบังคับใช้ ตลอดจนความซ้ำซ้อนของกฎหมายจะต้องไม่คลุมเครือและมีการบังคับใช้ได้จริงเพื่อให้เกิดการดำเนินคดีหรือลงโทษผู้กระทำความผิดให้เกิดความเกรงกลัว ส่วนสภาพปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานส่วนใหญ่จะพบว่าหลายหน่วยงานขาดแคลนงบประมาณในการดำเนินงานเนื่องจากจะต้องมีอัตราค่าจ้างที่เป็นบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางตามภารกิจหลัก อาทิ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านกฎหมาย ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านทางวิทยาศาสตร์ในการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ที่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค เป็นต้น ตลอดจนขาดแคลนอุปกรณ์เทคโนโลยี และการพัฒนาระบบการเชื่อมโยงข้อมูลที่ทันสมัยร่วมกันของแต่ละหน่วยงานจึงส่งผลให้การปฏิบัติงานมีความล่าช้า

ตอนที่ ๓ แนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคในสภาพบริบทวิถีใหม่

การศึกษาแนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคในสภาพบริบทวิถีใหม่ ผู้ทำการศึกษาแบ่งขั้นตอนการศึกษาออกเป็น ๒ ส่วน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ ๑ ศึกษาจากแบบสอบถาม กำหนดกลุ่มหน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค แบ่งออกเป็น ๔ กลุ่ม ประกอบด้วย (๑) กลุ่มหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประเภทสินค้าอุปโภค จำนวน ๑๐ หน่วยงาน (๒) กลุ่มหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประเภทสินค้าบริโภค จำนวน ๕ หน่วยงาน (๓) กลุ่มหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประเภทการให้บริการ จำนวน ๑๓ หน่วยงาน และ (๔) กลุ่มหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง จำนวน ๕ หน่วยงาน รวม ๓๓ หน่วยงาน

ส่วนที่ ๒ ศึกษาจากการสนทนากลุ่ม โดยการระดมความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในงานเสวนาทางวิชาการเรื่อง Consumer Protection for All เมื่อวันที่ ๑๖ ธันวาคม ๒๕๖๓ เวลา ๘.๓๐ - ๑๔.๐๐ น. ณ ห้องประชุมคณะกรรมการ (สว.) หมายเลข ๔๐๒-๔๐๓ ชั้น ๔ อาคารรัฐสภา (เกียกกาย) กรุงเทพมหานคร มีหน่วยงานที่เป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ประกอบด้วย ๔ กลุ่ม ได้แก่ (๑) กลุ่มหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประเภทสินค้าอุปโภค จำนวน ๑๐ หน่วยงาน (๒) กลุ่มหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประเภทสินค้าบริโภค จำนวน ๘ หน่วยงาน (๓) กลุ่มหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประเภทการให้บริการ จำนวน ๒๒ หน่วยงาน และ (๔) องค์กรคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชน จำนวน ๒๐ หน่วยงาน

ผลการศึกษาแนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคในสภาพบริบทวิถีใหม่ ได้ทำการศึกษาทั้ง ๒ ส่วน เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจแบบสอบถามกลุ่มหน่วยงานภาครัฐมาถอดความ สังเคราะห์เป็นประเด็นสำคัญในการสนทนากลุ่ม โดยมีรายละเอียดผลการศึกษา ดังนี้

ส่วนที่ ๑ ผลการศึกษาแนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคในสภาพบริบทวิถีใหม่ (โดยการสำรวจจากแบบสอบถาม)

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ผู้ทำการศึกษาได้ถอดความจากการแสดงความคิดเห็นของหน่วยงานที่เป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง ๔ กลุ่ม โดยจัดกลุ่มความสำคัญของเนื้อหาคำตอบ และจัดลำดับค่าความถี่ โดยแสดงรายละเอียดดังตารางที่ ๔-๓๗

ตารางที่ ๔-๓๗ แนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคในสภาพบริบทวิถีใหม่ (โดยการสำรวจจากแบบสอบถาม)

ลำดับ	แนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคในสภาพบริบทวิถีใหม่	ความถี่
๑	ปรับปรุงแก้ไขกฎหมายให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน	๑๙
๒	ประชาสัมพันธ์กฎหมายที่มีการประกาศใช้ใหม่	๑
๓	แก้ไขกฎหมายให้มีความชัดเจน	๔
๔	กำหนดแนวทางการดำเนินงานเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาผู้บริโภค	๑
๕	เผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้กับประชาชนเพื่อสร้างความเข้าใจและสร้างความตระหนักรู้ถึงกลวิธีการฉ้อโกงต่าง ๆ	๑๘
๖	พัฒนาเทคโนโลยีเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงหน่วยงานได้มากขึ้น	๑๘
๗	การเชื่อมโยงฐานข้อมูลกลางระหว่างหน่วยงานร่วมกัน เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบข้อมูลที่เป็นประโยชน์ได้อย่างรวดเร็ว	๖
๘	กำหนดอัตราโทษที่สูงเพื่อให้ผู้กระทำความผิดเกรงกลัว	๙
๙	แก้ไขกฎหมายหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคให้สอดคล้องกัน	๑
๑๐	กำหนดค่านิยมทางกฎหมายให้ชัดเจน	๑

* หน่วยงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน ๓๓ หน่วยงาน

จากตารางที่ ๔-๓๗ พบว่า แนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคในสภาพบริบทวิถีใหม่ (โดยการสำรวจจากแบบสอบถาม) คือ ปรับปรุงแก้ไขกฎหมายให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบันมีค่าความถี่มากที่สุดเท่ากับ ๑๙ รองลงมา คือ เผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้กับประชาชนเพื่อสร้างความเข้าใจและสร้างความตระหนักรู้ถึงกลวิธีการฉ้อโกงต่างๆ ; พัฒนาเทคโนโลยีเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงหน่วยงานได้มากขึ้น มีค่าความถี่เท่ากับ ๑๘ รองลงมา คือ กำหนดอัตราโทษที่สูงเพื่อให้ผู้กระทำความผิดเกรงกลัว มีค่าความถี่เท่ากับ ๙ รองลงมา คือ การเชื่อมโยงฐานข้อมูลกลางระหว่างหน่วยงานร่วมกัน เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบข้อมูลที่เป็นประโยชน์ได้อย่างรวดเร็ว มีค่าความถี่เท่ากับ ๖ รองลงมา คือ แก้ไขกฎหมายให้มีความชัดเจน มีค่าความถี่เท่ากับ ๔ รองลงมา คือ ประชาสัมพันธ์กฎหมายที่มีการประกาศใช้ใหม่ ; กำหนดแนวทางการดำเนินงานเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาผู้บริโภค ; แก้ไขกฎหมายหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคให้สอดคล้องกัน และกำหนดคำนิยามทางกฎหมายให้ชัดเจน มีค่าความถี่น้อยที่สุดเท่ากับ ๑ ตามลำดับ

กล่าวโดยสรุปแล้ว แนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคในสภาพบริบทวิถีใหม่ จะพบว่า หน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายมากที่สุดเนื่องจากสภาพกฎหมายของหน่วยงานภาครัฐหลายฉบับมีความล้าสมัยและไม่สอดคล้องกับสภาพการณ์ในสังคมปัจจุบันทำให้เกิดช่องว่างในการบังคับใช้กฎหมายกับผู้กระทำความผิดที่หลอกลวงผู้บริโภค อีกทั้งหน่วยงานภาครัฐจะต้องเร่งพัฒนาเทคโนโลยีและการสื่อสารเพื่อเผยแพร่ความรู้ ข้อมูลข่าวสาร ให้ผู้บริโภคได้ตระหนักรู้ถึงกลวิธีการฉ้อโกงต่าง ๆ ผ่านช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ทันสมัยและบริโภคสามารถเข้าถึงข่าวสารในด้านต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว ตลอดจนกำหนดอัตราโทษที่สูงขึ้นเพื่อให้ผู้กระทำความผิดเกรงกลัว

ส่วนที่ ๒ ผลการศึกษาแนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคในสภาพบริบทวิถีใหม่ (โดยการสนทนากลุ่ม)

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่ม ผู้ทำการศึกษาได้ถอดองค์ความรู้จากการระดมความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นจากหน่วยงานที่เป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งจำแนกออกเป็น ๒ กลุ่ม คือ กลุ่มหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และกลุ่มองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชน โดยรายละเอียดของเนื้อหาจะนำมาจัดกลุ่มความสำคัญ และทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) สามารถสรุปรายละเอียดได้ ดังนี้

๑. กลุ่มหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

สาระสำคัญในการถอดองค์ความรู้ประกอบด้วย ๔ ประเด็นสำคัญ ประกอบด้วย ประเด็นที่ ๑ ปัญหาและอุปสรรคในการบังคับใช้กฎหมายและระเบียบต่างๆ เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ประเด็นที่ ๒ แนวทางในการปรับตัวเพื่อเตรียมความพร้อมพัฒนากฎหมายและระเบียบต่างๆ ของหน่วยงานเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคสภาพบริบทวิถีใหม่ ประเด็นที่ ๓ แนวทางการป้องกันเพื่อไม่ให้ผู้บริโภคถูกเอารัด

เอาเปรียบจากผู้ประกอบการที่ขาดจริยธรรมในการประกอบธุรกิจในสภาพบริบทวิถีใหม่ และประเด็นที่ ๔ แนวทางในการทำงานร่วมกันกับสภาองค์กรของผู้บริโภคในอนาคต โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ประเด็นที่ ๑ ปัญหาและอุปสรรคในการบังคับใช้กฎหมายและระเบียบต่าง ๆ เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค

(๑) การทำงานร่วมกันของหน่วยงานภาครัฐ

หน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภคมีอยู่หลายหน่วยงาน ซึ่งจะกำกับดูแลเฉพาะเรื่องทำให้เกิดความสับสนกับผู้บริโภคกรณีที่ไม่ได้รับความเป็นธรรมจากผู้ประกอบการในการเข้าร้องเรียน การทำงานร่วมกันจะต้องเชื่อมโยงกันทั้งระบบในภาพรวม ซึ่งในปัจจุบันบางกรณียังมีช่องว่างของกฎหมายที่ส่งผลให้ไม่มีหน่วยงานใดเข้ามาควบคุมดูแลแบบเบ็ดเสร็จ กรณีดังกล่าวมีการอภิปรายกันอย่างกว้างขวางในกรณีตัวอย่างที่ยังเกิดข้อสงสัยในการปฏิบัติถึงความรับผิดชอบของการบังคับใช้กฎหมายของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ กรณีปัญหาการปนเปื้อนในอาหารทะเลสด หรืออาหารปรุงสำเร็จจากร้านค้าไปยังผู้บริโภค อาจเกิดการปนเปื้อนในกระบวนการผลิต หรือกระบวนการขนส่ง ซึ่งมีหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจที่เกี่ยวข้องหลายหน่วยงานทำให้ผู้บริโภคเกิดความสับสนในการเข้าร้องเรียน กรณีการจัดส่งสินค้าโดยบริษัทขนส่งที่ไม่มีมาตรฐาน เช่น ส่งสินค้าโดยมอเตอร์ไซด์รับจ้างซึ่งผู้รับจ้างส่งสินค้าจะไม่รับผิดชอบกรณีที่มีความเสียหายระหว่างการจัดส่งสินค้าเมื่อเกิดการร้องเรียนจากผู้รับสินค้าจึงไม่สามารถแก้ไขปัญหา และชดเชยเยียวยาให้แก่ผู้บริโภคได้ เป็นต้น ปัญหาดังกล่าวหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องจะต้องร่วมกันแก้ไขปัญหา โดยเฉพาะสาระสำคัญของข้อกฎหมายตามพระราชบัญญัติหลักที่แต่ละหน่วยงานถือบังคับใช้จะต้องมีความชัดเจน และสามารถแก้ไขปัญหาแบบเบ็ดเสร็จให้กับผู้บริโภค หรือการส่งข้อมูลต่อไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคที่ประสบปัญหาได้รับการแก้ไขได้อย่างรวดเร็วมากขึ้น

(๒) การตรวจสอบคุณภาพของสินค้า

สินค้าในปัจจุบันมีทั้งสินค้าอุปโภคและบริโภคซึ่งแต่ละหน่วยงานจะมีกฎหมายเฉพาะในการกำกับ ควบคุม ดูแล และรับผิดชอบ แต่ปัจจุบันสินค้าบางชนิดมีส่วนประกอบที่ซับซ้อนและมีผู้ประกอบการหลายรายเข้ามาเกี่ยวข้อง การตรวจสอบการปนเปื้อนในกระบวนการผลิตและการขนส่งของเจ้าหน้าที่จึงยากต่อการตรวจสอบเมื่อสินค้าเกิดการปนเปื้อนหรือมีปัญหาด้านความสะอาดทำให้ตรวจสอบได้ยากว่าปัญหาดังกล่าวเกิดขึ้นในความรับผิดชอบของผู้ประกอบธุรกิจรายใด ประกอบกับไม่มีห้องปฏิบัติการในการตรวจสอบเป็นการเฉพาะ อาทิ กรณีอาหารปรุงสำเร็จหรืออาหารตามสั่ง (Street food) ยังไม่มีกฎหมายควบคุมคุณค่าทางโภชนาการเมื่อมีการบริโภคแล้วเกิดอันตรายผู้บริโภคจะได้รับการชดเชยเยียวยาผลกระทบที่เกิดจากความเสียหายในการซื้อสินค้าหรือบริการดังกล่าวอย่างไร หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการรับเรื่องร้องเรียนคุ้มครองผู้บริโภคพิจารณาดำเนินการต่อไป ทำให้เกิดความยุ่งยากกับผู้บริโภคที่ได้รับความเสียหาย เป็นต้น

(๓) กฎหมายควบคุมการจำหน่ายสินค้าออนไลน์

สภาพการบริโภคสินค้าและบริการในปัจจุบันภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ (โควิด-๑๙) ส่งผลให้รูปแบบและพฤติกรรมกรรมการบริโภคเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว

การขยายตัวของการซื้อขายสินค้าออนไลน์ทำให้มีสินค้าอุปโภคและบริโภค โดยเฉพาะอาหารที่ไม่ได้มาตรฐาน และถูกสุขอนามัยเข้ามาจำหน่ายผ่านระบบออนไลน์เป็นจำนวนมาก มีการปนเปื้อนของอาหารในกระบวนการขนส่ง และไม่สามารถสืบค้นแหล่งที่มาของอาหารได้ ปัญหาการซื้อขายออนไลน์ในปัจจุบันจึงเป็นการค้าที่ไม่มีกฎหมายบังคับหรือควบคุม รวมไปถึงยังไม่มีหน่วยงานหลักในการกำกับดูแลอย่างชัดเจน อาทิ กรณีผู้บริโภคหลงเชื่อการโฆษณาโอ้อวดสรรพคุณทางสีต่าง ๆ มากเกินไป โดยซื้อสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร/ยา ผ่านช่องทางการจำหน่ายสินค้าออนไลน์มาใช้เองโดยไม่ได้รับคำแนะนำจากแพทย์ หรือผู้เชี่ยวชาญอาจส่งผลให้เกิดอันตรายต่อร่างกายได้ หรือกรณีผู้ประกอบการที่จำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มีการนำสินค้าที่ละเมิดลิขสิทธิ์ สินค้าปลอมเข้ามาขายผ่านอินเทอร์เน็ตในปริมาณมากขึ้น และมีผู้จำหน่ายบางส่วนมีการนำสินค้าจากต่างประเทศ (สินค้าที่มีลิขสิทธิ์) มาขายทางออนไลน์โดยไม่เสียภาษีให้ถูกต้องตามกฎหมาย หรือนำเข้าโดยไม่ผ่านตัวแทนจำหน่ายในประเทศ เมื่อเกิดปัญหาการร้องเรียนการละเมิดลิขสิทธิ์จึงทำให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่สามารถติดตามหาผู้กระทำความผิดหรือเรียกร้องเพื่อชดเชยค่าเสียหายได้ หรือกรณีการซื้อขายสินค้าทางการเกษตร เช่น ปุ๋ยต่างๆ ตามกฎหมายของกรมวิชาการเกษตร การขายปุ๋ย ประเภทปุ๋ยอินทรีย์ ปุ๋ยเคมี ปุ๋ยชีวภาพ และเครื่องมือทางการเกษตร จะต้องมีส่วนที่ติดตั้งสำหรับขายที่ชัดเจน และการจำหน่ายปุ๋ยจะต้องมีอัตราส่วนชัดเจนตามที่ระบุ ซึ่งในส่วนการซื้อขายออนไลน์นั้นยังไม่มีกระบวนการเป็นกฎหมายว่าสามารถกระทำได้หรือไม่ แต่ในปัจจุบันมีผู้จำหน่ายบางรายนำมาขายผ่านช่องทางออนไลน์ หรือกรณีการซื้อบริการจองตั๋วโดยสารเครื่องบิน การซื้อบริการนำเที่ยว การจองที่พักโรงแรม การซื้อประกันภัย และการทำธุรกิจรับโอนเงินผ่านแอปพลิเคชันของธนาคาร ผู้ประกอบการจะใช้ช่องทางออนไลน์ในการเข้าถึงผู้บริโภค อาจให้ข้อมูลอันเป็นเท็จหรือไม่ครบถ้วนทำให้ผู้บริโภคขาดหลักประกันความเสียหายและไม่ได้รับการเยียวยาค่าเสียหายที่เหมาะสม เป็นต้น นอกจากนี้ กรณีที่เกิดปัญหาการร้องเรียนผลิตภัณฑ์ที่ซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ที่ไม่มีที่น่าเชื่อถือเมื่อเกิดปัญหาจากการใช้สินค้าจึงไม่สามารถหาผู้กระทำความผิดหรือผู้ขายได้ เนื่องจากไม่มีข้อมูลสถานที่ตั้งและแหล่งจำหน่ายที่ชัดเจน ซึ่งในปัจจุบันยังไม่มีหน่วยงานใดเป็นผู้รับผิดชอบหลัก และอาจจะส่งผลเป็นวงกว้างหากไม่ได้รับการแก้ไขที่เป็นรูปธรรม

(๔) การบังคับใช้กฎหมายทั้งระบบ

การบังคับใช้กฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคทั้งระบบเป็นประเด็นสำคัญอีกประเด็นหนึ่งในสภาพปัจจุบันควรจะมีการศึกษาหาแนวทางในการปรับปรุง แก้ไข และพัฒนากฎหมายให้ครอบคลุมในการช่วยเหลือผู้บริโภค เพื่อให้เกิดความรวดเร็วต่อการแก้ไขปัญหา และเป็นการปิดช่องทางการเผยแพร่ และส่งต่อข้อมูลอันเป็นเท็จเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หรือสินค้าต่าง ๆ ผ่านช่องทางการจำหน่ายทางอินเทอร์เน็ต ทำให้ผู้บริโภคจำนวนมากหลงเชื่อในการโฆษณาเกินจริงและสั่งซื้อสินค้าที่ด้อยคุณภาพ อาจจะได้รับ ความเสียหายทั้งร่างกายและจิตใจ จึงมีการตั้งข้อสังเกตถึงความเหมาะสมและความเป็นได้ในการดำเนินการป้องกันปัญหาต้นทางเพื่อไม่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่ขาดคุณภาพกระจายไปสู่ผู้บริโภคผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ กรณีการปิดเว็บไซต์ที่มีผู้ขายกระทำความผิดหรือมีการโฆษณาสรรพคุณของผลิตภัณฑ์เกินจริง หรืออาจเป็นอันตรายต่อผู้บริโภคนั้น ในปัจจุบันไม่สามารถกระทำได้ที่หวังที่เนื่องจากการปิดเว็บไซต์หลอกลวงผู้บริโภคจะมีขั้นตอนที่ยุ่งยาก ซึ่งหน่วยงานที่รับผิดชอบไม่สามารถ

ดำเนินการได้เอง การปิดเว็บไซต์ดังกล่าวจะต้องประสานไปยังกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมเพื่อส่งต่อให้ศาลเป็นผู้พิจารณา ในกรณีดังกล่าวอาจมีมุมมองหลายด้านซึ่งเ็นความละเอียดอ่อนหากเกิดการกลั่นแกล้งกันในทางธุรกิจก็จะส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการที่สุจริตด้วยเช่นกัน

กล่าวโดยสรุปแล้ว ปัญหาและอุปสรรคในการบังคับใช้กฎหมายและระเบียบต่าง ๆ เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค จะพบว่า หน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจในการคุ้มครองผู้บริโภคมีอยู่หลายหน่วยงาน ซึ่งแต่ละหน่วยงานมีภารกิจและความรับผิดชอบเฉพาะเรื่อง อาทิ สินค้าอุปโภค สินค้าบริโภค และการให้บริการ ในปัจจุบันมีการพัฒนารูปแบบการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภคมากขึ้น แต่ในขณะเดียวกันยังไม่มีหน่วยงานใดกำกับดูแลการซื้อขายสินค้าออนไลน์อย่างชัดเจน ประกอบกับยังไม่มีมาตรการในการคุ้มครองผู้บริโภคกรณีการจัดส่งสินค้าที่เกิดความเสียหายในการจัดส่ง การเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคตรวจสอบคุณภาพของสินค้าว่าเป็นไปตามความต้องการหรือเป็นไปตามการสั่งซื้อหรือไม่ก่อนการรับสินค้า การรับประกันความเสียหายของสินค้าที่เกิดจากการขนส่ง การควบคุมคุณภาพของสินค้าประเภทอาหารปรุงสำเร็จหรืออาหารตามสั่ง ตลอดจนการบูรณาการของหน่วยงานภาครัฐที่ต้องเชื่อมโยงเครือข่ายเพื่อให้เกิดการประสานงานร่วมกันในการรับเรื่องร้องเรียน แก้ไข ส่งต่อ และแจ้งผลการดำเนินการให้ผู้บริโภคทราบ

ประเด็นที่ ๒ แนวทางการปรับตัวเพื่อเตรียมความพร้อมพัฒนากฎหมายและระเบียบต่าง ๆ ของหน่วยงานเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคสภาพบริบทวิถีใหม่

(๑) รวบรวมข้อมูลสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นและสถิติการร้องเรียนปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดจากการที่ผู้บริโภคถูกเอารัดเอาเปรียบ เพื่อนำมาศึกษาวิเคราะห์กำหนดแนวทาง และมาตรการในการป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้นหรือมีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

(๒) ปรับปรุงกฎหมายและจัดทำแนวทางหรือมาตรการในการแก้ไขปัญหาโดยใช้มาตรการเชิงบริหาร และการบูรณาการในการกำหนดนโยบายและการปฏิบัติงานเชิงรุกเพื่อป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้นต่อไปในอนาคต

(๓) การบูรณาการในการบังคับใช้กฎหมายร่วมกันขอหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค โดยการสร้างฐานข้อมูลกลางร่วมกัน และจัดให้มีหน่วยงานกลางเป็นผู้รับผิดชอบ

กล่าวโดยสรุปแล้ว แนวทางการปรับตัวเพื่อเตรียมความพร้อมพัฒนากฎหมายและระเบียบต่าง ๆ ของหน่วยงานเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคสภาพบริบทวิถีใหม่ จะพบว่า จากสภาพปัญหาของสินค้าอุปโภคบริโภค และการให้บริการในปัจจุบันมีความจำเป็นที่จะต้องพัฒนากฎหมายและระบบการกำกับดูแลสินค้าหรือบริการให้ครอบคลุมและเข้มงวดมากขึ้นทั้งระบบ พัฒนากลไกการสร้างเครือข่ายฐานข้อมูลของผู้บริโภค และการจัดทำข้อมูลสถิติเกี่ยวกับการซื้อขายสินค้าและการให้บริการออนไลน์ เพื่อจัดทำแผนการตรวจสอบและการส่งเสริมสนับสนุนผู้ประกอบการที่มีคุณภาพ ตลอดจนหน่วยงานภาครัฐต้องมีการกำหนดนโยบายร่วมกัน มีการประสานงาน แลกเปลี่ยนข้อมูล และวางแผนการปฏิบัติงานร่วมกันเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการคุ้มครองผู้บริโภค

ประเด็นที่ ๓ แนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของหน่วยงาน ในสภาพบริบทวิถีใหม่

(๑) แนวทางการป้องกัน

(๑.๑) แนวทางการป้องกันด้านการควบคุมอย่างเป็นระบบ

ควรมีกฎหมายกำกับ ดูแล ควบคุม ตรวจสอบ การนำเข้า การผลิต การขนส่ง การแปรรูป และการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการให้กับผู้บริโภคอย่างเป็นระบบ อาทิ การควบคุมมาตรฐานอาหารปรุงสำเร็จหรืออาหารตามสั่ง (Street food) ให้มีความสะอาดและถูกหลักทางโภชนาการ มาตรการในการควบคุมการขนส่ง (Logistic) สินค้าอุปโภค และบริโภคจากต้นน้ำ (ผู้ผลิต) ไปจนถึงปลายน้ำ (ผู้บริโภค) โดยเฉพาะการซื้อขายสินค้าออนไลน์ ซึ่งในปัจจุบันผู้บริโภคมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น จึงทำให้ผู้ประกอบการบางรายอาจฉวยโอกาสในการฉ้อโกงหรือจำหน่ายสินค้าและบริการที่ขาดคุณภาพ ตลอดจนการเพิ่มบทลงโทษที่รุนแรงสำหรับผู้ประกอบการที่มีพฤติกรรมฉ้อโกงผู้บริโภคเพื่อป้องปรามการสร้างปัญหาที่จะเกิดขึ้น

(๑.๒) แนวทางการป้องกันด้านการส่งเสริมและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เชิงรุก

ควรส่งเสริมผู้ประกอบการที่มีจริยธรรมทางธุรกิจและดำเนินธุรกิจถูกต้องตามกฎหมายให้ได้รับมอบตราสัญลักษณ์เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคในการพิจารณาเลือกซื้อสินค้าและบริการ เป็นการสร้างแรงจูงใจให้กับผู้ประกอบการได้จำหน่ายสินค้าและบริการที่มีมาตรฐาน และเร่งพัฒนากลไกการสร้างความรู้ให้กับผู้บริโภค โดยหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภคต้องใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมในการเข้าถึงการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจให้แก่ผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตหรือแอปพลิเคชันให้มากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันผู้บริโภคมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบเครือข่ายเป็นจำนวนมาก การพัฒนาซอฟต์แวร์เพื่อการสื่อสารกับผู้บริโภคจะช่วยป้องกันความเสี่ยงในการถูกหลอกลวงจากผู้ประกอบการหรือฉ้อโกง และยังเป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารความรู้ให้กับผู้บริโภคได้นำไปใช้ประกอบการตัดสินใจก่อนเลือกซื้อสินค้าและบริการ

(๒) แนวทางการแก้ไขปัญหา

(๒.๑) หน่วยงานภาครัฐควรส่งเสริมและผลักดันในการเพิ่มช่องทางการแจ้งเบาะแส และการรับเรื่องร้องเรียนให้แก่ผู้บริโภคได้เข้าถึงง่าย สะดวก และรวดเร็ว

(๒.๒) การพัฒนารูปแบบกระบวนการระงับข้อพิพาททางเลือกผ่านการไกล่เกลี่ยให้มากขึ้น ซึ่งในปัจจุบันหน่วยงานต่าง ๆ รวมถึงศาลยุติธรรมได้พยายามพัฒนากระบวนการไกล่เกลี่ยให้มีความรวดเร็ว และสามารถเยียวยาความเสียหายแก่ผู้บริโภคอยู่แล้ว หากมีการศึกษาและพัฒนารูปแบบการไกล่เกลี่ยให้สะดวกมากขึ้นก็จะช่วยแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว

(๒.๓) การส่งเสริมการซื้อขายสินค้าออนไลน์ให้อยู่ในแพลตฟอร์ม (Platform) เพื่อลดการเกิดปัญหาการจำหน่ายสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ สินค้าไม่ตรงตามคำสั่งซื้อ และมีฐานข้อมูลในการติดตาม ตรวจสอบ และแก้ไขปัญหาระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจและผู้บริโภค

(๒.๔) การตราพระราชบัญญัติเพื่อออกกฎหมายบังคับให้ผู้ขายสินค้าออนไลน์ทุกระดับจะต้องจดทะเบียนการค้ากับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าเพื่อเป็นข้อมูลในการตรวจสอบกรณีที่มีปัญหาการร้องเรียนจากผู้บริโภค

(๒.๕) ผลักดันให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการคุ้มครองผู้บริโภคมีอำนาจในการสั่งปิดเว็บไซต์ที่กระทำผิดกฎหมาย หรืออาจก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้บริโภคได้โดยตรง และ/หรือ มาตรการในการลดขั้นตอนในการปิดเว็บไซต์ให้มีความรวดเร็วมากขึ้นเพื่อไม่ให้ผู้บริโภคถูกฉ้อโกงเป็นวงกว้าง

(๒.๖) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการคุ้มครองผู้บริโภคควรบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง และทำงานเชิงรุกในการป้องปรามการกระทำผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค

กล่าวโดยสรุปแล้ว แนวทางการป้องกันเพื่อไม่ให้ผู้บริโภคถูกเอารัดเอาเปรียบจากผู้ประกอบการที่ขาดจริยธรรมในการประกอบธุรกิจในสภาพบริบทวิใหม่ จะพบว่า ปัจจุบันการประกอบธุรกิจมีช่องทางในการโฆษณาที่หลากหลายส่งผลให้หน่วยงานภาครัฐไม่สามารถเข้า ปตรวจสอบหรือกำกับดูแลได้ทั้งหมด การให้ความรู้แก่ผู้บริโภคตั้งแต่การพิจารณาเลือกซื้อสินค้าอุปโภค บริโภค หรือการเลือกใช้บริการในรูปแบบต่าง ๆ จึงมีความจำเป็นซึ่งผู้บริโภคจะต้องปกป้องสิทธิ และ ้องกันความเสียหายของตนเองโดยการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการก่อนซื้อสินค้าหรือบริการ ตลอดจนหน่วยงานภาครัฐต้องทำงานเชิงรุกในการตรวจสอบผู้ประกอบการอย่างเข้มงวดโดยกำหนดบทลงโทษอย่างจริงจัง อีกทั้งส่งเสริมให้เกิดการสร้างเครือข่ายภาคประชาชนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการคุ้มครองผู้บริโภคให้เข้าถึงประชากรกลุ่มต่าง ๆ ได้อย่างทั่วถึง ส่วนทางด้านแนวทางการแก้ไขปัญหาด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของหน่วยงานภายใต้สภาพบริบทวิใหม่ จะพบว่า ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศในปัจจุบันทำให้รูปแบบการซื้อขายสินค้ามีหลากหลายช่องทางมากขึ้น โดยเฉพาะการซื้อขายสินค้าออนไลน์ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องจะต้องออกมาตรการบังคับให้ผู้ขายสินค้าออนไลน์จดทะเบียนอย่างถูกต้องและอยู่ในแพลตฟอร์มก่อนทำการซื้อขาย พร้อมทั้งกำหนดบทลงโทษให้สูงขึ้น และบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง ตลอดจนส่งเสริมให้มีวิธีการเข้าถึงการร้องเรียนออนไลน์ การไกล่เกลี่ยข้อพิพาท รวมไปถึงการฟ้องคดี ซึ่งจะอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภคเป็นอย่างมาก อย่างไรก็ตาม ในช่วงแรกเจ้าหน้าที่และผู้บริโภคอาจต้องปรับตัวเข้ากับการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ซึ่งอาจทำให้เกิดความไม่สะดวกบ้างในระยะแรก รวมถึงการลดขั้นตอน การปิดเว็บไซต์ที่ฉ้อโกงผู้บริโภค โดยให้อำนาจหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการได้โดยไม่ต้องรอคำสั่งศาลอันจะนำไปสู่การป้องปรามการกระทำผิดไม่ให้ขยายตัวไปในวงกว้างทำให้ผู้บริโภคถูกหลอกลวงเพิ่มขึ้น

ประเด็นที่ ๔ แนวทางการทำงานร่วมกับสภาองค์กรของผู้บริโภคในอนาคต

(๑) สภาองค์กรของผู้บริโภคเป็นองค์กรภาคประชาชน ที่จัดตั้งขึ้นเพื่อดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภค มีหน้าที่และอำนาจหลายประการเช่นเดียวกับหน่วยงานภาครัฐที่ใช้อำนาจตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภค ยกเว้นเรื่องการบังคับใช้กฎหมายและการเจรจาไกล่เกลี่ย อย่างไรก็ตาม หากสภาองค์กรของผู้บริโภคพบผู้ประกอบการกระทำผิดกฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภค และมีหลักฐานที่เชื่อถือได้ก็สามารถส่งให้หน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่และอำนาจเกี่ยวกับการกระทำผิดนั้นดำเนินการบังคับใช้กฎหมายต่อผู้ประกอบการที่กระทำผิดได้ ส่วนเรื่องการเจรจาไกล่เกลี่ยนั้น สภาองค์กรของผู้บริโภคสามารถใช้บทบัญญัติ

ในพระราชบัญญัติการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท พ.ศ. ๒๕๖๒ ดำเนินการไกล่เกลี่ยเพื่อให้มีการเยียวยาชดใช้ความเสียหายแก่ผู้บริโภคได้

(๒) สภาพองค์กรของผู้บริโภคควรกำหนดบทบาทหน้าที่และแผนการดำเนินงานให้มีความสอดคล้อง สนับสนุน ส่งเสริมการทำงานของหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้การดำเนินงานในการป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยมีความเป็นอิสระ ไม่ถูกรวบงำ หรืออยู่ภายใต้อำนาจของหน่วยงานใดทั้งภาครัฐ ภาคธุรกิจ และการเมือง

(๓) หน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภคควรเปิดโอกาสให้สภาพองค์กรของผู้บริโภคเสนอความเห็นในการกำหนดนโยบาย การพัฒนากฎหมาย และการกำหนดหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการคุ้มครองผู้บริโภคในภาพรวม เพื่อให้การคุ้มครองผู้บริโภคมีความครอบคลุมต่อการแก้ไขปัญหาได้อย่างเป็นรูปธรรม

(๔) หน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภคจะต้องประสานความร่วมมือกับสภาพองค์กรของผู้บริโภคในการเชื่อมโยงข้อมูลและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารเพื่อนำไปใช้ในการเผยแพร่ความรู้ คำแนะนำ คำเตือนภัยแก่ผู้บริโภค และประสานความร่วมมือในการตรวจสอบสินค้าและการรับเรื่องร้องเรียนเพื่อไม่ให้เกิดการทำงานที่ซ้ำซ้อนและตอบสนองต่อการแก้ไขปัญหาให้แก่ผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กล่าวโดยสรุปแล้ว แนวทางการทำงานร่วมกับสภาพองค์กรของผู้บริโภคในอนาคต จะพบว่าหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภคควรจะเสริมการทำงานร่วมกันกับสภาพองค์กรของผู้บริโภคทั้งในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติการ โดยการแลกเปลี่ยนข้อมูลร่วมกันเพื่อเผยแพร่ความรู้ และลงพื้นที่เชิงรุกในการตรวจสอบคุณภาพสินค้าหรือบริการให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐานตามที่กฎหมายกำหนด พร้อมทั้งให้การสนับสนุนการทำงานร่วมกันภายใต้ขอบเขตหน้าที่และอำนาจของแต่ละหน่วยงาน

๒. กลุ่มองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชน

สาระสำคัญในการถอดองค์ความรู้ประกอบด้วย ๔ ประเด็นสำคัญ ประกอบด้วย ประเด็นที่ ๑ ปัญหาและอุปสรรคด้านกฎหมายและระเบียบต่างๆ ของหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประเด็นที่ ๒ ความสามารถในการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพ ประเด็นที่ ๓ แนวทางการคุ้มครองผู้บริโภคของหน่วยงานภาครัฐในสภาพบริบทวิถีใหม่ และประเด็นที่ ๔ ลักษณะการมีส่วนร่วมขององค์กรภาคประชาชนกับหน่วยงานภาครัฐ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ประเด็นที่ ๑ ปัญหาและอุปสรรคด้านกฎหมายและระเบียบต่าง ๆ ของหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคถือเป็นเครื่องมือของภาครัฐอย่างหนึ่งที่ใช้กลไกทางกฎหมายดำเนินการให้เกิดความเป็นธรรมต่อประชาชนในฐานะผู้บริโภค เนื่องจากภาครัฐได้เล็งเห็นแล้วว่าแนวโน้มที่ผู้บริโภคจะเสียเปรียบและไม่มีอำนาจในการต่อรองกับผู้ประกอบการในระบบเศรษฐกิจแบบเสรีมีความเป็นไปได้มาก ประกอบกับอำนาจของทางภาครัฐเองถูกจำกัดในการเข้าแทรกแซงกิจกรรมต่าง ๆ ทางเศรษฐกิจจึงเป็นได้เพียงผู้ควบคุมการดำเนินการทางเศรษฐกิจภายใต้การแข่งขันทางการค้าในระบบ

เศรษฐกิจเสรีนิยมแบบดั้งเดิม (Classic Capitalism) บุคคลทุกคนมีความเสมอภาคเท่าเทียมกันและมีเสรีภาพในการทำสัญญา (Freedom of Contract) เมื่อบุคคลทำสัญญากันเช่นไรแล้วก็ต้องบังคับตามสัญญาเช่นนั้น ประกอบกับการผลิตสินค้าของผู้ประกอบการไม่มีความสลับซับซ้อนแต่อย่างใด ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคมีสถานะทางสังคมและมืองค์ความรู้ที่ไม่แตกต่างไปจากผู้ผลิตมากนัก ผู้ซื้อสินค้าจึงมีความสามารถที่จะตรวจสอบสินค้าที่จะซื้อได้อย่างถี่ถ้วนก่อนที่จะตัดสินใจเข้าทำสัญญา ต่อมาเมื่อโลกเจริญมากขึ้นทั้งในด้านวิทยาศาสตร์และอุตสาหกรรม ทำให้ระบบเศรษฐกิจและการค้าขายหรือบริการต่าง ๆ เปลี่ยนแปลงไป ประกอบกับการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ จึงทำให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป มีการใช้ระบบเทคโนโลยีการสื่อสารที่ไร้พรมแดนเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตมากขึ้นทำให้กฎหมายที่ใช้บังคับของหน่วยงานภาครัฐไม่ครอบคลุมต่อสภาพบริบทในสังคมปัจจุบัน รวมทั้งการแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายที่ใช้บังคับอยู่จะต้องมีกระบวนการรับฟังความคิดเห็นจากทุกภาคส่วนจึงทำให้การแก้ไขกฎหมายล่าช้าออกไปส่งผลให้เกิดปัญหาตามมาอย่างต่อเนื่อง

จากการระดมความคิดเห็นของกลุ่มภาคประชาชน ได้มีการนำเสนอถึงสภาพปัญหาและอุปสรรคด้านกฎหมายและระเบียบต่าง ๆ ของหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งในสาระสำคัญที่พบปัญหาเป็นจำนวนมากส่วนใหญ่จะเป็นการถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบการ โดยไม่สามารถตรวจสอบข้อมูลได้ โดยเฉพาะการซื้อขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ผู้ประกอบการมีการจำหน่ายสินค้าที่ไม่ผ่านการรับรองจากหน่วยงานภาครัฐ เช่น มีการสวมเลขที่ใบรับจดทะเบียนในผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เครื่องสำอาง และสินค้าบริโภคต่าง ๆ การโฆษณาสรรพคุณของสินค้าเกินจริง ทำให้ผู้บริโภคหลงเชื่อและซื้อสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ ตลอดจนผู้บริโภคไม่สามารถตรวจสอบคุณภาพของสินค้าก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ และไม่สามารถตรวจสอบข้อมูลของผู้ประกอบการและผู้ให้บริการได้ รวมไปถึงสภาพปัญหาการขึ้นราคาสินค้าที่ไม่เป็นธรรม เป็นต้น ปัญหาเหล่านี้หน่วยงานภาครัฐจะต้องบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องอย่างจริงจัง และปรับปรุง แก้ไขกฎหมายให้มีผลบังคับใช้ต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้นเพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคได้อย่างเป็นรูปธรรม ชัดเจน และกำหนดบทลงโทษอย่างเข้มงวดกับผู้ประกอบการที่มีพฤติกรรมหลอกลวงผู้บริโภค

กล่าวโดยสรุปแล้ว สภาพปัญหาและอุปสรรคทางด้าน กฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภคจะต้องมีการพัฒนาให้สอดคล้องกับสภาพสังคมในปัจจุบัน เนื่องจากวิถีการใช้ชีวิตของผู้บริโภคมีการปรับเปลี่ยนไปอย่างต่อเนื่อง ความก้าวหน้าของเทคโนโลยี และรูปแบบการส่งเสริมการขายมีการเข้าถึงได้อย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ผู้บริโภคไม่ได้พิจารณาตรวจสอบข้อมูลสินค้าและบริการโดยละเอียด หน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภคจะต้องหามาตรการในการแก้ไขปัญหาและเร่งพัฒนารูปแบบที่เหมาะสมในการให้ความรู้กับผู้บริโภคและกำหนดบทลงโทษผู้ประกอบการอย่างเข้มงวด

ประเด็นที่ ๒ ความสามารถในการปฏิบัติงานของ หน่วยงานภาครัฐด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพ

บริบทและสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงของสังคม โลกในปัจจุบันเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการปรับตัวของนานาประเทศทั่วโลกและประเทศไทยก็ได้รับอิทธิพลของการเปลี่ยนแปลงเหล่านั้น ทั้งเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองการปกครอง โดยเฉพาะความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีที่ล้ำหน้า

อย่างก้าวกระโดด ทำให้ประเทศถูกขับเคลื่อนให้เร่งพัฒนาและสร้างความเจริญให้ทัดเทียมกับนานาชาติ มีการรวมตัวกันเป็นกลุ่มประชาสังคมและเริ่มเรียกร้องเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจและบริหารงานภาครัฐที่โปร่งใส เป็นธรรม รวมทั้งการเปิดพื้นที่ให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารราชการโดยตรง ส่งผลให้ภาครัฐจำเป็นต้องปรับตัวให้ทันต่อกระแสการเปลี่ยนแปลง ด้วยเหตุนี้หน่วยงานภาครัฐจึงต้องมีการปรับปรุงการปฏิบัติงานให้ทันสมัยตามการเปลี่ยนแปลงของสภาพปัจจุบัน โดยมุ่งเน้นถึงความสุจริต โปร่งใส เปิดเผยข้อมูล เทียงธรรม และมีการบริหารงานที่เน้นประชาชนเป็นศูนย์กลาง รวมทั้งมุ่งประโยชน์สุขของประชาชนเป็นสำคัญโดยที่หน่วยงานภาครัฐจะมีกลไกการบริหารราชการแบบมีส่วนร่วมที่ต่อเนื่อง และสร้างสรรค์เป็นองค์กรที่เปิดให้ประชาชนหรือกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถเข้าถึงได้ (Accessibility) มีการติดต่อสื่อสารสองทางกับประชาชน (Dialogue) ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ และนำข้อคิดเห็นของประชาชนมาประกอบการตัดสินใจขององค์กร พร้อมทั้งอธิบายเหตุผล และจัดกระบวนการการรับฟังความคิดเห็นของประชาชนอย่างทันทั่วถึง ถูกต้อง โปร่งใส จริงใจ รวมถึงการให้บริการกับประชาชนด้วยความรวดเร็ว

กล่าวโดยสรุปแล้ว ความสามารถในการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จะต้องพัฒนารูปแบบการปฏิบัติงานให้เป็นแนวคู่ขนานไปกับการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ ซึ่งต้องเข้าถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค และกลวิธีจำหน่ายสินค้าของผู้ประกอบการ โดยการพัฒนาองค์กรทั้งด้านทรัพยากรมนุษย์ อุปกรณ์ เทคโนโลยี งบประมาณ และการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ ตลอดจนการทำงานเชิงรุกเพื่อติดตาม และตรวจสอบผู้ประกอบการ รวมทั้งสืบหาและแลกเปลี่ยนข้อมูลกับผู้บริโภคเพื่อให้รู้เท่าทันต่อสถานการณ์การบริโภคในรูปแบบใหม่ในปัจจุบัน

ประเด็นที่ ๓ แนวทางการคุ้มครองผู้บริโภคของหน่วยงานภาครัฐในสภาพบริบทวิถีใหม่

แนวทางการคุ้มครองผู้บริโภคของหน่วยงานภาครัฐในสภาพบริบทวิถีใหม่จะต้องให้ความสำคัญในมิติของการบังคับใช้กฎหมายและการส่งเสริมความรู้แก่ผู้บริโภคเป็นแกนหลัก ซึ่งในสาระสำคัญที่เป็นภาพสะท้อนของผู้บริโภคจากการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ประกอบด้วย

- (๑) ปรับปรุงแก้ไขการจดทะเบียนผู้ค้าออนไลน์ให้มีหน่วยงานที่รับผิดชอบเพียงแห่งเดียว
- (๒) มีแพลตฟอร์ม (Plat Form) กลางในการดูแลเงินของผู้บริโภคในการซื้อขายออนไลน์
- (๓) มีฐานข้อมูลกลางให้ผู้บริโภคในการเข้าถึงข้อมูลและรับเรื่องร้องเรียน
- (๔) มีระบบติดตามสถานการณ์ดำเนินการเรื่องร้องเรียนออนไลน์
- (๕) เผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคทุกๆ ด้านให้แก่ประชาชนอย่างต่อเนื่อง
- (๖) สนับสนุนการจัดแจ้งองค์กรของผู้บริโภคเพื่อให้สภาองค์กรของผู้บริโภคเข้มแข็ง

กล่าวโดยสรุปแล้ว แนวทางการคุ้มครองผู้บริโภคของหน่วยงานภาครัฐในสภาพบริบทวิถีใหม่จะต้องนำเครื่องมือที่ทันสมัยเข้ามาเสริมกระบวนการทำงานให้มากขึ้น เนื่องจากสภาพสังคมปัจจุบันส่วนใหญ่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นจำนวนมาก การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของผู้บริโภคเป็นการพิจารณาจากแหล่งข้อมูลการให้บริการผ่านรูปแบบการขายออนไลน์เกือบทั้งหมด ด้วยเหตุนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องพัฒนาระบบของแต่ละหน่วยงานเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคได้รับข่าวสาร

ประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ เป็นธรรม ตลอดจนส่งเสริมการสร้างความเข้มแข็งของภาคประชาชนให้เกิดการรวมกลุ่มเพื่อประสานความร่วมมือกัน แลกเปลี่ยนข้อมูล เผยแพร่ข่าวสาร เพื่อปกป้องผลประโยชน์ในการพิทักษ์สิทธิ์ของตนเองไม่ให้เกิดผลกระทบจากผู้ประกอบธุรกิจที่ขาดจริยธรรม

ประเด็นที่ ๔ ลักษณะการมีส่วนร่วมขององค์กรภาคประชาชนกับหน่วยงานภาครัฐ

การมีส่วนร่วมขององค์กรภาคประชาชนถือเป็นหลักการสากลที่อารยประเทศให้ความสำคัญ และเป็นประเด็นหลักที่สังคมไทยให้ความสนใจเพื่อพัฒนาการเมืองเข้าสู่ระบอบประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วม ตามหลักธรรมาภิบาลที่ภาครัฐจะต้องเปิดโอกาสให้ประชาชนและผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนรับรู้ ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ เพื่อสร้างความโปร่งใสและเพิ่มการตัดสินใจของภาครัฐให้ดีขึ้นเป็นที่ยอมรับร่วมกันของทุกฝ่าย

ปัจจุบันองค์กรภาคประชาชนมีการรวมกลุ่มกันเป็นมูลนิธิ สมาพันธ์ และชมรม มีหน้าที่ในการคุ้มครองผู้บริโภค ต่อมาได้มีการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค โดยเป็นไปตามพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๖๒ ซึ่งถือว่าเป็นมิติใหม่ในการคุ้มครองผู้บริโภคที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ดังนั้น เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการมีส่วนร่วมขององค์กรภาคประชาชนและหน่วยงานภาครัฐด้านการคุ้มครองผู้บริโภค หน่วยงานภาครัฐควรพิจารณาดำเนินการ ดังนี้

(๑) หน่วยงานภาครัฐควรสร้างทัศนคติที่ดีต่อประชาชนในการช่วยเหลือหรือแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง

(๒) สร้างองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้กับประชาชนในทุกช่วงวัย

(๓) ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคทราบเกี่ยวกับกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

(๔) การดำเนินการทางกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคควรปรับกระบวนการทัศนคติให้มีความกระชับ รวดเร็ว และชัดเจน

(๕) กลุ่มองค์กรด้านการคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชนช่วยกันแจ้งเบาะแสการกระทำ ความผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค

(๖) กระบวนการไกล่เกลี่ยควรให้ภาคประชาชนเข้ามา มีส่วนร่วม

(๗) จัดให้มีรางวัลนำจับกรณีการซื้อขายผลิตภัณฑ์ที่เป็นเท็จ เช่น ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารหรือผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่ไม่ได้คุณภาพและสวมเลขใบรับจดทะเบียนของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

(๘) สร้างฐานข้อมูลผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องอุปโภค บริโภค และบริการ รวมถึงระบบการร้องเรียนออนไลน์เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้มาติดต่อราชการได้เข้ารับการให้บริการจากหน่วยงานราชการต่าง ๆ แบบเบ็ดเสร็จ (One stop service)

(๙) ควรจัดให้มีหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งเป็นผู้รับผิดชอบห้องปฏิบัติการทางวิทยาศาสตร์ ให้ประชาชนเข้าถึงได้ง่ายและสะดวก

กล่าวโดยสรุปแล้ว ลักษณะการมีส่วนร่วมขององค์กรภาคประชาชนกับหน่วยงานภาครัฐ จะต้องประสานความร่วมมือกัน โดยหน่วยงานภาครัฐจะต้องเป็นแกนหลักในการเป็นที่เลี้ยง (Mentor) ให้กับกลุ่มหรือองค์กรภาคประชาชนเพื่อสนับสนุนความรู้ ข่าวสาร และวิธีการในการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค ตลอดจนคำแนะนำเรื่องร้องเรียนเมื่อได้รับความไม่เป็นธรรมจากผู้ประกอบธุรกิจ ในขณะเดียวกันกลุ่ม

องค์กรภาคประชาชนจะต้องช่วยขับเคลื่อนและเผยแพร่ความรู้ให้กับสมาชิกเพื่อนำไปประชาสัมพันธ์ต่อให้กับประชาชนในฐานะผู้บริโภคผ่านช่องทางรูปแบบอื่นใดที่เหมาะสมและสามารถเข้าถึงได้อย่างรวดเร็ว

ตอนที่ ๔ ข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน

การศึกษาข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน ผู้ทำการศึกษาแบ่งขั้นตอนการศึกษาออกเป็น ๒ ส่วน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ ๑ ศึกษาจากแบบสอบถาม กำหนดกลุ่มเป้าหมาย คือ หน่วยงานภาครัฐด้านการคุ้มครองผู้บริโภค แบ่งออกเป็น ๔ กลุ่ม ประกอบด้วย (๑) กลุ่มหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประเภทสินค้าอุปโภค จำนวน ๑๐ หน่วยงาน (๒) กลุ่มหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประเภทสินค้าบริโภค จำนวน ๕ หน่วยงาน (๓) กลุ่มหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประเภทการให้บริการ จำนวน ๑๓ หน่วยงาน และ (๔) กลุ่มหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง จำนวน ๕ หน่วยงาน รวม ๓๓ หน่วยงาน

ส่วนที่ ๒ ศึกษาจากการสนทนากลุ่ม โดยการระดมความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในงานเสวนาทางวิชาการเรื่อง Consumer Protection for All เมื่อวันที่ ๑๖ ธันวาคม ๒๕๖๓ เวลา ๘.๓๐ - ๑๔.๐๐ น. ณ ห้องประชุมคณะกรรมาธิการ (สว.) หมายเลข ๔๐๒-๔๐๓ ชั้น ๔ อาคารรัฐสภา (เกียกกาย) กรุงเทพมหานคร มีหน่วยงานที่เป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ประกอบด้วย ๔ กลุ่ม ได้แก่ (๑) กลุ่มหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประเภทสินค้าอุปโภค จำนวน ๑๐ หน่วยงาน (๒) กลุ่มหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประเภทสินค้าบริโภค จำนวน ๘ หน่วยงาน (๓) กลุ่มหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประเภทการให้บริการ จำนวน ๒๒ หน่วยงาน และ (๔) องค์กรคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชน จำนวน ๒๐ หน่วยงาน

ผลการศึกษาข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน ได้ทำการศึกษาทั้ง ๒ ส่วน เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจแบบสอบถามจากกลุ่มหน่วยงานภาครัฐมาถอดองค์ความรู้ และนำมาเป็นประเด็นสำคัญในการสนทนากลุ่ม โดยผู้ทำการศึกษาจะทำการวิเคราะห์ร่วมด้วยเพื่อให้ข้อมูลถูกสกัดเป็นองค์ความรู้ที่ชัดเจน โดยมีรายละเอียดผลการศึกษา ดังนี้

ส่วนที่ ๑ ผลการศึกษาข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน (โดยการสำรวจจากแบบสอบถาม)

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ผู้ทำการศึกษาได้ถอดความจากการแสดงความคิดเห็นของหน่วยงานที่เป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง ๔ กลุ่ม โดยจัดกลุ่มความสำคัญของเนื้อหาคำตอบ และจัดลำดับค่าความถี่ โดยแสดงรายละเอียดดังตารางที่ ๔-๓๘

ตารางที่ ๔-๓๘ ข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภควิทย์ใหม่ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน (โดยการสำรวจจากแบบสอบถาม)

ลำดับ	ข้อเสนอเชิงนโยบาย ด้านการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภควิทย์ใหม่ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน	ความถี่
๑	หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องด้านการคุ้มครองผู้บริโภคควรบูรณาการการทำงานร่วมกันในด้านการเชื่อมโยงฐานข้อมูล	๑๒
๒	หน่วยงานภาครัฐกับสภาองค์กรของผู้บริโภคควรทำงานร่วมกันในด้านการเชื่อมโยงฐานข้อมูล	๘
๓	เร่งรัดและสนับสนุนงบประมาณในการเชื่อมโยงฐานข้อมูลสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค	๒
๔	ปรับปรุงแก้ไขหรือตราพระราชบัญญัติฉบับใหม่ให้ครอบคลุมกับสถานการณ์ในปัจจุบัน	๑๓
๕	การกำหนดแผนการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้ชัดเจน	๑

* หน่วยงานที่ตอบแบบสอบถามจำนวน ๓๓ หน่วยงาน

จากตารางที่ ๔-๓๘ พบว่า ข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภควิทย์ใหม่ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน (โดยการสำรวจจากแบบสอบถาม) คือ ปรับปรุงแก้ไขหรือตราพระราชบัญญัติฉบับใหม่ให้ครอบคลุมกับสถานการณ์ในปัจจุบัน มีค่าความถี่มากที่สุดเท่ากับ ๑๓ รองลงมาคือ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องด้านการคุ้มครองผู้บริโภคควรบูรณาการการทำงานร่วมกันในด้านการเชื่อมโยงฐานข้อมูล มีค่าความถี่เท่ากับ ๑๒ รองลงมา คือ หน่วยงานภาครัฐกับสภาองค์กรของผู้บริโภคควรทำงานร่วมกันในด้านการเชื่อมโยงฐานข้อมูล มีค่าความถี่เท่ากับ ๘ รองลงมา คือ เร่งรัดและสนับสนุนงบประมาณในการเชื่อมโยงฐานข้อมูลสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค มีค่าความถี่เท่ากับ ๒ รองลงมา คือ การกำหนดแผนการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้ชัดเจน มีค่าความถี่น้อยที่สุดเท่ากับ ๑ ตามลำดับ

ส่วนที่ ๒ ผลการศึกษาข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภควิทย์ใหม่ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน (โดยการสนทนากลุ่ม)

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่ม ผู้ทำการศึกษาได้ถอดความจากการระดมความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นจากหน่วยงานที่เป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งจำแนกออกเป็น ๒ กลุ่ม คือ กลุ่มหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และกลุ่มองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชน โดยจะเก็บรวบรวมเนื้อหาและข้อสารสนเทศจากการสนทนากลุ่มของแต่ละกลุ่มเพื่อนำมาจัดกลุ่มสาระสำคัญและวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ที่ได้จากประมวลผลข้อมูล และนำมาสรุปผลการจัดกลุ่ม (Categories) ร่วมกับการวิเคราะห์ในมิติของผู้ทำการศึกษาซึ่งจะเป็นตัวแทนกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักหรือหน่วยการวิจัยครั้งนี้ โดยสรุปรายละเอียดได้ ดังนี้

๑. ข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภค

หลักการและเหตุผล

การประกอบธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงภายใต้สภาพบริบทชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) มีลักษณะของการใช้เทคโนโลยีและสื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งเสริมการขายมากขึ้น ส่งผลให้ผู้บริโภคพิจารณาตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าและบริการได้อย่างรวดเร็ว อาจส่งผลต่อการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าและบริการที่รอบคอบ อันจะนำไปสู่มูลเหตุของการถูกลอกหลวงจากผู้ประกอบการที่ขาดจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ ด้วยเหตุนี้หน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภคจึงได้รับเรื่องร้องเรียนเป็นจำนวนมาก แต่ในขณะเดียวกันหน้าที่และอำนาจอาจถูกจำกัดด้วยขอบเขตตามกฎหมาย

โครงสร้างกฎหมายที่มีบทบัญญัติเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทยมีลักษณะเป็นการแบ่งหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภคไปให้หน่วยงานต่างๆ ของรัฐตามกฎหมายเฉพาะ อาทิ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) มีกฎหมายหลักที่อยู่ในความรับผิดชอบ เช่น กฎหมายว่าด้วยยา อาหาร และเครื่องสำอาง กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ (สบส.) มีกฎหมายหลักที่อยู่ในความรับผิดชอบ เช่น กฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาล และกฎหมายว่าด้วยสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) มีกฎหมายหลักที่อยู่ในความรับผิดชอบ เช่น กฎหมายว่าด้วยมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กรมการค้าภายใน มีกฎหมายหลักที่อยู่ในความรับผิดชอบ เช่น กฎหมายว่าด้วยราคาสินค้าหรือบริการ และกฎหมายว่าด้วยมาตราซั่งดวงวัด เป็นต้น โดยมีพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ เป็นกฎหมายกลางที่มีบทบัญญัติสิทธิของผู้บริโภคที่ได้รับการคุ้มครองตามมาตรการต่างๆ เสริมกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคที่มีอยู่ก่อนแล้ว อย่างไรก็ตามในสภาพปัญหาการละเมิดสิทธิผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ไม่มีอำนาจในการดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภคได้ทุกเรื่องเพราะการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคบางกรณีอยู่ในอำนาจและหน้าที่ของหน่วยงานของรัฐตามกฎหมายอื่นซึ่งมีบทบัญญัติในการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นการเฉพาะอยู่แล้ว อาทิ ปัญหาการร้องเรียนเกี่ยวกับแชร์ลูกโซ่ ซึ่งผู้บริโภคเข้าใจว่าเป็นการดำเนินธุรกิจประเภทขายตรงเพราะผู้ประกอบการได้จดทะเบียนขายตรงกับ สคบ. แต่ผู้ประกอบการบางรายมีการเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจที่ได้จดทะเบียนขายตรงไว้เป็นการระดมทุนโดยให้ผลตอบแทนที่มีมูลค่าสูงเป็นแรงจูงใจ ส่งผลให้ผู้บริโภคหลงเชื่อในการโฆษณาแอบแฝงและถูกลอก ผู้บริโภคจึงต้องมาร้องเรียนที่ สคบ. แต่ทั้งนี้ สคบ. สามารถดำเนินการแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภคได้ตามหน้าที่และอำนาจแห่งพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. ๒๕๔๕ ซึ่งเป็นการแก้ไขปัญหาได้เฉพาะขอบเขตที่รับผิดชอบ แต่ในกรณีดังกล่าวยังมีความเกี่ยวข้องกับหน่วยงานอื่น ๆ อีกหลายแห่ง เช่น สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง รับผิดชอบด้านการกระทำความผิดเกี่ยวกับการกักตุนเงิน อันเป็นการฉ้อโกงประชาชน สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ รับผิดชอบเกี่ยวกับการขายหุ้นและการลงทุน และสำนักงานตำรวจแห่งชาติ รับผิดชอบเกี่ยวกับการป้องกันและปราบปรามการกระทำความผิดทางอาญา เป็นต้น ปัจจุบันรัฐบาลได้ประกาศใช้พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ ๔) พ.ศ. ๒๕๖๒ โดยเพิ่มมาตรา ๒๑(๑) ให้คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคพิจารณาขอหมายการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีปัญหาให้หน่วยงานใดดำเนินการได้เพื่อแก้ไขปัญหาการละเมิดสิทธิผู้บริโภคที่มีความซับซ้อนมากขึ้นและเกี่ยวพันกับกฎหมาย

หลายฉบับ หน่วยงานรัฐเพียงหน่วยงานเดียวไม่สามารถดำเนินการแก้ไขปัญหาได้จึงมีความจำเป็นที่จะต้องสร้างกลไกความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐเพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหาที่มีความซับซ้อนให้เกิดประสิทธิผลตอบสนองต่อการดูแลคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง

วิธีดำเนินการ

คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคพิจารณาแต่งตั้งคณะอนุกรรมการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภคขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาการละเมิดสิทธิผู้บริโภคที่มีความซับซ้อนและมีความเกี่ยวเนื่องกับกฎหมายหลายฉบับหรือปัญหาที่ไม่มีหน่วยงานหรือกฎหมายเฉพาะควบคุมดูแล โดยคณะอนุกรรมการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภคสามารถแต่งตั้งคณะทำงานคณะหนึ่งคณะใดเพื่อทำการศึกษาและแก้ไขปัญหาเฉพาะเรื่องดังกล่าว โดยมีผู้แทนจากหน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมเป็นคณะทำงานเพื่อประชุมหารือวางแผนการทำงานร่วมกันตามหน้าที่และอำนาจของแต่ละหน่วยงานตามที่กฎหมายบัญญัติไว้ภายใต้การบังคับใช้กฎหมายที่ครอบคลุมต่อการแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็วและเบ็ดเสร็จสมบูรณ์

ผลลัพธ์

๑. เพื่อให้การแก้ไขปัญหาที่เกิดจากความซับซ้อนและเกี่ยวพันกับหน้าที่และอำนาจของหน่วยงานรัฐหลายหน่วยงานเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น มีกระบวนการในการศึกษา รวบรวมข้อเท็จจริง ตรวจสอบข้อมูล และข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้อง วิเคราะห์สภาพปัญหา พร้อมแนวทางในการแก้ไขปัญหาการละเมิดสิทธิผู้บริโภคให้เหมาะสมกับสถานการณ์และสามารถคุ้มครองผู้บริโภคได้ทุกมิติในภาพรวมของประเทศ

๒. เพื่อให้หน่วยงานรัฐที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภคสามารถกำหนดแนวทางการทำงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกัน รวมทั้งพิจารณาจัดทำแผนปฏิบัติการเฉพาะกิจ มอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานร่วมกันกับหน่วยงานของรัฐอื่น ๆ ที่มีหน้าที่และอำนาจเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคอันจะนำไปสู่การป้องกันและแก้ไขปัญหาการละเมิดสิทธิผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว

๒. ข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการพัฒนาศูนย์ข้อมูลเพื่อผู้บริโภค

หลักการและเหตุผล

สังคมยุคเศรษฐกิจดิจิทัลที่มาพร้อมกับกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกาภิวัตน์ ส่งผลให้องค์กรภาครัฐและภาคเอกชนตื่นตัวในการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อนำมาใช้สนับสนุนการทำงานมากขึ้น โดยเฉพาะการจัดทำฐานข้อมูลและพัฒนาระบบการจำหน่ายสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ จึงเกิดการแข่งขันทางการค้าโดยใช้กลวิธีการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายผ่านระบบออนไลน์และเชื่อมโยงเครือข่ายอินเทอร์เน็ตหรือมัลติมีเดีย เป็นเครื่องมือในการโฆษณา ขณะเดียวกันผู้บริโภคเกิดการปรับตัวที่จะเรียนรู้และใช้เทคโนโลยีในการสืบค้นข้อมูลสินค้าหรือบริการประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ทำให้วิธีการดำเนินชีวิตเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพบริบทของสังคมปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม รูปแบบการแข่งขันทางการค้าที่ใช้เทคโนโลยีเครือข่ายอาจส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจบางรายแสวงหาผลประโยชน์จากการโฆษณาเป็นเท็จหรือเกินจริง จำหน่ายสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ หรือจัดส่งสินค้าไม่ถูกต้องตามที่ผู้บริโภคสั่งซื้อทำให้ผู้บริโภคได้รับความเดือดร้อนและเสียหายเป็นจำนวนมาก

ปัจจุบันหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภคได้พัฒนาฐานข้อมูลของหน่วยงานเพื่อจัดเก็บข้อมูลของผู้บริโภคด้านการร้องเรียนความเสียหายและการติดตามแก้ไขปัญหา รวมทั้งการส่งเรื่องร้องเรียนต่อไปยังหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องเพื่อบังคับใช้กฎหมายและลงโทษผู้ประกอบการธุรกิจที่กระทำความผิดหรือฉ้อโกงผู้บริโภค แต่ในขณะเดียวกันหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทยยังขาดการบูรณาการร่วมกันด้านการใช้ประโยชน์ในฐานข้อมูล ซึ่งจำเป็นต้องมีหน่วยงานกลางด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่เป็นแกนหลักในการเชื่อมโยงเครือข่ายเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเข้าด้วยกันกับหน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคอื่น ๆ ซึ่งในปัจจุบันมี ๒๓ หน่วยงาน เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารคำแนะนำ คำเตือน รวมทั้งการพัฒนาระบบการรับเรื่องร้องเรียนและการติดตามผลผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตหรือแอปพลิเคชันเพื่อลดขั้นตอนด้านระยะเวลาและอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภค ซึ่งต่อไปในอนาคตรูปแบบการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและการเชื่อมโยงฐานข้อมูลต่าง ๆ จะต้องพัฒนาไปอย่างต่อเนื่องเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพบริบทของสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว

การพัฒนาศูนย์ข้อมูลเพื่อผู้บริโภคจะต้องพัฒนาไปสู่การเป็นศูนย์ข้อมูลผู้บริโภคแห่งชาติจึงจะเป็นหัวใจสำคัญต่อการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภควิถีนวัตกรรม เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการคุ้มครองผู้บริโภคบูรณาการการทำงานร่วมกัน โดยการสร้างองค์ความรู้ข้อมูลเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของแต่ละหน่วยงานให้กับผู้บริโภคได้รู้เท่าทันต่อสถานการณ์เพื่อจะได้พิจารณาเลือกซื้อสินค้าและบริการโดยไม่ถูกเอาเปรียบตั้งแต่ต้น การสร้างฐานข้อมูลร่วมกันในการรับเรื่องร้องเรียนและส่งต่อหน่วยงานเครือข่ายเพื่อแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภคที่ไม่ได้รับความเป็นธรรม ตลอดจนเป็นการลดขั้นตอนทางเอกสาร ประหยัดทรัพยากรและอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น ทั้งนี้ศูนย์ข้อมูลเพื่อผู้บริโภคควรอยู่ในความรับผิดชอบของหน่วยงานกลางของประเทศที่เป็นศูนย์กลางในการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคได้เข้าถึงการใช้ประโยชน์ข้อมูลได้อย่างเป็นรูปธรรม

วิธีดำเนินการ

๑. ศึกษารูปแบบการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมในการสร้างและเชื่อมโยงเครือข่ายระบบฐานข้อมูลร่วมกันของหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย
๒. จัดทำและพัฒนาระบบฮาร์ดแวร์ (Hardware) และซอฟต์แวร์ (Software) ที่สามารถเชื่อมโยงเครือข่ายฐานข้อมูลร่วมกันกับทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
๓. พัฒนาระบบการส่งข้อมูลเรื่องร้องเรียน การติดตามผล และการแจ้งผลย้อนกลับให้ผู้บริโภค ตลอดจนการนำเข้าข้อมูลประชาสัมพันธ์ข่าวสารให้กับผู้บริโภคผ่านช่องทางแอปพลิเคชัน เว็บไซต์ และเครือข่ายอื่นตามความเหมาะสม

ผลลัพธ์

ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงและรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับคำแนะนำ คำเตือน ข้อควรปฏิบัติ และแนวทางการร้องเรียนเมื่อไม่ได้รับความเป็นธรรมในการซื้อสินค้าอุปโภค บริโภค และการให้บริการจากผู้ประกอบการ ตลอดจนมีช่องทางในการอำนวยความสะดวกด้านการติดตามผลการร้องเรียนผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นการลดระยะเวลาในการเดินทางมาร้องเรียนกับหน่วยงาน ซึ่งระบบฐานข้อมูลผู้บริโภคจะถูก

ส่งต่อไปยังหน่วยงานที่รับผิดชอบเพื่อแก้ไขปัญหา และแจ้งผลการดำเนินงานให้กับผู้บริโภคผ่านทางสมาร์ตโฟน (Smart Phone)

๓. ข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการประสานความร่วมมือกับสภาองค์กรของผู้บริโภค

หลักการและเหตุผล

ปี พ.ศ. ๒๕๖๒ ประเทศไทยได้รับการประเมินด้านการดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภคที่ดีที่สุดในกลุ่มประเทศอาเซียน โดยประเมินจากภาพรวมของการคุ้มครองผู้บริโภคที่ดำเนินการโดยหน่วยงานภาครัฐ และองค์กรภาคประชาชนร่วมกัน สำหรับองค์กรภาคประชาชนเป็นการรวมกลุ่มกันจัดตั้งเป็นสมาคม มูลนิธิ ชมรม ดูแลคุ้มครองผู้บริโภคโดยไม่แสวงหากำไร และมีการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภคเพื่อเข้ามาดูแลคุ้มครองผู้บริโภคตามพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๖๒ เมื่อวันที่ ๙ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๓ โดยมีหน้าที่และอำนาจหลายประการเช่นเดียวกับหน่วยงานภาครัฐที่ใช้อำนาจตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งในขั้นตอนการยกร่างพระราชบัญญัติดังกล่าวคณะกรรมการกฤษฎีกา (คณะพิเศษ) พิจารณาแล้วเห็นว่า “...อำนาจของสภาองค์กรของผู้บริโภคไม่เป็นการซ้ำซ้อนกับอำนาจและหน้าที่ของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคแต่อย่างใด แต่เป็นการดำเนินการในลักษณะเสริมการทำงานซึ่งกันและกันระหว่างหน่วยงานของรัฐกับหน่วยงานภาคประชาชน เพื่อให้เกิดพลังในการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคตามรัฐธรรมนูญมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เนื่องจากปัจจุบันการดำเนินการของหน่วยงานภาครัฐอาจมีข้อจำกัดทางกฎหมายและระบบของราชการ สภาองค์กรของผู้บริโภคจะเข้ามาช่วยทำงานในลักษณะเชิงรุกได้ เสริมการทำงานของภาครัฐ ดังนั้นในเรื่องอำนาจและหน้าที่จึงไม่เป็นการดำเนินการที่ซ้ำซ้อนกัน...”

สภาองค์กรของผู้บริโภคเป็นหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นมาใหม่ตามพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๖๒ มีลักษณะเป็นอิสระ ไม่เหมือนหน่วยงานใด การเข้ามาช่วยทำงานในลักษณะเชิงรุก เสริมการทำงานคุ้มครองผู้บริโภคของหน่วยงานภาครัฐให้มีความสอดคล้องกลมกลืนปราศจากข้อขัดแย้งใด ๆ อันจะอำนวยผลให้การคุ้มครองผู้บริโภคในภาพรวมมีประสิทธิภาพตามเจตนารมณ์นั้น สมควรพิจารณาลักษณะพิเศษที่เป็นพื้นฐานการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐและสภาองค์กรของผู้บริโภค กล่าวคือ สภาองค์กรของผู้บริโภคเป็นองค์กรภาคประชาชนที่จัดตั้งขึ้นเพื่อดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภค มีหน้าที่และอำนาจหลายประการเช่นเดียวกับหน่วยงานภาครัฐที่ใช้อำนาจตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภค ยกเว้นเรื่องการบังคับใช้กฎหมายและการเจรจาไกล่เกลี่ย อย่างไรก็ตาม หากสภาองค์กรของผู้บริโภคพบผู้ประกอบธุรกิจกระทำผิดกฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภค และมีหลักฐานที่เชื่อถือได้ก็สามารถส่งให้หน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่และอำนาจเกี่ยวกับการกระทำผิดนั้นดำเนินการบังคับใช้กฎหมายต่อผู้ประกอบธุรกิจที่กระทำผิดได้ ส่วนเรื่องการเจรจาไกล่เกลี่ยนั้น สภาองค์กรของผู้บริโภคสามารถเข้าพบขอร้องในพระราชบัญญัติการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท พ.ศ. ๒๕๖๒ ดำเนินการไกล่เกลี่ยเพื่อให้มีการเยียวยาขาดใช้ความเสียหายแก่ผู้บริโภคได้ ทั้งนี้สภาองค์กรของผู้บริโภคควรกำหนดบทบาทหน้าที่และแผนการดำเนินงานให้มีความสอดคล้อง สนับสนุน ส่งเสริมการทำงานของหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้การดำเนินงานในการป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยมี

ความเป็นอิสระ ไม่ถูกครอบงำ หรืออยู่ภายใต้อำណัติของหน่วยงานใดทั้งภาครัฐ ภาคธุรกิจ และการเมือง ตลอดจนหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภคควรเปิดโอกาสให้สภาองค์กรของผู้บริโภคเสนอความเห็นในการกำหนดนโยบาย การพัฒนากฎหมาย และการกำหนดหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการคุ้มครองผู้บริโภคในภาพรวม เพื่อให้การคุ้มครองผู้บริโภคมีความครอบคลุมต่อการแก้ไขปัญหาได้อย่างเป็นรูปธรรม ทั้งนี้หน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภคจะต้องประสานความร่วมมือกับสภาองค์กรของผู้บริโภคในการเชื่อมโยงข้อมูลและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร เพื่อนำไปใช้ในการเผยแพร่ความรู้ คำแนะนำ คำเตือนภัยแก่ผู้บริโภค และประสานความร่วมมือในการตรวจสอบสินค้าและการรับเรื่องร้องเรียนเพื่อไม่ให้เกิดการทำงานที่ซ้ำซ้อนและตอบสนองต่อการแก้ไขปัญหาให้แก่ผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นเพื่อให้เกิดความชัดเจนในการปฏิบัติงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในภาพรวมของประเทศ จึงควรมีการพิจารณากำหนดแนวทางการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐกับสภาองค์กรของผู้บริโภค

วิธีดำเนินการ

๑. การรับเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภค

หน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภคทำงานร่วมกับสภาองค์กรของผู้บริโภค โดยแต่ละหน่วยงานแยกกันรับเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภค เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางในการให้ความช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภค ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริโภคมีโอกาสเข้าถึงช่องทางการร้องเรียนได้ง่ายและสะดวกขึ้น ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ โดยผู้บริโภคมีอิสระในการเลือกช่องทางการร้องเรียน รวมถึงสามารถแจ้งความประสงค์ให้หน่วยงานใดเป็นผู้ดำเนินการแก้ไขปัญหาทั้งหน่วยงานภาครัฐหรือสภาองค์กรของผู้บริโภคเพื่อไม่ให้เกิดการทำงานที่ซ้ำซ้อนกัน ในส่วนการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐเมื่อหน่วยงานที่ผู้บริภคยื่นร้องเรียนพิจารณาแล้วเห็นว่าเรื่องร้องเรียนที่ผู้บริโภคถูกเอาเปรียบและได้รับความเสียหายดังกล่าวนั้นอยู่ในหน้าที่และอำนาจของหน่วยงานใดก็ส่งเรื่องร้องเรียนนั้นต่อไปยังหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจเกี่ยวกับเรื่องร้องเรียนดังกล่าวเพื่อดำเนินการแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภคต่อไป

๒. การเชื่อมโยงเครือข่ายฐานข้อมูลของหน่วยงาน

การเชื่อมโยงเครือข่ายฐานข้อมูลของหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นการประสานความร่วมมือกันของภาคีเครือข่ายของรัฐด้านการคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับสภาองค์กรของผู้บริโภคในการสร้างฐานข้อมูล เชื่อมโยง และแลกเปลี่ยนข้อมูลร่วมกัน เพื่อนำข้อมูลความรู้ในด้านต่าง ๆ ไปใช้ในการเผยแพร่ข่าวสาร คำแนะนำ คำเตือน และการให้ข้อมูลเตือนภัยแก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้าและบริการที่อาจเป็นอันตราย หรือหลอกลวงผู้บริโภค เป็นการอำนวยความสะดวกให้กับประชาชนเข้าถึงข้อมูลผ่านทางเว็บไซต์ หรือช่องทางอื่นที่เหมาะสมเพื่อให้ผู้บริโภคใช้ประโยชน์ประกอบการตัดสินใจพิจารณาเลือกซื้อสินค้าและบริการได้ถูกต้องเหมาะสม

๓. การประสานความร่วมมือเชิงวิชาการร่วมกันกับสภาองค์กรของผู้บริโภค

หน่วยงานภาครัฐด้านการคุ้มครองผู้บริโภคประสานความร่วมมือเชิงวิชาการในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกับสภาองค์กรของผู้บริโภคในฐานะองค์กรภาคประชาชนเพื่อให้เห็นในการ

กำหนดนโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคในภาพรวม เสนอความเห็นในการปรับปรุงและพัฒนากฎหมายให้ทันสมัย และการกำหนดหลักเกณฑ์ต่าง ๆ เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพ

ผลลัพธ์

๑. ผู้บริโภคสามารถเลือกช่องทางร้องเรียนได้มากขึ้นทั้งในส่วนของหน่วยงานภาครัฐหรือสภาองค์กรของผู้บริโภคส่งผลให้เกิดความสะดวกและรวดเร็วต่อการแก้ไขปัญหาของผู้บริโภค
๒. ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร คำแนะนำ คำเตือน และการให้ข้อมูลเตือนภัยเกี่ยวกับสินค้าและบริการที่อาจเป็นอันตรายหรือหลอกลวงผู้บริโภคได้สะดวกมากขึ้น
๓. หน่วยงานภาครัฐด้านการคุ้มครองผู้บริโภคและสภาองค์กรของผู้บริโภคได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภค อันจะนำไปสู่การกำหนดนโยบายการปฏิบัติงานและการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายให้ครอบคลุมต่อการคุ้มครองผู้บริโภคในภาพรวม

สรุป

การศึกษาเรื่อง แนวทางการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ สามารถสรุปผลการศึกษาออกเป็น ๔ ตอน ประกอบด้วย ตอนที่ ๑ สถิติการรับเรื่องร้องเรียนของหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ตอนที่ ๒ สภาพการบังคับใช้ของกฎหมายที่อยู่ในหน้าที่และอำนาจในการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย ตอนที่ ๓ แนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคในสภาพบริบทวิถีใหม่ และตอนที่ ๔ ข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ตอนที่ ๑ สถิติการรับเรื่องร้องเรียนของหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

สถิติการรับเรื่องร้องเรียนในรอบปีงบประมาณ ๒๕๖๓ ของหน่วยงานที่มีการรับเรื่องร้องเรียนมากที่สุด ๕ อันดับ คือ ธนาคารแห่งประเทศไทย รวมทั้งสิ้น ๘๑,๕๓๓ เรื่อง เป็นเรื่องเกี่ยวกับเงินให้สินเชื่อที่มีการร้องเรียนมากที่สุด จำนวน ๘๐,๘๔๗ เรื่อง รองลงมา คือ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน ๔๔,๙๐๗ เรื่อง โดยเรื่องร้องเรียนส่วนใหญ่เป็นการแจ้งเว็บไซต์ผิดกฎหมาย ๒๔,๐๐๙ เรื่อง และการซื้อขายทางออนไลน์ ๑๙,๕๓๑ เรื่อง รองลงมา คือ สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย จำนวน ๑๖,๖๐๘ เรื่อง โดยเรื่องร้องเรียนส่วนใหญ่เป็นการประกันวินาศภัย ๑๒,๕๔๗ เรื่อง และประกันชีวิต ๓,๓๙๓ เรื่อง รองลงมา คือ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค จำนวน ๑๓,๗๗๒ เรื่อง โดยเรื่องร้องเรียนส่วนใหญ่เป็นสินค้าหรือบริการ ๓,๐๑๙ เรื่อง จอจตุว์เครื่องปั้น/สายการปั้น ๑,๙๖๗ เรื่อง และอาคารชุด/คอนโดมิเนียม ๑,๔๙๓ เรื่อง รองลงมา คือ กรมการค้าภายใน จำนวน ๔,๗๗๖ เรื่อง โดยเรื่องร้องเรียนส่วนใหญ่เป็นการจำหน่ายราคาแพง ๒,๘๗๐ เรื่อง และไม่ปิดป้ายแสดงราคาจำหน่ายปลีก ๑,๐๖๒ เรื่อง

ตอนที่ ๒ สภาพการบังคับใช้ของกฎหมายที่อยู่ในหน้าที่และอำนาจในการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย

การศึกษาสภาพการบังคับใช้ของกฎหมายที่อยู่ในหน้าที่และอำนาจในการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย แบ่งออกเป็น ๔ กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มสินค้าอุปโภค กลุ่มสินค้าบริโภค กลุ่มการให้บริการ และกลุ่มหน่วยงานอื่น ๆ โดยมีรายละเอียดสรุปผลได้ ดังนี้

๑. กลุ่มสินค้าอุปโภค

สภาพปัญหาและอุปสรรคด้านกฎหมายและระเบียบต่าง ๆ มีความซ้ำซ้อนของกฎหมาย และหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจในการบังคับใช้กฎหมาย ซึ่งกฎหมายบางฉบับมีช่องว่างส่งผลให้ไม่สามารถดำเนินคดีหรือลงโทษผู้ที่กระทำการฝ่าฝืนได้ อีกทั้งกฎหมายบางหน่วยงานมีความล้าสมัยไม่ครอบคลุมต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ขาดความชัดเจน ไม่ครอบคลุม และไม่มีสภาพบังคับใช้ นอกจากนี้กฎหมายยังมีการเปลี่ยนแปลงบ่อยทำให้ผู้บริโภคเกิดความสับสนไม่รู้ว่าจะใช้กฎหมายฉบับใดมาบังคับใช้ กฎหมายบางฉบับยังขัดกับประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา ตลอดจนประชาชนส่วนใหญ่ขาดความรู้ และความเข้าใจกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

สภาพปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน คือ การขาดแคลนงบประมาณและอุปกรณ์ที่ทันสมัยสำหรับการปฏิบัติงาน บุคลากรไม่เพียงพอต่อภารกิจที่ได้รับมอบหมาย และขาดความรู้ความเชี่ยวชาญด้านกฎหมายตามภารกิจหลัก ไม่สามารถบังคับใช้กฎหมายได้เบ็ดเสร็จภายในหน่วยงานเดียวเนื่องจากกฎหมายกระจายหน้าที่และอำนาจให้แก่หน่วยงานอื่นร่วมดำเนินการ ขาดการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ไม่มีระบบการเชื่อมโยงและถ่ายโอนข้อมูลภายในและระหว่างหน่วยงาน และมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายบ่อยครั้งส่งผลให้ขาดความคล่องตัวและความต่อเนื่องในการปฏิบัติงาน

๒. กลุ่มสินค้าบริโภค

สภาพปัญหาและอุปสรรคด้านกฎหมายและระเบียบต่าง ๆ เกิดจากกฎหมายที่ใช้บังคับมีความล้าสมัย ไม่ครอบคลุมต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน กฎหมายบางมาตรายากต่อการปฏิบัติจริง การกำหนดค่านियามในรายละเอียดของกฎหมายขาดความชัดเจน และบทกำหนดโทษไม่รุนแรงพอที่จะทำให้ผู้กระทำความผิดเกรงกลัว

สภาพปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน คือ การขาดแคลนบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านกฎหมาย งบประมาณที่ใช้ในการดำเนินงานไม่เพียงพอ และการเปลี่ยนแปลงนโยบายบ่อยครั้งส่งผลให้ขาดความคล่องตัวและความต่อเนื่อง ตลอดจนขาดการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ให้ประชาชนรับทราบข้อมูลข่าวสาร

๓. กลุ่มการให้บริการ

สภาพปัญหาและอุปสรรคด้านกฎหมายและระเบียบต่าง ๆ ขาดความชัดเจนของข้อกำหนด และไม่ครอบคลุม โดยกฎหมายที่ใช้บังคับอยู่ล้าสมัยไม่มีการปรับปรุงแก้ไขให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน อีกทั้งกฎหมายที่นำมาใช้ในการปฏิบัติงานมีความขัดแย้งกัน บางมาตรายากต่อการปฏิบัติ และบทกำหนดโทษไม่รุนแรงพอที่จะทำให้ผู้กระทำความผิดเกรงกลัว นอกจากนี้กฎหมายบางฉบับยังไม่มีสภาพบังคับใช้

สภาพปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน คือ บุคลากรไม่เพียงพอต่อภารกิจที่ได้รับมอบหมายและขาดความรู้ความเชี่ยวชาญด้านกฎหมายตามภารกิจหลัก อีกทั้งกฎหมายบางฉบับไม่สามารถบังคับใช้ได้เบ็ดเสร็จภายในหน่วยงานเดียวเนื่องจากกฎหมายกระจายหน้าที่และอำนาจให้แก่หน่วยงานอื่นร่วมดำเนินการ ขาดแคลนงบประมาณและอุปกรณ์ที่ทันสมัยในการดำเนินงาน ไม่มีระบบการเชื่อมโยงและถ่ายโอนข้อมูลภายในและระหว่างหน่วยงาน ขาดการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ให้ประชาชนรับทราบข้อมูลข่าวสารอย่างเพียงพอ นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงนโยบายบ่อยครั้งยังส่งผลให้ขาดความคล่องตัวและความต่อเนื่องในการจัดทำแผนงานและการปฏิบัติงาน

๔. กลุ่มหน่วยงานอื่นๆ

สภาพปัญหาและอุปสรรคด้านกฎหมายและระเบียบต่าง ๆ เป็นการบังคับใช้กฎหมายที่ล่าสมัยเกินไปและไม่ครอบคลุมต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

สภาพปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน คือ ขาดแคลนงบประมาณในการนำมาพัฒนาเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ใช้ในการปฏิบัติงาน และบุคลากรไม่เพียงพอต่อภารกิจที่ได้รับมอบหมาย

ตอนที่ ๓ แนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหของผู้บริโภคในสภาพบริบทวิถีใหม่

การศึกษาแนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหของผู้บริโภคในสภาพบริบทวิถีใหม่ สามารถสรุปผลออกเป็น ๒ ส่วน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ ๑ ผลการศึกษาแนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหของผู้บริโภคในสภาพบริบทวิถีใหม่ (โดยการสำรวจจากแบบสอบถาม) ควรทำการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน เผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้กับประชาชนเพื่อสร้างความเข้าใจและสร้างความตระหนักรู้ถึงกลวิธีการฉ้อโกงต่าง ๆ พัฒนาเทคโนโลยีเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงหน่วยงานได้มากขึ้น กำหนดอัตราโทษที่สูงเพื่อให้ผู้กระทำความผิดเกรงกลัว เชื่อมโยงฐานข้อมูลกลางระหว่างหน่วยงานร่วมกัน เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบข้อมูลที่เป็นประโยชน์ได้อย่างรวดเร็ว แก้ไขกฎหมายให้มีความชัดเจน ประชาสัมพันธ์กฎหมายที่มีการประกาศใช้ใหม่ กำหนดแนวทางการดำเนินงานเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหผู้บริโภค แก้ไขกฎหมายหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคให้สอดคล้องกัน และกำหนดคำนิยามทางกฎหมายให้ชัดเจน

ส่วนที่ ๒ ผลการศึกษาแนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหของผู้บริโภคในสภาพบริบทวิถีใหม่ (โดยการสนทนากลุ่ม) จำแนกออกเป็น ๒ กลุ่ม คือ กลุ่มองค์กรภาครัฐที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และกลุ่มองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชน สรุปผลการศึกษาได้ ดังนี้

๑. กลุ่มองค์กรภาครัฐที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

สาระสำคัญในการถอดองค์ความรู้ประกอบด้วย ๓ ประเด็นสำคัญ ดังนี้

ประเด็นที่ ๑ ปัญหาและอุปสรรคในการบังคับใช้กฎหมายและระเบียบต่าง ๆ เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วย (๑) การทำงานร่วมกันของหน่วยงานภาครัฐ (๒) การตรวจสอบคุณภาพของสินค้า (๓) กฎหมายควบคุมการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ และ (๔) การบังคับใช้กฎหมายทั้งระบบ

ประเด็นที่ ๒ แนวทางในการปรับตัวเพื่อเตรียมความพร้อมในการพัฒนากฎหมายและระเบียบต่างๆ ของหน่วยงานเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคสภาพบริบทวิถีใหม่ ประกอบด้วย (๑) การรวบรวมข้อมูลสภาพปัญหา เพื่อนำมาศึกษาวิเคราะห์กำหนดแนวทางและมาตรการในการป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้น (๒) การปรับปรุงกฎหมายและจัดทำแนวทางหรือมาตรการในการแก้ไขปัญหาโดยใช้มาตรการเชิงบริหาร และการบูรณาการในการกำหนดนโยบายและการปฏิบัติงานเชิงรุกเพื่อป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้นต่อไปในอนาคต และ (๓) การบูรณาการในการบังคับใช้กฎหมายร่วมกันของหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค โดยการสร้างฐานข้อมูลกลางร่วมกัน และจัดให้มีหน่วยงานกลางเป็นผู้รับผิดชอบ

ประเด็นที่ ๓ แนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของหน่วยงานในสภาพบริบทวิถีใหม่ ประกอบด้วย (๑) แนวทางการป้องกัน ได้แก่ แนวทางการป้องกันด้านการควบคุมอย่างเป็นระบบ และแนวทางการป้องกันด้านการส่งเสริมและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เชิงรุก (๒) แนวทางการแก้ไขปัญหา ได้แก่ การส่งเสริมและผลักดันในการเพิ่มช่องทางการแจ้งเบาะแสและการรับเรื่องร้องเรียนให้แก่ผู้บริโภคได้เข้าถึงง่าย สะดวก และรวดเร็ว การพัฒนารูปแบบกระบวนการระงับข้อพิพาททางเลือกผ่านการไกล่เกลี่ยให้มากขึ้น การส่งเสริมการซื้อขายสินค้าออนไลน์ให้อยู่ในแพลตฟอร์ม (Platform) การตราพระราชบัญญัติเพื่อออกกฎหมายบังคับให้ผู้ขายสินค้าออนไลน์ทุกระดับจะต้องจดทะเบียนการค้ากับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าเพื่อเป็นข้อมูลในการตรวจสอบ การผลักดันให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการคุ้มครองผู้บริโภคมีอำนาจในการสั่งปิดเว็บไซต์ที่กระทำผิดกฎหมาย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการคุ้มครองผู้บริโภคควรบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจังและทำงานเชิงรุกในการป้องปรามการกระทำผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค

ประเด็นที่ ๔ แนวทางการทำงานร่วมกับสภาองค์กรของผู้บริโภคในอนาคต ประกอบด้วย (๑) สภาองค์กรของผู้บริโภคร่วมกับหน่วยงานภาครัฐด้านการคุ้มครองผู้บริโภคมีการเสริมการทำงานร่วมกันในการแสดงข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์เพื่อให้เกิดการแก้ไข ปรับปรุง หรือพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน (๒) หน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภคควรเปิดโอกาสให้สภาองค์กรของผู้บริโภคเสนอความเห็นในการกำหนดนโยบาย การพัฒนากฎหมาย และการกำหนดหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการคุ้มครองผู้บริโภคในภาพรวม (๓) หน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภคจะต้องประสานความร่วมมือกับสภาองค์กรของผู้บริโภคในการเชื่อมโยงข้อมูลและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารเพื่อนำไปใช้ในการเผยแพร่ความรู้ คำแนะนำ คำเตือนภัยแก่ผู้บริโภค

๒. กลุ่มองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชน

สาระสำคัญในการถอดองค์ความรู้ประกอบด้วย ๔ ประเด็นสำคัญ ดังนี้

ประเด็นที่ ๑ ปัญหาและอุปสรรคด้านกฎหมายและระเบียบต่างๆ ของหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค กล่าวคือ สภาพปัญหาและอุปสรรคทางด้านกฎหมาย การคุ้มครองผู้บริโภคจะต้องมีการพัฒนาให้สอดคล้องกับสภาพสังคมในปัจจุบัน เนื่องจากวิถีการใช้ชีวิตของผู้บริโภคมีการปรับเปลี่ยนไปอย่างต่อเนื่อง ความก้าวหน้าของเทคโนโลยี และรูปแบบการส่งเสริมการขาย

มีการเข้าถึงได้อย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ผู้บริโภคไม่ได้พิจารณาตรวจสอบข้อมูลสินค้าและบริการโดยละเอียด หน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภคจะต้องหามาตรการในการแก้ไขปัญหาและเร่งพัฒนารูปแบบที่เหมาะสมในการให้ความรู้กับผู้บริโภคและกำหนดบทลงโทษผู้ประกอบการอย่างเข้มงวด

ประเด็นที่ ๒ ความสามารถในการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพ กล่าวคือ ความสามารถในการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จะต้องพัฒนารูปแบบการปฏิบัติงานให้เป็นแนวคู่ขนานไปกับการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ ซึ่งต้องเข้าถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค และกลวิธีการจำหน่ายสินค้าของผู้ประกอบการ โดยการพัฒนาองค์รวมทั้งด้านทรัพยากรมนุษย์ อุปกรณ์ เทคโนโลยี งบประมาณ และการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ ตลอดจนการทำงานเชิงรุกเพื่อติดตาม และตรวจสอบผู้ประกอบการ รวมทั้งสืบหาและแลกเปลี่ยนข้อมูลกับผู้บริโภคเพื่อให้รู้เท่าทันต่อสถานการณ์การบริโภคในรูปแบบใหม่ในปัจจุบัน

ประเด็นที่ ๓ แนวทางการคุ้มครองผู้บริโภคของหน่วยงานภาครัฐในสภาพบริบทวิถีใหม่ กล่าวคือ แนวทางการคุ้มครองผู้บริโภคของหน่วยงานภาครัฐในสภาพบริบทวิถีใหม่จะต้องนำเครื่องมือที่ทันสมัยเข้ามาเสริมกระบวนการทำงานให้มากขึ้น เนื่องจากสภาพสังคมปัจจุบันส่วนใหญ่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นจำนวนมาก การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของผู้บริโภคเป็นการพิจารณาจากแหล่งข้อมูลการให้บริการผ่านรูปแบบการขายออนไลน์เกือบทั้งหมด ด้วยเหตุนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องพัฒนาระบบของแต่ละหน่วยงานเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคได้รับข่าวสารประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ เป็นธรรม ตลอดจนส่งเสริมการสร้างความเข้มแข็งของภาคประชาชนให้เกิดการรวมกลุ่มเพื่อประสานความร่วมมือกัน แลกเปลี่ยนข้อมูล เผยแพร่ข่าวสาร เพื่อปกป้องผลประโยชน์ในการพิทักษ์สิทธิของตนเองไม่ให้ถูกหลอกหลวงจากผู้ประกอบธุรกิจที่ขาดจริยธรรม

ประเด็นที่ ๔ ลักษณะการมีส่วนร่วมขององค์กรภาคประชาชนกับหน่วยงานภาครัฐ กล่าวคือ ลักษณะการมีส่วนร่วมขององค์กรภาคประชาชนกับหน่วยงานภาครัฐ จะต้องประสานความร่วมมือกัน โดยหน่วยงานภาครัฐจะต้องเป็นแกนหลักในการเป็นที่เลี้ยง (Mentor) ให้กับกลุ่มหรือองค์กรภาคประชาชนเพื่อสนับสนุนความรู้ ข่าวสาร และวิธีการในการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค ตลอดจนคำแนะนำเรื่องการร้องเรียนเมื่อได้รับความไม่เป็นธรรมจากผู้ประกอบธุรกิจ ในขณะที่เดียวกันกลุ่มองค์กรภาคประชาชนจะต้องช่วยขับเคลื่อนและเผยแพร่ความรู้ให้กับสมาชิกเพื่อนำไปประชาสัมพันธ์ต่อให้กับประชาชนในฐานะผู้บริโภคผ่านช่องทางรูปแบบอื่นใดที่เหมาะสมและสามารถเข้าถึงได้อย่างรวดเร็ว

ตอนที่ ๔ ผลการศึกษาข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน (โดยการสำรวจจากแบบสอบถาม)

ส่วนที่ ๑ ผลการศึกษาข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน (โดยการสำรวจจากแบบสอบถาม) ประกอบด้วย (๑) ควรปรับปรุงแก้ไข หรือตราพระราชบัญญัติฉบับใหม่ให้ครอบคลุมกับสถานการณ์ในปัจจุบัน (๒) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องด้านการคุ้มครองผู้บริโภคควรบูรณาการการทำงานร่วมกันในด้านการเชื่อมโยงฐานข้อมูล และ (๓) หน่วยงานภาครัฐกับสภาองค์กรของผู้บริโภคควรทำงานร่วมกันในด้านการเชื่อมโยงฐานข้อมูล

ส่วนที่ ๒ ผลการศึกษาข้อเสนอเชิงนโยบายในการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายและระเบียบต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน (โดยการสนทนากลุ่ม)

๑. ข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการบูรณาการคุ้มครองผู้บริโภค

โครงสร้างกฎหมายที่มีบทบัญญัติเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทยมีลักษณะเป็นการแบ่งหน้าที่และอำนาจในการคุ้มครองผู้บริโภคไปให้หน่วยงานต่าง ๆ ของรัฐ โดยมีพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ เป็นกฎหมายกลางในการคุ้มครองผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม ถึงแม้บางกรณีหน่วยงานภาครัฐจะมีกฎหมายเฉพาะแต่ภารกิจหลักของหน่วยงานนั้นอาจไม่ใช่ภารกิจในการคุ้มครองผู้บริโภคโดยตรง หน่วยงานนั้นก็ดำเนินการตามหน้าที่และอำนาจของตนเองเท่านั้น โดยไม่ได้มีการร่วมมือหรือบูรณาการการทำงานร่วมกันในการคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับหน่วยงานอื่นอย่างจริงจัง จึงมีความจำเป็นต้องสร้างกลไกความร่วมมือระหว่างหน่วยงานขึ้น โดยคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคพิจารณาแต่งตั้งคณะอนุกรรมการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภคขึ้น เพื่อแก้ไขปัญหาการละเมิดสิทธิผู้บริโภคที่มีความซับซ้อนและมีความเกี่ยวเนื่องกับกฎหมายหลายฉบับ หรือปัญหาที่ไม่มีหน่วยงานหรือกฎหมายเฉพาะควบคุมดูแล ซึ่งคณะอนุกรรมการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภคสามารถแต่งตั้งคณะทำงานคณะหนึ่งคณะใดเพื่อทำการศึกษาและแก้ไขปัญหาเฉพาะเรื่องดังกล่าวได้

๒. ข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการพัฒนาศูนย์ข้อมูลเพื่อผู้บริโภค

การแข่งขันทางการค้าในปัจจุบันมีการนำเทคโนโลยีเครือข่ายมาใช้โฆษณาเพื่อสร้างความดึงดูดใจให้กับผู้บริโภคอาจส่งผลให้ผู้ประกอบธุรกิจบางรายแสวงหาผลประโยชน์จากการโฆษณาเป็นเท็จ จำหน่ายสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ และ/หรือไม่จัดส่งสินค้าให้แก่ผู้บริโภคตามการสั่งซื้อ ในขณะที่ด้วยกันหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทยยังขาดการบูรณาการร่วมกันในการใช้ประโยชน์ด้านการเชื่อมโยงฐานข้อมูลระหว่างหน่วยงาน ซึ่งจำเป็นต้องมีหน่วยงานกลางที่เป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนด้านการสร้างองค์ความรู้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร และรวมไปถึงการพัฒนากระบวนการรับเรื่องร้องเรียนและติดตามผลการดำเนินงานผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตหรือแอปพลิเคชันเพื่อแจ้งให้ผู้บริโภคทราบเพื่อลดขั้นตอนด้านระยะเวลาและอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภค การพัฒนาศูนย์ข้อมูลเพื่อผู้บริโภคจึงเป็นหัวใจสำคัญต่อการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการคุ้มครองผู้บริโภคบูรณาการการทำงานร่วมกัน การสร้างฐานข้อมูลร่วมกันในการรับเรื่องร้องเรียนและส่งต่อหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องเพื่อแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภค ตลอดจนเป็นการลดขั้นตอนทางเอกสาร ประหยัดทรัพยากร และอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคมากขึ้น

๓. ข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการประสานความร่วมมือกับสภาองค์กรของผู้บริโภค

พระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๖๒ กำหนดให้มีการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภคขึ้น โดยให้มีอำนาจหลายประการเช่นเดียวกับองค์กรผู้ใช้อำนาจตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภค ดังนั้นเพื่อให้เกิดความชัดเจนในการปฏิบัติงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคจึงควรมีการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภคกับสภาองค์กรของผู้บริโภค

เพื่อเพิ่มช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน การเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารในการเผยแพร่ความรู้ให้กับผู้บริโภค และการประสานความร่วมมือเชิงวิชาการร่วมกันอันจะนำไปสู่การช่วยเหลือผู้บริโภคให้เกิดความรวดเร็วยิ่งขึ้น

บทที่ ๕

สรุป ข้อสังเกต และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง แนวทางการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (๑) ศึกษาสภาพการบังคับใช้ของกฎหมายที่อยู่ในหน้าที่และอำนาจในการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย (๒) ศึกษาแนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคในสภาพบริบทวิถีใหม่ และ (๓) จัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน จากวัตถุประสงค์ดังกล่าวข้างต้น คณะกรรมการได้ดำเนินการ ๓ ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ ๑ การศึกษาสภาพการบังคับใช้กฎหมายที่อยู่ในหน้าที่และอำนาจในการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย มีขั้นตอนในการศึกษาโดยการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และ/หรือกลุ่มอื่นใดที่ผู้ทำการศึกษาพิจารณาแล้วเห็นว่าเป็นตัวแทนที่ดีในการให้ข้อมูล จำนวน ๓๓ หน่วยงาน แบ่งออกเป็น ๔ กลุ่ม ได้แก่ (๑) กลุ่มหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประเภทสินค้าอุปโภค จำนวน ๑๐ หน่วยงาน (๒) กลุ่มหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประเภทสินค้าบริโภค จำนวน ๕ หน่วยงาน (๓) กลุ่มหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประเภทการให้บริการ จำนวน ๑๓ หน่วยงาน และ (๔) กลุ่มหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง จำนวน ๕ หน่วยงาน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามปลายเปิด โดยมีประเด็นที่เกี่ยวกับข้อคำถามด้านสภาพปัญหาและอุปสรรคที่มีต่อการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย ประกอบด้วย ปัญหาและอุปสรรคด้านกฎหมาย ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน ข้อคำถามด้านแนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคในสภาพบริบทวิถีใหม่ ประกอบด้วย แนวทางการป้องกันและแนวทางการแก้ไขปัญหา และข้อเสนอแนะอื่น ๆ ประกอบด้วย ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการทำงานร่วมกันกับสภาองค์กรของผู้บริโภค ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการทำงานร่วมกันกับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค และข้อเสนอแนะด้านการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ ส่งแบบสอบถามให้กับหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการจัดกลุ่มสาระสำคัญเพื่อนำมาวิเคราะห์เนื้อหาที่ได้จากการประมวลผลข้อมูล และนำมาสรุปผล จัดกลุ่มประเด็นสำคัญที่ได้จากการศึกษาตามกรอบวัตถุประสงค์

ขั้นตอนที่ ๒ การศึกษาแนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคในสภาพบริบทวิถีใหม่ มีขั้นตอนในการศึกษาแบ่งออกเป็น ๒ ส่วน ดังนี้

๑. การสำรวจข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยพิจารณาคัดเลือกแบบเจาะจงจากการสืบค้นข้อมูลของหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และ/หรือกลุ่มอื่นใดที่ผู้ทำการศึกษาพิจารณาแล้วเห็นว่าเป็นตัวแทนที่ดีในการให้ข้อมูล จำนวน ๓๓ หน่วยงาน แบ่งออกเป็น ๔ กลุ่ม ได้แก่ (๑) กลุ่มหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประเภทสินค้าอุปโภค จำนวน ๑๐

หน่วยงาน (๒) กลุ่มหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประเภทสินค้าบริโภค จำนวน ๕ หน่วยงาน (๓) กลุ่มหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประเภทการให้บริการ จำนวน ๑๓ หน่วยงาน และ (๔) กลุ่มหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง จำนวน ๕ หน่วยงาน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามปลายเปิด โดยมีประเด็นที่เกี่ยวกับข้อคำถามด้านแนวทางการป้องกันและแนวทางการแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคในสภาพบริบทวิถีใหม่ ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ ส่งแบบสอบถามให้กับหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และนำมาทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการจัดกลุ่มสาระสำคัญเพื่อวิเคราะห์เนื้อหาที่ได้จากการประมวลผลข้อมูล และนำมาสรุปผล จัดกลุ่มประเด็นสำคัญที่ได้จากการศึกษาตามกรอบวัตถุประสงค์

๒. การสนทนากลุ่ม โดยการจัดเสวนาทางวิชาการเพื่อระดมความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ๒ กลุ่ม ประกอบด้วย (๑) กลุ่มองค์กรภาครัฐ แบ่งออกเป็น ๓ กลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประเภทสินค้าอุปโภค จำนวน ๑๐ หน่วยงาน กลุ่มหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประเภทสินค้าบริโภค จำนวน ๘ หน่วยงาน และกลุ่มหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประเภทการให้บริการ จำนวน ๒๒ หน่วยงาน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง โดยมีประเด็นที่เกี่ยวกับข้อคำถาม ๔ ประเด็นสำคัญ ได้แก่ ประเด็นที่ ๑ ปัญหาและอุปสรรคในการบังคับใช้กฎหมายและระเบียบต่างๆ เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ประเด็นที่ ๒ แนวทางในการปรับตัวเพื่อเตรียมความพร้อมพัฒนากฎหมายและระเบียบต่าง ๆ ของหน่วยงานเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคสภาพบริบทวิถีใหม่ ประเด็นที่ ๓ แนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของหน่วยงานในสภาพบริบทวิถีใหม่ และ ประเด็นที่ ๔ แนวทางการทำงานร่วมกับสภาองค์กรของผู้บริโภคในอนาคต และ (๒) กลุ่มองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชน ประกอบด้วย ๒๐ หน่วยงาน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง โดยมีประเด็นที่เกี่ยวกับข้อคำถาม ๔ ประเด็นสำคัญ ได้แก่ (๑) ปัญหาและอุปสรรคด้านกฎหมายและระเบียบต่าง ๆ ของหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค (๒) ความสามารถในการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพ (๓) แนวทางการคุ้มครองผู้บริโภคของหน่วยงานภาครัฐในสภาพบริบทวิถีใหม่ และ (๔) ลักษณะการมีส่วนร่วมขององค์กรภาคประชาชนกับหน่วยงานภาครัฐ ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ กำหนดประเด็นสำคัญในการระดมความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม และให้ผู้ดำเนินการสนทนากลุ่มทำหน้าที่กำกับสนทนาให้เป็นไปในแนวทางของหัวข้อที่ศึกษา และนำเสนอผลการระดมความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่ม เพื่อสรุปประเด็นและรายละเอียดที่ได้จากการสนทนากลุ่ม และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการจัดกลุ่มสาระสำคัญเพื่อนำมาวิเคราะห์เนื้อหาที่ได้จากการประมวลผลข้อมูล และนำมาสรุปผล จัดกลุ่มประเด็นสำคัญที่ได้จากการศึกษาตามกรอบวัตถุประสงค์

ขั้นตอนที่ ๓ ข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน มีขั้นตอนในการศึกษาโดยการนำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจแบบสอบถามหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และ/หรือกลุ่มอื่นใดที่ผู้ทำการศึกษาพิจารณาแล้ว

เห็นว่าเป็นตัวแทนที่ดีในการให้ข้อมูล จำนวน ๓๓ หน่วยงาน แบ่งออกเป็น ๔ กลุ่ม ได้แก่ (๑) กลุ่มหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประเภทสินค้าอุปโภค จำนวน ๑๐ หน่วยงาน (๒) กลุ่มหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประเภทสินค้าบริโภค จำนวน ๕ หน่วยงาน (๓) กลุ่มหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประเภทการให้บริการ จำนวน ๑๓ หน่วยงาน และ (๔) กลุ่มหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง จำนวน ๕ หน่วยงาน มาวิเคราะห์ร่วมกับการสนทนากลุ่ม โดยการจัดเสวนาทางวิชาการเพื่อระดมความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ๒ กลุ่ม ประกอบด้วย (๑) กลุ่มองค์กรภาครัฐ แบ่งออกเป็น ๓ กลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประเภทสินค้าอุปโภค จำนวน ๑๐ หน่วยงาน กลุ่มหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประเภทสินค้าบริโภค จำนวน ๘ หน่วยงาน และกลุ่มหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประเภทการให้บริการ จำนวน ๒๒ หน่วยงาน และ (๒) กลุ่มองค์กรคุ้มครองผู้บริโภค ภาคประชาชน ประกอบด้วย ๒๐ หน่วยงาน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง โดยมีประเด็นข้อคำถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะในการปรับปรุงกฎหมายและระเบียบต่างๆ ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการทำงานร่วมกันกับสภาองค์กรของผู้บริโภค และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการทำงานร่วมกันกับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ (๑) ส่งแบบสอบถามให้กับหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการจัดกลุ่มสาระสำคัญเพื่อนำมาวิเคราะห์เนื้อหาที่ได้จากการประมวลผลข้อมูล และนำมาสรุปผล จัดกลุ่มประเด็นสำคัญที่ได้จากการศึกษาตามกรอบวัตถุประสงค์ (๒) กำหนดประเด็นสำคัญในการระดมความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม และให้ผู้ดำเนินการสนทนากลุ่มทำหน้าที่กำกับให้การสนทนาให้เป็นไปในแนวทางของหัวข้อที่ศึกษา และนำเสนอผลการระดมความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่ม เพื่อสรุปประเด็นและรายละเอียดที่ได้จากการสนทนากลุ่ม และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการจัดกลุ่มสาระสำคัญเพื่อนำมาวิเคราะห์เนื้อหาที่ได้จากการประมวลผลข้อมูล และนำมาสรุปผล จัดกลุ่มประเด็นสำคัญที่ได้จากการศึกษาตามกรอบวัตถุประสงค์ ทั้งนี้ผู้ทำการศึกษา จะทำการประมวลผลสรุปข้อมูลที่ได้จากขั้นตอนที่ ๑ และขั้นตอนที่ ๒ มาร่วมวิเคราะห์ และสังเคราะห์เพื่อนำมาถอดองค์ความรู้ และสาระสำคัญในการนำมาจัดทำเป็นข้อเสนอเชิงนโยบายในการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายและระเบียบต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน โดยผู้ทำการศึกษาจะร่วมเป็นตัวแทนกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก หรือหน่วยการวิจัยในการศึกษาคั้งนี้

สรุปผลการพิจารณาศึกษา

การพิจารณาศึกษาเรื่อง แนวทางการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ สามารถสรุปผลการศึกษาได้ ๔ ตอน ประกอบด้วย ตอนที่ ๑ สถิติการรับเรื่องร้องเรียนของหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ตอนที่ ๒ สภาพการบังคับใช้ของกฎหมายที่อยู่ในหน้าที่และอำนาจในการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย ตอนที่ ๓ แนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคในสภาพ

บริบทวิถีใหม่ และตอนที่ ๔ ข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๑. ตอนที่ ๑ สถิติการรับเรื่องร้องเรียนของหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค สามารถสรุปผลได้ ดังนี้

หน่วยงานที่รับเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภคให้ข้อมูลสถิติเรื่องร้องเรียนจำนวน ๑๔ หน่วยงาน ได้แก่ กรมการค้าภายใน กรมธุรกิจพลังงาน กรมปศุสัตว์ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ สำนักงานคณะกรรมการแข่งขันทางการค้า สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง ธนาคารแห่งประเทศไทย และสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา โดยสถิติการรับเรื่องร้องเรียนในรอบปีงบประมาณ ๒๕๖๓ ของหน่วยงานที่มีการรับเรื่องร้องเรียนมากที่สุด ๖ อันดับ คือ ธนาคารแห่งประเทศไทย รวมทั้งสิ้น ๘๑,๕๓๓ เรื่อง เป็นเรื่องเกี่ยวกับเงินให้สินเชื่อที่มีการร้องเรียนมากที่สุดจำนวน ๘๐,๘๔๗ เรื่อง รองลงมา คือ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน ๔๔,๙๐๗ เรื่อง โดยเรื่องร้องเรียนส่วนใหญ่เป็นการแจ้งเว็บไซต์ผิดกฎหมาย ๒๔,๐๐๙ เรื่อง และการซื้อขายทางออนไลน์ ๑๙,๕๓๑ เรื่อง รองลงมา คือ สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย จำนวน ๑๖,๖๐๘ เรื่อง โดยเรื่องร้องเรียนส่วนใหญ่เป็นการประกันวินาศภัย ๑๒,๕๔๗ เรื่อง และประกันชีวิต ๓,๓๙๓ เรื่อง รองลงมา คือ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค จำนวน ๑๓,๗๗๒ เรื่อง โดยเรื่องร้องเรียนส่วนใหญ่เป็นสินค้าและบริการ ๓,๐๑๙ เรื่อง จองตั๋วเครื่องบิน/สายการบิน ๑,๙๖๗ เรื่อง และอาคารชุด/คอนโดมิเนียม ๑,๔๙๓ เรื่อง รองลงมา คือ กรมการค้าภายใน จำนวน ๔,๗๗๖ เรื่อง โดยเรื่องร้องเรียนส่วนใหญ่เป็นการจำหน่ายราคาแพง ๒,๘๗๐ เรื่อง และไม่ปิดป้ายแสดงราคาจำหน่ายปลีก ๑,๐๖๒ เรื่อง และรองลงมา คือ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา จำนวน ๒,๒๔๙ เรื่อง โดยเรื่องร้องเรียนส่วนใหญ่เกี่ยวกับอาหาร ๘๘๖ เรื่อง และเครื่องสำอาง ๔๑๒ เรื่อง ส่วนหน่วยงานที่รับเรื่องร้องเรียนน้อยที่สุด คือ สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม จำนวน ๓๐ เรื่อง โดยเรื่องร้องเรียนส่วนใหญ่เป็นสินค้าอุปโภค ๑๙ เรื่อง และด้านบริการ ๑๑ เรื่อง

๒. ตอนที่ ๒ สภาพการบังคับใช้ของกฎหมายที่อยู่ในหน้าที่และอำนาจในการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย สามารถสรุปผลได้ ดังนี้

๒.๑ สภาพปัญหาและอุปสรรคด้านกฎหมายและระเบียบต่าง ๆ ที่มีต่อการคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วย ความซ้ำซ้อนของกฎหมายและหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจในการบังคับใช้กฎหมายกฎหมายมีช่องว่างส่งผลให้ไม่สามารถดำเนินคดีหรือลงโทษผู้ฝ่าฝืนได้ กฎหมายที่ใช้บังคับมีความล้าสมัยขาดความชัดเจน มีความขัดแย้งกัน และไม่ครอบคลุมต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

๒.๒ สภาพปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วย การขาดแคลนงบประมาณในการดำเนินงาน บุคลากรไม่เพียงพอและขาดความเชี่ยวชาญด้านกฎหมายเฉพาะทางตามภารกิจหลักที่ได้รับมอบหมาย ขาดแคลนอุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการปฏิบัติงาน

หน่วยงานไม่สามารถบังคับใช้กฎหมายได้เบ็ดเสร็จภายในหน่วยงานเดียวเนื่องจากกฎหมายกระจายหน้าที่และอำนาจให้แก่หน่วยงานอื่นร่วมดำเนินการ และไม่มีระบบการเชื่อมโยงถ่ายโอนข้อมูลภายในหน่วยงานและระหว่างหน่วยงาน

๓. ตอนที่ ๓ แนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคในสภาพบริบทวิถีใหม่ สามารถสรุปผลได้ ดังนี้

๓.๑ แนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคในสภาพบริบทวิถีใหม่ (โดยการสำรวจจากแบบสอบถาม) จะต้องเร่งดำเนินการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้กับประชาชน พัฒนาเทคโนโลยีเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงหน่วยงานได้มากขึ้น กำหนดอัตราโทษที่สูงเพื่อให้ผู้กระทำความผิดเกรงกลัว เชื่อมโยงฐานข้อมูลกลางระหว่างหน่วยงานร่วมกัน เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบข้อมูลที่เป็นประโยชน์ได้อย่างรวดเร็ว

๓.๒ แนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคในสภาพบริบทวิถีใหม่ (โดยการสนทนากลุ่ม)

๓.๒.๑ กลุ่มองค์กรภาครัฐที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วย ๔ ประเด็น ได้แก่ ประเด็นที่ ๑ ปัญหาและอุปสรรคในการบังคับใช้กฎหมายและระเบียบต่างๆ เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการทำงานร่วมกันของหน่วยงานภาครัฐ ด้านการตรวจสอบคุณภาพของสินค้า ด้านกฎหมายควบคุมการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ และด้านการบังคับใช้กฎหมายทั้งระบบ ประเด็นที่ ๒ แนวทางในการปรับตัวเพื่อเตรียมความพร้อมในการพัฒนากฎหมายและระเบียบต่างๆ ของหน่วยงานเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคสภาพบริบทวิถีใหม่ โดยการเตรียมความพร้อมด้านการรวบรวมข้อมูลสภาพปัญหา การปรับปรุงกฎหมายและจัดทำแนวทางหรือมาตรการในการแก้ไข้ปัญหา และการบูรณาการในการบังคับใช้กฎหมายร่วมกันของหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประเด็นที่ ๓ แนวทางการป้องกันและแก้ไข้ปัญหาด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของหน่วยงานในสภาพบริบทวิถีใหม่ โดยมีแนวทางการป้องกัน ได้แก่ การควบคุมอย่างเป็นระบบ และการส่งเสริมและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เชิงรุก ส่วนแนวทางการแก้ไข้ปัญหา ได้แก่ การส่งเสริมและผลักดันในการเพิ่มช่องทางการแจ้งเบาะแสและการรับเรื่องร้องเรียนให้แก่ผู้บริโภคได้เข้าถึงง่าย สะดวก และรวดเร็ว การพัฒนารูปแบบกระบวนการระงับข้อพิพาททางเลือกผ่าน การไกล่เกลี่ยให้มากขึ้น การส่งเสริมการซื้อขายสินค้าออนไลน์ให้อยู่ในแพลตฟอร์ม (Platform) การตราพระราชบัญญัติเพื่อออกกฎหมายบังคับให้ผู้ขายสินค้าออนไลน์ทุกระดับจดทะเบียนการค้ากับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าเพื่อเป็นข้อมูลในการตรวจสอบ การผลักดันให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการคุ้มครองผู้บริโภคมีอำนาจในการสั่งปิดเว็บไซต์ที่กระทำความผิดกฎหมาย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการคุ้มครองผู้บริโภคควรบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจังและทำงานเชิงรุกในการป้องปรามการกระทำผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ประเด็นที่ ๔ แนวทางการทำงานร่วมกับสภาองค์กรของผู้บริโภคในอนาคต โดยสภาองค์กรของผู้บริโภคร่วมกับหน่วยงานภาครัฐด้านการคุ้มครองผู้บริโภคมีการเสริมการทำงานร่วมกันในการแสดงข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์เพื่อให้เกิดการแก้ไข ปรับปรุง หรือพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน การเปิดโอกาสให้สภาองค์กรของผู้บริโภคเสนอความเห็นในการกำหนดนโยบาย การพัฒนากฎหมาย และ

การกำหนดหลักเกณฑ์ต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการคุ้มครองผู้บริโภคในภาพรวม และการประสานความร่วมมือกันในการเชื่อมโยงข้อมูลและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารเพื่อนำไปใช้ในการเผยแพร่ความรู้ คำแนะนำ คำเตือนภัยแก่ผู้บริโภค

๓.๒.๒ กลุ่มองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชน ประกอบด้วย ๔ ประเด็น ได้แก่ ประเด็นที่ ๑ ปัญหาและอุปสรรคด้านกฎหมายและระเบียบต่าง ๆ ของหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จะต้องมีการพัฒนาให้สอดคล้องกับสภาพสังคมในปัจจุบัน และหามาตรการในการแก้ไขปัญหาและเร่งพัฒนารูปแบบที่เหมาะสมในการให้ความรู้กับผู้บริโภคและกำหนดบทลงโทษผู้ประกอบการที่รุนแรงเพิ่มมากขึ้น ประเด็นที่ ๒ ความสามารถในการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพ จะต้องพัฒนารูปแบบการปฏิบัติงานให้เป็นแนวคู่ขนานไปกับการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ที่เข้าถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคและกลวิธีการจำหน่ายสินค้าของผู้ประกอบการ โดยพัฒนาองค์กรทั้งด้านทรัพยากรมนุษย์ อุปกรณ์ เทคโนโลยี งบประมาณ และการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ ตลอดจนการทำงานเชิงรุก ประเด็นที่ ๓ แนวทางการคุ้มครองผู้บริโภคของหน่วยงานภาครัฐในสภาพบริบทวิถีใหม่จะต้องนำเครื่องมือที่ทันสมัยเข้ามาเสริมกระบวนการทำงานให้มากขึ้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องพัฒนาระบบเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคได้รับข่าวสารประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ตลอดจนส่งเสริมการสร้างความเข้มแข็งของภาคประชาชนให้เกิดการรวมกลุ่มไม่ให้ถูกหลอกลวงจากผู้ประกอบธุรกิจที่ขาดจริยธรรม และประเด็นที่ ๔ ลักษณะการมีส่วนร่วมขององค์กรภาคประชาชนกับหน่วยงานภาครัฐ จะต้องประสานความร่วมมือกัน โดยหน่วยงานภาครัฐจะต้องเป็นแกนหลักในการเป็นที่เลี้ยง (Mentor) ให้กับกลุ่มหรือองค์กรภาคประชาชนเพื่อสนับสนุนความรู้ ข่าวสาร และวิธีการในการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค ตลอดจนคำแนะนำเรื่องการร้องเรียนเมื่อได้รับความไม่เป็นธรรมจากผู้ประกอบธุรกิจ

๔. ตอนที่ ๔ ข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน

๔.๑ การศึกษาข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน (โดยการสำรวจจากแบบสอบถาม) ประกอบด้วย (๑) ควรปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมร่างพระราชบัญญัติฉบับใหม่ให้ครอบคลุมกับสถานการณ์ในปัจจุบัน (๒) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องด้านการคุ้มครองผู้บริโภคควรบูรณาการการทำงานร่วมกันในด้านการเชื่อมโยงฐานข้อมูล และ (๓) หน่วยงานภาครัฐกับสภาองค์กรของผู้บริโภคควรเชื่อมโยงฐานข้อมูลข่าวสาร คำเตือน คำแนะนำผู้บริโภค และการรับเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภค

๔.๒ การศึกษาข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน (โดยการสนทนากลุ่ม) ประกอบด้วย ข้อเสนอเชิงนโยบาย ๓ ข้อ ดังนี้

๔.๒.๑ ข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภค

โครงสร้างกฎหมายที่มีบทบัญญัติเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทยมีลักษณะที่เป็นกฎหมายเฉพาะของแต่ละหน่วยงาน โดยดำเนินการตามหน้าที่และอำนาจของตนเองเท่านั้น ซึ่งขาดการบูรณาการการทำงานร่วมกันในการบังคับใช้กฎหมายเพื่อตอบสนองต่อการแก้ไขปัญหา

ผู้บริโภคแบบเบ็ดเสร็จ จึงต้องสร้างกลไกความร่วมมือระหว่างหน่วยงานขึ้น โดยคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค พิจารณาแต่งตั้งคณะกรรมการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภคขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาการละเมิดสิทธิผู้บริโภคที่มีความซับซ้อนและมีความเกี่ยวเนื่องกับกฎหมายหลายฉบับ ซึ่งอยู่ในความรับผิดชอบของหลายหน่วยงาน หรือ ปัญหาที่ไม่มีหน่วยงานหรือกฎหมายเฉพาะควบคุมดูแล ซึ่งคณะกรรมการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภค สามารถแต่งตั้งคณะทำงานคณะหนึ่งคณะใดเพื่อทำการศึกษาและแก้ไขปัญหาเฉพาะเรื่องดังกล่าวอันจะนำไปสู่ การป้องกันและแก้ไขปัญหาการละเมิดสิทธิผู้บริโภคได้อย่างต่อเนื่อง

๔.๒.๒ ข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการพัฒนาศูนย์ข้อมูลเพื่อผู้บริโภค

การแข่งขันทางการค้าในปัจจุบันมีการนำเทคโนโลยีเครือข่ายและการตลาด มาใช้โฆษณาเพื่อสร้างความน่าสนใจดึงดูดใจเร้าผู้บริโภคให้อยากซื้อ ผู้ประกอบธุรกิจบางรายอาจแสวงหา ผลประโยชน์จากการโฆษณาอันเป็นเท็จหรือเกินจริง จำหน่ายสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ และ/หรือไม่จัดส่งสินค้า ให้แก่ผู้บริโภคตามการสั่งซื้อ ในขณะที่เดียวกันหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของ ประเทศไทยยังขาดการบูรณาการร่วมกันในการใช้ประโยชน์ด้านการเชื่อมโยงฐานข้อมูลระหว่างหน่วยงาน จึงจำเป็นต้องมีหน่วยงานกลางที่เป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนด้านการสร้างองค์ความรู้เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร รวมไปถึงการพัฒนากระบวนการรับเรื่องร้องเรียนและติดตามผลการดำเนินงาน ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตหรือแอปพลิเคชันเพื่อแจ้งให้ผู้บริโภคทราบเพื่อลดขั้นตอนด้านระยะเวลาและอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภค การพัฒนาศูนย์ข้อมูลเพื่อผู้บริโภคจึงเป็นหัวใจสำคัญต่อการพัฒนาการคุ้มครอง ผู้บริโภควิถีใหม่เพื่อให้หน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคบูรณาการการทำงานร่วมกัน การสร้างฐานข้อมูล ร่วมกันในการรับเรื่องร้องเรียนและส่งต่อหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนั้น ๆ โดยตรงเพื่อแก้ไขปัญหาให้กับ ผู้บริโภค ตลอดจนเป็นการลดขั้นตอนทางเอกสาร ประหยัดทรัพยากร และอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภค มากขึ้น

๔.๒.๓ ข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการประสานความร่วมมือกับสภาองค์กรของผู้บริโภค

พระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๖๒ กำหนดให้มีการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภคขึ้น โดยให้มีหน้าที่และอำนาจเช่นเดียวกับหน่วยงานภาครัฐที่ใช้อำนาจตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภค ดังนั้นเพื่อให้เกิดความชัดเจนในการปฏิบัติงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จึงควรมีการประสานความร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค กับสภาองค์กรของผู้บริโภคเพื่อเพิ่มช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภคและประสานการแก้ไขปัญหา ตามความประสงค์ของผู้บริโภคโดยไม่ทำงานซ้ำซ้อนกัน การเชื่อมโยงเครือข่ายฐานข้อมูลข่าวสารในการ เผยแพร่ความรู้ให้กับผู้บริโภค และการประสานความร่วมมือเชิงวิชาการร่วมกันอันจะนำไปสู่การช่วยเหลือ ผู้บริโภคให้เกิดความรวดเร็วยิ่งขึ้น

อภิปรายผล

การพิจารณาศึกษาเรื่อง แนวทางการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ เป็นการสืบค้นข้อมูลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการคุ้มครองผู้บริโภค โดยการอภิปรายผลจะใช้การประมวลผลสรุปจากการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของหน่วยงานต่าง ๆ ที่สะท้อนถึงแนวทางการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคในมิติต่าง ๆ ดังนี้

๑. สภาพการบังคับใช้ของกฎหมายที่อยู่ในหน้าที่และอำนาจในการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย

การคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทยมีหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่และอำนาจในการบังคับใช้กฎหมายเฉพาะเรื่องของแต่ละหน่วยงานส่งผลให้เกิดความสับสนในการใช้กฎหมาย ขณะเดียวกันกฎหมายบางฉบับมีช่องว่างที่ไม่สามารถดำเนินคดีหรือลงโทษผู้ที่กระทำความผิดได้ และบทกำหนดโทษไม่รุนแรงพอที่จะทำให้ผู้กระทำความผิดเกรงกลัวและไม่กระทำความผิดซ้ำ กอปรกับความล่าสมัยของกฎหมายที่บังคับใช้มาอย่างยาวนานไม่มีการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบันทำให้การแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคไม่ครอบคลุมและล่าช้า อีกทั้งผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิ และหน้าที่ รวมถึงวิธีการร้องเรียนกับหน่วยงานที่รับผิดชอบในการบังคับใช้กฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

ทั้งนี้ เนื่องจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคซึ่งเป็นหน่วยงานกลางด้านการคุ้มครองผู้บริโภคมีพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ เป็นกฎหมายหลัก แต่หน่วยงานภาครัฐอื่นๆ ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคก็มีกฎหมายเฉพาะในการคุ้มครองผู้บริโภคด้วยเช่นกัน อาทิ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) มีกฎหมายที่อยู่ในความรับผิดชอบ คือ กฎหมายว่าด้วยยา กฎหมายว่าด้วยอาหาร และกฎหมายว่าด้วยเครื่องสำอาง ฯลฯ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ (สบส.) มีกฎหมายที่อยู่ในความรับผิดชอบ คือ กฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาล และกฎหมายว่าด้วยสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) มีกฎหมายที่อยู่ในความรับผิดชอบ คือ กฎหมายว่าด้วยมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กรมการค้าภายใน มีกฎหมายที่อยู่ในความรับผิดชอบ คือ กฎหมายว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ และกฎหมายว่าด้วยมาตราชั่งตวงวัด เป็นต้น จึงส่งผลให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องปฏิบัติหน้าที่ตามกฎหมายของตนเอง ไม่ก้าวก้าวการทำงานของหน่วยงานอื่นเนื่องจากกฎหมายแต่ละฉบับได้กระจายหน้าที่และอำนาจให้แก่หน่วยงานอื่นร่วมดำเนินการ ถึงแม้จะสามารถบูรณาการการทำงานร่วมกันได้บ้าง แต่หน่วยงานต่างๆ บังคับใช้กฎหมายคนละฉบับ ด้วยเหตุนี้การแก้ไขปัญหาจึงขาดความต่อเนื่อง แต่ละหน่วยงานมีการบังคับใช้กฎหมายของตนเองตามขอบเขตและหน้าที่จึงส่งผลให้เกิดการทำงานแบบแยกส่วนกัน

๒. แนวทางการป้องกัน และแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคในสภาพบริบทวิถีใหม่

ปัจจุบันรูปแบบการแข่งขันทางการค้ามีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มช่องทางในการเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วและขยายเป็นวงกว้างมากขึ้น หน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภคจะต้องให้ความรู้แก่ผู้บริโภคอย่างเป็นระบบตั้งแต่การพิจารณาเลือกซื้อสินค้าหรือบริการในรูปแบบต่าง ๆ โดยผู้บริโภคสามารถตรวจสอบความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการธุรกิจก่อนเลือกซื้อสินค้าและบริการในเบื้องต้นก่อน และต้องออกมาตรการบังคับให้ผู้ขายสินค้าออนไลน์จดทะเบียนอย่างถูกต้องและอยู่ในแพลตฟอร์มก่อนทำการซื้อขาย อีกทั้งต้องทำงานเชิงรุกในการตรวจสอบผู้ประกอบการธุรกิจอย่างเข้มงวด

และกำหนดบทลงโทษอย่างจริงจัง เด็ดขาดเพื่อเป็นการป้องปรามการกระทำผิดที่จะเกิดขึ้น รวมไปถึงการส่งเสริมให้เกิดการสร้างเครือข่ายภาคประชาชนเพื่อเฝ้าระวัง ติดตาม และแจ้งเบาะแสเมื่อพบเห็นการกระทำผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ตลอดจนส่งเสริมให้มีวิธีการเข้าถึงการร้องเรียนออนไลน์ การไกล่เกลี่ยข้อพิพาท รวมไปถึงการฟ้องคดี ซึ่งจะอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภคเป็นอย่างมาก และควรพัฒนาเทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อนำมาใช้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้แก่ประชาชน นำเทคโนโลยีมาบูรณาการกับการทำงานด้านการจัดทำฐานข้อมูลเรื่องร้องเรียน การติดตามเรื่องร้องเรียนให้ประชาชนเข้าถึงได้ง่ายขึ้น

ทั้งนี้ การทำงานที่จะเกิดขึ้นต่อไปในยุคดิจิทัลจะต้องประสานการทำงานร่วมกับสภาองค์กรของผู้บริโภคในอนาคตทั้งในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติการ และลงพื้นที่เชิงรุกตรวจสอบคุณภาพสินค้าและบริการให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐานตามที่กฎหมายกำหนด เนื่องจากช่องทางการซื้อขายสินค้าในสภาพบริบทวิถีใหม่มีรูปแบบที่หลากหลาย การเสนอผลประโยชน์ที่ผู้ซื้อจะได้รับมีการจูงใจหรือแจกของรางวัลเป็นจำนวนมากทำให้ผู้บริโภคหลงเชื่อและได้รับความเสียหาย ดังนั้น การประชาสัมพันธ์และการสร้างความตระหนักรู้ (เตือนสติ) ให้กับผู้บริโภคก่อนพิจารณาตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการจะช่วยสร้างฐานความรู้ให้ผู้บริโภคได้เข้าใจและรู้เท่าทันกลโกงของผู้ประกอบการที่ขาดจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ หากหน่วยงานภาครัฐและองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชนมีการเชื่อมโยงเครือข่ายการทำงานร่วมกันก็จะลดปัญหาการถูกฉ้อโกงได้ แต่ในขณะเดียวกันหน่วยงานภาครัฐยังมีจุดอ่อนของกฎหมายที่จะจัดการกับผู้กระทำผิด ขาดบุคลากรที่เชี่ยวชาญ ขาดงบประมาณ ขาดการจัดทำฐานข้อมูลผู้ประกอบการ และการบังคับใช้กฎหมายด้านการลงโทษผู้กระทำผิดอย่างเฉียบขาด รวดเร็ว ด้วยเหตุนี้การประสานความร่วมมือระหว่างองค์กรภาคประชาชนและหน่วยงานภาครัฐทุกภาคส่วนจะเป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญในการช่วยส่งเสริมศักยภาพด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้เกิดความยั่งยืนและเหมาะสมกับสภาพบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป

๓. ข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภควิถีนวัตกรรมให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน

สถานการณ์ด้านการบริโภคในสภาพบริบทวิถีนวัตกรรมในปัจจุบันผู้บริโภคสามารถเข้าถึงการโฆษณา สินค้าและบริการได้อย่างรวดเร็วส่งผลให้ผู้บริโภคขาดความระมัดระวังในการพิจารณาอย่างรอบคอบและถี่ถ้วน ซึ่งผู้ประกอบการที่แฝงตัวเป็นมิถุนาชีพได้ใช้ช่องทางการค้าออนไลน์เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภคอย่างกว้างขวาง แต่ในขณะเดียวกันหน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทยมีการทำงานที่แยกส่วนตามกฎหมายเฉพาะของตนเอง อีกทั้งหลายหน่วยงานยังไม่มีมีการปรับปรุงแก้ไขหรือตราพระราชบัญญัติฉบับใหม่ให้ครอบคลุมกับสถานการณ์ในปัจจุบัน ขาดการบูรณาการการทำงานร่วมกันของภาคส่วนต่าง ๆ และ/หรือการทำงานร่วมกันกับสภาองค์กรของผู้บริโภคในด้านการเชื่อมโยงฐานข้อมูลเพื่อแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภคที่ถูกเอารัดเอาเปรียบหรือโดนฉ้อโกง ดังนั้นจึงต้องเร่งพัฒนารูปแบบที่เหมาะสมให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบันโดยการบูรณาการหน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อปฏิบัติการในกรณีเร่งด่วนได้ (Task force) อย่างครบวงจรเพื่อให้การคุ้มครองผู้บริโภคในประเด็นที่มีปัญหาซับซ้อนและเกี่ยวพันกับอำนาจหน้าที่ของหน่วยงานรัฐหลายหน่วยงานเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น การพัฒนาศูนย์ข้อมูลเพื่อผู้บริโภคขึ้นเป็นส่วนกลางสำหรับพัฒนาระบบการส่งข้อมูลเรื่องร้องเรียน การติดตามผล

และการแจ้งผลย้อนกลับให้ผู้บริโภค ตลอดจนการนำเข้าข้อมูลประชาสัมพันธ์ข่าวสารให้กับผู้บริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งจำเป็นต้องมีหน่วยงานกลางที่เป็นแกนหลักในการขับเคลื่อนด้านการสร้างองค์ความรู้ เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้กับผู้บริโภคได้รู้เท่าทันผู้ประกอบการที่ขาดจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ ผู้บริโภคจะได้เข้าถึงและรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับคำแนะนำ ข้อควรปฏิบัติ และแนวทางการร้องเรียน เมื่อไม่ได้รับความเป็นธรรมในการซื้อสินค้าอุปโภค บริโภค หรือการให้บริการจากผู้ประกอบธุรกิจ การประสานความร่วมมือกับสภาองค์กรของผู้บริโภคโดยร่วมมือกันในการพิจารณาให้ความเห็นหรือเสนอแนะในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค การบังคับใช้กฎหมายและตรวจสอบผู้ประกอบการธุรกิจ การแจ้งเตือนภัย และการแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภค ตลอดจนแก้ไขปัญหาในการระงับข้อพิพาทได้อย่างรวดเร็วมากขึ้น ตลอดจนการพัฒนาวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภคเพื่อกำหนดกระบวนการวิธีพิจารณาคดีที่เอื้ออำนวยให้แก่ผู้บริโภคในเรื่องต่าง ๆ ทั้งรูปแบบการฟ้องคดีและการสืบพยานซึ่งผู้บริโภคจะได้รับการคุ้มครองในการแก้ไขเยียวยา อันเนื่องมาจากการถูกละเมิดสิทธิ สามารถใช้สิทธิทางศาลได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวดเร็ว และเป็นธรรมมากยิ่งขึ้น

ทั้งนี้ เนื่องจากสถานการณ์ด้านผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจำเป็นต้องมีการพัฒนาปรับปรุงกฎหมาย และระเบียบต่าง ๆ ทั้งระบบและเฉพาะเรื่อง หน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคจะต้องมีมาตรการเชิงรุกในการปรับปรุงการทำงานโดยประยุกต์ใช้ รูปแบบการทำงานของต่างประเทศมาปรับใช้ตามความเหมาะสม การพัฒนาปรับปรุงกฎหมายเพื่อให้ทันต่อสถานการณ์จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้ การปรับแก้ไขกฎหมายจำเป็นต้องกระทำในสองส่วน คือ ส่วนแรกให้หน่วยงานเฉพาะเรื่องแก้ไขกฎหมายและระเบียบที่เอื้ออำนวยการทำงานได้อย่างทันที อาทิ การโฆษณาขายสินค้าที่ไม่ถูกต้อง การขายสินค้าที่เข้าข่ายฉ้อโกงผู้บริโภค ส่วนที่สอง คือ ปรับแก้ทั้งระบบโดยกลไกความร่วมมือระหว่างหน่วยงานเพื่อให้งานเกิดการบูรณาการอย่างแท้จริง จากผลการศึกษาพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ ของสถาบันพระปกเกล้า ได้กล่าวถึงปัญหาและอุปสรรคในการทำงานของหน่วยงานหลักต่างๆ และจากการเสวนา รวมทั้งการประชุมของคณะอนุกรรมการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค พบว่า สาเหตุที่ทำให้การทำงานคุ้มครองผู้บริโภคของหน่วยงานต่าง ๆ มีปัญหาเพราะกฎหมายมีความซ้ำซ้อนกัน กฎหมายมีช่องว่างไม่สามารถดำเนินคดีหรือลงโทษผู้กระทำความผิดได้ อีกทั้งยังมีความล้าสมัย ขาดความชัดเจน มีความขัดแย้ง ไม่ครอบคลุมต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน หากหน่วยงานภาครัฐได้นำแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภคจากต่างประเทศมาปรับใช้ให้สอดคล้องกับสภาพบริบทของประเทศไทยโดยการยึดแนวทางให้ผู้บริโภคตระหนักถึงสิทธิและหน้าที่ของตนเองในการเลือกซื้อสินค้าเหมือนในต่างประเทศที่ให้ความสำคัญต่อเรื่องนี้ และมีการดำเนินการที่จริงจัง เปรียบขาดกับผู้ประกอบการที่ไม่สุจริตทั้งในแง่ของกฎหมายและการปฏิบัติงานที่จริงจังของหน่วยงานภาครัฐ การคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทยจะมีเสถียรภาพและลดปัญหาการฉ้อโกงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อสังเกตและข้อเสนอแนะ

การพิจารณาศึกษาเรื่อง แนวทางการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ คณะกรรมการพิจารณาขอเสนอแนะการศึกษาแบ่งออกเป็น ๓ ส่วน ได้แก่ ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากการศึกษา โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้

๑. ควรมีหน่วยงานกลางด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการควบคุมกำกับ การซื้อขายสินค้าและบริการผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการซื้อขายสินค้าและบริการผ่านระบบออนไลน์

๒. ควรมีการพัฒนา แก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายที่เกี่ยวข้องด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้ทันสมัยและสอดคล้องกับสภาพบริบทวิถีใหม่ในสังคมปัจจุบัน

๓. หน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจในการควบคุมการซื้อขายสินค้าและบริการผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ประเภทต่าง ๆ ควรพัฒนาระบบการสร้างฐานข้อมูลของผู้ประกอบการทุกระดับเพื่อติดตาม ตรวจสอบ หรือ ส่งเสริมให้รูปแบบการซื้อขายสินค้าหรือบริการเป็นไปตามกฎหมาย

๔. ควรมีมาตรการที่ชัดเจนในการดำเนินการอย่างเด็ดขาดกับผู้ประกอบธุรกิจที่โฆษณาหลอกลวง หรือเอาเปรียบผู้บริโภคผ่านทางเว็บไซต์ หรือสื่อต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

๕. ควรมีศูนย์ข้อมูลเพื่อผู้บริโภคในการเชื่อมโยงข้อมูลของหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว และพัฒนาเป็นศูนย์กลางในการรับ เรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภคในระดับชาติ

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

๑. ควรทำการศึกษารูปแบบการทำงานเชิงรุกในสภาพบริบทวิถีใหม่ร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ที่มีหน้าที่และอำนาจด้านการคุ้มครองผู้บริโภคกับสภาองค์กรของผู้บริโภค

๒. ควรทำการศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับกฎหมายที่มีการบังคับใช้มาอย่างยาวนานเพื่อให้มีการพัฒนา แก้ไขเพิ่มเติมให้สอดคล้องกับสภาพบริบทในสังคมปัจจุบัน

๓. ควรทำการศึกษาแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภคโดยองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชนด้วย

๔. ควรทำการศึกษาแบบที่เหมาะสมในการเชื่อมโยงฐานข้อมูลของหน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจ ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อพัฒนาเป็นศูนย์ข้อมูลผู้บริโภคแห่งชาติในอนาคต

๕. ควรทำการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าหรือบริการผ่านระบบสื่อ อิเล็กทรอนิกส์ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19)

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากการศึกษา

๑. การพัฒนาวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค

ประเทศไทยได้ประกาศใช้พระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๑ เพื่อกำหนดให้มี กระบวนวิธีพิจารณาคดีในศาลที่มีความสะดวก รวดเร็ว และประหยัดค่าใช้จ่ายในการดำเนินคดีให้แก่ผู้บริโภค

ทั้งรูปแบบการฟ้องคดี การสืบพยาน และการพิจารณาพิพากษา อย่างไรก็ตามยังมีข้อขัดข้องทาง การปฏิบัติ บางประการที่อาจทำให้ผู้บริโภคไม่ได้รับความคุ้มครองเท่าที่ควร อาทิ

(๑) ประเด็นการฟ้องคดีตามเขตอำนาจศาลในคดีผู้บริโภค กรณีที่ผู้ประกอบการจะยื่นฟ้อง ผู้บริโภคเป็นจำเลยต่อศาลในคดีผู้บริโภค นั้น ผู้ประกอบการต้องยื่นคำฟ้องต่อศาลที่ผู้บริโภคมีภูมิลำเนา อยู่ในเขตศาล ตามมาตรา ๑๗ แห่งพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๑ เท่านั้น อย่างไรก็ตาม ในสภาพความเป็นจริงทางการปฏิบัติปรากฏข้อเท็จจริงว่า จำเลยในฐานะผู้บริโภคจะมีภูมิลำเนาหรือมีชื่อ ในทะเบียนราษฎรอยู่ในจังหวัดหนึ่ง แต่ตัวผู้บริโภคอาศัยและทำงานอยู่ในอีกจังหวัดหนึ่งที่มีภูมิลำเนา ตามทะเบียนราษฎร ดังนั้น เมื่อมีกรณีผู้ประกอบการยื่นฟ้องผู้บริโภคเป็นจำเลยต่อศาล ผู้ประกอบการ จะขอให้ศาลส่งหมายเรียกพร้อมสำเนาคำฟ้องให้จำเลยเพื่อทำคำให้การแก้คดีไปยังภูมิลำเนาของจำเลยตามที่ ปรากฏในทะเบียนราษฎรซึ่งอาจเป็นสถานที่ที่ผู้บริโภคไม่ได้อยู่อาศัยตามความเป็นจริงในเขตอำนาจศาลนั้น เป็นเหตุให้ผู้บริโภคอาจไม่ได้รับหมายเรียกของศาล หรือในกรณีที่ได้รับหมายเรียกผู้บริโภคอาจต้องเดินทางไป ขึ้นศาลตามเขตอำนาจศาลซึ่งอยู่คนละสถานที่กับที่ตนเองพักอาศัยอยู่จริง จึงอาจทำให้ผู้บริโภคไม่ได้รับ ความสะดวกและต้องเสียค่าใช้จ่ายมากขึ้นในการเข้าถึงกระบวนการยุติธรรม ดังนั้น เพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาดังกล่าว “จึงขอเสนอให้มีการทบทวน โดยแก้ไขเพิ่มเติมมาตรา ๑๗ แห่งพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดี ผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๑ โดยมีหลักการว่า ในกรณีที่ผู้ประกอบการจะยื่นฟ้องผู้บริโภคเป็นจำเลยต่อศาลในคดี ผู้บริโภค นั้น ให้ผู้ประกอบการเสนอคำฟ้องต่อศาลที่ผู้บริโภคมีภูมิลำเนาอยู่ในเขตศาล หรือต่อศาลที่ผู้บริโภค มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตอำนาจศาลตามความเป็นจริงตามที่ผู้บริโภคแจ้งไว้หรือกำหนดไว้ในสัญญาที่ทำกับ ผู้ประกอบการเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงกระบวนการยุติธรรมได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และประหยัด เป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภคในฐานะจำเลยซึ่งจะเป็นการบรรลุตามวัตถุประสงค์ของกฎหมาย และสมตามเจตนารมณ์ของพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๑ ที่ได้กำหนดไว้”

(๒) พระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๑ ได้กำหนดให้ “คดีที่ผู้ประกอบการฟ้อง ผู้บริโภคเป็นจำเลยต่อศาล” เป็น “คดีผู้บริโภค” จึงส่งผลให้คดีในลักษณะดังกล่าวได้รับการพิจารณาและ พิพากษาคดีจากศาลด้วยความสะดวก รวดเร็ว เช่นเดียวกับ “คดีที่ผู้บริโภคฟ้องผู้ประกอบการเป็นจำเลย ต่อศาล” ซึ่งตามหลักการแล้วการพิจารณาและพิพากษาคดีของศาลจะต้องกระทำโดยอำนวยความสะดวก ให้แก่คู่ความทุกฝ่ายในคดีอย่างเท่าเทียมกัน ศาลจะเลือกปฏิบัติต่อคู่ความฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดไม่ได้ อย่างไรก็ตาม ข้อเสนอที่ผู้เกี่ยวข้องหลายฝ่ายขอให้แก้ไขพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๑ โดยกำหนดให้ คดีที่ผู้ประกอบการฟ้องผู้บริโภคเป็นจำเลยต่อศาล “ไม่เป็นคดีผู้บริโภค” นั้น หากมีการแก้ไขกฎหมายตาม ข้อเสนอดังกล่าวจริง จะเห็นว่าไม่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคอย่างยิ่ง เพราะจะมีผลให้ผู้ประกอบการจะต้อง ฟ้องผู้บริโภคเป็นจำเลยต่อศาลในคดีแพ่งทั่วไปตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง ซึ่งเป็นกฎหมาย เกี่ยวกับวิธีพิจารณาคดีในศาลที่มีขั้นตอน วิธีการ และรูปแบบ ที่มีความสลับซับซ้อนมากกว่าพระราชบัญญัติ วิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๑ อีกทั้ง “ผู้บริโภค” จะไม่ได้รับความคุ้มครองและไม่ได้รับสิทธิพิเศษ บางประการแก่ผู้บริโภคในการดำเนินคดีตามพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๑ ซึ่งเป็น กฎหมายที่มีระบบวิธีพิจารณาคดีที่เอื้อต่อการใช้สิทธิเรียกร้องของผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคที่ได้รับ

ความเสียหายได้รับการแก้ไขเยียวยาด้วยความรวดเร็ว ประหยัด และมีประสิทธิภาพ อันเป็นการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค โดยการกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไข และรูปแบบการดำเนินคดีในศาล ระหว่าง ผู้ประกอบธุรกิจกับผู้บริโภค ซึ่งมีสถานะและอำนาจต่อรองที่ไม่เท่าเทียมกัน เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความเป็นธรรมในการดำเนินคดีตามสมควร โดยพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๑ ได้กำหนดให้ความคุ้มครองและให้สิทธิแก่ผู้บริโภคที่ถูกผู้ประกอบการฟ้องเป็นจำเลยหลายประการ ดังนี้

(๒.๑) การให้ศาลดำเนินการไกล่เกลี่ยหรือประนีประนอมยอมความกันก่อนที่ศาลจะมีการพิจารณาและพิพากษาคดี ซึ่งหากคู่ความสามารถตกลงกันได้จะมีการทำสัญญาประนีประนอมยอมความอันเป็นกระบวนการที่ทำให้คู่ความสามารถระงับข้อพิพาทได้โดยไม่ต้องสืบพยานต่อสู้คดีกัน ซึ่งเป็นการประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการดำเนินคดีของคู่ความทั้งสองฝ่าย

(๒.๒) การยื่นคำให้การของจำเลยจะเป็นหนังสือหรือจะให้การด้วยวาจาก็ได้ ในกรณีที่ยื่นคำให้การเป็นหนังสือ หากศาลเห็นว่าคำให้การดังกล่าวไม่ถูกต้องหรือขาดสาระสำคัญบางเรื่อง ศาลอาจมีคำสั่งให้จำเลยแก้ไขคำให้การในส่วนนั้นให้ถูกต้องหรือชัดเจนขึ้นก็ได้ ในกรณีให้การด้วยวาจา ให้ศาลจัดให้มีการบันทึกคำให้การนั้นและให้จำเลยลงลายมือชื่อไว้เป็นสำคัญ ซึ่งในคดีแพ่งทั่วไปกฎหมายกำหนดให้จำเลยจะต้องยื่นคำให้การเป็นหนังสือและศาลไม่มีอำนาจสั่งให้จำเลยแก้ไขคำให้การได้

(๒.๓) การกำหนดประเด็นข้อพิพาทและหน้าที่นำสืบ โดยประเด็นข้อพิพาทข้อใดจำเป็นต้องพิสูจน์ถึงข้อเท็จจริงที่เกี่ยวกับการผลิต การประกอบ การออกแบบ หรือส่วนผสมของสินค้า การให้บริการหรือการดำเนินการใด ๆ ซึ่งศาลเห็นว่าข้อเท็จจริงดังกล่าวอยู่ในความรู้เห็นโดยเฉพาะของคู่ความฝ่ายที่เป็นผู้ประกอบธุรกิจ ให้ภาระการพิสูจน์ในประเด็นดังกล่าวตกอยู่กับคู่ความฝ่ายที่เป็นผู้ประกอบธุรกิจนั้น โดยผู้บริโภคไม่มีหน้าที่นำสืบให้ศาลเห็นในประเด็นดังกล่าว ซึ่งในคดีแพ่งทั่วไปกฎหมายจะกำหนดให้การพิสูจน์ข้อเท็จจริงหรือภาระการพิสูจน์ว่า “ถ้าคู่ความฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งกล่าวอ้างข้อเท็จจริงอย่างใด ๆ เพื่อสนับสนุนคำฟ้องหรือคำให้การของตน ให้หน้าที่นำสืบข้อเท็จจริงนั้นตกอยู่กับคู่ความฝ่ายที่กล่าวอ้าง” ดังนั้นกรณีมีการดำเนินคดีแพ่ง โดยผู้บริโภคกล่าวอ้างว่าสินค้าของผู้ประกอบธุรกิจมีความชำรุดบกพร่องเป็นเหตุให้ผู้บริโภคได้รับความเสียหาย ผู้บริโภคจะต้องเป็นฝ่ายที่มีหน้าที่นำสืบข้อเท็จจริงดังกล่าวที่ตนเองกล่าวอ้าง ซึ่งในความเป็นจริงเป็นการยากที่ผู้บริโภคจะนำสืบถึงความบกพร่องของสินค้าได้ เพราะผู้บริโภคเป็นเพียงผู้ใช้สินค้าเท่านั้น โดยในคดีแพ่งหากคู่ความฝ่ายที่กล่าวอ้างไม่สามารถนำสืบข้อเท็จจริงให้ศาลเห็นตามที่กล่าวอ้างได้ คู่ความฝ่ายนั้นจะตกเป็นฝ่ายผู้แพ้คดี

(๒.๔) การให้ศาลมีอำนาจในการเรียกพยานหลักฐานมาสืบได้เองตามความเห็นสมควรเพื่อประโยชน์แห่งความยุติธรรมในอันที่จะให้ได้ความแจ้งชัดในข้อเท็จจริงแห่งคดี ดังนั้น การพิจารณาและพิพากษาคดีตามพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๑ จึงเป็นการนำระบบวิธีพิจารณาความแบบไต่สวนมาใช้ในการให้อำนาจศาลค้นหาความจริงได้ ซึ่งแตกต่างจากในคดีแพ่งทั่วไปที่กฎหมายใช้ระบบวิธีพิจารณาความแบบกล่าวหา ซึ่งไม่ให้อำนาจศาลในการเรียกพยานหลักฐานมาสืบได้เอง ศาลต้องรับฟังข้อเท็จจริงจากเอกสารและพยานหลักฐานตามที่คู่ความนำสืบเท่านั้น

(๒.๕) การให้ศาลเป็นผู้ซักถามพยาน ในการสืบพยานไม่ว่าจะเป็นพยานที่คู่ความฝ่ายใดอ้าง หรือพยานที่ศาลเรียกมาเอง คู่ความหรือทนายความจะซักถามพยานได้ต่อเมื่อได้รับอนุญาตจากศาลเท่านั้น และให้ศาลมีอำนาจซักถามพยานเกี่ยวกับข้อเท็จจริงใด ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับคดีแม้จะไม่มีคู่ความฝ่ายใดยกขึ้น อ้างก็ตาม ซึ่งแตกต่างจากในคดีแพ่งทั่วไปที่ศาลจะให้คู่ความแต่ละฝ่ายเป็นผู้ซักถามพยาน และศาลเป็นผู้บันทึกคำเบิกความของพยาน โดยต้องรับฟังข้อเท็จจริงและเอกสารพยานหลักฐานตามที่คู่ความนำสืบเท่านั้น

(๒.๖) ศาลอาจขอให้ผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญมาให้ความเห็นเพื่อประกอบการพิจารณา พิพากษาคดีได้ แต่ต้องให้คู่ความทุกฝ่ายทราบและให้โอกาสคู่ความตามสมควรในอันที่จะขอให้เรียก ผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญฝ่ายตนมาให้ความเห็นโต้แย้งหรือเพิ่มเติมความเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิหรือ ผู้เชี่ยวชาญดังกล่าว

(๒.๗) การกำหนดให้ศาลทำการสืบพยานหลักฐานเพิ่มเติมจากที่คู่ความนำสืบเพื่อประโยชน์ แห่งความยุติธรรม โดยให้ศาลทำการสืบพยานหลักฐานต่อไปได้ ซึ่งอาจรวมทั้งการเรียกพยานที่สืบแล้วมาสืบ ใหม่ด้วย โดยไม่ต้องมีฝ่ายใดร้องขอ ซึ่งในคดีแพ่งทั่วไปไม่ได้ให้อำนาจเช่นนี้

ด้วยเหตุผลตามที่กล่าวมาในข้อ (๒.๑) ถึง (๒.๗) จะเห็นได้ว่า “ผู้บริโภคในฐานะจำเลยคดีแพ่ง” ตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง จะไม่ได้รับความคุ้มครองและไม่ได้รับสิทธิอย่างเดียวกับ “ผู้บริโภคในฐานะจำเลยคดีผู้บริโภค” ตามพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๑ ดังนั้น การที่ ผู้บริโภคไม่ได้รับสิทธิข้างต้น จึงเป็นเหตุให้ผู้บริโภคไม่สามารถใช้สิทธิต่อสู้คดีกับผู้ประกอบธุรกิจได้อย่าง เป็นธรรมและเท่าเทียม ประกอบกับ “ผู้บริโภคในฐานะจำเลยคดีแพ่ง” ตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณา ความแพ่งซึ่งใช้ระบบวิธีพิจารณาคดีแบบกล่าวหา จึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีทนายความในการแก้ต่าง เนื่องจากเป็นวิธีพิจารณาคดีที่มีความซับซ้อนต้องใช้ผู้มีวิชาชีพด้านกฎหมาย ซึ่งจะเป็นภาระค่าใช้จ่ายให้กับ ผู้บริโภคอีกด้วย

(๓) พระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๑ มีความพยายามในการสร้างความเป็น ธรรม โดยการนำบทบาทของศาลในระบบไต่สวนมาใช้ในคดีผู้บริโภค ซึ่งกำหนดให้ศาลมีบทบาทเชิงรุกในการ สืบพยานหลักฐาน นอกจากนี้ได้กำหนดให้เจ้าพนักงานคดีทำหน้าที่ช่วยเหลือศาลในการดำเนินคดีผู้บริโภค ตามที่ศาลมอบหมาย โดยได้มีการเปลี่ยนแปลงหลักการและวิธีการสืบพยานในคดีผู้บริโภคจากระบบกล่าวหา มาเป็นระบบไต่สวน เพื่อให้ศาลทำหน้าที่ไต่สวนพยานหลักฐานค้นหาข้อเท็จจริงมากกว่าที่จะให้เป็นหน้าที่ของ คู่ความนำสืบพิสูจน์ข้อเท็จจริงต่อศาล ดังเช่นในระบบกล่าวหาที่ใช้อยู่ในคดีแพ่งทั่วไป โดยคู่ความไม่จำเป็นต้องจ้าง ทนายความมาดำเนินคดีว่าต่างและแก้ต่างให้เหมือนกับการดำเนินคดีแพ่งทั่วไป ดังนั้น ศาลยุติธรรมจึงควรมี โครงการจัดตั้งศาลที่มีอำนาจในการพิจารณาพิพากษาคดีแพ่ง (ศาลแพ่งในกรุงเทพมหานครหรือศาลจังหวัด) เป็นศาลนาร่องขึ้น เพื่อใช้ระบบการพิจารณาคดีแบบไต่สวนเต็มรูปแบบในคดีผู้บริโภคแล้วขยายโครงการต่อไป ยังศาลทั่วประเทศ และควรจัดหาอัตรากำลังเจ้าพนักงานคดีให้เพียงพอต่อการปฏิบัติหน้าที่ตามพระราชบัญญัติ วิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๑ เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคให้สอดคล้องกับเจตนารมณ์หรือวัตถุประสงค์ของ กฎหมายฉบับนี้อย่างแท้จริง

๒. การคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาค

ปัจจุบันการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ และที่แก้ไขเพิ่มเติม ในส่วนภูมิภาคเป็นไปในรูปแบบของคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด คณะอนุกรรมการใกล้เคียงเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคประจำจังหวัด และคณะอนุกรรมการผู้มีอำนาจเปรียบเทียบความผิดที่เกิดขึ้นในจังหวัดอื่นนอกจากกรุงเทพมหานคร โดยองค์ประกอบของคณะอนุกรรมการเป็นข้าราชการประจำซึ่งมีภารกิจหลักตามหน้าที่และอำนาจของกฎหมายอยู่แล้ว ภารกิจด้านการคุ้มครองผู้บริโภคตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ และที่แก้ไขเพิ่มเติม จึงถูกจัดให้มีความสำคัญเป็นลำดับรอง โดยเฉพาะการตรวจสอบพฤติการณ์ผู้ประกอบการธุรกิจให้ปฏิบัติตามกฎหมาย เพื่อเป็นการป้องปรามมิให้กระทำการอันเป็นการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค เช่น การจัดทำฉลากสินค้าที่ควบคุมฉลากให้ถูกต้องตามประกาศคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก การโฆษณาให้ถูกต้องตามกฎหมายกระทรวงซึ่งออกตามความในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ และการใช้ข้อความในสัญญาหรือข้อความในหลักฐานการรับเงินของธุรกิจที่ควบคุมสัญญาหรือควบคุมหลักฐานการรับเงินตามประกาศคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวจะเป็นหน้าที่ของศูนย์ดำรงธรรมจังหวัดในการบูรณาการหน่วยงานต่าง ๆ ในพื้นที่ แต่ยังไม่มีความชัดเจนที่บังคับใช้พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ โดยตรง จึงทำให้ขาดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ซึ่งหน่วยงานที่บังคับใช้พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ ยังไม่มีสำนักงานประจำในแต่ละภูมิภาค ทำให้เป็นปัญหา อุปสรรค และข้อจำกัดในการปฏิบัติงานเป็นอย่างมากในการติดต่อประสานการดำเนินงานกับจังหวัดต่างๆ ตลอดจนขาดความชัดเจนในการปฏิบัติการอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ส่งผลกระทบต่อการปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อาทิ การประสานนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคกับจังหวัด การส่งเสริมสนับสนุนภาคีเครือข่ายภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนในการมีส่วนร่วมคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งประสิทธิภาพการดำเนินงานเหล่านี้ย่อมกระทบต่อความเชื่อมั่นของประชาชนในส่วนภูมิภาคต่อการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ และที่แก้ไขเพิ่มเติมของหน่วยงานรัฐ

ดังนั้น เพื่อเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ และที่แก้ไขเพิ่มเติม ในส่วนภูมิภาคให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และเป็นการบังคับใช้กฎหมายและการดำเนินการแก้ไขปัญหาตามข้อเรียกร้องของประชาชนแบบเชิงรุกในพื้นที่ทั่วประเทศ โดยเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนในรูปแบบองค์กรของผู้บริโภคภาคประชาชน “จึงควรจัดตั้งสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภคประจำในแต่ละภูมิภาคเพื่อให้เป็นหน่วยงานราชการส่วนกลาง สังกัดสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ทำหน้าที่สนับสนุนและขับเคลื่อนการดำเนินงานของคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด ซึ่งจะช่วยให้การดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นและเป็นการแก้ไขปัญหาตามข้อร้องเรียนของประชาชนแบบเชิงรุกในพื้นที่ทั่วประเทศโดยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในพื้นที่”

๓. การส่งเสริมการขายของรูปพรรณและอัญมณีเครื่องประดับออนไลน์

การซื้อขายสินค้าออนไลน์ในปัจจุบันมีการขยายตัวเป็นวงกว้าง สินค้าที่มีการซื้อขายแบ่งออกเป็นหลายประเภททั้งสินค้าอุปโภค บริโภค ที่เป็นปัจจัยสี่และสินค้าฟุ่มเฟือย รูปแบบการเข้าถึงผู้บริโภคส่วนใหญ่จะใช้สื่อมีเดียต่าง ๆ ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ง่ายขึ้น แต่ในขณะเดียวกันสินค้าที่มีราคาสูงและจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์มีโอกาที่ผู้บริโภคถูกหลอกเป็นจำนวนมาก อาทิ โทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต ทองรูปพรรณ อัญมณีเครื่องประดับ เป็นต้น

จากการศึกษาข้อมูลของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ในปี พ.ศ. ๒๕๕๑ ได้จัดระเบียบการแสดงฉลากสินค้าทองรูปพรรณ โดยให้แสดงความบริสุทธิ์ของทองคำหลังหลอมละลายตามมาตรฐานสากล เพื่อยกระดับคุณภาพทองรูปพรรณของไทยที่มีจุดเด่นมาก คือ มีลวดลายละเอียด สวยงาม ให้มีความบริสุทธิ์ของทองคำรวมน้ำประสานทองหลังหลอมละลายอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดและให้แสดงฉลากถูกต้องตามสภาพความเป็นจริง อันจะทำให้ทองรูปพรรณมีคุณภาพดี มีภาพลักษณ์ที่ดี เป็นที่เชื่อถือทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งส่งผลให้การตลาดขยายตัวและส่งผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศ การจัดระเบียบการแสดงฉลากสินค้าทองรูปพรรณนี้ดำเนินการตามหลักรัฐประศาสน์เอกชนเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งเป็นตัวอย่างของการบริหารการจัดการที่ดี โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๑. สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประสานสมาคมค้าทองคำให้ร้านค้าที่เป็นสมาชิกทั่วประเทศสั่งผลิตและจำหน่ายเฉพาะทองรูปพรรณที่มีมาตรฐานตามที่กำหนดและแสดงฉลากทองรูปพรรณถูกต้องตามประกาศของคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก สำหรับโรงงานผู้ผลิตก็ให้ผลิตเฉพาะทองรูปพรรณที่มีมาตรฐานตามที่กำหนดเท่านั้น

๒. สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประสานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคทุกจังหวัดทั่วประเทศ และผู้แทนของสมาคมค้าทองคำดำเนินการสุ่มเก็บตัวอย่างทองรูปพรรณจากร้านค้านำส่งตรวจสอบที่สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

๓. การจัดงานมอบประกาศเกียรติคุณแก่ร้านค้าทองรูปพรรณที่สั่งผลิตและจำหน่ายทองรูปพรรณที่มีมาตรฐานตามที่กำหนด และแสดงฉลากทองรูปพรรณถูกต้อง

๔. ดำเนินการตามกฎหมายกับร้านค้าทองรูปพรรณและโรงงานผู้ผลิตที่กระทำผิดเพื่อเป็นการป้องปรามไม่ให้ผู้ประกอบการกระทำความผิด

ผลการดำเนินงานในระยะเวลา ๒ ปี ทองรูปพรรณคุณภาพต่ำ หรือที่เรียกกันว่า ทองเขียว หายไปจากท้องตลาด คงไว้แต่ทองรูปพรรณที่มีคุณภาพตามเกณฑ์ที่กำหนด แสดงฉลากถูกต้อง มีภาพลักษณ์ที่ดีได้รับความเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

การดำเนินชีวิตวิถีใหม่ ผู้บริโภคส่วนมากนิยมซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางโซเชียลมีเดียมากขึ้น ร้านค้าทองรูปพรรณในประเทศมีการขยายตลาดผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายและกว้างขวางยิ่งขึ้น ซึ่งในปัจจุบันมีบริษัทใหญ่เพียงไม่กี่แห่งเริ่มทำการตลาดออนไลน์ และพบว่าบริษัทในต่างประเทศมีการขายทองรูปพรรณรวมทั้งอัญมณีเครื่องประดับต่าง ๆ ทางออนไลน์มากขึ้นเช่นเดียวกัน โดยทองรูปพรรณและอัญมณีเครื่องประดับเหล่านั้นส่วนหนึ่งสั่งผลิตจากประเทศไทย จึงเห็นควรให้หน่วยงาน

ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค กรมพัฒนาธุรกิจการค้า สมาคมค้าทองคำ ร่วมกันส่งเสริมร้านค้าทองรูปพรรณออนไลน์ให้มีการรับรองตัวตน รับรองคุณภาพทองรูปพรรณที่มีมาตรฐานตามที่กำหนด และรับรองการแสดงผลากให้ถูกต้อง เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเป็นที่เชื่อถือในระดับสากล ซึ่งจะอำนวยความสะดวกให้เกิดการขยายการตลาดมากยิ่งขึ้นเป็นผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศ สำหรับสินค้าอัญมณีเครื่องประดับประเภทพลอย ซึ่งประเทศไทยถือได้ว่าเป็นแหล่งกำเนิดและมีจุดเด่นมาก เป็นที่นิยมของชาวไทยและชาวต่างประเทศ ประการสำคัญ ภาคเอกชนมีสมาคมด้านอัญมณีเครื่องประดับหลายสมาคม ภาครัฐก็มีมหาวิทยาลัยบูรพา และสถาบันพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติที่ออกไปรับรองคุณภาพอัญมณีเป็นที่เชื่อถือในระดับสากล เห็นควรให้มีการจัดระเบียบการแสดงผลากสินค้าอัญมณีเครื่องประดับตามประกาศของคณะกรรมการฉลากก่อน และดำเนินการส่งเสริมให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีเป็นที่เชื่อถือในลักษณะเดียวกันกับทองรูปพรรณต่อไปตามยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันทางการค้าของไทย

บรรณานุกรม

- ณัฐา ปิยะวิโรจน์เสถียร และบงกช ชัยเมืองมา. (๒๐๒๐). *๗ พฤติกรรมชีวิตวิถีใหม่ของผู้บริโภคและองค์กรธุรกิจหลัง COVID-๑๙*. ออนไลน์. แหล่งที่มา : <https://www.marketingoops.com/reports/mindshare-the-new-norms-how-life-will-unfold-after-covid-๑๙>. ๒ เมษายน ๒๕๖๔.
- ธงชัย สันติวงษ์. (๒๕๕๔). *พฤติกรรมบุคคลในองค์การ*. กรุงเทพฯ : เจริญพัฒนา.
- ราชกิจจานุเบกษา. ๒๕๖๑. *ประกาศ เรื่อง ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ.๒๕๖๑-๒๕๘๐*. (๒๕๖๑, ๑๓ ตุลาคม). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม ๑๓๕.
- _____. ๒๕๖๒. *พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.๒๕๖๒*. (๒๕๖๒, ๒๗ พฤษภาคม). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม ๑๓๖.
- เรื่องวิทย์ เกษสุวรรณ. ๒๕๕๖. *การจัดการภาครัฐแนวใหม่*. กรุงเทพฯ : บพิธการพิมพ์.
- ศุภยวีเคราะห์เศรษฐกิจ ธนาคารทหารไทย. (๒๕๖๓). *SMART SMEs*. ออนไลน์. แหล่งที่มา : <https://www.prachachat.net/finance/news-๕๗๙๑๑๓>. ๒ เมษายน ๒๕๖๔.
- สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. (ม.ป.ป.). *แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (พ.ศ.๒๕๖๐-๒๕๖๔)*. ม.ป.ท.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. ๒๕๖๒. *ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ.๒๕๖๑-๒๕๘๐*. พิมพ์ครั้งที่ ๒. กรุงเทพฯ : สำนักงานเลขานุการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี. (๒๕๖๒). *คำแถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรี วันพฤหัสบดีที่ ๒๕ กรกฎาคม ๒๕๖๒*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์คณะรัฐมนตรีและราชกิจจานุเบกษา.
- Kotler, Philip. (๑๙๙๗). *Marketing management : analysis, planning, implementation and control*. 9th ed. New Jersey : A simon & Schuster Company.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามเพื่อการศึกษาแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่

แบบสอบถามเพื่อการศึกษาแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่

โดยคณะทำงานพิจารณาศึกษาแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่

ในคณะกรรมการสิทธิมนุษยชน สิทธิเสรีภาพและการคุ้มครองผู้บริโภค วุฒิสภา

วัตถุประสงค์

๑. เพื่อศึกษาสภาพการบังคับใช้ของกฎหมายที่อยู่ในหน้าที่และอำนาจในการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย
๒. เพื่อศึกษาแนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคในสภาพบริบทวิถีใหม่
๓. เพื่อจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน

รายละเอียดและคำชี้แจง

แบบสอบถามเพื่อการศึกษาแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภคฉบับนี้ แบ่งออกเป็น ๔ ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของหน่วยงาน

ส่วนที่ ๒ ข้อคำถามเกี่ยวกับสภาพปัญหาและอุปสรรคที่มีต่อการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย

ส่วนที่ ๓ ข้อคำถามเกี่ยวกับแนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคในสภาพบริบทวิถีใหม่

ส่วนที่ ๔ ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ข้อมูลที่ท่านตอบกลับมาจะถูกนำไปใช้ประกอบการศึกษาเท่านั้น และจะปกปิดเป็นความลับตามจรรยาบรรณการวิจัย จึงใคร่ขอความร่วมมือท่านกรุณากรอกข้อมูลโดยละเอียดเพื่อเป็นประโยชน์สำหรับการศึกษาในครั้งนี้

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม*

ชื่อผู้กรอกข้อมูล (นาย/นาง/นางสาว)

ตำแหน่ง.....สังกัด.....

หน่วยงาน.....กระทรวง.....

เบอร์โทรติดต่อ.....อีเมล.....

* ข้อมูลนี้จะปกปิดเป็นความลับและจะประสานขอข้อมูลเพิ่มเติมกรณีที่ต้องการรายละเอียดเพิ่ม

(๒)

ส่วนที่ ๑
ข้อมูลทั่วไปของหน่วยงาน

๑. หน้าที่และอำนาจของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

- (๑)
- (๒)
- (๓)

๒. กลุ่มประเภทด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของหน่วยงานที่กำกับดูแลรับผิดชอบ (ตอบได้มากกว่า ๑ ข้อ)

กลุ่มประเภทสินค้าอุปโภค

กรณาระบุประเภทที่มีผู้บริโภคร้องเรียนมากที่สุด

(๑).....(๒).....(๓).....

กลุ่มประเภทสินค้าบริโภค

กรณาระบุประเภทที่มีผู้บริโภคร้องเรียนมากที่สุด

(๑).....(๒).....(๓).....

กลุ่มประเภทการให้บริการ

กรณาระบุประเภทที่มีผู้บริโภคร้องเรียนมากที่สุด

(๑).....(๒).....(๓).....

อื่นๆ (โปรดระบุ).....

กรณาระบุประเภทที่มีผู้บริโภคร้องเรียนมากที่สุด

(๑).....(๒).....(๓).....

๓. สถิติการรับเรื่องร้องเรียนของหน่วยงาน

(๑) สถิติเรื่องร้องเรียนที่เข้ามาในหน่วยงานรอบปีงบประมาณ ๒๕๖๓ (จำแนกรายเดือน)

ปี ๒๕๖๒			ปี ๒๕๖๓								
ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.

คำอธิบายข้อมูลเพิ่มเติมในตาราง (ถ้ามี)

.....

.....

(๒) ประเภทเรื่องร้องเรียนสูงสุด ๑๐ อันดับ รอบปีงบประมาณ ๒๕๖๓ (ตุลาคม ๒๕๖๒-กันยายน ๒๕๖๓)

ลำดับ	ประเภทเรื่องร้องเรียน (เรียงลำดับมากไปหาน้อย)	จำนวน (เรื่อง)	การดำเนินการแก้ไขปัญหา (เรื่อง)			
			แก้ไขปัญหาเอง	จำนวน (เรื่อง)	ส่งต่อหน่วยงานอื่น	จำนวน (เรื่อง)
๑						
๒						
๓						
๔						
๕						
๖						
๗						
๘						
๙						
๑๐						

คำอธิบายข้อมูลเพิ่มเติมในตาราง (ถ้ามี)

.....

.....

ส่วนที่ ๒

ข้อคำถามเกี่ยวกับสภาพปัญหาและอุปสรรคที่มีต่อการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย

๑. ปัญหาและอุปสรรคด้านกฎหมาย

(๑) กฎหมายหลักของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

๑.๑ พระราชบัญญัติ.....พ.ศ.....

หลักการและเหตุผลในการประกาศใช้กฎหมาย

จุดอ่อนของการบังคับใช้กฎหมายฉบับนี้

(๑)

(๒)

ข้อเสนอแนะในการแก้ไขกฎหมายฉบับนี้

(๑)

(๒)

๑.๒ พระราชบัญญัติ.....พ.ศ.....

หลักการและเหตุผลในการประกาศใช้กฎหมาย

จุดอ่อนของการบังคับใช้กฎหมายฉบับนี้

(๑)

(๒)

ข้อเสนอแนะในการแก้ไขกฎหมายฉบับนี้

(๑)

(๒)

๑.๓ พระราชบัญญัติ.....พ.ศ.....

หลักการและเหตุผลในการประกาศใช้กฎหมาย

จุดอ่อนของการบังคับใช้กฎหมายฉบับนี้

(๑)

(๒)

ข้อเสนอแนะในการแก้ไขกฎหมายฉบับนี้

(๑)

(๒)

(๒) กฎหมายลำดับรองของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค เช่น กฎกระทรวง ระเบียบ ประกาศ คำสั่งต่างๆ ฯลฯ

๒.๑พ.ศ.....

หลักการและเหตุผลในการประกาศใช้

จุดอ่อนของการบังคับใช้กฎหมายฉบับนี้

(๑)

(๒)

ข้อเสนอแนะในการแก้ไขกฎหมายฉบับนี้

(๑)

(๒)

๒.๒พ.ศ.....

หลักการและเหตุผลในการประกาศใช้

จุดอ่อนของการบังคับใช้กฎหมายฉบับนี้

(๑)

(๒)

ข้อเสนอแนะในการแก้ไขกฎหมายฉบับนี้

(๑)

(๒)

๒.๓พ.ศ.....

หลักการและเหตุผลในการประกาศใช้

จุดอ่อนของการบังคับใช้กฎหมายฉบับนี้

(๑)

(๒)

ข้อเสนอแนะในการแก้ไขกฎหมายฉบับนี้

(๑)

(๒)

๒. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน

๒.๑ด้านบุคลากร

(๑)

(๒)

(๓)

๒.๒ด้านงบประมาณ

(๑)

(๒)

(๓)

๒.๓ด้านอาคารสถานที่ / อุปกรณ์ / เทคโนโลยี

(๑)

(๒)

(๓)

(๖)

๒.๔ด้านการบริหารจัดการ

- (๑)
- (๒)
- (๓)

๒.๕ด้านอื่นๆ (ถ้ามี)

- (๑)
- (๒)
- (๓)

๓. ข้อเสนอแนะในการผลักดันกฎหมายฉบับใหม่ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการคุ้มครองผู้บริโภค

- ๓.๑
- ๓.๒
- ๓.๓

ส่วนที่ ๓

ข้อคำถามเกี่ยวกับแนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคในสภาพบริบทวิถีใหม่

๑. แนวทางการป้องกัน

- (๑)
- (๒)
- (๓)

๒. แนวทางการแก้ไข

- (๑)
- (๒)
- (๓)

ส่วนที่ ๔
ข้อเสนอแนะอื่นๆ

๑. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการทำงานร่วมกันกับสภาองค์กรของผู้บริโภค

.....
.....
.....

๒. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการทำงานร่วมกันกับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

.....
.....
.....
.....

๓. ข้อเสนอแนะด้านการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน

.....
.....
.....
.....

ขอขอบพระคุณที่กรุณาให้ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้

ภาคผนวก ข
รายชื่อหน่วยงานที่เข้าร่วมเสวนา
Consumer Protection for All

รายชื่อหน่วยงานที่เข้าร่วมเสวนา
Consumer Protection for All

หน่วยงานภาครัฐ

สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

นายฤทธิรอน ทวีทรัพย์

นักสืบสวนสอบสวนชำนาญการพิเศษ

นายภูมินทร์ เล็กมณี

นักสืบสวนสอบสวนชำนาญการ

กระทรวงการคลัง

สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง

ว่าที่ร้อยตรี ไพศาล เอกคณิต

นิติกร

ธนาคารแห่งประเทศไทย

นางสาวกรรภรณ์ กัลยาจิตรโกศล

ผู้ช่วยผู้อำนวยการ

นางสาวกมลทิพย์ เหล่าทรัพย์เพิ่มพูน

ผู้ตรวจสอบอาวุโส

นายรัตนชัย ช่อผกา

ผู้ตรวจสอบอาวุโส

นางสาวปรีดา อาสยวชิร

ผู้ตรวจสอบอาวุโส

สถาบันคุ้มครองเงินฝาก

นายภูษงค์ อีร์นันทรภาพร

เจ้าหน้าที่ชำนาญงาน

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

กรมการท่องเที่ยว

นายชรินทร์ ปัญญาเจริญ

นิติกรปฏิบัติการ

นายนิรัตน์ ณ์รัฐสุชา

นิติกรปฏิบัติการ

กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์

กรมกิจการเด็กและเยาวชน

นางณิชากา ออพิพัฒน์

นิติกรชำนาญการ

(๑๒)

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

กรมประมง

นางสุภาน้อย ทรัพย์สินเสริม
นางกิ่งเดือน สมจิตต์

ผู้เชี่ยวชาญด้านตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ
หัวหน้ากลุ่มตรวจประเมินระบบคุณภาพแหล่งแปรรูป

กรมปศุสัตว์

นางสาวคชาภรณ์ เต็มยอด
นายประสิทธิ์ เกษตะระ

ผู้เชี่ยวชาญด้านพัฒนาระบบและรับรองคุณภาพ
นิติกรชำนาญการพิเศษ

กรมวิชาการเกษตร

นายฐิติพงษ์ เฟื่องแพง
นางสาวรพีทิพย์ ขุนทอง

ผู้อำนวยการกลุ่มสารวัตรเกษตร
นักวิชาการเกษตรปฏิบัติการ

สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ

นายชนาธิป จาระสมบูรณ์

นิติกรปฏิบัติการ

องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย

นายยุทธชัย ช่างเรือ

หัวหน้าแผนกลูกค้าสัมพันธ์

กระทรวงคมนาคม

กรมการขนส่งทางบก

นางฐิติรัตน์ พิษโรจน์.
นางคณิตา คงอดิศักดิ์

นิติกรชำนาญการ
นักวิชาการขนส่งชำนาญการ

กรมเจ้าท่า

นางสาวจุฑามาศ กลัดสำเนียง
นางสาวพรหมนิภา ไช้แก้ว

นิติกรปฏิบัติการ
นิติกรปฏิบัติการ

กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

กรมควบคุมมลพิษ

นางสาวจันทิรา ดวงใส

นักวิชาการสิ่งแวดล้อมชำนาญการพิเศษ

กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

นายประเสริฐ สีนุ่น
นายประเสริฐ สีนุ่น
นางเมษิณี เอี่ยมเขยสวัสดิ์
นายอนันต์ เสือนันท์

นิติกร
นิติกร
เจ้าหน้าที่
เจ้าหน้าที่

นายวรวิทย์ สุขสาสนี	เจ้าหน้าที่
กระทรวงพลังงาน	
<u>กรมธุรกิจพลังงาน</u>	
นางสาวเพ็ญพิชชา ภาณุทัต	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ
กระทรวงพาณิชย์	
<u>กรมการค้าภายใน</u>	
นางสาวปราริชาติ อุประ	นักวิเคราะห์นโยบายและแผน
<u>กรมพัฒนาธุรกิจการค้า</u>	
นายชลาลัย สุกันทา	นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ
นายไกรศรี พลเสน	พนักงานพิมพ์ ระดับ 3
<u>กรมทรัพย์สินทางปัญญา</u>	
นายพุดพิพัฒน์ จิรัสย์ชานะ	นิติกรชำนาญการพิเศษ
นายสิทธิพงษ์ วิลัยลา	นิติกรปฏิบัติการ
กระทรวงมหาดไทย	
<u>กรมการปกครอง</u>	
นายกิตติพงษ์ ไชยปรการ	
<u>กรมที่ดิน</u>	
นายณัฐพล ทิพยมนตรี	นักวิชาการที่ดินเชี่ยวชาญ
กระทรวงศึกษาธิการ	
<u>สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน</u>	
นายพีรพล เตชะพันธุ์	นิติกรปฏิบัติการ
นายเด่นพิชัย เลื่อนจรรย์	นิติกร
นายรัชตะ สวนจิตต์	นิติกร
กระทรวงสาธารณสุข	
<u>กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก</u>	
นายขวัญชัย วิศิษฐานนท์	ผู้อำนวยการสถาบันแพทย์แผนไทย
นายจักรกฤษณ์ สิงห์บุตร	เภสัชกรชำนาญการ

(๑๔)

นางสาวสุพินดา กิจทวี

นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการ

กรมอนามัย

นางสาวบังเอิญ ทองมอญ

นักโภชนาการชำนาญการพิเศษ

นางสาวลักษณิน รุ่งตระกูล

นักโภชนาการชำนาญการ

นางสาวปรียานุช เรืองศิริณวิษ

นักวิชาการสาธารณสุขปฏิบัติการ

นายสิงค์กร พรหมอาจ

เจ้าพนักงานวิทยาศาสตร์การแพทย์ชำนาญงาน

กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์

นางเลขา ปราสาททอง

ผู้อำนวยการสำนักคุณภาพและความปลอดภัย

ทางอาหาร

นางสาววนิดา ยุธญาดี

นักวิทยาศาสตร์การแพทย์

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

นางวาริรัตน์ เลิศนที

ผู้อำนวยการกองยุทธศาสตร์และแผนงาน

นางสาววธู ยงพันธ์กุล

นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ

กองสถานพยาบาลและการประกอบโรคศิลปะ

นางสาวสุกรรณิการ์ เฌรยอด

นักวิชาการสาธารณสุขปฏิบัติการ

นางสาววรรณวรรษ เพิ่มพูน

นักวิชาการสาธารณสุขปฏิบัติการ

นายบัณฑิต ชาวตรง

นักวิชาการสาธารณสุขปฏิบัติการ

กระทรวงอุตสาหกรรม

กรมโรงงานอุตสาหกรรม

นางสาวพัชรวัลย์ เกี้ยวแก่

นิติกรปฏิบัติการ

สำนักงานตำรวจแห่งชาติ

กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค

พ.ต.อ.ทีนัฐกรณ์ วัฒนแสงประเสริฐ

ผู้กำกับการ (สอบสวน) กลุ่มงานสอบสวน

สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย

นายชัยยุทธ มังศรี

ผู้ช่วยเลขาธิการ

นายโสรัจจ์ แรกสกุลชัย

ผู้อำนวยการฝ่ายอาวุโส

นายชาติ ศรีบุญมา

ผู้เชี่ยวชาญรักษาการหัวหน้ากลุ่ม

สำนักงานคณะกรรมการแข่งขันทางการค้า

นายอริยะ ทองพีระพันธุ์	นิติกร
นางสาวพรรัตน์ มุยะมัย	นิติกร
นางสาวกชกร บุณนาค	นิติกร
สำนักงานศาลยุติธรรม	
นางสาวเพชรรัตน์ สพรังผล	ผู้พิพากษาศาลชั้นต้นประจำสำนักประธานศาลฎีกา
นายเฉลิมชัย ควรหา	นิติกรเชี่ยวชาญ
นายรัตนพล ราชสันต์	นิติกรชำนาญการพิเศษ
สำนักงานคณะกรรมการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ	
นางสาวกนกพรรณ ญาณภีร์	ผู้อำนวยการส่วนส่งเสริมสิทธิผู้บริโภค และระบบฐานข้อมูล สำนักรับเรื่องร้องเรียน และคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม
นายเพชร มีโต	เจ้าหน้าที่
นายธนศักดิ์ สุกิจจาร	เจ้าหน้าที่

องค์กรภาคประชาชน

มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค

นายโสภณ หนูรัตน์	นักวิชาการด้านกฎหมาย
สมาคมเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค	
ว่าที่ร้อยตรี การุณ เมตตพันธุ์	อุปนายกสมาคมคนที่ ๑ และฝ่ายกฎหมาย
สมาคมพิทักษ์ประโยชน์ผู้บริโภค	
นายทวี กาญจนภู	ผู้แทนสมาคมฯ
สมาพันธ์ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคกรุงเทพมหานคร	
นางสมศรี วิลลจันทร์	เลขาธิการสมาพันธ์
นายสุดศิริ ทากาโน	ผู้ช่วยเลขาธิการสมาพันธ์
เครือข่ายนักวิชาการเพื่อผู้บริโภค	
ดร.ไพบุลย์ ช่างทอง	

(๑๖)

ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคนครเขตคันนายาว กรุงเทพมหานคร

นางวันเพ็ญ ครงเมือง

นายสมาน ครงเมือง

ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคนครเขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร

นางประดับ เทพคุณ

ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคนครเขตทุ่งครุ กรุงเทพมหานคร

นายอาคม ยิมะลี

นางวาสนา ยิมะลี

ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคนครเขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร

นางกนกภรณ์ จงเจริญรุ่งเรือง

นายปรกฤษณ แสงนิล

ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคนครเขตบางคอแหลม กรุงเทพมหานคร

นางจันทร์ฉาย จรรยาลิขิต

นางกาญจนา พุทธอวยพล

นางอังคณา ศรีฟ้าศาลเลิศ

ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคนครเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร

นางนพรัตน์ บริสุทธิ์

นางวาสนา วาใจ

ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคนครเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร

นางอัจรา อ่อนทอง

นางสุภามาส พบพุ่มสุข

ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคนครเขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร

นางสาวศิริลักษณ์ ศรีตะปัญญาะ

ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคนครเขตบางรัก กรุงเทพมหานคร

นางไพรวลัย งามไมตรี

นางนิธิกุล เตชะเวชเจริญ

ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคนครเขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร

นายสมชาย รอดสมนาม

ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคนครเขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร

นายวรชาติ หิริราบไพรี

นางเบญจวรรณ หิริราบไพรี

ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคเขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร

นางญาตภา จงกล

นางอมรรัตน์ ชุตินานิต

นางพรสวรรค์ จันทนาภรณ์

ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคเขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร

นางสาวศุภลักษณ์ ศรีวงษ์กลาง

ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร

นายยรรยง ปรีดากร

นางอำพร สมานทอง

ภาคผนวก ค
โครงการเสวนา
Consumer Protection for All



โครงการเสวนา เรื่อง “CONSUMER PROTECTION FOR ALL”

ของ

คณะกรรมการสิทธิมนุษยชน สิทธิเสรีภาพและการคุ้มครองผู้บริโภควุฒิสภา

วันพุธที่ ๑๖ ธันวาคม ๒๕๖๓

เวลา ๐๘.๓๐ - ๑๔.๐๐ นาฬิกา

ณ ห้องประชุมคณะกรรมการ (สว.) หมายเลข ๔๐๒ - ๔๐๓ ชั้น ๔

อาคารรัฐสภา (เกียกกาย) กรุงเทพมหานคร

๑. หลักการและเหตุผล

การคุ้มครองผู้บริโภคถือว่าเป็นรัฐสวัสดิการอย่างหนึ่ง ซึ่งรัฐมีบทบาทสำคัญในการคุ้มครองผู้บริโภค และส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีทางเศรษฐกิจและสังคมให้กับพลเมือง โดยอาศัยหลักความเสมอภาคของโอกาส การกระจายความมั่งคั่งอย่างชอบธรรม และรัฐยังมีนโยบายส่งเสริมความอยู่ดี กินดีแก่ประชาชนอย่าง กว้างขวาง รวมทั้งมีทั้งโครงการป้องกันและวางหลักประกันให้กับประชาชน สามารถมีความจำเป็นเพียงพอที่จะดำรงชีพต่อไปได้

เมื่อพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป จากการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ในเฉพาะอย่างยิ่งจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ (COVID-19) เกิดผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจและสุขภาพของประชากรทั่วโลก ทำให้ต้องมีการปรับเปลี่ยนการดำเนินชีวิต เพื่อสร้างความปลอดภัยและลดการแพร่กระจายของเชื้อโรค ซึ่งในช่วงที่ผ่านมาจะ เห็นได้ว่าผู้บริโภคมีการปรับตัวเป็นอย่างมาก ทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่เกิดการปรับตัวสู่วิถีใหม่ (New Normal) โดยการเลือกซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางการค้าต่าง ๆ เช่น การซื้อขายออนไลน์ การซื้อขายแบบตรงหรือ ตลาดแบบตรง เป็นต้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวกลับทำให้เกิดการแสวงหาประโยชน์ของผู้ประกอบการ แสวงหาประโยชน์อันไม่ชอบด้วยกฎหมายในลักษณะเอาเปรียบผู้บริโภค ทั้งเป็นช่องทางให้เกิดการแสวงประโยชน์ ในลักษณะฉ้อโกง เช่น แคร่ลูกโซ่ เป็นต้น หน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคนอกจากจะปรับเปลี่ยนการทำงานให้ เข้ากับชีวิตวิถีใหม่แล้วยังต้องปรับเปลี่ยนวิธีการคุ้มครองผู้บริโภคให้เข้าสถานการณ์ที่เกิดขึ้นด้วย โดยการวาง แนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภค เพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคอย่างกว้างขวาง ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค จึงต้องวางมาตรการคุ้มครองผู้บริโภครวมถึงการวางแนวทางการ บูรณาการทำงานร่วมกัน เพื่อให้เกิดการทำงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและสร้างความเป็นธรรมให้เกิดขึ้น ในสังคม

(๒๒)

คณะกรรมการสิทธิมนุษยชน สิทธิเสรีภาพและการคุ้มครองผู้บริโภค วุฒิสภา ซึ่งมีหน้าที่และอำนาจในการพิจารณาขอเท็จจริง หรือศึกษาเรื่องใด ๆ ที่เกี่ยวกับการส่งเสริมความร่วมมือและการประสานงานระหว่างหน่วยราชการ องค์กรเอกชน และองค์กรในด้านสิทธิมนุษยชน ติดตาม ตรวจสอบการกระทำหรือการละเว้นการกระทำอันเป็นการละเมิดสิทธิมนุษยชน สิทธิเสรีภาพ การสื่อสารมวลชน สื่อสาธารณะ และการคุ้มครองผู้บริโภค ได้พิจารณาแล้วเห็นควรจัดเสวนา เรื่อง “CONSUMER PROTECTION FOR ALL” เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและหาแนวทางในการป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคในรูปแบบชีวิตวิถีใหม่ อีกทั้งการวางแนวทางบูรณาการการทำงานร่วมกันของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

๒. วัตถุประสงค์

๑. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและอุปสรรคด้านกฎหมายและระเบียบต่าง ๆ ที่มีต่อการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย
๒. เพื่อศึกษาแนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคในสภาพบริบทวิถีใหม่
๓. เพื่อจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายในการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายและระเบียบต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

๓. วัน เวลา และสถานที่จัดเสวนา

วันพุธที่ ๑๖ ธันวาคม ๒๕๖๓ เวลา ๐๘.๓๐ - ๑๔.๐๐ นาฬิกา ณ ห้องประชุมคณะกรรมการ (สว.) หมายเลข ๔๐๒ - ๔๐๓ ชั้น ๔ อาคารรัฐสภา (เกียกกาย) กรุงเทพมหานคร

๔. ผู้เข้าร่วมเสวนา

จำนวน ๑๒๐ คน ประกอบด้วย

๑. คณะกรรมการสิทธิมนุษยชน สิทธิเสรีภาพและการคุ้มครองผู้บริโภค วุฒิสภา
๒. คณะอนุกรรมการ และที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
๓. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง
๔. องค์กรภาคประชาชน

๕. งบประมาณดำเนินการ

สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา

๖. ผู้รับผิดชอบโครงการ

คณะกรรมการสิทธิมนุษยชน สิทธิเสรีภาพและการคุ้มครองผู้บริโภค วุฒิสภา ดำเนินการโดย คณะอนุกรรมการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

๗. วิธีการดำเนินการ

๑. สํารวจแบบสอบถามจากหน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
๒. เผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
๓. ประสานความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ และภาคประชาชนที่เกี่ยวข้อง
๔. รับฟังและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น
๕. รวบรวมสาระสำคัญ ข้อเสนอแนะเพื่อจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายในการป้องกันและแก้ไขปัญหา

ของผู้บริโภค

๘. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

๑. ทราบถึงสภาพปัญหาและอุปสรรคด้านกฎหมายและระเบียบต่าง ๆ ที่มีต่อการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย

๒. ได้แนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคในสภาพบริบทวิถึใหม่

๓. ได้ข้อเสนอเชิงนโยบายในการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายและระเบียบต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์

ปัจจุบัน



กำหนดการเสวนา

เรื่อง “CONSUMER PROTECTION FOR ALL”

ของ

คณะกรรมการสิทธิมนุษยชน สิทธิเสรีภาพและการคุ้มครองผู้บริโภควุฒิสภา

วันพุธที่ ๑๖ ธันวาคม ๒๕๖๓

เวลา ๐๘.๓๐ - ๑๒.๔๕ นาฬิกา

ณ ห้องประชุมคณะกรรมการ (สว.) หมายเลข ๔๐๒ - ๔๐๓ ชั้น ๔

อาคารรัฐสภา (เกียกกาย) กรุงเทพมหานคร

๐๘.๐๐ - ๐๘.๓๐	ลงทะเบียน
๐๘.๓๐ - ๐๘.๔๕	พิธีการเปิดเสวนา - กล่าวรายงานโดย พลเอก วสันต์ สूरียมมงคล ประธานคณะกรรมการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค - กล่าวเปิดการเสวนาโดย นายสมชาย แสวงการ ประธานคณะกรรมการสิทธิมนุษยชน สิทธิเสรีภาพและการคุ้มครองผู้บริโภค
๐๘.๕๐ - ๐๙.๐๐	นำเสนอวัตถุประสงค์การศึกษาและกรอบแนวคิด โดยวิดิทัศน์
๐๙.๐๕ - ๑๑.๑๕	แบ่งกลุ่มแลกเปลี่ยนความคิดเห็น - กลุ่มที่ ๑ หน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจเกี่ยวกับประเภทสินค้าอุปโภค โดย (๑) นายปฐวี เยาวลักษณ์ นักสืบสวนสอบสวนชำนาญการพิเศษ (๒) นายณรงค์ สังอรดี นักสืบสวนสอบสวนชำนาญการ - กลุ่มที่ ๒ หน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจเกี่ยวกับประเภทสินค้าบริโภค โดย (๑) นายพัสกร ทัทมมงคล นิติกรชำนาญการพิเศษ (๒) ดร.ศิริระณัฐ วิทยาธรรมธัช นิติกรชำนาญการ - กลุ่มที่ ๓ หน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจเกี่ยวกับประเภทการบริการ โดย (๑) นายอนุพงศ์ เจริญเวช นักสืบสวนสอบสวนชำนาญการพิเศษ (๒) นางสาวหทัยรัตน์ เฉลียวฉลาด นักสืบสวนสอบสวนชำนาญการ - กลุ่มที่ ๔ การคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชน โดย (๑) ดร.สุทธิศักดิ์ ภัทรมานะวงศ์ ทนายความอิสระ (๒) นายอาทิตย์ ฤทธิรงค์ นิติกรชำนาญการ

(๒๖)

- ๑๑.๑๕ - ๑๒.๑๕ นำเสนอผลแลงเปลี่ยนความคิดเห็น
- กลุ่มที่ ๑ หน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจเกี่ยวกับประเภทสินค้าอุปโภค
 - กลุ่มที่ ๒ หน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจเกี่ยวกับประเภทสินค้าบริโภค
 - กลุ่มที่ ๓ หน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจเกี่ยวกับประเภทการบริการ
 - กลุ่มที่ ๔ การคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชน
- ๑๒.๑๕ - ๑๒.๓๐ สรุปผลการแลงเปลี่ยนความคิดเห็น
- ๑๒.๓๐ - ๑๒.๔๐ ปิดการเสวนาโดย พลเอก วสันต์ สุริยมงคล
- ประธานคณะอนุกรรมาธิการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
- ๑๒.๔๕ รับประทานอาหารกลางวัน
-

พิธีกร

นางสาวปรนันทน์ อัมมัญญตานันท์

ผู้ดำเนินรายการ

๑. ดร.อินธนนต์ เหล็กนวลชูสิน

๒. นางสาวณัชชาวีร์ วาณิชย์สุรางค์

ภาคผนวก ง
ประมวลภาพการจัดงานเสวนา
Consumer Protection for All

โครงการเสวนาทางวิชาการ เรื่อง Consumer Protection for All



พิธีเปิดการเสวนา

นายสมชาย แสวงการ

ประธานคณะกรรมการสิทธิมนุษยชน สิทธิเสรีภาพและการคุ้มครองผู้บริโภค วุฒิสภา



คณะกรรมการ

คณะกรรมการสิทธิมนุษยชน สิทธิเสรีภาพและการคุ้มครองผู้บริโภค วุฒิสภา

คณะอนุกรรมการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

คณะทำงานพิจารณาศึกษาแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่

(๓๐)



ผู้เข้าร่วมเสวนา

หน่วยงานภาครัฐ และองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชน



รูปแบบเสวนา

แบ่งกลุ่ม ๔ กลุ่ม (กลุ่มสินค้าอุปโภค กลุ่มสินค้าบริโภค กลุ่มการให้บริการ และกลุ่มองค์กรภาคประชาชน)



การแบ่งกลุ่มแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

กลุ่มที่ ๑ หน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจเกี่ยวกับประเภทสินค้าอุปโภค



การแบ่งกลุ่มแลกเปลี่ยนความคิดเห็น
กลุ่มที่ ๒ หน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจเกี่ยวกับประเภทสินค้าบริโภค



การแบ่งกลุ่มแลกเปลี่ยนความคิดเห็น
กลุ่มที่ ๓ หน่วยงานที่มีหน้าที่และอำนาจเกี่ยวกับประเภทการให้บริการ



การแบ่งกลุ่มแลกเปลี่ยนความคิดเห็น
กลุ่มที่ ๔ องค์กรคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชน

การนำเสนอผลการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น
สรุปผลการระดมความคิดเห็นของกลุ่มผู้เข้าร่วมเสวนา



พิธีปิดการเสวนา

พลเอก วสันต์ สตรียมงคล

ประธานคณะกรรมการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค



ประมวลภาพการประชุมของคณะทำงาน





ชีวิตวิถีใหม่

คิดก่อนซื้อ คือ คู่ครองตน

จำเป็นต้องกินต้องใช้หรือไม่
สินค้าที่จะซื้อคุณภาพอย่างไร
โฆษณาว่าดีก็อย่าหลงไหล
คนขายจดทะเบียนกับหน่วยงานใด
ราคาเหมาะสม ถูก หรือแพงไหม

(ฉบับ มานะพันธุ์นิยม สมาชิกวุฒิสภา)



พิมพ์ที่ สำนักการพิมพ์ สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา
๐ ๒๕๓๑ ๕๕๑๕, ๐ ๒๕๓๑ ๕๕๖๖, ๐ ๒๕๓๑ ๕๕๗๒, ๐ ๒๕๓๑ ๕๕๗๖