

วิสัยทัศน์ พันธกิจ ยุทธศาสตร์ และแผนงานเร่งด่วน 4 ปี และเป้าหมายในแต่ละปี

ที่มาความสำคัญ

ตามพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 กำหนดให้องค์กรผู้บริโภคจำนวนไม่น้อยกว่า 150 องค์กรรวมตัวกัน จัดตั้งเป็นสภาองค์กรของผู้บริโภค¹ โดยสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีในฐานะนายทะเบียนกลาง ได้มีการประกาศในราชกิจจานุเบกษา เรื่องการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค เมื่อวันที่ 9 ธันวาคม 2563 เพื่อให้สภาองค์กรของผู้บริโภค ทำหน้าที่เป็นผู้แทนของผู้บริโภคและมีสิทธิและอำนาจตามบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย มาตรา 46 พระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง โดยองค์กรของผู้บริโภคซึ่งเป็นผู้เริ่มก่อนการต้องจัดประชุมได้จัดประชุมภายใน 30 วันและจัดทำข้อบังคับซึ่งเปรียบเสมือนแนวทางในการดำเนินงานและการบริหารงานของสภาองค์กรของผู้บริโภค

สภาผู้แทนราษฎรและวุฒิสภาได้ให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ว่า สภาผู้บริโภค มีการปฏิบัติงานคุ้มครองผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี ทำงานได้ผลเป็นที่ประจักษ์เกินมูลค่างบประมาณที่ได้รับ พร้อมเสนอให้ขยายการดำเนินการให้มีสมาชิกครบถ้วนในทุกจังหวัดซึ่งได้ขยายจาก 33 จังหวัดเป็น 58 จังหวัด สภาผู้บริโภคได้เพิ่มเติมประเด็นในการทำงานนโยบายจาก 8 ด้าน ได้แก่ 1)ด้านการเงินและการธนาคาร 2)ด้านการขนส่งและยานพาหนะ 3)ด้านอาหารมัตริพย์และที่อยู่อาศัย 4)ด้านอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ 5)ด้านบริการสุขภาพ 6)ด้านสินค้าและบริการทั่วไป 7)ด้านการสื่อสาร โทรคมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศ 8)ด้านบริการสาธารณะ พลังงานและสิ่งแวดล้อม และเพิ่มอีก 1 ด้าน คือด้านการศึกษา

สภาผู้บริโภคได้ดำเนินการประเมินผลการดำเนินงานในรอบ 3 ปี โดยสถาบันเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI) เพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมประสิทธิภาพและการตรวจสอบการดำเนินงานของสภาผู้บริโภคให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และปรับปรุงวิสัยทัศน์ ให้สภาผู้บริโภค “เป็นกลไกผลักดันนโยบายเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับความเป็นธรรม”

ภัยมิฉาชีพออนไลน์ยังเป็นปัญหาสำคัญ ถึงแม้หน่วยงานต่างๆ จะมีความพยายามในการประกาศ พระราชกำหนดมาตรการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมทางเทคโนโลยี (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2568 และพระราชกำหนดการประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2568 โดยพระราชกำหนดทั้ง 2 ฉบับนี้ มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2568 ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เป็นต้นไป (13 เมษายน 2568) เพื่อให้ธนาคารและบริษัทโทรคมนาคม รับผิดชอบต่อความเสียหาย มีการตรวจสอบการโอนเงินที่ผิดปกติ เพื่อลดความเสียหายที่จะเกิดขึ้นกับผู้บริโภค

และยังยืนมากยิ่งขึ้น 4 ปีที่ผ่านมาสภาองค์กรของผู้บริโภค (สภาผู้บริโภค) ได้ทำหน้าที่ในการรักษาผลประโยชน์ของผู้บริโภคหลายด้านที่สำคัญ การเสนอแนะนโยบายเพื่อปรับปรุงระบบการคุ้มครองของประเทศ การคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคทั้งปัจเจกแบบกลุ่ม และระบบการคุ้มครองผู้บริโภคผ่านการให้คำแนะนำ การเจรจาไกล่เกลี่ย และการฟ้องคดีให้กับผู้บริโภค การสนับสนุนให้สมาชิกในจังหวัดต่างๆ ได้อย่างทั่วถึง รวมทั้งการพัฒนาประสิทธิภาพการทำงานในด้านต่างๆ อย่างต่อเนื่อง

ปัญหาและอุปสรรค

¹ สภาองค์กรของผู้บริโภค เรียกโดยย่อว่า “สภาผู้บริโภค”ตามข้อบังคับของสภาองค์กรของผู้บริโภค ปี พ.ศ. 2565

1. การยอมรับข้อเสนอนโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคของสภาผู้บริโภค จากบางหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีปัญหาและอุปสรรคจากหลายปัจจัยและแตกต่างกันในแต่ละด้าน รวมถึงการสนับสนุนข้อเสนอ นโยบาย มาตรการคุ้มครองผู้บริโภคจากผู้บริโภค
2. ความต่อเนื่องและสม่ำเสมอของงบประมาณในการสนับสนุนสภาองค์กรผู้บริโภค ทำให้สภาผู้บริโภคต้องดำเนินการขอรับงบกลางรายการเงินสำรองจ่ายเพื่อกรณีฉุกเฉินหรือจำเป็นทุกปี นับตั้งแต่มีการจัดตั้งสภาผู้บริโภค ซึ่งส่งผลกระทบต่อการทำงานคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคและการสนับสนุนสมาชิกให้รักษาประโยชน์ของผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง จึงมีข้อเสนอต่อคณะรัฐมนตรีให้มติดำเนินการสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินงานของสภาองค์กรของผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องทุกปีอย่างน้อยในอัตราไม่น้อยกว่า 5 บาทต่อหัวประชากร หรือประมาณ 350 ล้านบาทต่อปี เพื่อมีความเป็นอิสระในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค ตามเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญและกฎหมายการจัดตั้งสภาผู้บริโภค แต่ยังไม่ประสบความสำเร็จ
3. ความแตกต่างหลากหลายของประเด็นงานด้านการทำงานคุ้มครองผู้บริโภคใน 9 ด้าน ความเชี่ยวชาญของบุคลากรในด้านต่างๆ สถานการณ์ปัญหาเฉพาะหน้าของผู้บริโภค ทำให้ความสำเร็จและความต่อเนื่องในด้านต่างๆ มีข้อจำกัดในการดำเนินงาน
4. ผู้บริโภคบางกลุ่มยังมีความสับสนระหว่าง สภาองค์กรของผู้บริโภค และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) เนื่องจากยังไม่ทราบถึงความแตกต่างหรือจุดแข็งจุดอ่อนของแต่ละองค์กร โดยสภาองค์กรของผู้บริโภค ได้ปรับการเรียกชื่อโดยย่อว่า เป็น สภาผู้บริโภค แทนสคบ. ซึ่งใกล้เคียงกับสคบ. เพื่อลดการสร้างสับสนให้ประชาชน

ความท้าทายในงานผู้บริโภคอนาคต

1. อัตราการตายและบาดเจ็บต่อชีวิตจากการใช้สินค้าและบริการที่จำเป็น เช่น การก่อสร้างถนนและโครงสร้างพื้นฐานอื่นๆ เช่น ถนนพระรามสอง การใช้บริการรถโดยสารสาธารณะ การใช้ผลิตภัณฑ์และบริการสุขภาพ ยังเป็นปัญหาพื้นฐานของสังคมไทยที่จะต้องมีการดำเนินงาน
2. ภัยมิถุนออนไลน์ยังเป็นปัญหาสำคัญ ถึงแม้หน่วยงานต่างๆ จะมีความพยายามในการดำเนินงานอย่างเต็มที่ในการออกพระราชกำหนดมาตรการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมทางเทคโนโลยีฉบับใหม่ แต่พบว่า หน่วยงานยังอาศัยบัญชีได้ทันเพียง 3% สถิติความเสียหายสะสมตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2568 ถึงวันที่ 11 พฤษภาคม 2568 พบว่า ยังมีความเสียหายเกิดขึ้นกับผู้บริโภคมากกว่า 9,628 ล้านบาท มีคดีออนไลน์มากถึง 118,456 คดี เฉลี่ย 891 คดีต่อวัน ขณะที่เทคนิคและการหลอกลวงออนไลน์ได้รับการพัฒนามากขึ้น
3. การควบคุม AI และการตลาดดิจิทัล มีแนวโน้มใช้ AI เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค จึงต้องมีการกำกับให้เป็นธรรมและไม่ละเมิดสิทธิผู้บริโภค การกำกับการตลาดผลิตภัณฑ์และบริการที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงจะมีความซับซ้อนมากขึ้น เช่น การใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในการให้ข้อมูล เสนอบริการ ซึ่งผู้บริโภคอาจไม่เข้าใจ ไม่เท่าทันในรายละเอียดและความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง
4. การควบคุมบริการ Buy Now Pay Later (BNPL) เพื่อป้องกันการสร้างภาระหนี้แก่ผู้บริโภค
5. วิฤตภูมิอากาศ ดินโคลนถล่ม ความรุนแรงของความเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ ย่อมมีความจำเป็นในการพัฒนาระบบการบริโภคที่ยั่งยืนและการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตของผู้บริโภคให้มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Sustainable Lifestyles) รวมทั้งการตรวจสอบ “Green Claims” เพื่อป้องกันการกล่าวอ้างด้านสิ่งแวดล้อมที่เกินจริงเป็นเท็จ (Greenwashing) ส่งเสริมให้ผู้บริโภคตัดสินใจโดยมีข้อมูลครบถ้วน

6. ไม่มีหน่วยงานใดทำงานสำเร็จได้เพียงองค์กรเดียวหรือหน่วยงานเดียว ความท้าทายในการสร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และรวมถึงความร่วมมือในภูมิภาคอาเซียนและระหว่างประเทศ
7. การพัฒนาศักยภาพเจ้าหน้าที่สำนักงาน หน่วยงานเขตพื้นที่ หน่วยงานประจำจังหวัด สมาชิก และองค์การพหุภาคีของสภาองค์กรผู้บริโภคให้เท่าทันความเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจสังคมและโลก

วิสัยทัศน์

“สภาผู้บริโภครักษาประโยชน์ของผู้บริโภคได้”

พันธกิจ

1. ส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้บริโภคพิทักษ์สิทธิของตนเองและสังคมได้
2. หน่วยงานรัฐมีนโยบายและมาตรการเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับความเป็นธรรม
3. สนับสนุนและพัฒนาองค์กรสมาชิกและองค์กรของผู้บริโภคให้เป็นกลไกคุ้มครองผู้บริโภคในระดับจังหวัด
4. สนับสนุนผู้บริโภคให้สามารถเปลี่ยนวิถีชีวิตเพื่อการบริโภคที่ยั่งยืนเพิ่มมากขึ้น
5. สื่อสารและสร้างความร่วมมือกับทุกภาคส่วน เพื่อสร้างความเป็นธรรมให้กับผู้บริโภค

แผนงานเร่งด่วนใน 4 ปี

แผนงานสำคัญ
1) แผนงานพัฒนาหน่วยวิชาการเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค (Policy support Unit)
1.1 บทเรียนและการจัดการความรู้ของผู้บริโภค
1.2 สร้างความร่วมมือกับนักวิชาการ หรือหน่วยงานวิชาการ ในการพัฒนาความรู้ ข้อมูลทางวิชาการ
1.3 ใช้ข้อมูลวิชาการ สนับสนุนการพัฒนาข้อเสนอแนะนโยบาย มาตรการในการดำเนินงานของสภาผู้บริโภค
2) แผนงานสนับสนุนการมีส่วนร่วมของผู้บริโภค โดยเฉพาะกลุ่มเยาวชน สตรี ผู้สูงอายุ ในการคุ้มครองตนเอง และการบริโภคที่ยั่งยืน
2.1 พัฒนาศักยภาพ
2.2 สร้างความเท่าทันต่อสถานการณ์ และความท้าทายของผู้บริโภค
2.3 สนับสนุนการปฏิบัติการเพื่อการพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคและสร้างความเป็นธรรมทางสังคม
3) แผนงานพัฒนาองค์กรและกลไกคุ้มครองผู้บริโภคประชาชน
3.1 พัฒนาและเพิ่มสมาชิกสภาผู้บริโภคให้ครอบคลุมทั่วประเทศ
3.2 พัฒนาคณะทำงานให้มีศักยภาพและมีคนทำงานรุ่นต่อไป
3.3 สร้างจิตสำนึกทางสังคมและยกระดับคุณภาพชีวิตคนทำงาน
4) Digital Transformation
4.1 สร้างความเท่าทัน การกำกับแพลตฟอร์ม การตลาดดิจิทัล และAI
4.2 การใช้ AI ในการพัฒนางานคุ้มครองสิทธิและการสื่อสารสาธารณะ
4.3 เพิ่มศักยภาพด้าน IT และพัฒนา Digital Culture
5) แผนดำรงความเป็นอิสระ และความมั่นคงด้านงบประมาณ
5.1 กองทุนป้องกันเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค
5.2 จัดทำระเบียบหารายได้
5.3 ปรับปรุง พรบ. จัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค 2562