

## รายงานผลโครงการบูรณาการระหว่างหน่วยงาน (Big Projects)

ในการบริหารจัดการด้านการซื้อขายสินค้าออนไลน์และเฝ้าระวัง-แจ้งเตือนภัยแก่ผู้บริโภค ยุค ๔.๐

วันที่ ๒๐ และ ๒๑ สิงหาคม ๒๕๖๒ ณ โรงแรมทีเค พาเลซ คอนเวนชั่น กรุงเทพมหานคร

### กิจกรรมในวันที่ ๒๐ สิงหาคม ๒๕๖๒

ในช่วงเช้าเป็นการอภิปรายเรื่อง Big Projects ด้านการซื้อขายสินค้าออนไลน์ ยุค ๔.๐ โดยมีวิทยากร ๓ คน และมีนางสาวปฐมดวง เขวงเดช นักวิเคราะห์นโยบายและแผนปฏิบัติการ เป็นผู้ดำเนินรายการ อภิปรายดังกล่าวมีรายละเอียดสรุปได้ ดังนี้

๑. นายพิชเนศ ตะปวง รองเลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ได้บรรยายเกี่ยวกับรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. ๒๕๖๐ มาตรา ๖๑ กำหนดไว้ว่า รัฐต้องจัดให้มีมาตรการหรือกลไกที่มีประสิทธิภาพในการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคด้านต่างๆ การดำเนินงานของ สคบ. ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔) โดยมียุทธศาสตร์ที่ ๕ การส่งเสริมการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นยุทธศาสตร์ที่สามารถตอบโจทย์ของยุทธศาสตร์ที่ ๑-๔ ได้ นโยบายรัฐบาลด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ที่กำหนดเรื่องการสร้างความเชื่อมั่นระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ตลอดจนการแก้ไขปัญหาผู้บริโภคด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และภาพรวมของการบริหารจัดการด้านการซื้อขายสินค้าออนไลน์

๒. นายสุวิทย์ วิจิตรโสภาก ผู้อำนวยการสำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภค ได้บรรยายเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวและข้อมูลที่น่าสนใจของโซเชียลมีเดีย ประเด็นปัญหา แนวทางการแก้ไขปัญหา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในแต่ละปัญหาด้านการซื้อขายสินค้าออนไลน์ ซึ่งประกอบด้วย ๑๓ ประเด็น เช่น การซื้อสินค้าแต่ไม่ได้สินค้า การได้สินค้าไม่ตรงกับที่สั่งซื้อ การถูกผู้ประกอบการหลอกลวง การได้รับสินค้าชำรุดเสียหาย เป็นต้น

๓. นายณชภัทร ขาวแก้ว นิติกรชำนาญการ กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง ได้บรรยายเกี่ยวกับ อำนาจหน้าที่ของกองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง คำนิยามของ “ตลาดแบบตรง” องค์ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง การจดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง การคุ้มครองผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับตลาดแบบตรง และประเด็นปัญหาที่มีการร้องเรียนสูงสุด ๕ อันดับแรก ได้แก่ (๑) ผู้บริโภคได้รับสินค้าไม่ตรงตามที่ได้สั่งซื้อ (๒) การจัดส่งสินค้าช้ากว่ากำหนด (๓) การกำหนดราคาสินค้าผิดพลาด (๔) การคืนเงิน คืนสินค้าที่มีปัญหา ไม่เป็นไปตามข้อตกลงหรือล่าช้า และ (๕) ผู้ประกอบการใช้ข้อความโฆษณาที่เป็นเท็จหรือเกินจริง

กิจกรรมในช่วงบ่ายเป็นการประชุมระดมสมองเรื่อง การบริหารจัดการด้านการซื้อขายสินค้าออนไลน์ เพื่อเชื่อมโยงกับแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ โดยมีนายธชชนัน วงศ์ปิ่น นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ เป็นผู้ดำเนินรายการ โดยในที่ประชุมได้มีการระดมสมองและแลกเปลี่ยนประเด็นปัญหาที่เกิดจากการซื้อขายสินค้าออนไลน์ ดังนี้

#### ๑. ปัญหาการซื้อสินค้าแล้วไม่ได้สินค้า อาจมีสาเหตุและแนวทางแก้ไขดังนี้

๑.๑ สาเหตุปัญหาเกิดจากที่อยู่ผิด หรือที่อยู่ถูก และมีผู้รับของซึ่งไม่ใช่ผู้สั่งซื้อเช่นรับสินค้า มีแนวทางแก้ไขปัญหา ได้แก่

- การให้ผู้ซื้อสินค้านำเลขพัสดุ (tracking) ไปตรวจสอบกับบริษัทขนส่ง
- การเลือกบริษัทขนส่งที่น่าเชื่อถือได้
- การติดต่อระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขนส่งสินค้าเพื่อทำการนัดหมายวัน เวลา สถานที่ส่ง

สินค้า

- การกำหนด ...

- การกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจและบริษัทขนส่งสินค้าที่เกิดจากการซื้อทางออนไลน์ได้ประสานงานกัน เพื่อป้องกันปัญหาการส่งผิดที่

สำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (หน่วยงานภายในคือ กคต.) บริษัทขนส่ง และผู้ประกอบการธุรกิจ ซึ่งมาตรการดังกล่าวสามารถกระทำได้โดยการเสริมสร้างองค์ความรู้และให้ความรู้ผ่านช่องทางที่หลากหลาย สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔) ในยุทธศาสตร์ที่ ๓ การพัฒนาองค์ความรู้ และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค และยุทธศาสตร์ที่ ๕ การส่งเสริมการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภค

๑.๒ สาเหตุปัญหาเกิดจากผู้ประกอบธุรกิจตั้งใจไม่ส่งสินค้า (โกง) มีแนวทางการแก้ไขปัญหาได้แก่

- การให้ข้อมูลข่าวสารที่สามารถแจ้งเตือนให้ผู้บริโภคทราบข้อควรระวังก่อนสั่งซื้อสินค้า

- การเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์หลากหลายช่องทาง  
- การจัดให้มีระบบพิสูจน์ตัวตนที่ชัดเจน  
- การจัดทำกลไกเชิงป้องกันและแก้ไขปัญหา โดยการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างหน่วยงานเพื่อให้สามารถดำเนินคดีกับผู้กระทำผิดได้ทันเวลา

สำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (หน่วยงานภายในคือ กผบ.) สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.) กรมประชาสัมพันธ์ กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเทคโนโลยี (ปอท.) ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) กรมพัฒนาธุรกิจการค้า ศูนย์ปฏิบัติการป้องกันและปราบปรามการฉ้อโกงทรัพย์สินของประชาชน (ศปฉข.ตร.) ซึ่งมาตรการดังกล่าวสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔) ในยุทธศาสตร์ที่ ๒ การพัฒนาระบบฐานข้อมูลในการคุ้มครองผู้บริโภค ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การพัฒนาองค์ความรู้ และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค และยุทธศาสตร์ที่ ๕ การส่งเสริมการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภค

- หน่วยงานรัฐควรมีนโยบายให้ผู้ประกอบธุรกิจจดทะเบียนทั้งหมด โดยหามาตรการจูงใจให้มีการจดทะเบียนมีความสะดวก ขั้นตอนไม่ซับซ้อน สำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (หน่วยงานภายในคือ กคต./ศูนย์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กคช.) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (กองป้องกันและปราบปรามการกระทำความผิดทางเทคโนโลยีสารสนเทศ) ซึ่งมาตรการดังกล่าว สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔) ในยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค และยุทธศาสตร์ที่ ๕ การส่งเสริมการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภค

- การส่งข้อมูลของผู้กระทำความผิดให้ตำรวจดำเนินคดี โดยกระทรวงดิจิทัลฯ ประสานนำข้อมูล IP address ของผู้กระทำความผิดส่งต่อให้ตำรวจดำเนินคดีซับซ้อน ซึ่งมาตรการดังกล่าว สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔) ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค และยุทธศาสตร์ที่ ๕ การส่งเสริมการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภค

๑.๓ สาเหตุปัญหาเกิดจากสินค้าตกค้างที่ขั้นตอนการขนส่ง กรณีที่ผู้บริโภคสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ภายในประเทศ มีแนวทางในการแก้ไขปัญหา ได้แก่

- การประชาสัมพันธ์วิธีการตรวจสอบเลขพัสดุ และใช้วิธีการที่ผู้ขายในไทยมีอยู่แล้ว  
- การเปิดข้อพิพาท Open Dispute (คือ การเปิดข้อพิพาทกรณีสั่งซื้อของไปแล้ว แต่ผู้ขายไม่ส่งของตามเวลาที่กำหนด หรือส่งของแล้วไม่ได้รับของตามเวลาที่กำหนด หรือได้รับของมาแล้วไม่ตรงกับที่แจ้งไว้เพื่อทำเรื่องขอเงินคืน)

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (กผบ.) มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค กรมประชาสัมพันธ์ ผู้ประกอบธุรกิจ ไปรษณีย์ไทย ซึ่งมาตรการดังกล่าวสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔) ในยุทธศาสตร์ที่ ๓ การพัฒนาองค์ความรู้ และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค และยุทธศาสตร์ที่ ๕ การส่งเสริมการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภค

๑.๔ สาเหตุปัญหาเกิดจากสินค้าโดนกักที่ด่านศุลกากร เนื่องจากต้องรอให้ผู้นำเข้ายื่นเอกสารขออนุญาต ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ ผู้ประกอบธุรกิจ กรมศุลกากร กรมการค้าภายใน

๒. ปัญหาได้รับสินค้าไม่ตรงกับที่สั่งซื้อ ซึ่งอาจมีสาเหตุจากผู้บริโภคไม่เห็นสินค้าจริง ผู้ประกอบธุรกิจไม่ระมัดระวัง หรือไม่ตรวจสอบสินค้าให้ตรงตามคำสั่งซื้อ โดยมีแนวทางแก้ไขปัญหา ดังนี้

๒.๑ ควรมีกฎหมายกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจระบุข้อมูลสินค้าให้ครบถ้วน เช่น ระบุปริมาณ ขนาด ปริมาตร เป็นต้น

๒.๒ ควรมีการกำกับดูแลสินค้าออนไลน์

๒.๓ ควรมีกลไกให้ผู้บริโภคควรมีสิทธิ์ตรวจสอบสินค้าก่อนชำระเงิน กรณีที่เลือกชำระเงินปลายทาง

๒.๔ กรณีที่ชำระเงินผ่านบัตรเครดิตหรือช่องทางอื่น ควรมีคนกลางในการดูแลเงิน เมื่อผู้บริโภคได้รับสินค้าเรียบร้อยแล้ว จึงดำเนินการโอนเงินให้ผู้ประกอบธุรกิจ

๒.๕ กรณีที่เป็นสินค้าเพื่อสุขภาพ ควรมีข้อมูลเชื่อมโยงกับหน่วยงานของรัฐ และเป็นข้อมูลที่รัฐสามารถเปิดเผยได้

สำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.) ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ซึ่งมาตรการดังกล่าวสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔) ในยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค และยุทธศาสตร์ที่ ๕ การส่งเสริมการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภค

๓. ปัญหาโดนหลอก เช่น โอนเงินแล้วไม่ได้ของ เป็นต้น สาเหตุปัญหา ได้แก่ ผู้ประกอบธุรกิจเป็นมิชฉอาชีพ ตั้งบริษัทปลอม หรือเฟซบุ๊กปลอม ซึ่งมีแนวทางการแก้ไขและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้ ดังนี้

๓.๑ การประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคตรวจสอบข้อมูลตัวตนของผู้ขายสินค้า และให้ความรู้เชิงป้องกัน มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเทคโนโลยี (ปอท.) กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมประชาสัมพันธ์ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม และสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.)

๓.๒ การพิจารณาให้มีมาตรการเปิดเผยทะเบียนคนโกง (Blacklist seller) ซึ่งมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ธนาคารแห่งประเทศไทย กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเทคโนโลยี (ปอท.) กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค (ปคบ.) และมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค ซึ่งมาตรการดังกล่าว สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔) ในยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การพัฒนาองค์ความรู้และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค และยุทธศาสตร์ที่ ๕ การส่งเสริมการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภค

๔. ปัญหาผู้ประกอบการส่งสินค้าผิดจากที่สั่ง / ผู้บริโภคได้รับสินค้าชำรุดเสียหายหรือไม่มีคุณภาพ/การบรรจุสินค้าผิด ทำให้ส่งถึงลูกค้าผิดคน ควรมีแนวทางการแก้ไขปัญหา ได้แก่

๔.๑ ผู้ประกอบธุรกิจต้องเปลี่ยนสินค้า หรือคืนเงินให้กับผู้บริโภค หากมีค่าใช้จ่ายใดๆ เพิ่มให้ผู้ประกอบธุรกิจรับผิดชอบ โดยกำหนดเป็นมาตรการหรือประกาศให้ชัดเจน

๔.๒ มีศูนย์ให้คำปรึกษาเพื่อแก้ไขปัญหาเบื้องต้นแก่ผู้บริโภค และประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

๔.๓ กำหนดให้มีนโยบายให้สิทธิ์ผู้บริโภคตรวจสอบสินค้าก่อนชำระเงิน ซึ่งมาตรการดังกล่าว สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔) ในยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การพัฒนาองค์ความรู้ และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค และยุทธศาสตร์ที่ ๕ การส่งเสริมการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภค หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.) ผู้ประกอบธุรกิจที่ขายสินค้าออนไลน์ บริษัทขนส่ง

๕. ปัญหาผู้บริโภคเปลี่ยนใจไม่ซื้อสินค้า หลังจากที่ได้ชำระเงินแล้ว ซึ่งอาจมีสาเหตุจาก ผู้บริโภคเห็นผู้ขายสินค้าออนไลน์รายอื่นขายสินค้าประเภทเดียวกันในราคาถูกกว่า หรือผู้บริโภคตระหนักได้ในภายหลังว่า ไม่มีความจำเป็นในการซื้อสินค้านั้นแล้ว หรือผู้บริโภคมีระยะเวลาในการตัดสินใจในเวลาจำกัด โดยมีแนวทางการแก้ไขปัญหา คือ ประชาสัมพันธ์ให้กับผู้บริโภคหาข้อมูลด้านราคาและคุณภาพสินค้าจากหลากหลายช่องทางก่อนตัดสินใจซื้อ สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องคือ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคและกรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งมาตรการดังกล่าว สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔) ในยุทธศาสตร์ที่ ๓ การพัฒนาองค์ความรู้และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค และยุทธศาสตร์ที่ ๕ การส่งเสริมการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภค

๖. ปัญหาการส่งของล่าช้า อาจมีสาเหตุต่างๆ เช่น ไม่มีสต็อกสินค้า ผลิตสินค้าไม่ทัน เป็นสินค้าที่ส่งมาจากต่างประเทศ เกิดความผิดพลาดจากการขนส่ง เกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติ เป็นช่วงเทศกาล ผู้ประกอบธุรกิจไม่แจ้งระยะเวลาที่ชัดเจน ส่วนแนวทางการแก้ไขปัญหา ได้แก่

๖.๑ มีมาตรการในการจัดเกรด (rating) ผู้ประกอบธุรกิจจากคะแนนความคิดเห็นของผู้บริโภค (รีวิว) เพื่อให้ผู้บริโภคทราบคุณภาพการให้บริการ

๖.๒ มีมาตรการให้ผู้ประกอบธุรกิจคืนเงิน

๖.๓ กำหนดให้ผู้บริโภคมีช่องทางในการตรวจสอบความล่าช้าในการขนส่งสินค้า หรือมีสิทธิเรียกเงินคืน

สำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.) ผู้ประกอบธุรกิจที่ขายสินค้าออนไลน์ บริษัทขนส่ง ซึ่งมาตรการดังกล่าว สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔) ในยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค และยุทธศาสตร์ที่ ๕ การส่งเสริมการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภค

๗. ปัญหาได้สินค้าเลียนแบบสินค้าราคาแพง (สินค้าก๊อปปี้แบรนด์เนม) อาจมีสาเหตุจากผู้ประกอบธุรกิจให้ข้อมูลไม่ครบถ้วน หรือตั้งใจปิดบังข้อเท็จจริง หรือตั้งใจขายสินค้าเลียนแบบ แล้วตั้งราคาเท่าสินค้าของแท้ พร้อมทำข้อความโฆษณาที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจผิดว่าเป็นของแท้ แนวทางการแก้ไข ได้แก่

๗.๑ การกำหนดมาตรการให้ผู้ประกอบธุรกิจคืนเงินหรือถูกดำเนินคดี

๗.๒ การทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน

๗.๓ การจัดทำข้อมูลผู้ประกอบธุรกิจยอดแย่

๗.๔ การทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือระหว่างเจ้าของเว็บไซต์สื่อกลางการซื้อ-ขายสินค้าออนไลน์ (E-Marketplace) เพื่อร่วมมือไม่นำสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์มาจำหน่าย

๗.๕ การกำหนด ...

๗.๕ การกำหนดให้บริษัทที่เป็น E-Marketplace ตรวจสอบ เมื่อพบเห็นผู้กระทำความผิด ให้ปิดตัวสินค้าและผู้ขาย

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ เจ้าของเว็บไซต์สื่อกลางการซื้อขายสินค้าออนไลน์ (E-Marketplace) ผู้ประกอบธุรกิจขายสินค้าออนไลน์ที่เป็นนิติบุคคลและบุคคลธรรมดา กรมทรัพย์สินทางปัญญา สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.) และกองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเทคโนโลยี (ปอท.) ซึ่งมาตรการดังกล่าว สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔) ในยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค และยุทธศาสตร์ที่ ๕ การส่งเสริมการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภค

๘. ปัญหาการขายสินค้าผิดกฎหมาย เช่น บุหรี่ไฟฟ้า บารากู่ ปืนอัดลม เป็นต้น สาเหตุปัญหาอาจเกิดจาก หน่วยงานรัฐตรวจสอบไม่ทั่วถึง หรือไม่มีการควบคุมสื่อออนไลน์ ผู้ประกอบธุรกิจตรวจสอบไม่ทั่วถึง ทำให้มีการลักลอบจำหน่าย ปัญหาดังกล่าวอาจมีแนวทางแก้ไขปัญหา ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบธุรกิจและผู้บริโภคได้รับทราบข้อมูลอย่างทั่วถึง และการใช้ระบบกวาดตาที่เกี่ยวข้องกับสินค้าผิดกฎหมาย สำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ ผู้ประกอบธุรกิจขายสินค้าออนไลน์ที่เป็นนิติบุคคลและบุคคลธรรมดา สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.) และกองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเทคโนโลยี (ปอท.) กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค (ปคบ.) กรมศุลกากร สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) และสำนักงาน กสทช. ซึ่งมาตรการดังกล่าว สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔) ในยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การพัฒนาองค์ความรู้และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค และยุทธศาสตร์ที่ ๕ การส่งเสริมการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภค

๙. ปัญหาการคืนเงินล่าช้า สาเหตุของปัญหา เช่น กรณีที่มีการคืนเงินเข้าบัตรเครดิตและคืนเงิน E-Wallet มีขั้นตอนที่ล่าช้า กรณีที่คืนเป็นเงินสด ผู้ประกอบธุรกิจอาจไม่ยอมคืนเงินในทันที เป็นต้น แนวทางการแก้ไขปัญหาคือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องหารือร่วมกับธนาคารพาณิชย์ต่างๆ เกี่ยวกับนโยบายการคืนเงินเข้าบัตรเครดิต เพื่อลดระยะเวลาในการคืนเงินให้สั้นลง โดยใช้ในกรณีที่ผู้บริโภคถูกละเมิดสิทธิ สำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ ผู้ประกอบธุรกิจขายสินค้าออนไลน์ที่เป็นนิติบุคคลและบุคคลธรรมดา บริษัทที่เป็น E-Marketplace สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ธนาคารแห่งประเทศไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างๆ ซึ่งมาตรการดังกล่าว สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔) ในยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค และยุทธศาสตร์ที่ ๕ การส่งเสริมการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภค

๑๐. การแก้ไขปัญหาล่าช้าหรือมีกระบวนการที่ซับซ้อน สาเหตุปัญหาเกิดจาก หน่วยงานรัฐไม่สามารถตรวจสอบตัวตนของผู้ประกอบธุรกิจได้ โดยเฉพาะผู้ประกอบธุรกิจขายสินค้าออนไลน์ ที่เป็นบุคคลธรรมดา แนวทางการแก้ไขปัญหาคือใช้วิธีการหารือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการตั้งมาตรการร่วมกันสำหรับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ ผู้ประกอบธุรกิจขายสินค้าออนไลน์ที่เป็นบุคคลธรรมดา สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.) กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเทคโนโลยี (ปอท.) และสำนักงาน กสทช. ซึ่งมาตรการดังกล่าว สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔) ในยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การพัฒนาองค์ความรู้และการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค และยุทธศาสตร์ที่ ๕ การส่งเสริมการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภค

## กิจกรรมในวันที่ ๒๑ สิงหาคม ๒๕๖๒

ในช่วงเช้าเป็นการอภิปรายเรื่อง Big Projects ด้านภาพรวมเชิงนโยบายในการสื่อสารข้อมูลแก่ผู้บริโภคนโยบายโดยมีวิทยากร ๔ คน และมีนางสาวปฐมดวง เชวงเดช นักวิเคราะห์นโยบายและแผนปฏิบัติการเป็นผู้ดำเนินรายการ การอภิปรายดังกล่าวมีรายละเอียดสรุปได้ ดังนี้

๑. นายพิฆเนศ ต๊ะปวง รองเลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ได้บรรยายเกี่ยวกับรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. ๒๕๖๐ มาตรา ๖๑ กำหนดไว้ว่า รัฐต้องจัดให้มีมาตรการหรือกลไกที่มีประสิทธิภาพในการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคด้านต่างๆ การดำเนินงานของ สคบ. ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔) โดยมียุทธศาสตร์ที่ ๕ การส่งเสริมการบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นยุทธศาสตร์ที่สามารถตอบโจทย์ของยุทธศาสตร์ที่ ๑-๔ ได้ นโยบายรัฐบาลด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และภาพรวมของระบบการแจ้งเตือนภัยผู้บริโภคของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (ThaiCAS)

๒. นายสุวิทย์ วิจิตรโสภาค ผู้อำนวยการสำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภค ได้บรรยายเกี่ยวกับขั้นตอนการทำงานของระบบแจ้งเตือนภัยผู้บริโภคของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (ThaiCAS) สถานะของระบบในปัจจุบัน ส่วนที่ยังใช้งานอยู่ในหมวดข่าวประชาสัมพันธ์ แนวคิดการปรับเปลี่ยนระบบ

๓. นายฤทธิรอน ทวีทรัพย์ นักสืบสวนสอบสวนชำนาญการ รักษาการในตำแหน่งนักสืบสวนสอบสวนชำนาญการพิเศษ กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านฉลาก ได้บรรยายเกี่ยวกับสินค้าห้ามขาย การลงพื้นที่ตรวจจับสินค้าการบูรณาการระหว่างหน่วยงานในการลงพื้นที่ตรวจสินค้าที่อาจเป็นอันตราย วิธีการขายสินค้าที่ผิดกฎหมาย แนวทางการป้องกันปัญหาสินค้าที่อาจเป็นอันตรายก่อนสินค้าเข้าสู่ตลาด ตัวอย่างกรณีศึกษา

๔. นายศิริระณัฐ วิทยธรรมธัช นิติกรชำนาญการ กองกฎหมายและคดี ได้บรรยายเกี่ยวกับพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ ๔) พ.ศ. ๒๕๖๒ ซึ่งเน้นในเรื่องความปลอดภัยของสินค้าและบริการ กฎหมายต่างประเทศที่เจ้าหน้าที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคนำมาอ้างอิงในการกำหนดบทบัญญัติด้านความปลอดภัยของสินค้าและบริการ คือกฎหมายสหราชอาณาจักรที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของสินค้า ขั้นตอนการเรียกคืนสินค้าตามกฎหมายประเทศออสเตรเลีย บทนิยามของคำว่า “สินค้าที่เป็นอันตราย” “บริการที่เป็นอันตราย” หน้าที่ทั่วไปของผู้ประกอบธุรกิจ การแจ้งเตือนภัยของผู้ประกอบธุรกิจ การใช้อำนาจของคณะกรรมการว่าด้วยความปลอดภัยของสินค้าและบริการ มาตรการภายหลังมีคำสั่งห้ามขายสินค้า และความร่วมมือกับหน่วยงานอื่น

กิจกรรมในช่วงบ่ายเป็นการประชุมระดมสมองเรื่อง Big Projects ด้านเฝ้าระวังและแจ้งเตือนภัยแก่ผู้บริโภคยุค ๔.๐ โดยมีนายสุวิทย์ วิจิตรโสภาค ผู้อำนวยการสำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นผู้ดำเนินรายการ โดยในที่ประชุมได้มีการระดมสมองและแลกเปลี่ยน ปัญหาและอุปสรรคของกลไกการแจ้งเตือนภัย การดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในปัจจุบัน และความคาดหวังที่มีต่อกลไกการแจ้งเตือนภัย ซึ่งมีรายละเอียดสรุปได้ ดังนี้

### ๑. ปัญหาและอุปสรรคของกลไกการแจ้งเตือนภัย

๑.๑ ผู้บริโภคไม่ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการแจ้งเตือนภัย

๑.๒ ประชาชนไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ อาจเนื่องมาจากการเข้าถึงข้อมูลซับซ้อนยุ่งยากหลายขั้นตอน หรือเข้าถึงข้อมูลได้น้อย ทำให้ประชาชนไม่สนใจข้อมูลภาครัฐ

๑.๓ ระบบกลไกการแจ้งเตือนภัยมีความล่าช้า ไม่ทันต่อสถานการณ์

๑.๔ ขาดความรับผิดชอบร่วมกันระหว่างหน่วยงานรัฐและผู้ประกอบธุรกิจ เกี่ยวกับการนำสินค้าผิดกฎหมาย สินค้าอันตราย หรือสินค้าที่อาจก่อให้เกิดความไม่ปลอดภัยมาจำหน่าย

๑.๕ ในการโฆษณาเชิงโอ้อวด สินค้าบางประเภทไม่มีกฎหมายเฉพาะในการกำกับดูแล จึงนำพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (เรื่องการจัดทำฉลาก) มาเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาเบื้องต้น

๑.๖ สินค้าบางประเภทมีส่วนที่เกี่ยวข้องหลายหน่วยงาน เช่น บัตรพลังงาน เครื่องรางของขลัง เป็นต้น

๑.๗ ระบบแจ้งเตือนภัยของหน่วยงานรัฐไม่มีการจัดหมวดหมู่ของข้อมูลให้ชัดเจน หรือมีข้อมูลไม่เพียงพอ

๑.๘ ไม่มีการติดตามผลหลังการแจ้งเตือนภัย และการออกประกาศต่างๆ ยังไม่มีการบังคับใช้ในทางกฎหมายอย่างจริงจัง

๑.๙ ไม่นำผลการทดสอบมาแจ้งเตือนภัยให้ผู้บริโภคทราบ

๑.๑๐ ยังไม่มีการเชื่อมโยงฐานข้อมูลด้านการแจ้งเตือนภัยร่วมกันระหว่างหน่วยงานรัฐ

## ๒. การดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในปัจจุบัน สรุปรายละเอียดได้ ดังนี้

๒.๑ กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์อยู่ในระหว่างการปรับปรุงข้อมูล และมีแผนการเชื่อมโยงข้อมูลกับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)

๒.๒ ธนาคารแห่งประเทศไทย มีสื่อสังคมออนไลน์ทุกสื่อ เน้นการให้ความรู้ การแจ้งเตือนภัยด้านการเงินกับผู้บริโภค

๒.๓ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค มีโครงการเชื่อมโยงฐานข้อมูลร่วมกันทั้งหมด ๑๑ กระทรวง ๒๕ หน่วยงาน ได้แก่ กระทรวงมหาดไทย (กรมการปกครอง กรมที่ดิน กรมโยธาธิการและผังเมือง ศูนย์ดำรงธรรม และกรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น) กระทรวงคมนาคม (กรมการขนส่งทางบก) กระทรวงสาธารณสุข (กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา แพทยสภา และทันตแพทยสภา) กระทรวงอุตสาหกรรม (สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (กรมการท่องเที่ยว) กระทรวงพาณิชย์ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า และกรมการค้าภายใน) กระทรวงยุติธรรม (กรมคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพ และกรมบังคับคดี) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (กรมวิชาการเกษตร) กระทรวงการคลัง (สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย) สำนักงาน กสทช. กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์) สำนักนายกรัฐมนตรี (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ และศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ ๑๑๑๑) ของสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี) ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน (ปปง.) และสำนักงานอัยการสูงสุด อย่างไรก็ตาม ข้อมูลที่เกิดจากการเชื่อมโยงของข้อมูลทั้ง ๒๘ หน่วยงาน ทำให้มีข้อมูลเป็นจำนวนมาก ซึ่งต้องมีการจัดลำดับความสำคัญของข้อมูล เพื่อเผยแพร่ให้ประชาชนสามารถเข้าถึงได้ง่าย

๒.๔ กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ได้มีการทดสอบสินค้าด้วยชุดทดสอบ (Test Kit) แต่เนื่องจากยังไม่มีความน่าเชื่อถือเพียงพอจึงไม่สามารถเผยแพร่ได้ เพราะอาจถูกฟ้องดำเนินคดี กรณีที่จะสามารถเผยแพร่ให้ประชาชนทราบได้ ผลการทดสอบดังกล่าวต้องได้ผ่านการรับรองจากห้องปฏิบัติการทดลอง และต้องได้รับอนุญาตจากหน่วยงานเจ้าของเรื่องเท่านั้น

๒.๕ สถาบันรหัสสากล (GS 1) มีแอปพลิเคชันในการตรวจสอบสินค้าจากบาร์โค้ด โดยแอปพลิเคชันดังกล่าวชื่อ GS1 SmartBar

### ๓. ความคาดหวังที่มีต่อกลไกการแจ้งเตือนภัย

๓.๑ หน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ควรมีศูนย์กลางข้อมูลข่าวสารการแจ้งเตือนภัย เช่น สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคควรมีเชื่อมโยงข้อมูลเกี่ยวกับข่าวปลอม (Fake news) กับกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม เป็นต้น

๓.๒ ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายต้องมีคุณภาพ ผ่านการตรวจสอบและรับรองจากหน่วยงานรัฐ

๓.๓ ผู้บริโภคมีภูมิคุ้มกันและมีองค์ความรู้ที่สามารถปกป้องตนเองจากสินค้าอันตราย หรือสินค้าที่อาจไม่ปลอดภัยได้

๓.๔ หน่วยงานภาครัฐร่วมกันสร้างความตระหนักรู้และเผยแพร่ความรู้ ตลอดจนปรับปรุงวิธีการสื่อสารให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

๓.๕ ผู้บริโภคได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่มีความน่าเชื่อถือ สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย และสะดวก

๓.๖ การพัฒนากลไกหรือระบบแจ้งเตือนภัย ควรมีการบูรณาการละเอียดในแต่ละขั้นตอน ให้ชัดเจนและสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

\*\*\*\*\*



ประมวลภาพโครงการบูรณาการระหว่างหน่วยงาน (Big Projects)  
ในการบริหารจัดการด้านการซื้อขายสินค้าออนไลน์และเฟิร์ว-แองเจิลเทคกับผู้ประกอบการยุค ๔.๐  
วันที่ ๒๐ และ ๒๑ สิงหาคม ๒๕๖๒ ณ โรงแรมทีเค พาเลส คอนเวนชัน กรุงเทพมหานคร



รูปที่ ๑ การลงทะเบียนหน้างาน วันที่ ๒๐ ส.ค.๖๒



รูปที่ ๒ ผอ.สุวิทย์ฯ กล่าวรายงาน



รูปที่ ๓ ลคบ.กล่าวเปิดงาน



รูปที่ ๔ บรรยายภาคการอภิปรายเรื่อง Big Projects ด้าน การซื้อ-ขายสินค้าออนไลน์ ยุค ๔.๐



รูปที่ ๕ ท่านรองฯ พิชเนต อธิบายความเป็นมาของ Big Projects



รูปที่ ๖ ผอ.สุวิทย์ฯ กล่าวถึงแนวทางการบูรณาการ



รูปที่ ๗ นายณชภัทรฯ กคต. อธิบายเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง



รูปที่ ๘ บรรยากาศโดยรวมในช่วงเช้าของวันที่ ๒๐ ส.ค. ๖๒



รูปที่ ๙ บรรยากาศช่วงบ่ายวันที่ ๒๐ ส.ค. ๖๒ เป็นการประชุมระดมสมอง ดำเนินรายการโดย นายชชนันนา



รูปที่ ๑๐ ผู้แทนจาก สพอ. ร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็น



รูปที่ ๑๑ ผู้แทนจากบริษัท ลาซาต้าฯ อธิบายถึงนโยบายของบริษัทที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค



รูปที่ ๑๒ ผู้แทนจากมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค



รูปที่ ๑๓ ท่านรองฯ พินเนตฯ บรรยายภาพรวมของระบบแจ้งเตือนภัย ในช่วงเช้าวันที่ ๒๑ ส.ค. ๖๒



รูปที่ ๑๔ ผอ.สุวิทย์ฯ อธิบายขั้นตอนการทำงานของระบบแจ้งเตือนภัย (ThaiCAS)



รูปที่ ๑๕ นายฤทธิรอนฯ กคฉ. อธิบายเกี่ยวกับการกำกับดูแลสินค้าที่อาจไม่ปลอดภัยของ สคบ.



รูปที่ ๑๖ นายศิระณัฐฯ กคค. อธิบายรายละเอียดด้านความปลอดภัยของสินค้าและบริการ ในพรบ.คุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ ๔) พ.ศ. ๒๕๖๒



รูปที่ ๑๗ ช่วงบ่ายของวันที่ ๒๑ ส.ค.๖๒ เป็นการประชุมระดมสมองเกี่ยวกับกลไกแจ้งเตือนภัย โดยมี ผอ.สุวิทย์ฯ เป็นผู้ดำเนินรายการ



รูปที่ ๑๘ ผอ.สุวิทย์ฯ ชักถามความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม



รูปที่ ๑๙ เจ้าหน้าที่ส่วนประสานฯ บันทึกความคิดเห็น  
ของผู้เข้าร่วมประชุม



รูปที่ ๒๐ ผู้แทนจากหน่วยงานภายนอกแสดงความ  
ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา/อุปสรรคของกลไกแจ้งเตือนภัย

\*\*\*\*\*