

รายงานประจำปี 2566

สภาองค์กรของผู้บริโภค
Thailand Consumers Council



สภาองค์กรของผู้บริโภค*

- เป็นองค์กรตามเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญตั้งแต่ปี 2540 จนถึงรัฐธรรมนูญฉบับปัจจุบัน
- จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562
- ทำหน้าที่เป็นผู้แทนของผู้บริโภคทุกคน ทุกด้าน เบื้องต้นกำหนดไว้ 8 ด้าน และมีอำนาจในการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค
- มีความเป็นอิสระในการปฏิบัติหน้าที่

กฎหมายกำหนดให้สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีเสนอต่อคณะรัฐมนตรี จัดสรรเงินอุดหนุนเป็นรายปี เป็นการจ่ายขาดให้แก่สภาองค์กรของผู้บริโภคตามที่เสนอขอ

*หมายเหตุ ตามข้อบังคับสภาองค์กรของผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2566 ได้กำหนดให้ "สภาองค์กรของผู้บริโภค" เรียกโดยย่อว่า "สภาผู้บริโภค" ดังนั้นเพื่อความกระชับในการสื่อสาร ในเนื้อหาของรายงานนี้โดยทั่วไปจะใช้คำว่า "สภาผู้บริโภค" ยกเว้นในบางหัวข้อและกรณีอยู่ในบริบทที่เป็นทางการ หรือเป็นการระบุชื่อเต็มเป็นการเฉพาะ

เพื่อ (น) ผู้บริโภครู้จัก



สํานักงานข้อมูลผู้บริโภค



สารบัญ

วิสัยทัศน์ พันธกิจ ยุทธศาสตร์	4
โครงสร้างสภาองค์กรของผู้บริโภค	5
สารจากรองนายกรัฐมนตรี	6
สารจากปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี	7
สารจากประธานสภาองค์กรของผู้บริโภค	8
สารจากเลขาธิการสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค	9
สารจากหน่วยงานประจำจังหวัด-หน่วยงานเขตพื้นที่ สภาองค์กรของผู้บริโภค	11
บทสรุปผู้บริหาร	12
Executive Summary	16
ประชาชนได้อะไรมากจากสภาผู้บริโภค (ปีงบประมาณ 2566)	20
<hr/>	
ส่วนที่ 1 พลิกอำนาจต่อรอง...สู่มือผู้บริโภค	25
ผลงานเด่น 1: เงินกู้ศรีสวัสดิ์ เมื่อหนี้นอกระบบแฝงอยู่กับสินเชื่อสถาบัน	26
ผลงานเด่น 2: แนวคิดรถไฟฟ้ามวลชน ทุกคนขึ้นได้ทุกวัน	38
ผลงานเด่น 3: จากผลทดสอบความทนของหมวกกันน็อก สู่สิทธิการเลือกซื้อที่ป้องกันชีวิตได้	48
<hr/>	
ส่วนที่ 2 ผลการดำเนินงานตามแผนงาน	59
แผนงานและเป้าหมาย ปีงบประมาณ 2566	60
1. งานคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค	62
2. งานพัฒนานโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค	74
3. งานสนับสนุนหน่วยงานประจำจังหวัดและองค์กรผู้บริโภค	88
4. งานสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค	95
5. งานบริหารจัดการสำนักงานและพัฒนาศักยภาพองค์กรผู้บริโภค	99
สรุปข้อเสนอแนะของประชาชนต่อการดำเนินงานของสภาผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ 2566	102
<hr/>	
ส่วนที่ 3 ปัญหา อุปสรรค และความท้าทาย	105
ปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไข	106
ความคืบหน้าข้อเสนอ 8 ด้าน (ปี 2565) จากนโยบายกระจายสู่ปฏิบัติการจริง	110
ความท้าทายของงานคุ้มครองผู้บริโภคปี 2567	118
<hr/>	
ส่วนที่ 4 รายงานการเงินและความโปร่งใส	125
รายงานการเงิน ปีงบประมาณ 2566	126
ค่าใช้จ่ายงบประมาณประจำปีงบประมาณ 2566	160
กลไกตรวจสอบการทำงานของสภาผู้บริโภค	161
รายงานผลการดำเนินงานของคณะกรรมการการตรวจสอบประจำปีงบประมาณ 2566	162
<hr/>	
ภาคผนวก	165

วิสัยทัศน์ พันธกิจ ยุทธศาสตร์



วิสัยทัศน์

เป็นผู้แทนของผู้บริโภคทุกด้าน
เพื่อคุณภาพชีวิตของทุกคน



พันธกิจ

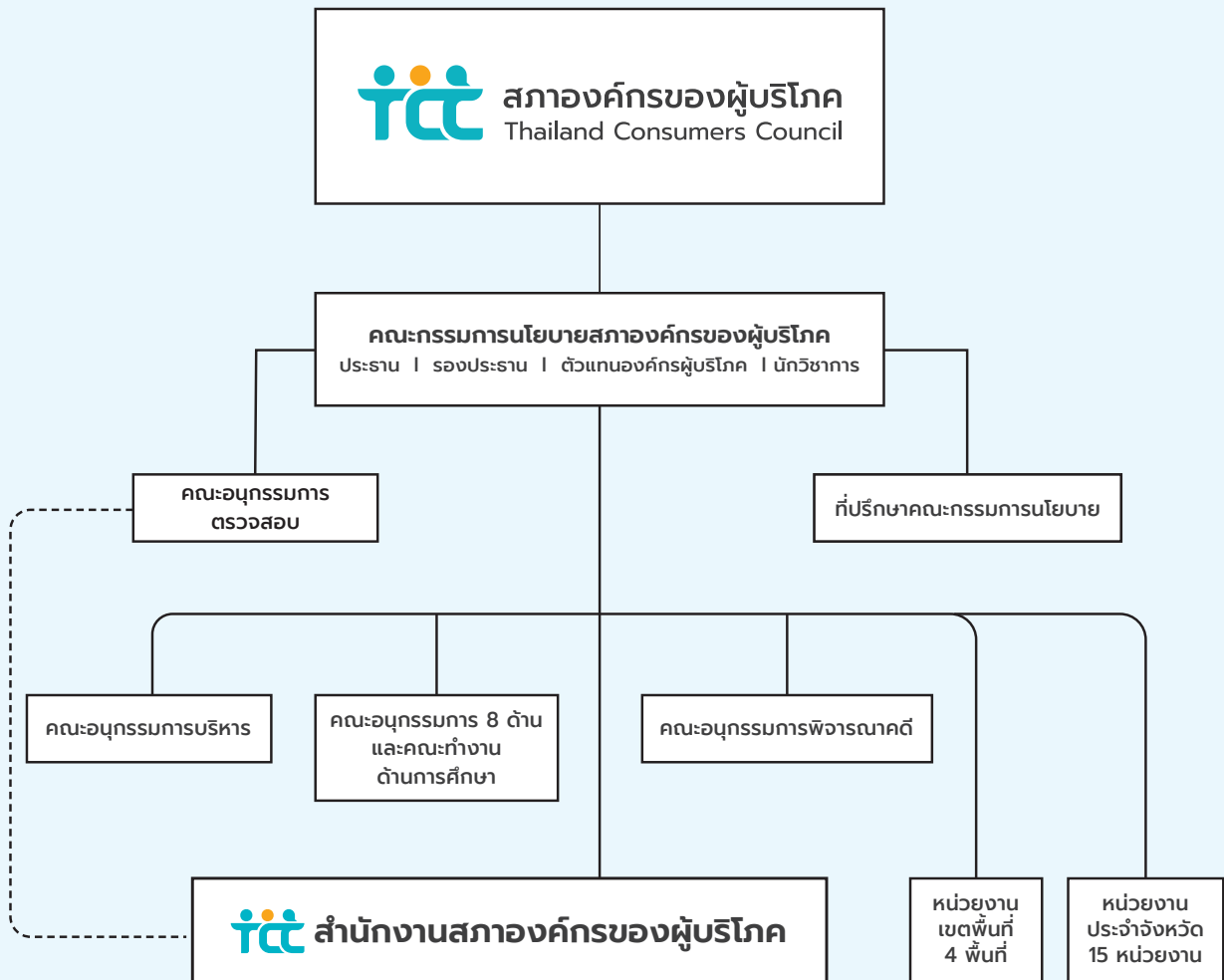
1. ค้ำครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคทุกด้าน ทุกด้าน
2. เสนอแนะนโยบายและมาตรการ
เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค
3. สนับสนุนสมาชิก องค์กรของผู้บริโภค และผู้บริโภค
ให้รักษาประโยชน์ของผู้บริโภคให้ได้รับความเชื่อถือ
4. สร้างวัฒนธรรมและมุมมองใหม่ว่า
การคุ้มครองผู้บริโภคเป็นประโยชน์กับทุกฝ่าย
5. สนับสนุนให้เกิดการบริโภคที่ยั่งยืน
และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม



ยุทธศาสตร์

1. สนับสนุนและดำเนินการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิ
ของผู้บริโภคทุกด้าน
2. พัฒนา เสนอแนะ และผลักดันนโยบายและมาตรการ
เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค
3. สนับสนุนและสร้างความเข้มแข็งของผู้บริโภค
และองค์กรของผู้บริโภค
4. สื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค
5. พัฒนากลไกสภาองค์กรของผู้บริโภค
และหน่วยงานประจำจังหวัด

โครงสร้างสภาองค์กรของผู้บริโภค



สารจากรองนายกรัฐมนตรี



การคุ้มครองผู้บริโภคในปัจจุบันนี้ ดำเนินการภายใต้กรอบยุทธศาสตร์ชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม ซึ่งมีเป้าหมายที่สำคัญคือ การยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น การพัฒนาระบบการเฝ้าระวัง การตรวจสอบ และการแจ้งเตือนภัยสินค้า/บริการที่ไม่ปลอดภัย รวมทั้งการกระจายอำนาจและความรับผิดชอบไปสู่กลไกระดับท้องถิ่น ให้เกิดการคุ้มครองผู้บริโภคที่สร้างความเป็นธรรมและทั่วถึงในทุกมิติ

สภาองค์กรของผู้บริโภคเป็นกลไกที่เกิดจากการรวมตัวขององค์กรผู้บริโภคตามเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 มาตรา 46 และตามพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 ทำหน้าที่เป็นผู้แทนของผู้บริโภคทุกด้าน เพื่อคุณภาพชีวิตของทุกคน จึงเป็นกลไกสำคัญที่เกิดจากประชาชน ทำหน้าที่ดูแล เฝ้าระวังปัญหา รวมถึงเป็นตัวแทนผู้บริโภคในการดำเนินคดีที่เกี่ยวข้อง ซึ่งขณะนี้ม็อดค์รผู้บริโภคระบายอยู่ในทุกภูมิภาคของประเทศ

ปัจจุบันการบริโภคที่เกิดขึ้นภายในประเทศมีรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะเทคโนโลยีดิจิทัลที่เข้ามามีบทบาทสำคัญในทุกภาคส่วน และทำให้การดำรงชีวิตและพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ดังนั้น การยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคให้ทันสมัยรับกับบริบททางสังคมที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็ว สามารถแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภคได้ครบทุกมิติและทันท่วงทีที่ไม่สามารถดำเนินการได้โดยองค์กรใดองค์กรหนึ่งเพียงองค์กรเดียว สภาองค์กรของผู้บริโภคจึงเป็นกลไกในการแบ่งเบาภาระของหน่วยงานภาครัฐ และประสานงานกับทุกภาคส่วน ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภคในวงกว้าง รวมไปถึงยกระดับสร้างความเข้มแข็งและสร้างความรู้ให้ผู้บริโภคเข้าใจในสิทธิของตน

ทั้งนี้ ขอส่งกำลังใจให้เครือข่ายพี่น้องชาวสภาองค์กรของผู้บริโภค ทั้งส่วนกลางและทุกภูมิภาคทั่วประเทศที่เป็นฟันเฟืองสำคัญในการขับเคลื่อน สร้างความเข้มแข็งให้ผู้บริโภคทุกคน ให้สมกับที่เป็นตัวแทนของผู้บริโภคในการสร้างคุณภาพชีวิตของทุกคน

(นายสมศักดิ์ เทพสุทิน)
รองนายกรัฐมนตรี

สารจากปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี



สภาองค์กรของผู้บริโภคเป็นกลไกที่เกิดจากการรวมตัวขององค์กรผู้บริโภคตามเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 มาตรา 46 และตามพระราชบัญญัติ (พ.ร.บ.) การจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 มีสถานะองค์กรเป็นนิติบุคคล ทำหน้าที่เป็นผู้แทนของผู้บริโภคทุกคน ทุกด้าน โดยมีภารกิจขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค ผลักดันให้เกิดนโยบายและมาตรการเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในด้านต่างๆ รวมถึงการดำเนินการตามนโยบายรัฐบาลให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ทันต่อรูปแบบและพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ให้ผู้บริโภคได้รับความเป็นธรรม รับรู้สิทธิประโยชน์ต่างๆ สร้างความเข้มแข็งให้เกิดขึ้นในการรู้เท่าทัน

สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี ในฐานะที่เป็นหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่สนับสนุนการดำเนินงานของสภาองค์กรของผู้บริโภคให้บรรลุวัตถุประสงค์ ในการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคตามเจตนารมณ์ที่บัญญัติไว้ใน พ.ร.บ. การจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 จะให้การสนับสนุนให้การดำเนินงานของสภาองค์กรของผู้บริโภคบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กรต่อไป

สุดท้ายนี้ ขอเป็นกำลังใจให้ผู้บริหาร บุคลากรของสภาองค์กรของผู้บริโภค ทั้งส่วนกลางและองค์กรระดับพื้นที่ ซึ่งปัจจุบันกระจายอยู่ในภูมิภาคทั่วประเทศ ในการร่วมเป็นกลไกที่ขับเคลื่อนการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของผู้บริโภค และได้รับความเชื่อถือ ไว้วางใจ เป็นที่พึ่งของผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง

(นายธีระพงษ์ วงศ์ศิวัชวิลาส)
ปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี

สารจากประธาน สภาองค์กรของผู้บริโภค



การก้าวเข้าสู่ปีที่ 3 ของสภาองค์กรของผู้บริโภค (สภาผู้บริโภค) ที่ได้ดำเนินงานคุ้มครองเพื่อพิทักษ์สิทธิและเสริมสร้างภูมิคุ้มกันให้แก่ผู้บริโภค ต้องเผชิญความท้าทายของปัญหาผู้บริโภคภายใต้ภาวะเศรษฐกิจถดถอยจากสถานการณ์ความขัดแย้งของสงครามในต่างแดน การแย่งชิงทรัพยากร อาหาร และพลังงานของบริษัทยักษ์ใหญ่ที่ส่งผลให้ผู้คนที่ทั่วโลกต้องเผชิญกับราคาสินค้าและบริการที่พุ่งสูงขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ แม้ประเทศไทยไม่ได้อยู่ในพื้นที่สงคราม แต่ก็ต้องแบกรับผลกระทบด้านราคาสินค้าที่สวนทางกับคุณภาพชีวิตของประชาชนคนไทยอย่างชัดเจน การแย่งชิงทรัพยากรเป็นเรื่องยืนยันว่า การผูกขาดอำนาจทางทหารและธุรกิจเหนือตลาดทำให้เขาเหล่านั้นมีโอกาสเข้าถึงทรัพยากร

ซึ่งยังมีมากเท่าไร ย่อมมีอำนาจกุมการตัดสินใจเพื่อกำหนดทิศทางนโยบายของสังคมได้มากกว่านั้น

สภาผู้บริโภคในฐานะผู้แทนของผู้บริโภคมีภารกิจสำคัญในการคุ้มครองพิทักษ์สิทธิ สนับสนุนให้ผู้บริโภคเข้าถึงกระบวนการยุติธรรมของรัฐ ส่งเสริมให้ตัวแทนผู้บริโภคร่วมกันในการออกแบบนโยบาย รวมถึงเสริมสร้างอำนาจต่อรองของผู้บริโภค เพื่อผลประโยชน์สูงสุดของผู้บริโภคทุกด้าน ทุกสภาองค์กร และทุกสถานที่ ภายใต้ภารกิจนี้ สภาผู้บริโภคมุ่งมั่นที่จะทำให้ประชาชนคนตัวเล็กไม่จำเป็นต้องก้มหน้ารับนโยบายที่ไม่เอื้อแก่ประชาชนอย่างไม่มีทางเลือก ดังเช่นที่เคยย้ำอยู่เสมอว่า ‘ไม่มีใครเอาเปรียบประชาชนได้ ถ้านโยบายรัฐไม่เอื้อ’

หนึ่งในความความเดือดร้อนที่เกิดกับผู้บริโภคขณะนี้คือการรังควาญของมิถุนาชีพ ซึ่งดูเหมือนว่าจะคอยติดตามเราประหนึ่งเงาตามตัว ที่มีกหากินบนความไม่รู้เท่าทันและความโลภของคน ความโลภอาจขจัดยาก แต่ความไม่รู้เท่าทันนั้นขจัดได้ และผู้ไม่รู้ย่อมไม่ผิด ภารกิจหนึ่งของสภาผู้บริโภคคือเสริมสร้างความรู้เท่าทันให้คนที่ไม่รู้ได้รู้ ดังนั้น การแจ้งเตือนภัยและการสร้างความตระหนักให้ผู้บริโภคมีความตื่นตัว ตื่นรู้ และเท่าทัน จึงเป็นอีกวาระที่สำคัญของสภาผู้บริโภคที่จะสร้างความแข็งแกร่งให้ประชาชนสามารถลุกขึ้นมาคุ้มครองสิทธิของตนเองได้ โดยไม่ต้องรอให้ใครมาปกป้อง

จะเห็นได้ว่า หน้าที่หนึ่งของสภาผู้บริโภคคือต้องขยายองค์กรผู้บริโภคในพื้นที่ต่างๆ ให้ได้กว้างขวางที่สุด เพื่อให้ประชาชนที่อาศัยในพื้นที่ห่างไกลเข้าถึงโอกาสเรียกร้องความเป็นธรรมเกี่ยวกับสินค้า-บริการในชีวิตประจำวันได้ ซึ่งสภาผู้บริโภคมุ่งมั่นในการขยายสมาชิกให้ครบทุกจังหวัดในเวลาอีกไม่นาน เพื่อทำหน้าที่เป็นผู้แทนผู้บริโภคไทยได้อย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ

(นางสาวบุญยืน ศิริธรรม)
ประธานสภาองค์กรของผู้บริโภค

สารจากเลขาธิการสำนักงาน สภาองค์กรของผู้บริโภค



การผลักดันสิทธิผู้บริโภคในประเทศไทยดำเนินการมายาวนานกว่า 40 ปีจนถึงปัจจุบัน ซึ่งผู้บริโภคทุกคนมีสิทธิที่จะได้รับการคุ้มครองตามสิทธิผู้บริโภคพื้นฐาน 5 ประการ แต่บางครั้งผู้บริโภคจะรู้สิทธิของตนเองก็ต่อเมื่อถูกละเมิดสิทธิไปเสียแล้ว หรือรู้เฉพาะสิทธิที่ตนพึงได้ประโยชน์ทำให้ไม่สามารถปกป้องตนเองจากการถูกเอาเปรียบได้อย่างครอบคลุม สะท้อนให้เห็นว่า อำนาจการต่อรองของผู้บริโภคในปัจจุบันมีอยู่อย่างจำกัด จึงทำให้สูญเสียสิทธิและทางเลือกอันเป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภค ไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง

การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในปี 2566 ของทางสภาผู้บริโภคได้รับการยอมรับและเชื่อถือจากหน่วยงานภาครัฐมากยิ่งขึ้น ในฐานะตัวแทนของผู้บริโภคที่เป็นอิสระ ดังที่กรมการขนส่งทางราง กระทรวงคมนาคม สนับสนุนนโยบายขนส่งมวลชน “ทุกคนขึ้นได้ทุกวัน” ตามที่สภาผู้บริโภคเสนอ รวมถึงการปรับปรุงบริการขนส่งมวลชนทั่วประเทศ หรือแม้แต่ผลจากการทดสอบระบบเบรกจักรยานยนต์ของทางสภาผู้บริโภค ก็นำไปสู่การขยายผลและผลักดันให้กรมการขนส่งทางบกเร่งติดตั้งระบบเบรกสำหรับห้ามล้อรถมอเตอร์ไซด์ (CBS) เพื่อให้ผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์บนท้องถนนมีความปลอดภัยในชีวิตมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ ยังไม่รวมถึงความร่วมมือจากหน่วยงานรัฐอื่นๆ ในด้านนโยบายและแนวปฏิบัติตามที่สภาผู้บริโภคเสนอ เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้ผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง

สิ่งที่ท้าทายสำหรับสภาผู้บริโภคคือ การใช้ข้อมูลเพื่อขับเคลื่อน (Data Driven) การดำเนินการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนที่หมกหมมมานานเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคให้คลี่คลายลงได้จริง รวมทั้งจะอย่างไรให้ผู้บริโภคได้รับการคุ้มครองในด้านความปลอดภัยมิติต่างๆ อย่างเป็นรูปธรรม ตลอดจนทำให้กฎหมายหรือมาตรการที่มีอยู่มีการบังคับใช้อย่างเข้มงวด

ดังนั้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว ประเด็นการคุ้มครองผู้บริโภคในปี 2567 จะมีการดำเนินงานตามลำดับความสำคัญ ในแง่ของปัญหาที่มีความเร่งด่วน หรือที่ส่งผลกระทบต่อประชาชนในวงกว้าง ร่วมกับการขยายองค์กรสมาชิกให้ครอบคลุมทุกจังหวัดของประเทศไทย รวมถึงการสร้างร่วมมือกับพรรคการเมืองและภาคธุรกิจ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตและสิทธิของผู้บริโภคไทยที่ผลักดันมากกว่า 40 ปีให้ทัดเทียมระดับสากล

(นางสาวสารี อ๋องสมหวัง)
เลขาธิการสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค



สารจากหน่วยงาน ประจำจังหวัด-หน่วยงานเขตพื้นที่ สภาองค์กรของผู้บริโภค

ในปี 2566 “หน่วยงานประจำจังหวัด” ถือเป็นด่านหน้าในการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย เป็นความหวังของผู้คนที่เดือดร้อนจากระบบทุนนิยมเป็นใหญ่ ที่มีเป้าหมายมุ่งสะสมกำไรหรือทุนที่ได้จากการประกอบกิจการให้มากที่สุด แม้ว่าจะต้องละเมิดสิทธิลูกค้าหรือผู้ใช้บริการก็ตาม

“หน่วยงานประจำจังหวัด” มีบทบาทสำคัญด้านการเพิ่มโอกาสการเข้าถึงสิทธิผู้บริโภคตามที่กฎหมาย (พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522) คุ้มครอง ซึ่งปัจจุบันผู้บริโภคถูกละเมิดสิทธิเป็นจำนวนมาก ทั้งถูกเอาเปรียบ ไม่ได้รับความเป็นธรรม ได้รับข้อมูลที่ไม่เพียงพอที่จะสามารถตัดสินใจเลือกใช้หรือเลือกซื้อสินค้าและบริการได้อย่างถูกต้องหรือมีคุณภาพ ขณะที่การโฆษณาหรือวิพากษ์สินค้าของบุคคลมีชื่อเสียงเป็นปัจจัยส่วนหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคอยากได้อะไรก็มี และตัดสินใจซื้อสินค้า โดยอาจไม่ได้สังเกตรายละเอียดของข้อมูล หรือไม่ได้ศึกษาข้อมูลก่อนการซื้อ จนทำให้ถูกละเมิดสิทธิความเป็นผู้บริโภคของตนเอง หรือถูกเอาเปรียบ

ในปีงบประมาณ 2566 หน่วยงานประจำจังหวัดและหน่วยงานเขตพื้นที่ จึงเห็นพ้องกันที่จะต้องผนึกกำลัง เปลี่ยนคำว่า “ฉัน” (ME) เป็น “พวกเรา” (WE) สร้าง DNA ผู้พิทักษ์ สนับสนุนการรวมตัวและช่วยเหลือสมาชิก และองค์กรของผู้บริโภคภายในจังหวัดและพื้นที่ เพื่อรักษาประโยชน์ของผู้บริโภคเมื่อหน่วยงานประจำจังหวัดและหน่วยงานเขตพื้นที่ หลอมรวมกันเป็นหนึ่งเดียว DNA ของการปกป้องทำเพื่อผู้อื่นอย่างแท้จริงจึงมาบรรจบกัน เพื่อปกป้องผู้ (บริโภค) คนที่อยู่รอบตัว เป็นผู้พิทักษ์ที่มีหัวใจนักสู้ เพื่อสร้างภาพจำให้ประชาชนในฐานะเป็นผู้บริโภค ตามกฎหมายทุกคน ทั้งที่เดือดร้อนและไม่เดือดร้อน ได้รู้จักและสามารถเข้าถึงสิทธิผู้บริโภคได้อย่างถ้วนน

หน้าเท่าเทียมกัน มีส่วนร่วมทั้งงานและการแสวงหาโอกาสลดความเหลื่อมล้ำ สร้างความเป็นธรรมให้กับผู้คน (ประชาชนทุกคน) สังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมอย่างกระตือรือร้น

ในปีงบประมาณ 2566 หน่วยงานประจำจังหวัด 15 หน่วย และหน่วยงานเขตพื้นที่ 4 เขต มีผลงานประจักษ์ชัด โดยสามารถช่วยเหลือผู้บริโภคให้ได้รับการชดเชยเยียวยาทั้งสิ้น 5,638 เรื่อง จากจำนวนผู้บริโภคที่ถูกละเมิดสิทธิและร้องเรียนเข้ามาจำนวน 7,018 เรื่อง คิดเป็นมูลค่าความสำเร็จในการคุ้มครองผู้บริโภคได้ถึง 50,643,501.51 บาท ส่วนอีก 1,380 เรื่องที่เหลือ อยู่ระหว่างการช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาให้แก่ผู้บริโภค

สำหรับในปีงบประมาณ 2567 หน่วยงานประจำจังหวัดและหน่วยงานเขตพื้นที่ ได้เตรียมแผนยกระดับการเป็นผู้พิทักษ์ที่มีหัวใจนักสู้ ด้วยการชักชวนความเข้าใจเรื่องการจัดตั้งคณะกรรมการกลั่นกรองการดำเนินคดีระดับจังหวัด ตลอดจนสนับสนุนการรวมตัวและช่วยเหลือสมาชิกและองค์กรของผู้บริโภคภายในจังหวัด หากมีกรณีการละเมิดสิทธิผู้บริโภคที่ไม่สามารถไกล่เกลี่ยหรือยุติปัญหาระหว่างกันได้ ก็จะเดินหน้าสนับสนุนและให้ความช่วยเหลือในการฟ้องคดีแก่ผู้บริโภคในระดับจังหวัดต่อไป

หน่วยงานประจำจังหวัด - หน่วยงานเขตพื้นที่
สภาองค์กรของผู้บริโภค

บทสรุปผู้บริหาร

สภาผู้บริโภคนับเป็นองค์กรที่จัดตั้งขึ้นตามเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2560 มาตรา 46 โดยเกิดจากการรวมตัวขององค์กรผู้บริโภค เพื่อทำหน้าที่ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคและเป็นผู้แทนของผู้บริโภคในทุกด้าน

การดำเนินงานในรอบปีงบประมาณ 2566 ของสภาผู้บริโภค ยังคงเป็นไปในขอบเขตอำนาจ 8 ประการตามที่พระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 มาตรา 14 ระบุไว้ สภาผู้บริโภคนำงานโดยให้น้ำหนักกับงานทุกด้าน ในลักษณะบูรณาการกับโครงสร้างองค์กรที่มีทั้งคณะอนุกรรมการผู้เชี่ยวชาญ ในประเด็น 8 ด้าน สำนักงานส่วนกลาง หน่วยงานเขตพื้นที่ หน่วยงานประจำจังหวัด รวมทั้งองค์กรผู้บริโภคที่เป็นสมาชิกและเครือข่าย ภายใต้แผนงานที่กำหนดไว้ 5 แผนงาน

ผลการดำเนินงานตามขอบเขตอำนาจและแผนงาน

ในงานด้านการคุ้มครองพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค และเสนอแนะนโยบายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค (ตามขอบเขตอำนาจประการที่ 1) ผลการดำเนินงานในปีงบประมาณ 2566 สภาผู้บริโภคได้รับเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคที่ถูกละเมิดสิทธิรวมทั้งสิ้น 16,142 เรื่อง ซึ่งมากกว่าจำนวนที่ตัวชี้วัดกำหนดไว้ แยกเป็นการร้องเรียนผ่านศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคแบบเบ็ดเสร็จ 9,124 เรื่อง และผ่านหน่วยงานประจำจังหวัดที่มี 15 แห่ง รวม 7,018 เรื่อง

สำหรับประเด็นปัญหาที่มีการร้องเรียนสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ด้านสินค้าและบริการทั่วไป โดยสูงถึง 10,150 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 62.88 ของจำนวนเรื่องร้องเรียนทั้งหมด ด้านการเงินและการธนาคาร ร้อยละ 12.91 และด้านการสื่อสาร โทรคมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศ ร้อยละ 5.69 ประเด็นการร้องเรียนส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม โดยเป็นกรณีปัญหาบัตรคอนเสิร์ต ปัญหาบริษัทประกันภัยอุบัติเหตุจ่ายค่าสินไหมทดแทนประกันภัยโควิด -19 และปัญหาได้รับข้อความสั้น หรือ SMS ที่มีการคิดเงิน และหรือหลอกหลวง

จากเรื่องร้องเรียนทั้งหมด สภาผู้บริโภคสามารถช่วยยุติความทุกข์ของผู้บริโภคได้คิดเป็นร้อยละ 79 หรือ 12,837 เรื่อง โดยที่ส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 67 ยุติได้ด้วยการให้คำปรึกษาและการไกล่เกลี่ย คิดเป็นมูลค่าความเสียหายที่ผู้บริโภคได้รับการชดเชยกว่า 71.70 ล้านบาท ทั้งนี้ ผลดังกล่าวส่วนหนึ่งเกิดจากการที่ทางสภาผู้บริโภคได้ให้การสนับสนุนและช่วยเหลือสมาชิกในการไกล่เกลี่ยหรือประนีประนอมยอมความข้อพิพาทเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค (อำนาจประการที่ 6) ด้วย

ขณะที่ในงานด้านนโยบาย ปีงบประมาณ 2566 สภาผู้บริโภคได้จัดทำข้อเสนอแนะนโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคทั้งระดับประเทศและท้องถิ่นรวม 25 เรื่อง และได้ให้ความเห็นต่อระเบียบหรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับงานคุ้มครองผู้บริโภค 5 ฉบับ

ข้อเสนอแนะนโยบายที่ได้รับความสนใจสูง เช่น มาตรการเพื่อแก้ปัญหาภัยทุจริตทางการเงิน ข้อเสนอการจัดระบบรถรับ-ส่งนักเรียนปลอดภัย นโยบายเพื่อแก้ไขปัญหาจากอาคารสูง มาตรการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการนำพืชัญชา-กัญชงมาเป็นวัตถุดิบในอาหาร ข้อเสนอเพื่อยกระดับสิทธิประโยชน์ผู้ประกันตน มาตรการเรียกคืนถุงลมนิรภัยที่ไม่ปลอดภัย นโยบายเพื่อส่งเสริมการติดตั้งโซลาร์เซลล์บนหลังคาอาคารบ้านเรือน (Solar Rooftop) ฯลฯ

สำหรับร่างกฎหมายที่มีการผลักดันหรือร่วมผลักดัน ได้แก่ (ร่าง) พระราชบัญญัติความรับผิดเพื่อความซำรุดบกพร่องของสินค้า พ.ศ. ... หรือ เลมอน ลอว์ ซึ่งมีสาระสำคัญเป็นการกำหนดความรับผิดของผู้ประกอบการธุรกิจต่อความซำรุดบกพร่องของสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้า อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ รถยนต์และรถจักรยานยนต์ที่เป็นสินค้าใหม่ รวมถึงสินค้าอื่นๆ ร่างพระราชบัญญัติผู้สูงอายุและบำนาญพื้นฐานแห่งชาติ (ฉบับที่...) พ.ศ. ... หรือกฎหมายบำนาญประชาชน ซึ่งจะเป็นการยกระดับจากระบบเบี้ยยังชีพคนชรามาเป็นระบบบำนาญพื้นฐานที่ให้แก่ผู้สูงอายุอย่างน้อยจำนวน 3,000 บาทต่อเดือน

ส่วนงานด้านการตรวจสอบ ติดตาม และเฝ้าระวังสถานการณ์ปัญหาสินค้าและบริการ (อำนาจประการที่ 2) ในมิติหนึ่งเป็นการดำเนินการผ่าน

การรับและจัดการเรื่องร้องเรียนที่ทำให้ได้รับทราบ สถานการณ์ความเป็นจริงที่ผู้บริโภคเผชิญ ดังเช่น กรณีบัตรคอนเสิร์ตที่กลายเป็นปรากฏการณ์ปัญหาที่ผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่นและหนุ่มสาวต้องประสบอย่างกว้างขวาง เช่นเดียวกับปัญหาจากการซื้อสินค้าทางออนไลน์ที่เกิดกับคนทุกเพศทุกวัย

อีกมิติหนึ่งเป็นการทำงานผ่านแผนงานสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งเป็นการดำเนินงานควบคู่ไปกับการจัดให้มีหรือรวบรวมและเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ อันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการ (อำนาจประกาศที่ 8) โดยในปีงบประมาณ 2566 สภาผู้บริโภคมีผลงานด้านการสื่อสารสาธารณะรวมทั้งสิ้น 1,555 ชิ้น เผยแพร่ผ่านช่องทางการสื่อสารสมัยใหม่ที่สภาผู้บริโภคได้พัฒนาขึ้นมากถึง 7 ช่องทาง ซึ่งมีผู้ติดตามกว่า 93,751 บัญชี นอกจากนี้ยังได้ร่วมมือกับหน่วยงานรัฐ เอกชน และบุคคลมีชื่อเสียง เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อผู้บริโภคในแพลตฟอร์มต่างๆ รวมทั้งสิ้น 30,117,144 ครั้ง สามารถคิดเป็นมูลค่าประชาสัมพันธ์ได้ถึง 207.84 ล้านบาท ขณะเดียวกัน งานสื่อสารสาธารณะของสภาผู้บริโภคก็เป็นการทำหน้าที่เพื่อการรณรงค์นโยบายและมาตรการเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคด้วย

เนื้อหางานสื่อสารที่มีการผลิตและเผยแพร่ในปีงบประมาณ 2566 ที่มีความโดดเด่น เช่น ประเด็นคัดค้านการควบรวมกิจการระหว่างบริษัททรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) หรือทรู กับบริษัทโทเทิล แอ็คเซ็สคอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) หรือดีแทค, การเตือนภัยบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปตราหมีซีดาฟของอินโดนีเซียพบสารปนเปื้อนยาฆ่าแมลง, การสะท้อนปัญหาค่าไฟฟ้าแพงและเสนอทางออก, การเตือนภัยเฟซบุ๊กแฟนเพจเลียนแบบและนำมาแอบอ้างหลอกลวงผู้บริโภค, การเฝ้าระวังและเตือนภัยให้ผู้บริโภคมีข้อมูลป้องกันตัวเองจากมิจฉาชีพ การสะท้อนปัญหาและข้อเสนอเกี่ยวกับการก่อสร้างอาคารสูงที่ผิดกฎหมาย ซึ่งกระทบชุมชนที่อยู่อาศัยเดิมกับผู้บริโภคที่ซื้ออาคารชุดไปแล้ว รวมถึงการให้ความช่วยเหลือผู้บริโภคที่ถูกผู้ประกอบการฟ้องร้อง ฯลฯ

นอกจากนี้ยังได้จัดการอบรมเพื่อเสริมสร้างศักยภาพสื่อคุ้มครองผู้บริโภค อันเป็นการขยายแนวร่วมและสร้างความร่วมมือกับสื่อมวลชนในแต่ละพื้นที่

เพื่อร่วมสนับสนุนการแจ้งเตือนภัยผู้บริโภคและการรณรงค์ประเด็นต่างๆ ได้อย่างกว้างขวางและลงลึกในระดับพื้นที่ต่างๆ ต่อไป

ในเรื่องการรายงานการกระทำหรือละเลยการกระทำอันมีผลกระทบต่อสิทธิของผู้บริโภค (อำนาจประกาศที่ 3) สภาผู้บริโภคได้จัดทำรายงานเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคที่ไม่สามารถหาข้อยุติและอาจเข้าข่ายการกระทำหรือละเลยการกระทำโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พบประเด็นปัญหามากกว่า 10 เรื่อง เช่น กรณีการให้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของบริษัท ศรีสวัสดิ์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือที่อาจเข้าข่ายผิดกฎหมาย ซึ่งทำให้ประชาชนผู้ขอสินเชื่อสับสนหลงผิด และถูกเอาเปรียบอย่างมาก กรณีมิจอาชีพใช้แอปดูดเงินจากบัญชีธนาคารโดยที่สถาบันการเงินไม่ใช้อำนาจดำเนินการตามกฎหมาย กรณีสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทยไม่แจ้งผลตรวจสอบการร้องเรียนเรื่องสายการบินไทยไลอ้อนแอร์ยกเลิกและเปลี่ยนแปลงเที่ยวบิน กรณีคลินิกและสถานพยาบาลให้การรักษายาบาลหรือบริการไม่เป็นไปตามโฆษณา กรณีกรมการท่องเที่ยวไม่ดูแลผู้บริโภคที่เสียหายจากปัญหาทัวร์ต่างประเทศยกเลิกกระทันหัน ฯลฯ

สำหรับผลการดำเนินงานในด้านการสนับสนุนและช่วยเหลือองค์กรของผู้บริโภคในการรักษาประโยชน์ของผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพและได้รับความเชื่อถือ ตลอดจนส่งเสริมการรวมตัวขององค์กรของผู้บริโภคในระดับจังหวัดและเขตพื้นที่ (อำนาจประกาศที่ 4) สภาผู้บริโภคมีการดำเนินงานด้านนี้โดยตรงผ่านแผนงานสนับสนุนหน่วยงานประจำจังหวัดและองค์กรผู้บริโภค ส่งผลให้ในปีงบประมาณ 2566 สภาผู้บริโภคมีสมาชิกเพิ่มขึ้นเป็น 308 องค์กร กระจายอยู่ใน 43 จังหวัด ครอบคลุมทุกภาค ส่วนหน่วยงานประจำจังหวัดมีการจัดตั้งเพิ่มขึ้นอีก 2 แห่ง คือ ขอนแก่น และพระนครศรีอยุธยา

หน่วยงานประจำจังหวัดไม่เพียงทำหน้าที่รับเรื่องร้องเรียนและทำงานแก้ไขปัญหาของผู้บริโภค หากยังทำงานขับเคลื่อนนโยบายและข้อเสนอแนะต่อการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับจังหวัด ซึ่งมีประเด็นเนื้อหากว้างขวาง

สำหรับจังหวัดที่ยังไม่มีสมาชิกหรือมีเพียง

จำนวนน้อย สภาผู้บริโภคนั้นได้จัดกิจกรรมต่างๆ ในพื้นที่ เพื่อให้เกิดการขยายฐานความร่วมมือและความเป็นไปได้ที่จะเพิ่มจำนวนองค์กรสมาชิกในอนาคต

ในด้านการสนับสนุนการศึกษาและการวิจัยเพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค (อำนาจประการที่ 5) เป็นการดำเนินการเพื่อเสริมงานในด้านการคุ้มครองพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค และการเสนอแนะนโยบายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค

งานศึกษาวิจัยสำคัญๆ ที่มีการดำเนินการในปีงบประมาณ 2566 ได้แก่ (1) การวิจัยศึกษาความเป็นไปได้ของการจัดตั้งกองทุนบำนาญพื้นฐานแห่งชาติ และวิเคราะห์ผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคม (2) การศึกษาแนวทางการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา ให้ได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญาทุกด้าน (3) การศึกษาเพื่อการปรับปรุง (ร่าง) พระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ. ... เพื่อมุ่งลดความเหลื่อมล้ำด้านบริการสุขภาพของผู้ประกันตน (4) การศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้การจัดการปัญหาแก๊งโทรศัพท (Call Center) ไม่สำเร็จ เพื่อศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยทางกฎหมายและข้อระเบียบของประเทศไทยในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว (5) การศึกษาผลกระทบนโยบายคาร์บอนเครดิตและทางเลือกของประเทศไทย

ส่วนงานด้านการดำเนินคดีเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค (อำนาจประการที่ 7) ในปีงบประมาณ 2566 สภาผู้บริโภคได้สนับสนุนการฟ้องคดีจำนวน 32 คดี คิดเป็นทุนทรัพย์การฟ้องรวมกว่า 15 ล้านบาท โดยร้อยละ 37.5 เป็นคดีปัญหาทางการเงินและการธนาคารเกี่ยวกับการกู้เงินและปัญหาประกันภัยไม่จ่ายเงิน รองลงมาเป็นด้านอสังหาริมทรัพย์และที่อยู่อาศัยร้อยละ 31.25 ซึ่งเป็นคดีเกี่ยวกับการผิดสัญญาเช่าซื้อบ้าน รวมถึงปัญหาการถูกริบเงินจองและเงินดาวน์

นอกจากนั้น ในปีงบประมาณ 2566 สภาผู้บริโภคนั้นได้ร่วมกับมหาวิทยาลัยรังสิตจัดทำโครงการสำรวจและรับฟังความคิดเห็นและความพึงพอใจที่มีต่อการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งได้สรุปผลมานำเสนอไว้ในรายงานนี้ด้วย อีกทั้งยังได้ร่วมกับสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย หรือทีดีอาร์ไอ จัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนกลยุทธ์ 5 ปี

(พ.ศ. 2567-2571) และการประเมินผลการดำเนินงาน 3 ปีของสภาผู้บริโภค แต่การดำเนินการยังไม่แล้วเสร็จ การนำเสนอผลจึงจะเกิดขึ้นในโอกาสต่อไป

ผลการดำเนินงานที่เป็นกรณีเด่น

อนึ่ง ในรายงานฉบับนี้ได้คัดเลือกผลการดำเนินงานที่ถือได้ว่าเป็นเรื่องเด่นมานำเสนอจำนวน 3 เรื่อง ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นการดำเนินงานในลักษณะบูรณาการระหว่างขอบเขตอำนาจ 8 ประการของสภาผู้บริโภคตามที่กฎหมายบัญญัติ ร่วมกับแผนงาน 5 ด้านตามที่สภาผู้บริโภคได้จัดทำเพื่อเสนอขอรับงบประมาณจากรัฐในแต่ละปี

ผลงานเด่นเรื่องหนึ่งคือกรณีปัญหาเกี่ยวกับบริการสินเชื่อส่วนบุคคลของบริษัท ศรีสวัสดิ์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือที่มีพฤติกรรมการให้กู้ไม่แตกต่างจากแหล่งเงินกู้นอกระบบ นั่นคือ มีการคิดดอกเบี้ยในอัตราสูงเกินกว่ากฎหมายกำหนด มีการบังคับซื้อประกันพ่วงด้วยซ้ำร้ายยังมีการใช้เล่ห์กลเปลี่ยนหรือปลอมสัญญาไปจนถึงการสร้างอุบายทางกฎหมายทำให้ผู้กู้สูญเสียกรรมสิทธิ์ในที่ดินหรือรถยนต์ที่นำมาวางไว้เป็นหลักประกัน ฯลฯ

สภาผู้บริโภคได้รับทราบปัญหาดังกล่าวจากเรื่องร้องเรียน และได้ดำเนินการหาข้อมูลเพิ่มเติม ศึกษาประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ให้การช่วยเหลือผู้บริโภคที่ประสบปัญหา แจ้งเตือนภัยผู้บริโภคทั่วไป ตลอดจนแจ้งปัญหาแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการป้องกันและแก้ไขปัญหาอย่างเป็นระบบ

สำหรับผลงานเด่นเรื่องที่สองเกี่ยวข้องกับการดำเนินการของสภาผู้บริโภคที่ต่อเนื่องมาตั้งแต่แรกตั้งองค์กร ในการเสนอและผลักดันให้ราคาค่าโดยสารรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานครได้รับการกำหนดไม่เกินร้อยละ 10 ของค่าแรงขั้นต่ำ เพื่อให้ประชาชนทุกกลุ่มมีโอกาสเข้าถึงการใช้ระบบขนส่งมวลชนรถไฟฟ้า แม้ในเบื้องต้น ข้อเสนอราคาค่าโดยสารรถไฟฟ้า 25 บาทตลอดสายจะถูกวิพากษ์วิจารณ์อย่างมาก แต่ในที่สุดรัฐบาลใหม่ที่เข้าบริหารประเทศเมื่อต้นเดือนกันยายน 2566 ก็ได้ทดลองดำเนินการจริงในการกำหนดราคาตามแนวทางตามที่สภาผู้บริโภคเสนอ (ค่าโดยสารไม่เกิน 20 บาทตลอดสาย สำหรับรถไฟฟ้าสายสีม่วงและสายสีแดง) และได้

รับผลตอบรับจากประชาชนเป็นอย่างดี

ขณะที่ผลงานเรื่องที่สามารถเริ่มต้นจากการดำเนินงานทดสอบคุณภาพและประสิทธิภาพของหมวกนิรภัยหรือหมวกกันน็อกสำหรับการขับขี่รถจักรยานยนต์ ซึ่งผลพบว่ามียี่ห้อและรุ่นของสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานจำนวนมาก สภาผู้บริโภคนำข้อมูลผลการทดสอบดังกล่าวมาดำเนินการสื่อสารสาธารณะเพื่อให้ผู้บริโภคมีข้อมูลและแนวทางที่จะดูแลตัวเองในการเข้าถึงหมวกนิรภัยที่ได้มาตรฐาน ขณะเดียวกันก็ได้พัฒนาข้อเสนอต่อภาคส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเพิ่มความปลอดภัยบนท้องถนนและลดความสูญเสียของผู้คนและสังคมโดยรวม

ปัญหา อุปสรรค และความท้าทาย

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของสภาผู้บริโภค ส่วนใหญ่สัมพันธ์กับปัจจัยภายนอก โดยปัญหาและอุปสรรคหลักที่สุดก็คือด้านงบประมาณการดำเนินงาน ซึ่งมีปัญหาในสองลักษณะ ได้แก่

1) กระบวนการเสนองบประมาณมีขั้นตอนยาวนานและซับซ้อนกว่าปกติ เนื่องจากสภาผู้บริโภคต้องเสนองบฯ ผ่านสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี (สปน.) เพื่อเสนอให้คณะรัฐมนตรีให้ความเห็นชอบก่อนที่จะต้องผ่านการพิจารณาของสำนักงบประมาณตามขั้นตอนปกติ

2) การไม่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณประจำปีอย่างต่อเนื่อง ทำให้สภาผู้บริโภคไม่มีงบประมาณใช้ล่วงหน้าก่อนในระหว่างที่ พ.ร.บ. งบประมาณประจำปียังไม่ผ่านสภาฯ ส่งผลให้การดำเนินงานประสบความชะงักงัน ขาดความต่อเนื่อง

ส่วนปัญหาและอุปสรรคด้านการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค มีปัญหาสำคัญคือ

1) เรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคที่สภาผู้บริโภค

ได้รับในระยะหลังเป็นปัญหาการหลอกลวงและฉ้อโกงเพิ่มมากขึ้น ทำให้ในการแก้ไขหรือยุติเรื่องร้องเรียนต้องเพิ่มการประสานงานให้ทางเจ้าพนักงานตำรวจสอบสวนและดำเนินคดีกับผู้เกี่ยวข้องด้วย

2) หน่วยงานภาครัฐส่วนใหญ่ยังไม่ให้ความสำคัญต่อข้อเสนอนโยบายและมาตรการเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคของสภาผู้บริโภค ทำให้ภารกิจในด้านนี้ยังไม่ได้รับการตอบสนองเท่าที่ควร

3) ความรู้และการตระหนักในสิทธิของผู้บริโภคตามไม่ทันพัฒนาการของปัญหาที่ซับซ้อนและรุนแรงขึ้น

นอกจากนี้ยังมีปัญหาเกี่ยวกับการร้องคร่ำครวญของผู้บริโภคที่ยื่นขอขึ้นทะเบียน มีเพียงส่วนน้อยที่ผ่านการพิจารณารับรองจาก สปน. อันเนื่องมาจากอุปสรรคในรายละเอียดด้านเอกสาร จึงเป็นข้อจำกัดต่อการขยายจำนวนสมาชิกของสภาผู้บริโภค อีกทั้งในหมู่องค์กรสมาชิกมีประสบการณ์การทำงานที่ไม่เท่ากัน ทำให้ดำเนินบทบาทการทำงานได้บนศักยภาพและประสิทธิภาพที่แตกต่างกัน

สำหรับความท้าทายในอนาคตที่สำคัญก็คือการที่ปัญหาเก่ายังคงเข้มข้นรุนแรง ในขณะที่ปัญหาใหม่ที่มาพร้อมกับความซับซ้อนของเทคโนโลยีจะมีผลให้ผู้บริโภคที่ไม่รู้เท่าทันอาจตกเป็นเหยื่อในหลายรูปแบบ ดังนั้น สภาผู้บริโภคยังคงต้องดำเนินงานด้านการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคอย่างเข้มแข็ง และเพิ่มการทำงานเพื่อเสริมสร้างความรู้เท่าทันแก่ผู้บริโภค โดยเฉพาะทางด้านเทคโนโลยีพร้อมไปกับการนำเสนอแนะนโยบายและมาตรการต่างๆ ทั้งเพื่อการแก้ไขปัญหาที่มีอยู่และเป็นเชิงป้องกันปัญหาในอนาคตด้วย



Executive Summary

Thailand Consumers Council (TCC) was established under Article 46 of The Constitution of the Kingdom of Thailand B.E.2560. TCC was born out of the coming together of consumer organizations to carry out all aspects of consumer protection and consumer representation work.

In the fiscal year 2023 TCC has exercised its authority in the eight areas stated in Article 14 of the Establishment of Consumer Organization Council Act B.E. 2562. TCC placed importance to all the areas, integrating them in the organization structure that consists of a subcommittee for each issue, the central office, area offices, provincial offices, including the member/network organizations under its five projects.

TCC's performances in 2023 under its authority and workplans

In its first area of authority, consumer rights protection and policy recommendations, TCC has received 16,142 consumer complaints, exceeding the required number of cases to be handled. 9,124 cases were filed with the one-stop-service and 7,018 cases were filed with the 15 provincial offices.

The three highest number of complaints were in the categories of general goods and services (62.88% or 10,150 complaints), banking and financial services (12.91%), and IT and telecommunication (5.69%). Most complaints involved unfair contract terms such as the problems with concert tickets, denial of covid-19 compensation claims by insurance companies, as well as being targets for unsolicited or fraudulent SMS.

TCC was able to resolve 79% (12,837) of the complaints. Most of them (67%) were settled with advice or mediations. The total compensation value is 71.70 million baht. The success was partly due to the support and assistance for TCC's members to be able to conduct mediations related to consumer rights violations (6th area of authority).

As for the policy work in the fiscal year 2023, there were 25 policy recommendations and

consumer protection measures proposed by TCC both at the local and national levels. TCC also provided opinions on five laws and regulations related to consumer protection.

Some of the proposals that gained a lot of public attention include the proposed measures to deal with financial frauds, the recommendations on safe school transportation, the policy recommendations on dealing with illegal construction of high-rise buildings, the measures to protect consumers from food products containing hemp and cannabis, the proposal to raise benefits for members of social security fund, the measures to recall unsafe airbags, and the proposed policy to support solar rooftop installation, etc.

The legislations that TCC has been trying to push for include: Product Liability Act B.E.... or Lemon Law which stipulates the liability of business operators on defective products such as electrical appliances, electronic goods, new cars and motorcycles, and other products; Elderly and National Pension Act (No...) B.E.... or Universal Pension Law that will change from the current allowance system to basic pension system where an elderly person receives a monthly allowance of at least 3,000 baht.

The work on inspecting, following, and monitoring goods and services (TCC's 2nd authority) was conducted through the handling of consumer complaints. This allowed TCC to familiarize with the real problems that consumers were facing, for example, a number of young people were having troubles with concert tickets while people of all ages and genders were having problems from purchasing goods online.

TCC also operated through its Communication for Consumer Protection Project, providing, compiling, and disseminating information on goods and services that helps consumers make informed choices (TCC's 8th authority). In the fiscal year 2023, TCC produced 1,555 pieces of public communication materials and published them through seven social media channels, gaining a total of 93,751 follower accounts. TCC also worked with government agencies, private organizations, and influential figures to provide information for consumers on various platforms with 30,117,144 views, reaching a PR value of 207.84 million baht.

At the same time TCC's public communication work is part of its responsibility to campaign for consumer protection policies and measures. Some of the outstanding materials produced and published in 2023 include: the campaign against the merger of True Corporation and Total Access Communication; the alert on Indonesian instant noodles "Mi Sedaap" found to be contaminated with insecticides; the awareness campaign on high electricity cost and solutions; the warning of "fake" business facebook pages; the monitoring of frauds to warn consumers against scammers; the publication on impacts that illegally constructed high-rise residential buildings have on the surrounding communities and owners of the units; and the provision of assistance to consumers prosecuted by business operators while trying to exercise

their rights.

Moreover, TCC has organized training activities to empower media workers on consumer protection, expanding cooperation with media personnel in different areas to facilitate consumer alerts and create profound and extensive campaigns at the local level.

For the work on reporting actions or non-actions affecting consumer rights (3th authority) TCC has prepared a report on consumer complaints that have not been resolved and may be considered negligence by the relevant agencies. More than ten cases were found, for example: personal loan services by Srisawad Corporation and its subsidiaries misled consumers and maybe illegal; financial institutes failed to stop illegal transfers of money from clients' accounts by scammers using apps; Civil Aviation Office did not reveal the result of the investigation into Thai Lion Air's flight changes and cancellations; clinics and medical institutes did not deliver the services stated in their advertisements; Department of Tourism failed to help outbound tourists who could not travel due to abrupt cancellation of tours; etc.

In supporting and empowering consumer organizations to fight for the interests of consumers effectively to win their trust as well as facilitating the coming together of organizations at the provincial and area level (4th authority), TCC carried out this task directly through the project to support provincial offices and consumer organizations. In the fiscal year 2023 the number of TCC members has grown to 308 in 43 provinces all over the country with two more provincial offices established in Khon Kean and Ayutthaya. Not only do the provincial offices handle complaints and solve consumer problems, but they also conduct advocacy work and make recommendations on consumer related issues at the provincial level.

As for the provinces with a few or no members, TCC organized activities to expand cooperation and possibility to increase the number of future members.

For the support on research and study to benefit protection work (5th authority), TCC carried out the empowerment of consumer rights protection and made recommendations on consumer protection-related policies.

Some of the issues TCC studied in 2023 were: (1) the possibility of establishing the national pension fund and the analysis of its social and economic impact; (2) the development of guidelines on consumer protection to ensure fair contracts; (3) the amendment of Social Security Act (draft) to reduce inequality in health services; (4) the analysis of factors causing difficulties in dealing with “call center frauds”, investigating legal and regulatory factors; (5) the impact of carbon credit policy and Thailand’s alternatives.

Regarding the legal work on consumer rights violation (7th authority), TCC supported 32 prosecutions, with the total claimed amount of 15 million baht. Approximately 37.5% were finance and banking cases such as debt and insurance claims. Another 31.25% were in the category of housing and real estate such as buy-rent contract violation and the seize of deposit and down payment money.

Moreover, in 2023 TCC together with Rangsit University conducted a survey and a public hearing on consumer satisfaction on consumer protection work. The result is provided in this report. TCC also worked with TDRI (Thailand Development Research Institute) to draft a strategic plan and a five-year work-plan (2024 – 2028). An assessment of TCC’s three-year operation is still going on and the result will be published later.

Outstanding performances

This report highlights three outstanding performances which demonstrate that the operation of TCC integrates its eight authorities stipulated by law with the five plans proposed in its annual budget proposal.

The first is the case of Srisawad Corporation. The company and its subsidiaries offered personal loans in similar manner to loan sharks, charging interests at illegal rates, making the purchase of life insurance compulsory before loan application, changing the content of the contract, and duping consumers into losing their cars or plots of land that are used as collateral. After learning about the problems from consumers’ complaints, TCC compiled further information and conducted studies on the issues. TCC assisted the consumers, alerted the public, informed relevant government agencies, and prepared policy recommendations for systematic prevention and solution.

Another work that TCC has been doing since it was established is campaigning for the limit of Bangkok electric train fares to 10% of the minimum wage so that everyone can afford public transport by electric trains. In the beginning, the proposal for a single fare of 25 baht was harshly criticized. However, when the new government took over in September 2023, a new fare scheme following TCC’s proposal was implemented on a trial basis and there were positive responses from the public.

The third accomplishment started with the comparative test for quality and efficiency of motorcycle helmets. The result showed that several brands and models failed to meet the standards. TCC published the test results so that the public have the information to make

informed decisions when buying motorcycle helmets. Proposals were also prepared for the relevant sectors to increase road safety and reduce personal as well as social losses.

Problems, obstacles, challenges

The problems, obstacles, and challenges are related to outside factors, the most important one being the budget for operation. There are two reasons for this:

1) The process of budget proposal is complicated and time-consuming. TCC must submit the proposal through the Office of the Permanent Secretary, under the Prime Minister's Office for approval before it can submit it for the consideration by the Budget Bureau.

2) The lack of continuous annual financial support resulted in interruptions, lack of continuity in operations, and limited operational budget.

Problems related to consumer rights protection work are as follows:

1) TCC recently received more complaints on scams and frauds. Finding solutions for the consumers requires cooperation with the police to conduct the investigations and prosecutions.

2) Most government agencies do not pay enough attention to the recommendations or measures on consumer protection, yielding little result to the work on the issue.

3) The knowledge and awareness on consumer rights cannot keep up with the more complicated and serious consumer issues.

Another problem concerns the approval of new members. Only a few consumer organizations have been approved by the Office of the Permanent Secretary, under the Prime Minister's Office. This affects TCC's effort to increase the number of its members. Also, members with different levels of work experience yield different performances and achieve different levels of efficiency. Typical consumer problems are still with us while new and more technologically advanced issues are arriving, bringing in many possibilities that unknowing consumers may fall victims. This is TCC's main challenge in the future. The council will continue with its consumer protection work vigorously while empowering consumers on technology, and propose policies and measures for the solutions to both existing and future problems.



ประชาชนได้อะไรจากสภาผู้บริโภค (ปีงบประมาณ 2566)

• ได้ปลดทุกข์

16,142 เรื่องร้องเรียนของ
ผู้บริโภคที่รับมำดำเนินการ
เพิ่มขึ้นจากปีก่อนกว่า 1,200 เรื่อง
และเกินกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้

- 9,124 เรื่อง ร้องเรียนผ่านศูนย์คุ้มครอง
ผู้บริโภคแบบเบ็ดเสร็จ
- 7,018 เรื่อง ร้องเรียนผ่านหน่วยงาน
ประจำจังหวัด หน่วยงานเขตพื้นที่
และองค์กรสมาชิก รวมจำนวน 29 องค์กร

12,837 เรื่อง
ได้รับการแก้ไขจนยุติ
คิดเป็นร้อยละ 79 ของเรื่อง
ที่ได้รับทั้งหมด

- 7,199 เรื่อง ยุติโดยศูนย์คุ้มครอง
ผู้บริโภคแบบเบ็ดเสร็จ
- 5,638 เรื่อง ยุติโดยหน่วยงาน
ประจำจังหวัด หน่วยงานเขตพื้นที่
และองค์กรสมาชิก รวมจำนวน 29 องค์กร

ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อการให้บริการมากถึงร้อยละ 81.0

• ลดการสูญเสียและความเสียหาย

71,703,984.46 บาท คือมูลค่าความเสียหายที่ผู้บริโภคได้รับการชดเชย

- 50,643,501.51 บาท ดำเนินการโดยหน่วยงานประจำจังหวัดหน่วย งานเขตพื้นที่ และองค์กรสมาชิก
รวมจำนวน 29 องค์กร
- 21,060,482.95 บาท ดำเนินการโดยศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคแบบเบ็ดเสร็จ สำนักงานสภาผู้บริโภค

• ได้รับความเป็นธรรม

32 คดี ที่สภาผู้บริโภคดำเนินการฟ้องร้องหรือสนับสนุนการฟ้องคดี
เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

- 10 คดีเป็นคดีที่สภาผู้บริโภคเป็นโจทก์ยื่นฟ้องเพื่อประโยชน์แก่ผู้บริโภคทั้งแบบส่วนตัว กลุ่ม และส่วนรวม
- 12 คดีเป็นคดีที่สภาผู้บริโภคให้การสนับสนุนผู้บริโภคที่ถูกฟ้องเป็นจำเลยโดยไม่ชอบ หรือตกเป็นจำเลย
อันเนื่องมาจากการใช้สิทธิในฐานะผู้บริโภค
- 10 คดีเป็นคดีที่สภาผู้บริโภคสนับสนุนทนายความเพื่อช่วยเหลือผู้บริโภคที่ประสบปัญหา

15,708,295 บาท คือจำนวนทุนทรัพย์รวมของการฟ้องคดี

● **ได้รับข้อมูลข่าวสารเตือนภัยและให้ความรู้**
ผ่าน **7** ช่องทางออนไลน์ขององค์กร ได้แก่

- 1**  **เว็บไซต์**
"สภาองค์กรของผู้บริโภค"
(www.tcc.or.th)
- 2**  **เฟซบุ๊กแฟนเพจ**
"สภาองค์กรของผู้บริโภค"
(tccthailand)
- 3**  **ทวิตเตอร์ หรือ เอ็กซ์**
"สภาองค์กรของผู้บริโภค"
(@tccthailand)
- 4**  **อินสตาแกรม**
"สภาองค์กรของผู้บริโภค"
(tcc.thailand)
- 5**  **ไลน์ออฟฟิเชียล**
"สภาองค์กรผู้บริโภคร"
(@tccthailand)
- 6**  **ยูทูป**
"สภาองค์กรของผู้บริโภค"
(tccthailand)
- 7**  **ติกต็อก "สภาผู้บริโภค" (tccthailand)**

93,751 บัญชีผู้ติดตาม

ซึ่งอยู่ในข่ายได้รับข้อมูล
ข่าวสารเป็นประจำ

กว่า 1,500 ชิ้นข่าวสารใน
รูปแบบต่างๆ

เช่น ข่าว บทความ รายงานพิเศษ
คลิปวิดีโอ การถ่ายทอดสด ฯลฯ

มากกว่า 30 ล้านครั้ง
ที่มีการเผยแพร่ต่อ

โดยแพลตฟอร์มต่างๆ
และสื่อมวลชนหลายแขนง
ได้นำข้อมูลข่าวสารของ
สภาผู้บริโภคไปเผยแพร่ต่อ

มากกว่า 207 ล้านบาท

เมื่อคิดเป็นมูลค่าการประชาสัมพันธ์

• มีเครือข่ายที่เป็นเพื่อนและเป็นที่พักพิงได้

308 องค์การสมาชิก ใน 43 จังหวัด ซึ่งกระจายตามภูมิภาคต่างๆ พร้อมเป็นเพื่อนและที่พักพิงของผู้บริโภค

15 หน่วยงานประจำจังหวัด และ 4 หน่วยงานเขตพื้นที่ ทำงานตามภารกิจของสภาผู้บริโภค ทั้งด้านการคุ้มครองพิทักษ์สิทธิ การเฝ้าระวังและเตือนภัยปัญหาแก่ผู้บริโภค ตลอดจนการนำเสนอ นโยบายเพื่อลดการละเมิดสิทธิและเพิ่มการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค โดยดำเนินการครอบคลุมพื้นที่ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคตะวันออก เฉียงเหนือ ภาคตะวันตก ภาคกลาง และกรุงเทพมหานคร

• เกิดมาตรการและนโยบายเพื่อป้องกันปัญหาในเชิงกว้างและระยะยาว

2 ร่างพระราชบัญญัติ

ที่นำเสนอหรือร่วมนำเสนอและขับเคลื่อน เพื่อให้ตราออกบังคับใช้ให้เกิดการคุ้มครองผู้บริโภคและเป็นสวัสดิการแก่ประชาชน

- (ร่าง) พระราชบัญญัติความรับผิดเพื่อความชำรุดบกพร่องของสินค้า พ.ศ. ... (กฎหมายเลมอนลอร์วี่)
- (ร่าง) พระราชบัญญัติผู้สูงอายุและบำนาญพื้นฐานแห่งชาติ พ.ศ. ... (กฎหมายบำนาญประชาชน)

1 พระราชบัญญัติ

ที่กำลังดำเนินการศึกษาประเด็นที่ควรปรับปรุงต่อไป ด้วยจุดประสงค์ในเรื่องการลดความเหลื่อมล้ำด้านบริการสุขภาพ

- พระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ. ...

5 ร่างกฎหมาย

ที่นำเสนอความเห็นเพื่อเพิ่มมิติหรือมุมมองด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้มากขึ้น และ/หรือระมัดระวังมิให้เกิดข้อกำหนดที่อาจจะเป็นการละเมิดสิทธิผู้บริโภค

นโยบายและมาตรการ 25 เรื่อง

ที่นำเสนอเพื่อให้เกิดความรอบคอบรัดกุมยิ่งขึ้นในการคุ้มครองผู้บริโภค และ/หรือป้องกันภัยอันตรายที่อาจเกิดแก่ผู้บริโภค

4 ข้อเสนอทางนโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค

ที่ได้รับการตอบรับไปดำเนินการจากหน่วยงานกำกับที่เกี่ยวข้อง

ส่วนที่

1

พลิกอำนาจต่อรอง... สู่มือผู้บริโภค

ผลงานเด่น 1 : เงินกู้ศรีสวัสดิ์
เมื่อนั้นอกระบบแฟงอยู่กับสินเชื่อบ้าน

ผลงานเด่น 2 : แนวคิดรถไฟฟ้ามวลชน
ทุกคนขึ้นได้ทุกวัน

ผลงานเด่น 3 : จากผลทดสอบ
ความทนของหมวกกันน็อก
สู่สิทธิการเลือกซื้อที่ป้องกันชีวิตได้





คณะกรรมการการคุ้มครองผู้บริโภค สภาผู้แทนราษฎร



ให้ประเมินสถานการณ์ด้าน
การคุ้มครองผู้บริโภค ว่ามีประเด็นปัญหาใด
ที่ต้องแก้ไขเพื่อบรรเทาความเดือดร้อน
ให้ประชาชนตามลำดับความเร่งด่วน
เช่น ปัญหาด้านที่อยู่อาศัย ปัญหาด้านกฎหมาย
ที่ไม่สามารถคุ้มครองหรือแก้ไขปัญหา
ให้แก่ผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง



บันทึกการประชุมคณะกรรมการการคุ้มครองผู้บริโภค
สภาผู้แทนราษฎร ครั้งที่ 1 วันที่ 5 ต.ค. 2566

พลิกอำนาจต่อรอง...สู่มือผู้บริโภค

ในสังคมไทยที่ผู้บริโภคขาดการรวมตัวกันอย่างเป็นระบบ ทำให้อำนาจต่อรองมักจะตกไปอยู่ในมือผู้ประกอบการที่เป็นผู้กำหนดเงื่อนไขและทางเลือกในการซื้อสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องก้มหัวยอมรับ แม้ในสถานการณ์ที่มีกำลังซื้อมากกว่า หรือในเงื่อนไขที่มีกฎหมายป้องกันการละเมิดสิทธิผู้บริโภคหลายฉบับ และแม้แต่ในสถานะที่มีรัฐธรรมนูญกำหนดให้ประชาชนเป็นผู้ที่ต้องได้รับประโยชน์สูงสุดจากบริการสาธารณะ

สภาผู้บริโภคได้นำหลักการการคุ้มครองผู้บริโภคจากพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค 2562 แปลงมาสู่การปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง เพื่อแก้ไขปัญหาค่าความเดือดร้อนจากการถูกละเมิดสิทธิและสร้างสมดุลในอำนาจการต่อรองให้แก่ผู้บริโภค

ผลงานเด่นทั้ง 3 เรื่องที่สภาผู้บริโภคร่วมดำเนินการในปีงบประมาณ 2566 ต่างคือการเพิ่มอำนาจต่อรองแก่ผู้บริโภคด้วยมิติต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการแก้ไขปัญหาในส่วนที่ผู้บริโภคถูกละเมิดสิทธิตามกฎหมาย การเสนอทางเลือกที่ให้ประโยชน์กับผู้บริโภคและสังคมได้สูงสุด รวมทั้งการสร้างความรู้เท่าทันต่อผู้บริโภคด้วยการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำเสนอและผลักดันให้เกิดการปรับเปลี่ยนในเชิงระบบและนโยบาย เพื่อที่จะพลิกบทบาทให้ผู้บริโภคเป็นฝ่ายรุกบ้าง ไม่ใช่เป็นฝ่ายตั้งรับกับปัญหาอย่างที่ผ่านมา

ผลงานเรื่องแรกตั้งต้นจากการรับเรื่องร้องเรียนของลูกหนี้บริษัทศรีสวัสดิ์ที่ถูกละเมิดสิทธิตามกฎหมาย สภาผู้บริโภควางานสืบหาความจริงและศึกษาเจาะลึกรายละเอียดของปัญหาดังกล่าว รวมถึงข้อกฎหมายและนโยบายที่เกี่ยวข้อง แล้วสะท้อนจุดบกพร่องหรือช่องโหว่ของระบบให้กับหน่วยงานของรัฐ เพื่อการป้องกันการเกิดปัญหาซ้ำในอนาคต

ส่วนผลงานเรื่องที่สองคือการผลักดันให้ราคาค่าโดยสารรถไฟฟ้าในกรุงเทพฯ ควรถูกกำหนดไว้ไม่เกินร้อยละ 10 ของค่าแรงขั้นต่ำ เพื่อให้ประชาชน

ทุกกลุ่มมีสิทธิใช้ระบบขนส่งมวลชนรถไฟฟ้า แม้ข้อเสนอราคาค่าโดยสาร 25 บาทตลอดสายของสภาผู้บริโภครวมวิพากษ์วิจารณ์อย่างมากในช่วงระยะแรก แต่ในที่สุดก็ได้รับการยอมรับจนกระทั่งนำไปสู่นโยบายรัฐบาลที่เปิดการทดลองใช้ราคา 20 บาทตลอดสายสำหรับรถไฟฟ้าสายสีแดงและสีม่วง ซึ่งปรากฏผลตอบรับจากประชาชนเป็นอย่างดี ด้วยปริมาณการใช้บริการที่เพิ่มมากขึ้น

และสำหรับผลงานเรื่องที่สามเกี่ยวกับการทำหน้าที่ทดสอบคุณภาพและประสิทธิภาพของหมวกนิรภัยหรือหมวกกันน็อกสำหรับการขับขี่รถจักรยานยนต์ ซึ่งผลพบว่ามียี่ห้อและรุ่นของสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานจำนวนมาก ด้านหนึ่งสภาผู้บริโภคนำข้อมูลผลการทดสอบดังกล่าวมาพัฒนาเป็นข้อเสนอต่อภาคส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ขณะเดียวกันก็ดำเนินการด้านการสื่อสารสาธารณะ เพื่อให้ผู้บริโภคและสังคมได้รับทราบและตระหนักถึงประเด็นปัญหาเรื่องนี้ ตลอดจนมีข้อมูลและแนวทางที่จะดูแลตัวเองในการเข้าถึงหมวกนิรภัยที่ได้มาตรฐาน ทั้งนี้เพื่อเพิ่มความปลอดภัยบนท้องถนนและรักษาชีวิตประชาชน ลดความสูญเสียของผู้คนและสังคมโดยรวม

25



ผลงานเด่น 1: เงินกู้ศรีสวัสดิ์เมื่อหนี้นอกระบบ แฝงอยู่กับสินเชื่อบ้าน

หลังการระบาดของโรคโควิด-19 ค่อยๆ คลี่คลายความรุนแรงลง สังคมไทยควรที่จะกลับไปสู่สภาวะปกติ ก่อนมีการระบาด แต่เหตุการณ์กลับไม่เป็นเช่นนั้น มีประชาชนจำนวนมากที่ตกอยู่ในภาวะซักหน้าไม่ถึงหลังจากผลกระทบที่โรครบาดก่อไว้ต่อเศรษฐกิจพื้นฐาน จึงมีคนจำนวนมากตกงาน กิจการล้มละลาย ทำให้ปริมาณหนี้สินครัวเรือนพุ่งสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เมื่อเกิดแรงกดดันทางการเงิน พวกเขาเหล่านั้นจำต้องหันเข้าหาแหล่งเงินกู้จากทุกช่องทางที่มีอยู่

เป็นเรื่องปกติของประชาชนคนไทยจำนวนมากที่ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งทุนของสถาบันการเงินหลักในระบบ ด้วยขาดคุณสมบัติตามที่กำหนด หรืออาจเพราะเงื่อนไขที่ไม่ตอบโจทย์ เช่น ความล่าช้าหรือระยะเวลาในการอนุมัติเงินยืมของสถาบันการเงินที่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการที่เร่งด่วน เช่น การไปทำงานต่างประเทศของคนในครอบครัว

เพื่อหลีกเลี่ยงการตกเป็นเหยื่อนี้นอกระบบ ผู้คนจำนวนหนึ่งจึงแสวงหาช่องทางกู้เงินอื่นๆ รวมทั้งบริษัทสินเชื่อเอกชนที่ไม่ใช่ธนาคาร ซึ่งต่างก็มีการเสนอให้เงินกู้ สินเชื่อ เงินด่วน พร้อมแรงจูงใจมากมาย ทั้งการให้กู้โดยไม่มีประวัติการเงินย้อนหลัง จากบริษัทข้อมูลเครดิตแห่งชาติ (เครดิตบูโร) ไม่คิดค่าธรรมเนียม กู้แล้วได้เงินสดทันใจ มีโฉนดแผ่นเดียว ทะเบียนรถหนึ่งใบ ก็กู้ได้ทันที ฯลฯ

โฆษณาของบริษัทสินเชื่อเอกชนเหล่านี้ไม่เพียงเข้าถึงการรับรู้ของประชาชน หากยังเข้าถึงใจ และตอบโจทย์ตรงตามความต้องการและความจำเป็นในชีวิตกันเลยทีเดียว ความร้อนเงินประกอประกบแรงโฆษณา ทำให้ผู้บริโภคจำนวนมากตกหลุมเข้ารับข้อเสนอโดยไม่ทันได้พิจารณาแยกแยะสถานะทางกฎหมายของแต่ละบริษัทที่มีความแตกต่างกัน และถึงกับหลงลืม/ละเลยสิทธิของตนเองในฐานะผู้กู้

จนกระทั่งตกอยู่ในฐานะลูกหนี้แล้ว ผู้บริโภคบางรายจึงตระหนักว่า บริษัทบางแห่งมีพฤติกรรมไม่ต่างจากแหล่งเงินกู้หนี้นอกระบบ ที่ทำให้ผู้กู้ต้องจ่ายดอกเบี้ยในอัตราสูงเกินกว่ากฎหมายกำหนด ถูกบังคับซื้อประกันพ่วงด้วย ซ้ำร้ายยังถูกใช้เล่ห์กลเปลี่ยนหรือปลอมสัญญา ไปจนถึงการสร้างอุปายทางกฎหมาย ทำให้ผู้กู้สูญเสียกรรมสิทธิ์ที่ดินหรือรถยนต์ที่นำมา

วางไว้เป็นหลักประกัน ทั้งๆ ที่มูลค่าเงินกู้มีเพียงน้อยนิดเมื่อเทียบกับหลักทรัพย์ประกันนั้น เมื่อความเดือดร้อนเริ่มปะทุหนัก ปัญหาจึงปูดออกมาผ่านการร้องเรียน สภาผู้บริโภคเริ่มได้รับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการถูกเอาเปรียบจากบริษัทในเครือบริษัท ศรีสวัสดิ์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มาตั้งแต่ปี 2564 และยังคงมีเข้ามาอย่างต่อเนื่องตลอดปี 2565

ในปีงบประมาณ 2566 สภาผู้บริโภคจึงได้เกาะติดเหตุการณ์และสืบสวนหาความจริงเกี่ยวกับกรณีนี้อย่างจริงจัง โดยเฉพาะในมิติการละเมิดสิทธิผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดกฎหมายที่เกี่ยวข้องจากนั้นจึงได้แถลงข่าวเพื่อเป็นการแจ้งเตือนภัยพร้อมๆ กับการจุดประเด็นให้เกิดความตื่นตัว ทั้งจากสาธารณชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กระทั่งเมื่อสิ้นสุดปีงบประมาณ 2566 ปรากฏว่ามีผู้เข้ามาร้องเรียนในประเด็นการถูกละเมิดจากบริษัทในเครือศรีสวัสดิ์เป็นจำนวนสะสมรวมทั้งสิ้น 69 ราย

ในท้ายที่สุด สภาผู้บริโภคจึงได้ประสานความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐที่กำกับดูแลการประกอบ การทางการเงิน การคุ้มครองผู้บริโภค จนถึงการบังคับใช้กฎหมาย โดยประสบความสำเร็จเบื้องต้น ในการทำความเข้าใจกับกรมสอบสวนคดีพิเศษ (DSI) ตรวจสอบและดำเนินคดีกับบริษัทในเครือบริษัท ศรีสวัสดิ์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่ทำสัญญากู้เงินโดยคิดดอกเบี้ยเกินกว่ากฎหมายกำหนด เพื่อรับเป็นคดีพิเศษ จากนั้นยังได้จัดทำข้อเสนอต่อหน่วยงานภาครัฐในการปรับปรุงกฎระเบียบต่างๆ ต่อการประกอบกิจการของบริษัทสินเชื่อเป็นการทั่วไป เพื่อปิดช่องทางการละเมิดสิทธิผู้บริโภคในอนาคต

จับประเด็นข้อกฎหมายจากเบาะแสข้อเท็จจริง

สภาผู้บริโภคได้เบาะแสความไม่ชอบมาพากลของกิจการสินเชื่อเมื่อมีผู้บริโภคเข้ามาร้องเรียน ในช่วงปี 2564 จำนวน 2 ราย โดยทั้งสองรายแจ้งปัญหาในลักษณะเดียวกันว่า ตนเองได้กู้ยืมเงินกับบริษัทในเครือของบริษัท ศรีสวัสดิ์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) แต่ภายหลังจากที่ได้ชำระเงินกู้ครบถ้วนตามจำนวนแล้ว บริษัทกลับไม่ยอมคืนโฉนดที่ดินที่วางประกันไว้ กลับเรียกร้องให้ต้องจ่ายเงินเพื่อไถ่ถอนโฉนดที่ดิน

หลังจากที่ได้รับเรื่องร้องเรียน สภาผู้บริโภคตรวจสอบข้อมูลผู้ร้องเรียนรายหนึ่งอย่างละเอียดพบว่าผู้ร้องเรียนได้จ่ายเงินคืนตามที่ตกลงกันด้วยวาจาในวันที่ทำสัญญาไว้จริง แต่เนื่องจากวันที่เข้าไปทำสัญญานั้น ผู้ร้องเรียนไม่ได้รับหนังสือคู่สัญญาที่มีการระบุจำนวนเงินกู้ ดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียม และอื่นๆ โดยเจ้าหน้าที่อ้างว่าเป็นระเบียบบริษัท แต่เมื่อถึงวันครบกำหนดไถ่ถอน ผู้ร้องเรียนกลับพบว่าในสัญญา มีการระบุจำนวนเงินเกินกว่าที่ได้ตกลงด้วยวาจา จึงเป็นเหตุให้บริษัทสินเชื่อยึดโฉนดไว้ ด้วยข้ออ้างที่ว่ายังไม่ได้รับเงินครบตามจำนวน แม้ท้ายที่สุดผู้ร้องเรียนยอมความด้วยการจ่ายชำระตามยอดเงินที่บริษัทเรียกร้อง เพราะเหตุที่ต้องการใช้โฉนดอย่าง



เร่งด่วน แต่กรณีนี้เป็นกรณีที่สภาผู้บริโภคพิจารณาแล้วเห็นว่าเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคด้วยกลอุบายการไม่ให้หนังสือคู่สัญญาในวันทำสัญญา ซึ่งไม่เป็นไปตามหลักปฏิบัติที่กฎหมายกำหนด และเป็นข้อเท็จจริงที่ทำให้บริษัทอาจแก้ไขสาระสำคัญของสัญญา เช่น ตัวเลขเงินกู้ ได้เพียงฝ่ายเดียว

ต่อมาในปี 2565 เรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับบริษัทในเครือบริษัทศรีสวัสดิ์ฯ ยังคงมีเข้ามาอย่างต่อเนื่อง ทำให้สภาผู้บริโภคตระหนักว่า นี่น่าจะเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภคทั่วไป ดังนั้นจึงได้ทำการสืบค้นความ

จริงถึงพฤติกรรมของบริษัทในเครือศรีสวัสดิ์ ด้วยการส่งเจ้าหน้าที่ไปเป็นผู้ขอข้อมูล เพื่อดูพฤติกรรมที่บริษัทแสดงต่อผู้กู้

หลังจากใช้เวลาศึกษาพฤติกรรมและเก็บข้อมูลเชิงประจักษ์ สภาผู้บริโภคได้ข้อสรุปว่า บริษัทมีพฤติกรรมเอาเปรียบและละเมิดสิทธิผู้บริโภคจริง โดยพฤติกรรมบางประการเป็นการกระทำที่เข้าข่ายผิดกฎหมายด้วย

ทั้งนี้ ในปี 2565 เรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับกรณีปัญหาการกู้เงินกับบริษัทในเครือศรีสวัสดิ์ฯ มีจำนวนรวมเพิ่มขึ้นมาอีก 20 เรื่อง

พบการละเมิดสิทธิผู้บริโภคหลายรูปแบบ

สภาผู้บริโภคยังได้สรุปพฤติการณ์ของการประกอบธุรกิจของบริษัทในเครือศรีสวัสดิ์ฯ จากเรื่องร้องเรียนที่ได้รับมาตั้งแต่ปี 2564 เชื่อมโยงกับประเด็นสิทธิผู้บริโภคที่มีกฎหมายให้ความคุ้มครอง พบพฤติการณ์ลักษณะที่ละเมิดกฎหมายหลายประการ ดังนี้

- มีการร้องเรียนว่า บริษัทไม่ส่งมอบหนังสือคู่สัญญาให้แก่ผู้กู้ ซึ่งอาจเข้าข่ายเป็นการกระทำผิดกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค ตามประกาศคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา เรื่อง ให้ธุรกิจการให้กู้



ยืมเงินเพื่อผู้บริโภคเป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญา พ.ศ. 2565 ที่กำหนดว่า บริษัทต้องจัดทำเอกสารสัญญาขึ้นสองฉบับซึ่งมีข้อความถูกต้องตรงกัน โดยผู้ให้กู้ต้องส่งมอบสัญญากู้ยืมเงินและเอกสารแนบท้ายสัญญาหนึ่งฉบับให้แก่ผู้กู้ทันทีที่ได้ลงนามในสัญญา

หากฝ่าฝืนต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกิน 200,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ตามมาตรา 57 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

- มีการร้องเรียนว่า มีการเสนอขายพ่วงประกันภัยหรือประกันชีวิตในระหว่างการขอสินเชื่อ หากไม่ทำประกันจะไม่ได้รับการพิจารณาสินเชื่อ ซึ่งการทำประกันไม่ควรถูกใช้เป็นเงื่อนไขการให้สินเชื่อ เพราะตามกฎหมายว่าด้วยการประกันชีวิตและการประกันวินาศภัยกำหนดให้ถือหลักความอิสระในการแสดงเจตนาทำสัญญา นอกจากนั้นพนักงานของบริษัทฯ ที่นำเสนอขายประกันชีวิตและประกันวินาศภัย ไม่มีใบอนุญาตเป็นตัวแทนขายประกัน ซึ่งเป็นเรื่องที่ผิดกฎหมาย ตามพระราชบัญญัติประกันชีวิต พ.ศ. 2535 และพระราชบัญญัติประกันวินาศภัย พ.ศ. 2535 ซึ่งภายหลังจากการร้องเรียนไปยังคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) ได้มีการดำเนินการแจ้งความร้องทุกข์ต่อกองบังคับการกองปราบปรามผู้กระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเศรษฐกิจ เมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน 2565

- มีการร้องเรียนว่าถูกบริษัทศรีสวัสดิ์คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัท ศรีสวัสดิ์พาวเวอร์ 2014 จำกัด คิดอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 2 ต่อเดือน ส่งผลให้อัตราดอกเบี้ยต่อปีสูงถึงร้อยละ 24 แต่โดยที่บริษัททั้งสองไม่ได้อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) บริษัทจึงสามารถคิดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ได้เพียงร้อยละ 15 ต่อปีเท่านั้น ตามมาตรา 654 แห่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ หากฝ่าฝืน ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 2 ปี หรือปรับไม่เกิน 200,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ตามมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติห้ามเรียกดอกเบี้ยเกินอัตรา พ.ศ. 2560

- มีการร้องเรียนว่ามีการเก็บค่าธรรมเนียม ทั้งๆ ที่มีการโฆษณาว่าไม่เสียค่าธรรมเนียม ซึ่งกฎหมายมีข้อกำหนดให้การโฆษณาถือเป็นส่วนหนึ่งของสัญญาตามมาตรา 10 พระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค 2551 บริษัทจึงต้องดำเนินการตามที่โฆษณาไว้ นั่นคือต้องไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียม

- มีการร้องเรียนว่า บริษัทจำกัดการชำระเงินต้น และกำหนดให้ผู้กู้ต้องชำระเงินให้ครบภายใน 12

เดือน หากไม่สามารถชำระหนี้จนครบ จะต้องทำสัญญาใหม่เรื่อยๆ โดยมีการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมในการทำสัญญาใหม่นั้น อีกทั้งยังมีการเรียกเก็บค่าไถ่ถอนโฉนด ซึ่งทั้งหมดอาจเข้าข่ายเป็นข้อสัญญาไม่เป็นธรรม ตามมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติข้อสัญญาไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540

- มีการร้องเรียนว่า บริษัทไม่ยอมคืนโฉนดที่ดินให้เมื่อชำระเงินกู้ครบตามจำนวน โดยอ้างว่า ต้องจ่ายค่าไถ่ถอนก่อน จึงจะคืนให้ได้ แต่สุดท้ายแล้วผู้บริโภคซึ่งเป็นลูกหนี้กลับถูกฟ้องร้องว่ากระทำความผิดสัญญาการกู้ยืมเงินจากบริษัท ศรีสวัสดิ์ พาวเวอร์ 2014 ซึ่งเป็นบริษัทในเครือบริษัท ศรีสวัสดิ์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

- มีการร้องเรียนว่า ผู้บริโภคไม่ได้รับเงินตามสัญญาเงินกู้ เช่น ในกรณีสัญญาเงินกู้ระบุยอดเงินกู้ 209,000 บาท แต่ในใบรับเงินกลับถูกระบุว่า ได้รับเป็นเงินสด 4,000 บาท โอนเงินผ่านบัญชี 205,000 บาท สุดท้ายได้รับเงินโอนเข้าบัญชีจริงของผู้กู้สุทธิที่ 199,946 บาท มีส่วนต่างเงินที่ไม่ได้รับ 9,054 บาท

เปิดโปงพฤติกรรมกลุ่มบริษัทศรีสวัสดิ์

เพื่อเปิดโปงพฤติกรรมของบริษัทต่อสาธารณะ สภาผู้บริโภคจัดแถลงข่าวในเดือนกรกฎาคม 2565 ถึงผลการสืบค้นความจริงที่พอสรุปพฤติกรรมของบริษัทที่มีต่อผู้บริโภคได้เป็น 8 ประเด็นดังนี้ 1) ผู้ขอสินเชื่อไม่ได้รับเอกสารสัญญา โดยเจ้าหน้าที่ของบริษัทฯ อ้างว่าเป็นนโยบายของบริษัทที่จะไม่ให้สัญญา ณ วันทำสัญญา 2) มีการขายประกันชีวิตและประกันวินาศภัยพ่วง โดยไม่ให้สิทธิผู้บริโภคปฏิเสธ และพบว่าเจ้าหน้าที่ผู้บังคับขายประกันไม่มีใบอนุญาตขายประกัน 3) มีการคิดอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 2 ต่อเดือน ซึ่งเท่ากับร้อยละ 24 ต่อปี สูงกว่าอัตราที่กฎหมายกำหนดไปมาก 4) ผู้ขอเงินได้รับเงินไม่ครบตามจำนวนที่ระบุในสัญญา 5) มีการโฆษณาว่าฟรีค่าธรรมเนียม แต่ในทางปฏิบัติมีการเรียกเก็บค่าธรรมเนียม 6) บริษัทฯ จำกัดวงเงินการชำระเงินต้น ทำให้ผู้บริโภคต้องมีการดอกเบี้ยเพิ่มขึ้น 7) มีการกำหนดให้ผู้กู้ชำระเงินให้ครบ

ภายใน 12 เดือน หากไม่สามารถชำระได้ จะให้ทำสัญญาใหม่ และเรียกเก็บค่าธรรมเนียมอีกครั้ง 8) เมื่อชำระเงินกู้ครบตามสัญญาแล้ว ผู้กู้กลับถูกเรียกเก็บค่าประเมินหลักประกัน แม้ตามความเป็นจริงแล้วผู้กู้เป็นผู้ดำเนินการขอหนังสือประเมินหลักประกันจากสำนักงานที่ดินด้วยตัวเอง

หลังจากการแถลงข่าวที่มีการเผยแพร่ในสื่อต่างๆ ส่งผลต่อเนื่องให้ผู้บริโภคที่ประสบปัญหาจากการกู้เงินกับบริษัท ศรีสวัสดิ์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) บริษัท ศรีสวัสดิ์ฟาวเวอร์ 2014 จำกัด และบริษัทอื่นๆ ในเครือ ร้องเรียนเข้ามาที่สภาผู้บริโภคเป็นจำนวนมาก ต่อเนื่องจนถึงปี 2566

ทั้งนี้ จากการรวบรวมข้อมูลการร้องเรียน 69 เรื่อง เมื่อสิ้นสุดปีงบประมาณ 2566 สภาผู้บริโภคพบว่า มีประเด็นร้องเรียนสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การไม่ได้รับเอกสารคู่สัญญาและไม่ได้รับโฉนดที่ดินคืน หลังจากชำระเงินครบตามจำนวน (อ้างค่าธรรมเนียม

ค่าประเมินราคาที่ดิน) การเรียกเก็บเงินค่าปิดบัญชี และการติดดอกเบี้ยเกินอัตราที่กฎหมายกำหนด

ตลอดเวลาที่เริ่มมีการร้องเรียนเข้ามาจนสิ้นสุดปีงบประมาณ 2566 สภาผู้บริโภคได้ให้ความช่วยเหลือแก่ผู้บริโภคในการดำเนินคดี โดยการให้คำแนะนำและช่วยเหลือด้านทนายความ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีที่ผู้ร้องเรียนถูกบริษัทฟ้องในฐานะจำเลย สภาผู้บริโภคยังรับเป็นพยานเบิกความในหลายคดีที่สามารถช่วยเหลือให้ผู้บริโภคได้รับคำพิพากษาที่เป็นธรรม อย่างไรก็ตาม ในระหว่างนั้นยังมีประเด็นร้องเรียนใหม่ๆ ที่สภาผู้บริโภคได้รับเพิ่มเติม เช่น เรื่องการปลอมลายมือชื่อ และการปลอมออกตัวสัญญาใช้เงินด้วยการให้ผู้กู้ลงลายมือชื่อบนกระดาษเปล่าที่แจ้งว่าเป็นสัญญากู้เงิน แต่นำไปพิมพ์เป็นแบบฟอร์มตัวสัญญาใช้เงินในภายหลัง ทำให้เอกสารสัญญาดังกล่าวกลายเป็นตัวสัญญาใช้เงินอย่างถูกต้องตามกฎหมาย ทั้งที่ไม่ได้รับความยินยอมจากผู้กู้

รับเงินไม่เต็มจำนวนกู้ ไม่ให้สัญญาคู่ฉบับ เก็บค่าธรรมเนียมใหม่ทุกปี

หนึ่งในตัวอย่างเรื่องร้องเรียนเป็นเรื่องที่ผู้ร้องเรียนได้ไปขอกู้ยืมเงิน ณ ที่ทำการสาขาของบริษัท ศรีสวัสดิ์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) จำนวน 200,000 บาท ซึ่งเป็นสินเชื่อแบบไม่จดจำนอง หลังจากมีการอนุมัติเงินกู้แล้ว ผู้ร้องฯ กลับไม่ได้รับเงินเต็มตามจำนวนที่ตกลงกัน และไม่ได้รับเอกสารสัญญาคู่ฉบับ โดยเจ้าหน้าที่อ้างว่าเป็นนโยบายบริษัทที่จะส่งสัญญาให้ภายหลัง จึงทำให้ผู้กู้ไม่ได้รับทราบเนื้อหาของสัญญาว่าตรงตามที่ตกลงกันหรือไม่ รวมถึงมีรายละเอียดนอกเหนือจากที่ได้รับแจ้งด้วยวาจาหรือไม่

ต่อมาได้ทราบว่า จำนวนเงินกู้ตามสัญญากลายเป็น 209,000 บาท โดยในรายละเอียดสัญญาได้ อ้างว่าผู้กู้ได้รับเงินสดจำนวน 4,000 บาท โดยอ้างหลักฐานต้นฉบับใบเสร็จรับเงินสด 4,000 บาทที่จ่ายให้ผู้กู้แต่ในความเป็นจริง ผู้กู้ไม่ได้รับเงินสดนั้น และได้รับเงินที่ขอกู้ ณ วันทำสัญญาเพียง 199,946 บาท สำหรับเงินส่วนต่าง 5,000 บาทนั้น เจ้าหน้าที่บริษัทฯ อ้างในภายหลังว่าเป็นค่าประกันและอื่นๆ

สิ่งที่ผู้กู้ได้รับมีเพียงเอกสารกำหนดจำนวนเงินชำระหนี้ในแต่ละเดือน เดือนละ 6,642 บาท ซึ่งเท่ากับคิดดอกเบี้ยในอัตราร้อยละสองต่อเดือน หรือร้อยละ 24 ต่อปี (กฎหมายกำหนดไว้ที่ไม่เกินร้อยละ 15 ต่อปี) โดยมีข้อกำหนดให้ผู้กู้ต้องชำระเงินให้ครบภายใน 12 เดือน และในเดือนสุดท้ายผู้กู้ต้องนำเงินต้นมาไถ่ถอนโฉนดในจำนวนตามที่ปรากฏบนหน้าสัญญา นั่นคือ 209,000 บาท แต่ถ้าไม่สามารถชำระได้ครบถ้วน บริษัทจะให้ทำสัญญาใหม่และเรียกเก็บค่าธรรมเนียมอีกครั้งหนึ่ง โดยการคิดค่าธรรมเนียมกำหนดอยู่ระหว่างร้อยละ 8 หรือร้อยละ 4

เล่นท์กลที่ซับซ้อนของบริษัทสินเชื่อ

อีกหนึ่งกลเม็ดของบริษัทในเครือศรีสวัสดิ์ฯ ที่มีพฤติกรรมในการเอาเปรียบผู้บริโภคโดยใช้กฎหมายคือการฟ้องสัญญาที่ผิดกฎหมายให้ถูกกฎหมายด้วยการฟ้องศาล สภาผู้บริโภคพบประเด็นนี้จากข้อร้องเรียนของผู้บริโภค ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

เมื่อผู้กู้เข้ากู้เงินกับบริษัทในเครือศรีสวัสดิ์ฯ โดยใช้ที่ดินไม่จดทะเบียนเป็นสิ่งค้ำประกัน ซึ่งถูกบริษัทคิดดอกเบี้ยร้อยละ 2 ต่อเดือน ทั้งๆ ที่บริษัทไม่มีสิทธิคิดดอกเบี้ยเกินร้อยละ 1.25 ต่อเดือน เนื่องจากไม่ได้เป็นบริษัทภายใต้การกำกับของ ธปท.

หากผู้กู้ผิดนัดชำระหนี้ ผู้ประกอบการจะนำสัญญากู้เงินที่เป็นการคิดดอกเบี้ยร้อยละ 24 ต่อปีไปฟ้องศาลในฐานะที่ผู้กู้ไม่ชำระเงินตามสัญญา โดยอ้างในคำฟ้องว่าสัญญานี้เป็นสัญญาที่คิดดอกเบี้ยตามกฎหมาย ไม่เกินร้อยละ 15 ต่อปี โดยขอให้ศาลมีคำพิพากษาบังคับให้ผู้กู้ชำระเงิน ซึ่งในหลายกรณีที่ผู้กู้ไม่มีความรู้ทางกฎหมายหรือไม่ไปศาลเพื่อต่อสู้คดี ศาลก็อาจจะตัดสินตามแนวทางของผู้ฟ้อง ผู้กู้ก็จะเป็นฝ่ายแพคดี ทั้งๆ ที่สัญญาที่อ้างถึงนั้นมีการคิดดอกเบี้ยในอัตราที่ผิดกฎหมาย และหากผู้กู้ไม่ไปขอไกล่เกลี่ย ผู้ประกอบการก็จะดำเนินการทางศาลต่อด้วยการร้องต่อศาลบังคับให้ผู้กู้ชำระหนี้สินมาขายทอดตลาดเพื่อชำระหนี้ ซึ่งในหลายกรณีผู้กู้นำโฉนดที่ดินไปเป็นหลักทรัพย์ค้ำประกันโดยไม่จดทะเบียน ผู้ประกอบการก็สามารถยึดโฉนดดังกล่าวออกขายทอดตลาด โดยไม่ต้องได้รับคำยินยอมของผู้กู้

สภาผู้บริโภคเห็นว่า พฤติกรรมลักษณะนี้อาจเข้าข่ายเป็นการใช้กระบวนการยุติธรรมเป็นเครื่องมือฟ้องสัญญาที่ไม่เป็นธรรมให้มีความชอบธรรมขึ้น แล้วใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคให้ติดอยู่กับก้นดักหน้ หรือไม่ให้หลุดพ้นออกจากวงจรการเป็นหนี้ได้

ประสานความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

จากสภาพความเป็นจริงที่เกิดขึ้น ซึ่งพบว่าละเมิดต่อข้อกำหนดต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเป็นจำนวนมาก สภาผู้บริโภคยังพบว่า มีช่องโหว่ในระเบียบเกี่ยวกับระบบการเงินของประเทศและกฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ดังนั้น การแสวงหาความร่วมมือกับหลายภาคส่วนในหน่วยงานของรัฐจึงเป็นกุญแจสำคัญที่จะนำไปสู่การแก้ไขปัญหาที่ยั่งยืน

สภาผู้บริโภคจึงเสนอให้มีการปรับปรุงกฎระเบียบต่างๆ อย่างเร่งด่วน เพื่อไม่ให้ผู้ประกอบการสามารถเอาเปรียบผู้บริโภคได้ ในขณะเดียวกัน สภาผู้บริโภคได้ผลักดันให้เกิดขั้นตอนการลงโทษผู้กระทำผิดเพื่อความศักดิ์สิทธิ์ของกฎหมาย ไม่ปล่อยให้ผู้ถูกละเมิดต่อสาธารณชน สร้างความเสียหายแก่ผู้คนจำนวนมากและทำผิดกฎหมาย ลอยนวลไปได้

ในการนี้ ได้มีการแสวงหาความร่วมมือดังนี้

1) แจ้งข้อมูลและส่งเอกสารหลักฐานเกี่ยวกับพฤติกรรมของบริษัทในเครือศรีสวัสดิ์ฯ ที่มีพฤติกรรมให้กู้ยืมเงินโดยเอาไรต์เอาเปรียบผู้บริโภค ให้แก่

เผยกลลวง
บ.สินเชื่อ บ้าน-ที่ดิน

ให้กู้-ไม่ให้สัญญา

ดอกเบี้ยงอก

สุดท้าย โดนฟ้อง

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) นำไปสู่การตรวจสอบผู้ประกอบการธุรกิจ และการปรับปรุงประกาศคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา เรื่อง ธุรกิจการให้กู้ยืมเงินเพื่อผู้บริโภคของสถาบันการเงิน เป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญา พ.ศ. 2544

2) แจ้งข้อมูลพฤติกรรมของบริษัทในเครือศรีสวัสดิ์ฯ ที่มีพฤติการณ์ให้กู้ยืมเงินโดยเอารัดเอาเปรียบผู้บริโภค พร้อมทั้งข้อมูลกลุ่มผู้เสียหาย ให้แก่กรมสอบสวนคดีพิเศษ (DSI) นำไปสู่การสืบสวน เพื่อพิจารณารับดำเนินการเป็นคดีพิเศษ ในคดีอาญา ความผิดตามกฎหมายว่าด้วยการห้ามเรียกดอกเบี้ยเกินอัตรา ตามพระราชบัญญัติ ห้ามเรียกดอกเบี้ยเกินอัตรา พ.ศ. 2560 และการพิจารณาจัดทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) เรื่อง การประสานความร่วมมือในการดำเนินคดีคุ้มครองผู้บริโภค และการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค ระหว่าง DSI กับสภาผู้บริโภค เพื่อประสานและให้ความร่วมมือในการดำเนินคดีความผิดตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค และสนับสนุนและแลกเปลี่ยนข้อมูลเรื่องร้องเรียน ข้อมูลด้านวิชาการอันเป็นประโยชน์ในการ

4) แจ้งข้อมูลพฤติกรรมของบริษัทในเครือศรีสวัสดิ์ฯ ที่มีพฤติการณ์ให้กู้ยืมเงินโดยเอารัดเอาเปรียบผู้บริโภค แก่คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ซึ่งมีหน้าที่ต้องกำกับดูแลบริษัท ศรีสวัสดิ์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ในฐานะที่เป็นบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ด้วย

ต่อสู้อคติ คินความเป็นธรรมให้แก่ผู้บริโภค

ควบคู่ไปกับการประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐ เพื่อให้มีการปรับปรุงกฎระเบียบ สภาผู้บริโภคก็ได้ดำเนินการช่วยเหลือผู้บริโภคทางด้านคดีความไปพร้อมกันด้วย เนื่องจากมีทั้งคดีที่ผู้บริโภคถูกฟ้องร้องในศาลโดยบริษัท ศรีสวัสดิ์ฯ เป็นโจทก์ และคดีที่ผู้บริโภคเป็นฝ่ายฟ้องร้องบริษัทฯ

สภาผู้บริโภคได้จัดหาทนายความเข้าช่วยว่าความจนประสบความสำเร็จ ได้รับชัยชนะแทบทุกคดี ดังตัวอย่างเช่น คดีที่เกี่ยวกับการคิดดอกเบี้ยเกินอัตรา การปลอมแปลงเอกสาร และสัญญาไม่เป็นธรรม เป็นต้น ในส่วนของกรณีที่ไม่ได้มีการดำเนินการถึงขั้นฟ้องร้อง สภาผู้บริโภคให้บริการผู้เข้ามาร้องเรียน

ผู้บริโภคชนะ! ศาลชี้ชัด 'ศรีสวัสดิ์' ใช้เอกสารปลอม

สืบสวน สอบสวน หรือป้องกันปราบปรามความผิดอันเป็นคดีพิเศษ และการพัฒนานโยบายคุ้มครองผู้บริโภค เป็นต้น

3) แจ้งข้อมูลพฤติกรรมของบริษัทในเครือศรีสวัสดิ์ฯ ที่มีพฤติการณ์ให้กู้ยืมเงินโดยเอารัดเอาเปรียบผู้บริโภค แก่ ธปท. เพื่อนำไปสู่การพิจารณานำข้อมูลดังกล่าวไปประกอบการพิจารณาอนุญาตและตรวจสอบการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัทที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของ ธปท. ตามหลักเกณฑ์การกำกับดูแลที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการพิจารณาปรับปรุงหลักเกณฑ์การกำกับดูแลให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นต่อไป

ด้วยการให้คำปรึกษา เพื่อผู้ร้องฯ สามารถดำเนินการรักษาสิทธิได้ด้วยตนเอง ในขณะที่เดียวกัน สภาผู้บริโภคได้ช่วยติดตามทวงไฉนที่คืนที่โดนยึดไว้อย่างไม่เป็นธรรม คินแก่ผู้บริโภคได้สำเร็จด้วย โดยไม่ต้องชำระค่าธรรมเนียมเพิ่มเติมตามบริษัทฯ เรียกร้อง

ด้านคดีอาญา สภาผู้บริโภคได้แจ้งความร้องทุกข์กล่าวโทษต่อผู้ประกอบการ ตามพระราชบัญญัติห้ามเรียกดอกเบี้ยเกินอัตรา พ.ศ. 2560 ต่อกองคดีคุ้มครองผู้บริโภค DSI ซึ่ง DSI อยู่ระหว่างสอบสวน เพื่อพิจารณารับเป็นคดีพิเศษ

ทำไมผู้บริโภคจึงตกเป็นเหยื่อได้อย่างง่ายดาย

ในระหว่างการดำเนินการขั้นตอนตามกฎหมาย สภาผู้บริโภคมักได้รับคำถามที่ว่า ทำไมผู้บริโภคบางคนที่มีความรู้ดี แต่ยังไม่ยอมทำตามที่บริษัทกำหนด หรือตกหลุมพรางอย่างง่ายๆ ทั้งๆ ที่มีข้อกฎหมายต่างๆ ค้ำครองอยู่แล้ว

สภาผู้บริโภคจึงประมวลเหตุผล ดังต่อไปนี้

- ผู้บริโภคมีความไว้วางใจบริษัทที่เป็นบริษัทมหาชนและบริษัทในเครือ ผู้บริโภคที่ส่วนมากมีประวัติ ผิดนัดชำระเงินหรือมีหนี้ที่ค้างชำระจากการกู้ยืมในระบบจนขาดความสามารถในการก่อหนี้เพิ่ม เนื่องจากปรากฏชื่อในฐานข้อมูลเครดิตบูโร ได้เลือกเข้าคู่กับบริษัทสินเชื่อที่มีความน่าเชื่อถือ เป็นบริษัทมหาชน อยู่ในตลาดหลักทรัพย์ ด้วยความไว้วางใจว่าจะเป็นบริษัทที่มีธรรมาภิบาล อีกทั้งยังมีหน่วยงานรัฐกำกับดูแล ไม่ว่าจะเป็น ก.ล.ต. หรือ ธปท. จึงน่าจะมีการดำเนินงานที่ถูกต้อง เป็นไปตามกฎหมายที่มี
- ผู้บริโภคส่วนใหญ่ แม้เป็นบุคคลที่มีความรู้ แต่หากตกอยู่ในภาวะมีความจำเป็นเร่งด่วนต้องการ ใช้เงินสด มักจะยอมผ่อนปรนกับข้อกำหนดต่างๆ ที่เจ้าหน้าที่บริษัทอ้างถึง เพื่อให้ได้รับเงินกู้ทันเวลา กับที่ต้องการ จึงยอมทำตามคำแนะนำของเจ้าหน้าที่
- ผู้บริโภคมีความเข้าใจว่า บริษัทสินเชื่อต่างๆ ย่อมอยู่ในกำกับของหน่วยงานรัฐ การโฆษณาของบริษัท ทำอยู่ในกรอบของการควบคุมดูแล จึงเชื่อมั่นว่าเนื้อหาในโฆษณาจะเป็นจริง
- ผู้บริโภคไม่มีตัวช่วยที่จะแจ้งเตือนภัยหรือกระตุ้นให้เกิดความระมัดระวัง เนื่องจากไม่ได้มีการแจ้งสิทธิ ตามกฎหมายก่อนการกู้ยืมว่าด้วยวาจา หรือการมีเอกสารประกาศในสถานที่กู้ยืม ในลักษณะเดียวกับ สิทธิผู้ป่วยที่มีการขึ้นป้ายในสถานพยาบาล

32

ข้อตกลงร่วมเพื่อความเป็นธรรมต่อผู้บริโภค

ในอีกทางหนึ่ง สภาผู้บริโภคมุ่งหาทางออกสำหรับปัญหาเฉพาะหน้าของผู้บริโภคด้วย โดยมุ่งยุติปัญหา ร่วมกับผู้ก่อเหตุ ดังนั้นจึงได้ร่วมประชุมกับผู้บริหารของบริษัท ศรีสวัสดิ์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) จนสามารถ บรรลุข้อตกลงร่วมกันเพื่อสร้างความเป็นธรรมในการทำสัญญาและยกระดับแนวทางการปฏิบัติที่ดีของบริษัท เพื่อสร้างความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ดังนี้

1. ให้บริษัทส่งมอบสัญญากู้ยืมเงินคู่ฉบับแก่ผู้บริโภคทันทีเมื่อลงนามในสัญญา ตามประกาศของ สคบ. และหากเป็นลูกค้าโดยทั่วไป ไม่ควรส่งมอบสัญญาเกิน 15-30 วัน
2. ให้ติดป้ายแสดงข้อมูลทั้งในศูนย์ให้บริการสินเชื่อและช่องทางการสื่อสารอื่นๆ เพื่อแจ้งสิทธิของผู้บริโภค ในการได้รับสัญญาคู่ฉบับ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบได้ว่าได้ทำสัญญากับบริษัทใด มีมูลหนี้เงินต้นเท่าไร อัตราดอกเบี้ยคือเท่าไร และมีเงื่อนไขอะไรบ้าง เช่น มีการเก็บค่าธรรมเนียมหรือไม่

3. ประกาศประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคได้รับทราบอย่างชัดเจนเกี่ยวกับอัตราดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียม ที่แต่ละบริการของแต่ละบริษัทในเครือจะเรียกเก็บกับผู้บริโภค รวมถึงค่าธรรมเนียมและค่าเตือนต่างๆ ทั้งที่ศูนย์บริการและในช่องทางการสื่อสารอื่นๆ ของบริษัท
4. เมื่อผู้บริโภคขอสินเชื่อชำระหนี้งวดสุดท้ายครบถ้วนแล้ว จะต้องคืนหลักฐานการค้ำประกัน เช่น สมุดทะเบียนรถ หรือโฉนดที่ดิน ให้กับผู้บริโภคโดยไม่ชักช้า
5. ให้บริษัทให้ความร่วมมือกับสภาผู้บริโภคในการจัดพนักงานและช่องทางประสานงาน เพื่อตรวจสอบและแก้ไขปัญหาข้อร้องเรียนหรือความเดือดร้อนของผู้บริโภคโดยเร็ว

ข้อค้นพบเกี่ยวกับช่องโหว่และปัญหาทางกฎหมาย และมาตรการระดับนโยบายที่กระทบถึงสิทธิของผู้บริโภค

ผลจากการศึกษาและปรึกษาหารือกับผู้บริโภคที่ประสบปัญหากรณีบริษัท ศรีสวัสดิ์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือข่าย สภาผู้บริโภคสรุปได้ว่า สาเหตุสำคัญเกิดจากความไม่ชัดเจนในหลักเกณฑ์ ภาวะเบี้ยยบ ตลอดจนมาตรการที่ใช้บังคับและกำกับดูแลผู้ประกอบการให้สินเชื่อ ดังนี้

1. ความไม่ชัดเจนของหลักเกณฑ์ที่ใช้บังคับกับผู้ประกอบการ

โดยปกติ การประกอบธุรกิจสินเชื่อไม่ต้องขออนุญาต ธพท. เว้นแต่ผู้ให้บริการสินเชื่อคือธนาคารพาณิชย์ บริษัทเงินทุน และบริษัทที่ได้รับอนุญาตจากกระทรวงการคลัง (Non-bank) แต่ตามแนวทางปฏิบัติ หากจะคิดดอกเบี้ยเกินร้อยละ 15 ต่อปี บริษัทสินเชื่อต้องไปขออนุญาต ธพท. ก่อน ดังนั้นบริษัทศรีสวัสดิ์จึงถือเป็นสินเชื่อในระบบที่สามารถประกอบธุรกิจให้กู้ยืมเงินได้ แต่ต้องคิดดอกเบี้ยไม่เกินร้อยละ 15 ต่อปี ปรากฏว่า เมื่อมีการรายงานเกี่ยวกับพฤติกรรมของบริษัทศรีสวัสดิ์ ให้ ธพท. ทราบว่ามีการคิดดอกเบี้ยเกินกว่ากฎหมายกำหนด โดยไม่ได้รับอนุญาตจาก ธพท. แต่ ธพท. ยังเพิกเฉยไม่มีมาตรการใดๆ เพื่อลงโทษหรือยุติการกระทำดังกล่าว โดยอ้างว่าบริษัทศรีสวัสดิ์ไม่ใช่การประกอบสินเชื่อที่ตัวเองกำกับดูแล สะท้อนว่า กฎหมายที่มีอยู่ไม่ครอบคลุมการประกอบการดังที่กล่าวมาแล้ว หรือมีช่องว่างในการกำกับดูแลอันทำให้

ผู้ประกอบการบางรายใช้ช่องว่างนี้เอาเปรียบรายอื่นได้ ซึ่งหากเป็นผู้ประกอบการสินเชื่อที่ดี จะไปขออนุญาต ธพท. ขอคิดดอกเบี้ยเกินร้อยละ 15 ต่อปี แต่เมื่อเกิดกรณีที่ผู้ประกอบการฉวยโอกาสไม่ขออนุญาตในการคิดดอกเบี้ยเกิน ธพท. ก็ไม่ใช้อำนาจนำกรณีดังกล่าวเข้ามากำกับดูแล

ตัวอย่างความไม่ชัดเจนด้านกฎหมาย เช่น การที่บริษัท ศรีสวัสดิ์ พาวเวอร์ 2014 จำกัด มีชื่อเป็นผู้ถือหุ้นในสัญญากู้ยืมเงินที่พิพาทกัน แต่ไม่เป็นผู้ถือใบอนุญาตประกอบธุรกิจลักษณะของการให้สินเชื่อโดยตรง อย่างไรก็ตาม เนื่องจากบริษัท ศรีสวัสดิ์ พาวเวอร์ 2014 เป็นบริษัทในเครือของบริษัทเงินทุน ศรีสวัสดิ์ จำกัด (มหาชน) (ปัจจุบันคือ บริษัท ศรีสวัสดิ์ แคปิตอล 1969 จำกัด (มหาชน)) จึงทำให้เกิดความไม่ชัดเจนว่า มีหลักเกณฑ์ของ ธพท. ที่อนุญาตให้กลุ่มธุรกิจนี้ในเครือเดียวกันสามารถดำเนินการในลักษณะดังกล่าว หรือไม่ อย่างไร

ประเด็นดังกล่าวไม่ใช่เพียงคำถามเชิงตรรก หากแต่ส่งผลต่อสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ หากผู้ประกอบการไม่อาจให้บริษัทในเครือใช้ใบอนุญาตการประกอบธุรกิจให้สินเชื่อได้แล้ว การกระทำดังกล่าวย่อมเป็นการประกอบธุรกิจโดยไม่ชอบด้วยกฎหมาย และส่งผลต่อความสมบูรณ์ของสัญญากู้ยืมเงินที่สร้างขึ้นในหลายประเด็น เช่น การโฆษณาให้ประชาชนเชื่อว่า การกู้ยืมเงินดังกล่าวเป็นสัญญาที่ทำกับบริษัทเงินทุน ศรีสวัสดิ์ จำกัด (มหาชน) โดยตรง จะมีลักษณะเป็นการให้คำพรรณนาคุณภาพสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภคอย่างไม่ถูกต้องหรือไม่ หรืออาจส่งผลต่อความสมบูรณ์ของสัญญาด้วยหรือไม่

2. การตรวจสอบการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์และมาตรการที่กำหนดขึ้นเพื่อคุ้มครองประโยชน์ของผู้บริโภค

หากพิจารณากฎเกณฑ์และมาตรการที่มีอยู่ในปัจจุบัน ทั้งในส่วนของกฎเกณฑ์และมาตรการที่ใช้กำกับดูแลการประกอบธุรกิจ ซึ่งกำหนดขึ้นและบังคับใช้โดย ธปท. หรือกฎเกณฑ์และมาตรการที่ใช้บังคับกับผู้ประกอบธุรกิจให้สินเชื่อในการให้บริการแก่ผู้บริโภค ซึ่งออกโดยอาศัยอำนาจของพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นการควบคุมเนื้อหาของสัญญา หรือเนื้อหาของกรมขณาก็ตาม จะพบว่ากฎเกณฑ์หรือมาตรการเหล่านั้นมีอยู่อย่างครบถ้วนในระดับหนึ่งแล้ว แต่ก็ยังปรากฏพฤติกรรมการประกอบธุรกิจที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคดังที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น ไม่ว่าจะเป็นการให้ลงนามในกระดาษเปล่า การส่งมอบเงินกู้ไม่ครบตามจำนวนที่ระบุไว้ การระบุชื่อผู้ให้กู้ไม่ตรงกันกับชื่อในใบอนุญาตประกอบธุรกิจ การโฆษณาที่ไม่ตรงกับความเป็นจริง ฯลฯ

พฤติกรรมเหล่านี้ของผู้ประกอบธุรกิจล้วนกระทำอย่างเปิดเผยในลักษณะที่เห็นได้ชัดว่าไม่ได้คำนึงถึงกฎเกณฑ์และมาตรการที่ใช้บังคับกับการประกอบธุรกิจของตนเลย โดยอาศัยอำนาจต่อรองและสถานะในทางเศรษฐกิจที่เหนือกว่า ทำให้ผู้บริโภคต้องเข้าทำสัญญาด้วยอย่างไม่อาจโต้แย้งได้

จึงเป็นที่น่าสงสัยว่า หน่วยงานที่มีอำนาจบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องเหล่านั้น มีมาตรการใดหรือไม่ ที่จะสามารถใช้ตรวจสอบว่า ผู้ประกอบธุรกิจปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎเกณฑ์ที่ใช้กำกับดูแลธุรกิจเหล่านั้นอย่างเพียงพอ มิใช่ปล่อยให้เป็นเรื่องที่ผู้บริโภคจะต้องดำเนินการเพื่อคุ้มครองสิทธิตนเอง ซึ่งตามธรรมชาติของผู้บริโภคนั้นมักจะถูกบีบบังคับจากความจำเป็นในการดำรงชีพและภาวะทางเศรษฐกิจ ทำให้ต้องยอมรับเงื่อนไขอันไม่เป็นธรรมที่ผู้ประกอบการกำหนดขึ้นฝ่ายเดียวอยู่เสมอ อีกทั้งผู้บริโภคส่วนมากมักไม่ได้มีการดำเนินการทางกฎหมายเพื่อคุ้มครองสิทธิของตนอย่างเพียงพอ แต่หากหน่วยงานรัฐมีมาตรการตรวจสอบผู้ประกอบธุรกิจให้มีการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์อย่างถูกต้องให้มากขึ้นแล้ว ย่อมเป็นแรงผลักดันให้ผู้ประกอบธุรกิจเกิดความรับผิดชอบในการที่ต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมาย โดยไม่จำเป็นต้องมีการร้องเรียนจากผู้บริโภคเสียก่อน

สภาองค์กรของผู้บริโภค

3. การกำหนดกฎเกณฑ์และมาตรการให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ของผู้ประกอบธุรกิจ

ปัญหาที่สำคัญประการหนึ่งคือ ผู้ประกอบธุรกิจมักมีกลยุทธ์ในการดำเนินการเพื่อหลีกเลี่ยงผลบังคับของกฎเกณฑ์และมาตรการที่หน่วยงานของรัฐกำหนดขึ้นอยู่เสมอ ซึ่งหากหน่วยงานของรัฐไม่มีการติดตามรายละเอียดของกลยุทธ์เหล่านี้ และปรับเปลี่ยนมาตรการให้สอดคล้องกับการดำเนินการที่เปลี่ยนไปแล้ว ย่อมส่งผลให้กฎเกณฑ์หรือมาตรการที่กำหนดขึ้นนั้นไม่สามารถให้ความคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคได้อย่างเพียงพอ

ตัวอย่างเช่น การทำสัญญากู้ยืมเงินโดยใช้วิธีการให้ผู้กู้ยืมออกเป็นตัวสัญญาใช้เงินไว้ให้กับผู้ให้กู้ ซึ่งมีแนวคำพิพากษาศาลฎีกาวินิจฉัยไว้ว่า การกำหนดดอกเบี้ยตามตัวสัญญาใช้เงินไม่อยู่ในบังคับของกฎหมายที่กำหนดอัตราดอกเบี้ยสำหรับการกู้ยืมเงิน ทำให้คิดดอกเบี้ยเกินกว่าร้อยละ 15 ต่อปีได้

การทำสัญญาในลักษณะดังกล่าว หากผู้กู้เป็นผู้ประกอบธุรกิจที่มีการออกตัวสัญญาใช้เงินเป็นปกติอยู่แล้ว ย่อมไม่มีข้อสงสัยแต่ประการใด แต่สำหรับผู้กู้ที่เป็นบุคคลทั่วไป ซึ่งไม่เคยมีการออกตัวสัญญาใช้เงินมาก่อนเลย หรืออาจไม่รู้จักรหัสสัญญาใช้เงินเสียด้วยซ้ำ การทำสัญญาในลักษณะดังกล่าวย่อมแสดงให้เห็นถึงเจตนาของผู้ให้กู้ที่จะหลีกเลี่ยงกฎหมายและมาตรการทางกฎหมายที่ใช้บังคับกับการกู้ยืมเงินเพื่อให้เรียกดอกเบี้ยได้มากขึ้นเท่านั้น

การออกตัวสัญญาใช้เงินดังกล่าวจึงมีลักษณะเป็นเจตนาฉ้อโกงที่สร้างขึ้นเพื่ออำพรางนิติกรรมการกู้ยืมเงินต้องตกเป็นโมฆะ และนำเอากฎหมายที่ใช้บังคับกับการกู้ยืมเงินมาใช้กับสัญญาที่สร้างขึ้น หรือการปกปิดค่าใช้จ่ายที่ผู้กู้ต้องรับผิดชอบในสัญญากู้ยืมเงินให้อยู่ในรูปแบบของค่าธรรมเนียมต่าง ๆ เป็นต้น ดังนั้น การใช้อำนาจตามกฎหมายเพื่อควบคุมและกำกับดูแลผู้ประกอบธุรกิจให้สินเชื่อจึงต้องป้องกันไม่ให้ผู้ประกอบการประกอบธุรกิจใช้กลยุทธ์ต่างๆ เพื่อหลีกเลี่ยงข้อบังคับของกฎหมายในลักษณะเช่นนี้ด้วย เพื่อเป็นการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคที่จะได้รับความเป็นธรรมจากการทำสัญญาต่อไป

บทเรียนที่สำคัญว่าด้วย “ช่องโหว่” จากกรณี “ศรีสวัสดิ์”

ในสถานะที่อาจเรียกได้ว่าเป็นวิกฤติในระบบการเงินของประเทศ อันเป็นหนึ่งในสาเหตุที่ทำให้

หนี้สินครัวเรือนพุ่งสูงถึงร้อยละ 90.6 ของจีดีพี ในไตรมาสแรกของปี 2566 นั้น ประกอบกับช่องโหว่ในกฎระเบียบการกำกับดูแลเอกชนในการปล่อยเงินกู้ และการไม่บังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้อง กลายเป็นการเปิดทางให้เกิดการกู้เงินนอกระบบและการกระทำผิดกฎหมายอื่นๆ เกี่ยวกับการปล่อยเงินกู้ได้อย่างเปิดเผยในที่สาธารณะ ซึ่งรวมถึงการที่ผู้ประกอบการเอกชนใช้ช่องโหว่เหล่านั้นร่วมกับชื่อเสียงและภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของความเป็นบริษัทมหาชนสร้างมาตรการที่เอาเปรียบผู้บริโภคขึ้นมา

บริษัท ศรีสวัสดิ์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เป็นหนึ่งในบริษัทเอกชนประกอบธุรกิจให้กู้เงินแบบไม่ใช่สถาบันการเงิน ที่ได้รับความเชื่อถือจากประชาชนจากการที่มีใบอนุญาต ทำให้สถานะทางกฎหมายอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของทั้ง ก.ล.ด. และ ธปท. การดำเนินงานภายใต้เครื่องหมายบริการ “ศรีสวัสดิ์เงินสดทันใจ” จึงเป็นที่รู้จักและเห็นเป็นเรื่องปกติกันโดยทั่วไป และเมื่อมีการขยายบริษัทลูกและสาขาต่างๆ ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัดกว่า 5,500 แห่งทั่วประเทศ โดยให้บริการสินเชื่อทั้งแบบมีหลักประกันและแบบไม่มีหลักประกัน ประชาชนทั่วไปก็มิได้เกิดความคลางแคลงใจหรือรู้สึกต้องระมัดระวัง

อย่างไรก็ตาม ในความเป็นจริงแล้ว บริษัทในเครือ หรือบริษัทลูก ส่วนมากไม่ได้มีการขอใบอนุญาต จาก ธปท. จึงไม่ได้อยู่ภายใต้การกำกับดูแล ดังนั้น ในการประกอบกิจการจึงไม่ต้องปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ต่างๆ ตามที่ ธปท. กำหนด นั่นหมายความว่า สำหรับข้อกำหนดปลีกย่อยที่คอยกำกับให้การดำเนินการเป็นไปอย่างโปร่งใสและชอบธรรมก็ใช้

บังคับกับบริษัทเหล่านี้ไม่ได้จริงในทางกฎหมาย แต่สำหรับหลักเกณฑ์บางประการที่เอื้อประโยชน์บริษัทในเครือผู้รับอนุญาตกลับปรับไปใช้ประโยชน์ ประเด็นที่ชัดเจนที่สุดก็คือเรื่องของอัตราดอกเบี้ย

เนื่องจาก ธปท. กำหนดเอาไว้ให้กิจการที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลสามารถคิดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ได้สูงกว่าที่ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ กำหนด โดยสูงได้ถึงร้อยละ 36 ต่อปี แตกต่างกันอย่างสิ้นเชิงตามที่กำหนดไว้ในประเภทของการกู้ยืมหรือหนี้สิน ในขณะที่ตามกฎหมายทั่วไปจำกัดว่าต้องไม่เกินร้อยละ 15 ต่อปี หรือร้อยละ 1.25 ต่อเดือน อย่างไรก็ตาม บริษัทภายใต้การกำกับดูแลของ ธปท. จะถูกลงโทษปรับในอัตราสูงลิ่ว หากมีการกระทำผิดกฎระเบียบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องการคิดดอกเบี้ยเกินอัตราที่กำหนดในใบอนุญาต แต่บริษัทในเครือ ศรีสวัสดิ์ฯ ที่ไม่ได้อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของ ธปท. ก็เลือกที่จะคิดดอกเบี้ยในอัตราสูงถึงร้อยละ 2 ต่อเดือน หรือร้อยละ 24 ต่อปี โดยอาศัยความสัมพันธ์กับบริษัทแม่ที่ก่อให้เกิดความคลุมเครือในเรื่องสถานะทางกฎหมายของบริษัท ดังนั้น บริษัทต่างๆ เหล่านี้จึงสามารถสร้างรายได้มหาศาลจากการที่มีผู้บริโภคจำนวนมากเข้าไปกู้เงินกับบริษัทเหล่านั้นด้วยความเข้าใจว่า ตนเองกำลังกู้จากบริษัท ศรีสวัสดิ์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่สามารถคิดอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 24 ต่อปี จากผู้ขอกู้ได้ตามกฎหมาย

ยิ่งไปกว่านั้น ด้วยวิธีการเปิดบริษัทลูกโดยใช้ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทแม่ แต่ไม่ต้องอยู่ในกรอบการกำกับของ ธปท. ยังเป็นเหตุให้เมื่อเกิดการกระทำผิดขึ้นแล้ว หน่วยงานที่ควรมีหน้าที่จัดการเรื่องนี้กลับไม่มีอำนาจที่จะดำเนินการใดๆ ในขณะที่หน่วยงานอื่นๆ ก็สับสนว่าใช้หน้าที่ของตนหรือไม่

สภาผู้บริโภค

แถลงข่าวด่วน



สภาองค์กรของผู้บริโภค
Thailand Consumers Council

กรณีผู้เสียหายรวมตัวร้องเรียน
บ.เงินกู้ 'ศรีสวัสดิ์'
เข้าข่ายทำสัญญาผิดกฎหมาย



ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย สู่ทางแก้ปัญหาที่ยั่งยืน

เพื่อแก้ไขปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อสิทธิของผู้บริโภคตามที่ได้อธิบายไว้ข้างต้น สภาผู้บริโภค จึงมีข้อเสนอแนะเชิงนโยบายให้ผู้ที่เกี่ยวข้องดำเนินการเพื่อให้ความคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคในประเด็นดังต่อไปนี้

1. หน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ในการควบคุมและกำกับดูแลผู้ประกอบการให้สินค้าเชื่อ ตามกฎหมาย ควรดำเนินการจัดทำประมวลหลักเกณฑ์และมาตรการที่เป็นประโยชน์ในการคุ้มครอง สิทธิของผู้บริโภคที่ครบถ้วนและทำความเข้าใจได้ง่าย

เพื่อให้ผู้บริโภคหรือหน่วยงานที่เข้ามาดูแลคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค ดังเช่นในกรณีของ สภาผู้บริโภค สามารถศึกษาและทำความเข้าใจกฎเกณฑ์เบื้องต้นที่เกี่ยวข้องในระดับเพียงพอที่จะนำไปใช้ เพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคได้ ตัวอย่างเช่น ในกรณีของ รถพ. ซึ่งมีกฎเกณฑ์จำนวนมาก ทั้งยังเป็นกฎ เกณฑ์เฉพาะด้านที่ไม่อาจทำความเข้าใจได้ง่าย ประกอบกับรูปแบบการทำธุรกิจของผู้ประกอบการ ที่มีมีการออกแบบไว้อย่างซับซ้อน เช่นนี้แล้ว แม้หน่วยงานจะได้ดำเนินการออกกฎเกณฑ์และมาตรการ เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคไว้อย่างครบถ้วนในทุกแง่มุมก็ตาม แต่หากไม่สามารถทำการสื่อสารให้ผู้บริโภค เกิดความตระหนักรู้ถึงกฎเกณฑ์และมาตรการเหล่านั้นอย่างเพียงพอในระดับที่สามารถนำไปใช้ปกป้อง สิทธิของตนเองในเบื้องต้นได้แล้ว วัตถุประสงค์ในการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคย่อมไม่อาจบรรลุ เป้าหมายได้

ทั้งนี้ แม้จะมีการจัดตั้งหน่วยงานรับเรื่องร้องเรียนในกรณีที่เกิดปัญหาข้อพิพาทขึ้น เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภคที่ประสบปัญหาถูกเอาเปรียบหรือถูกละเมิดสิทธิของผู้บริโภคก็ตาม แต่วิธีการดังกล่าวเป็นการแก้ปัญหาได้เฉพาะรายกรณีที่มีเรื่องร้องเรียนเท่านั้น ซึ่งไม่อาจให้ประสิทธิผล ได้มากเท่ากับการสร้างความตระหนักรู้ถึงสิทธิที่ผู้บริโภคมีให้สังคมได้รับทราบเป็นการทั่วไปตั้งแต่ต้น อันจะช่วยป้องกันไม่ให้ผู้ประกอบการกระทำการอันเป็นการละเมิดสิทธิแก่ผู้บริโภคได้ หรือช่วยให้ ผู้บริโภคสามารถเยียวยาความเสียหายอันเกิดจากการถูกละเมิดสิทธิผู้บริโภคได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว

2. การเพิ่มมาตรการในเชิงตรวจสอบการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์และมาตรการที่กำหนดขึ้นเพื่อคุ้มครอง ประโยชน์ของผู้บริโภค

หน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ในการควบคุมและกำกับดูแลผู้ประกอบการให้สินค้าเชื่อควร มีมาตรการที่ช่วยในการตรวจสอบการปฏิบัติของผู้ประกอบการว่าได้กระทำการอย่างสอดคล้องกันกับ กฎเกณฑ์และมาตรการที่กำหนดขึ้นเพื่อคุ้มครองประโยชน์ของผู้บริโภคหรือไม่ โดยไม่จำเป็นต้องรอ ให้เกิดเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภคก่อน เพื่อเป็นมาตรการเชิงรุกในการกวดขันให้ผู้ประกอบการปฏิบัติตาม กฎเกณฑ์ทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องอย่างครบถ้วน

3. การติดตามเพื่อปรับเปลี่ยนกฎเกณฑ์ให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ของผู้ประกอบธุรกิจ

หน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ในการควบคุมและกำกับดูแลผู้ประกอบธุรกิจการให้สินเชื่อควรมีกลไกการติดตามข้อเท็จจริงในการประกอบธุรกิจ เพื่อให้ทราบถึงกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบธุรกิจใช้หลีกเลี่ยงผลบังคับของกฎเกณฑ์และมาตรการที่หน่วยงานของรัฐกำหนดขึ้น ทั้งนี้ หน่วยงานอาจประสานความร่วมมือกับองค์กรที่มีบทบาทในการให้ความคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค อย่างเช่น สภาองค์กรของผู้บริโภค ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีการรวบรวมสภาพปัญหาที่ผู้บริโภคถูกเอารัดเอาเปรียบอย่างทั่วถึงและเป็นปัจจุบัน เพื่อให้ได้ข้อมูลซึ่งจะสามารถนำมาใช้สำหรับปรับเปลี่ยนกฎเกณฑ์และมาตรการที่มีอยู่ เพื่อบังคับใช้กับกลยุทธ์ใหม่ๆ เหล่านั้นอย่างเท่าทันกับสถานการณ์ต่อไป

4. การบังคับใช้กฎหมายที่เข้มงวด



หน่วยงานที่มีอำนาจการกำกับดูแลเรื่องสัญญา เช่น สคบ. ควรมีการบังคับใช้กฎหมายอย่างเข้มงวด โดยเฉพาะในกรณีที่ผู้ประกอบธุรกิจสินเชื่อไม่ส่งมอบสัญญาให้กับผู้กู้ในวันที่เซ็นสัญญา และในกรณีที่ผู้ประกอบธุรกิจคิดดอกเบี้ยผู้กู้เกินกว่าที่กฎหมายกำหนดไว้ร้อยละ 15 ต่อปี สคบ. สามารถปรับได้ครั้งละ 200,000 บาทต่อหนึ่งกรณี ทั้งนี้ เป็นไปตามประกาศคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา เรื่องให้ธุรกิจการให้กู้ยืมเงินเพื่อผู้บริโภคเป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญา พ.ศ. 2565

5. สัญญากู้ยืมเงินต้องจัดทำขึ้นสองฉบับที่มีข้อความตรงกัน

สัญญากู้ยืมเงินที่ผู้ให้กู้จัดทำให้แก่ผู้บริโภค ต้องมีจำนวนสองฉบับที่มีข้อความถูกต้องตรงกัน โดยผู้ให้กู้ส่งมอบสัญญากู้ยืมเงินและเอกสารแนบท้ายสัญญาหนึ่งฉบับให้แก่ผู้กู้ทันทีที่ได้ลงนามในสัญญา กรณีการให้กู้ยืมเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ ให้เป็นไปตามที่ พ.ร.บ. ว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544 กำหนด

37

• ข้อควรระวังเกี่ยวกับการกู้ยืมเงิน

1. ตรวจสอบจำนวนเงิน และทำความเข้าใจเนื้อหาในสัญญาก่อนเซ็นสัญญาทุกครั้ง
2. ห้ามลงลายมือชื่อในกระดาษเปล่าเด็ดขาด หรือสัญญาที่มีการเว้นเว้นช่องว่างผิดปกติ
3. ไม่ควรนำโฉนดที่ดินไปเป็นหลักประกัน
4. สัญญาต้องทำอย่างน้อย 2 ฉบับ โดยให้ผู้กู้ยืมถือไว้ด้วย 1 ฉบับ 
5. ควรมีลายเซ็นพยานฝ่ายผู้กู้ยืมอย่างน้อย 1 คน
6. การชำระหนี้ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน ต้องขอหลักฐานการรับเงินที่มีลายเซ็นผู้ให้กู้ด้วยทุกครั้ง 
7. เมื่อชำระหนี้หมดแล้ว ต้องขอสัญญากู้คืนจากผู้ให้กู้ยืมด้วย



ผลงานเด่น 2: แนวคิด รถไฟฟ้ามวลชน ทุกคนขึ้นได้ทุกวัน

ทุกๆ เช้าและเย็นของช่วงเวลาเร่งด่วนในกรุงเทพฯ และปริมณฑล มีคนจำนวนมากที่ติดอยู่ในรถตู้ รถเมล์ รถมอเตอร์ไซค์ หรือรถยนต์ส่วนตัว เมื่อแหงนมองเห็นรถไฟฟ้าวิ่งฉิวผ่านศีรษะไปมา คนเหล่านี้อาจคิดว่าถ้าตนเองสามารถใช้รถไฟฟ้าไปทำงานทุกวันได้ น่าจะไม่ต้องเสียเวลาติดอยู่บนถนนท่ามกลางฝุ่นพิษยาวนานขนาดนี้ แต่เมื่อราคาค่าเดินทางรายวันที่สูงเกือบ 200 บาท การใช้รถไฟฟ้าเดินทางจึงกลายเป็นสิ่งที่ไกลสุดเอื้อม

สภาผู้บริโภคลี้ภัยเห็นถึงสภาพปัญหาดังกล่าว และคิดว่า ความเป็นไปได้ทางเดียวที่จะทำให้รถไฟฟ้าเป็นบริการขนส่งมวลชนสำหรับคนทุกกลุ่ม รายได้อย่างแท้จริง คือการทำให้ระดับราคาค่าโดยสารลดลงไม่เกินร้อยละ 10 ของค่าแรงขั้นต่ำ

ข้อเสนอหรือบรรณที่สภาผู้บริโภคนำเสนอไว้ตั้งแต่ปี 2563 คือ ราคาค่าโดยสารของรถไฟฟ้าสายสีเขียวภายหลังสิ้นสุดสัญญาสัมปทานในปี 2572 ควรจะเป็น 25 บาทตลอดสาย แต่ก็ไม่มีการตอบรับข้อเสนอดังกล่าวจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและถูกวิจารณ์จากบางส่วนของสังคม ว่าสวนกระแสความเป็นจริง อย่างไรก็ตาม สภาผู้บริโภคนำกรณในข้อเสนอดังกล่าวและดำเนินงานต่างๆ ทั้งการแสดงความเห็น การรณรงค์ การจัดกิจกรรมเชิงวิชาการ ฯลฯ ภายใต้แนวทางที่ต้องการให้รถไฟฟ้าเป็นระบบขนส่งมวลชนที่ประชาชนทุกกลุ่มควรจับต้องได้จริงมาโดยตลอด จนกระทั่งมีรัฐบาลใหม่ที่ขึ้นบริหารประเทศในช่วงกลางปี 2566 ได้นำข้อเสนอนี้มาปรับใช้ใหม่ที่สุด โดยได้รับการตอบรับจากผู้ให้บริการเป็นอย่างดี

ทำไมต้องร้อยละ 10 จากค่าแรงขั้นต่ำ

ผู้บริโภคทุกคน ทุกครอบครัวมีภาระค่าใช้จ่ายหลายด้าน ทั้งค่าบริการขนส่งมวลชน ค่าอาหาร ค่าที่พัก ค่าเล่าเรียนลูก ค่าบริการโทรคมนาคม ฯลฯ หลายประเทศหรือประเทศที่พัฒนาแล้วกำหนดค่าบริการขนส่งมวลชนไม่เกินร้อยละ 10 ของค่าแรงขั้นต่ำ เห็นได้จากการกำหนดราคาค่าโดยสารรถไฟฟ้าสายสีเขียวสายแรกของประเทศไทยไว้ที่ 15 บาทตลอดสาย แต่วิกฤตเศรษฐกิจและค่าเงินบาท รวมทั้งปัญหาการบริหารจัดการที่ไม่โปร่งใส ขาดการมีส่วนร่วมของประชาชน ทำให้เกิดปัญหาค่าโดยสารรถไฟฟ้ามีราคาแพง มีสัญญาจ้างเดินรถเกินเลยสัญญาสัมปทาน และเป็นมรดกบาปมาจนถึงปัจจุบัน คงไม่มีใครปฏิเสธได้ว่า การที่คนส่วนใหญ่

ต้องเดินทางไปทำงาน ไปโรงเรียน หรือไปทำกิจกรรมต่างๆ ทุกเช้าเย็น เป็นสาเหตุใหญ่ที่ทำให้เกิดการจราจรติดขัดอย่างแสนสาหัสในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล จากการศึกษาของสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI) ส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลและรถจักรยานยนต์ในการเดินทางในกรุงเทพฯ คิดเป็นร้อยละ 43 และร้อยละ 26 ตามลำดับ โดยมีผู้ใช้บริการรถขนส่งสาธารณะเพียงร้อยละ 24 เท่านั้น จึงเป็นต้นเหตุปัญหาการจราจรที่ติดขัดอย่างหนัก

การใช้บริการขนส่งมวลชนด้วยรถไฟฟ้าอาจเป็นทางออกเดียวในปัจจุบันที่จะช่วยลดความคับคั่งของการจราจร หากทำให้เป็นการขนส่งที่ทุกคนขึ้นได้ทุกวัน ซึ่งรวมถึงคนที่มีรายได้น้อยที่สุดในกรุงเทพฯ ด้วย

หากเปรียบเทียบกับเมืองใหญ่ๆ ทั่วโลกจะพบว่า มีหลายประเทศกำหนดค่าโดยสารรถไฟฟ้าต่ำกว่าร้อยละ 10 ของค่าแรงขั้นต่ำ (ปารีสเท่ากับร้อยละ 3 ลอนดอนร้อยละ 5 โตเกียวร้อยละ 9 และสิงคโปร์ร้อยละ 5) เมื่อค่าโดยสารรถไฟฟ้าเป็นตัวแปรสำคัญในการแก้ปัญหาจราจร มลพิษ และสุขภาพ สภาผู้บริโภคนจึงมองเห็นว่า แนวทางสำคัญที่จะทำให้ประชาชนส่วนใหญ่หันมาใช้รถไฟฟ้าเพื่อการเดินทางประจำวันก็คือการลดราคาค่าโดยสารลงมาให้เท่ากับหรือต่ำกว่าร้อยละ 10 ของค่าแรงขั้นต่ำ

สภาผู้บริโภคนำเสนอ 25 บาทตลอดสาย ทำได้จริง กรณีรถไฟฟ้าสายสีเขียว

จากข้อมูลของกรุงเทพมหานครเสนอให้เก็บค่าโดยสารรถไฟฟ้าสูงสุด 65 บาทตลอดสาย ขณะที่กระทรวงคมนาคมเสนอที่ 49.83 บาทตลอดสาย สภาผู้บริโภคนได้ใช้ข้อมูลของทั้งสองหน่วยงานคำนวณค่าโดยสารพบว่า ค่าโดยสารสูงสุด 25 บาทเป็นไปได้จริง และกรุงเทพมหานครยังมีกำไรในระยะ 30 ปี ไม่น้อยกว่า 23,200 ล้านบาท หากมีการขยายระยะเวลาสัมปทาน

สภาผู้บริโภคมองว่าได้เสนอตัวเลข 25 บาทตลอดสาย ถึงแม้จะเกิน 10% ของค่าแรงขั้นต่ำ แต่เป็นจุดเริ่มต้นที่มีเป้าหมายให้สามารถดำเนินการได้ไม่เกิน 10% ในอนาคต การเปิดเผยต้นทุนโครงสร้างค่าโดยสารรถไฟฟ้าสายสีเขียวที่ผู้บริโภคมองว่าแพงเกินไป อาจทำให้การเดินรถ รายได้การพัฒนาสถานี และรายได้โฆษณา เป็นต้น รวมถึงระยะเวลาตามสิทธิสัญญาสัมปทานของเอกชน เพื่อนำมาวิเคราะห์ถึงต้นทุนโครงสร้างราคาค่าโดยสารที่เหมาะสม เป็นธรรม และอยู่บนหลักการพื้นฐานที่ว่า ประชากรทุกกลุ่มรายได้ในกรุงเทพฯ ทุกคนสามารถใช้รถไฟฟ้าขนส่งมวลชนได้ทุกวัน จากนั้นจึงกำหนดเป็นประเด็นรณรงค์หนึ่งในสามประเด็นหลักที่ดำเนินการมาตั้งแต่ปี 2564 ทั้งนี้ ทั่วโลกไม่มีการผลัดภาระในการลงทุนทั้งหมดให้ผู้บริโภค และมีการหารายได้อื่นมาชดเชยเพื่อลดค่าโดยสาร เช่น จากการโฆษณา การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในเส้นทางรถไฟฟ้า เป็นต้น

หากสายสีเขียวสิ้นสุดสัมปทานในปี 2572 และกทม. จะเป็นเจ้าของโครงสร้างระบบรางของสายสีเขียวส่วนหลักตลอดสาย ซึ่งจะสามารถกำหนดราคาค่าโดยสารได้เอง สภาผู้บริโภคได้ดำเนินการศึกษาเพิ่มเติมพบว่า ค่าจ้างเดินรถไฟฟ้ามีค่าใช้จ่ายประมาณ 10.10-16.30 บาทต่อคนต่อเที่ยว ขึ้นกับจำนวนผู้โดยสาร (คำนวณระหว่างปี 2557 – 2562) และสอดคล้องกับข้อมูลของกรุงเทพมหานครที่ประมาณ 11.00 บาท หรือแม้แต่งานศึกษาวิจัยของกรมการขนส่งทางรางพบว่า มีต้นทุนงานระบบต่อผู้โดยสารภายในระยะเวลา 30 ปี สำหรับรถไฟฟ้าในระบบ Heavy Rail เช่น สายสีเขียวและสายสีน้ำเงินอยู่ที่ 13.41 – 15.12 บาทต่อคนต่อเที่ยว สภาผู้บริโภคจึงได้เผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวและรณรงค์ประเด็น “ค่าโดยสารรถไฟฟ้า 25 บาทตลอดสาย” อย่างต่อเนื่อง

แนวคิดดังกล่าวได้รับการขยายไปสู่ภาคประชาชน นักการเมือง และนักวิชาการอย่างกว้างขวางในเวลาต่อมา ควบคู่ไปกับข้อเสนอคัดค้านการต่อสัญญาสัมปทานล่วงหน้า 30 ปีของกรุงเทพมหานคร ขณะเดียวกันก็เกิดกระแสเสียงคัดค้านจากสาธารณะว่า 25 บาทตลอดสายนั้น “สวนกระแสความเป็นจริง” เนื่องจากในขณะนั้นมีกระแสข่าวภาระหนี้สินของกรุงเทพมหานคร กว่าหนึ่งแสนล้านบาทที่เกิดจากการจ้างเอกชนเดินรถและบำรุงรักษา (O&M) และภาระหนี้ก่อสร้างเส้นทางรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายที่รับโอนมาจาก รฟม. โดยบริษัทเอกชนมีการทวงหนี้ผ่านช่องทางสื่อต่างๆ อย่างเปิดเผย

สร้างความวิตกกังวลให้กับประชาชนในกรุงเทพฯ อย่างมาก โดยเฉพาะข้อกังวลที่ว่า จะกระทบต่อการขยายเส้นทางรถไฟฟ้าไปสู่จุดต่างๆ ทั่วกรุงเทพฯ ภายใต้แผนการลงทุนที่มีเม็ดเงินสูงหลายหมื่นล้านบาทที่กำลังดำเนินการอยู่ ค่าเดินทางเพื่อคนทุกกลุ่มในราคา 25 บาทตลอดสายนั้น จึงถูกวิจารณ์ว่า “เป็นไปได้” อย่างไรก็ตาม ครม. ในเวลานั้น ก็ไม่ได้สนับสนุนและอนุมัติการต่อสัญญาสัมปทานล่วงหน้า 30 ปี และไม่ให้เก็บค่าโดยสาร 65 บาทตลอดสายตามข้อเสนอของกรุงเทพมหานครแต่อย่างใด

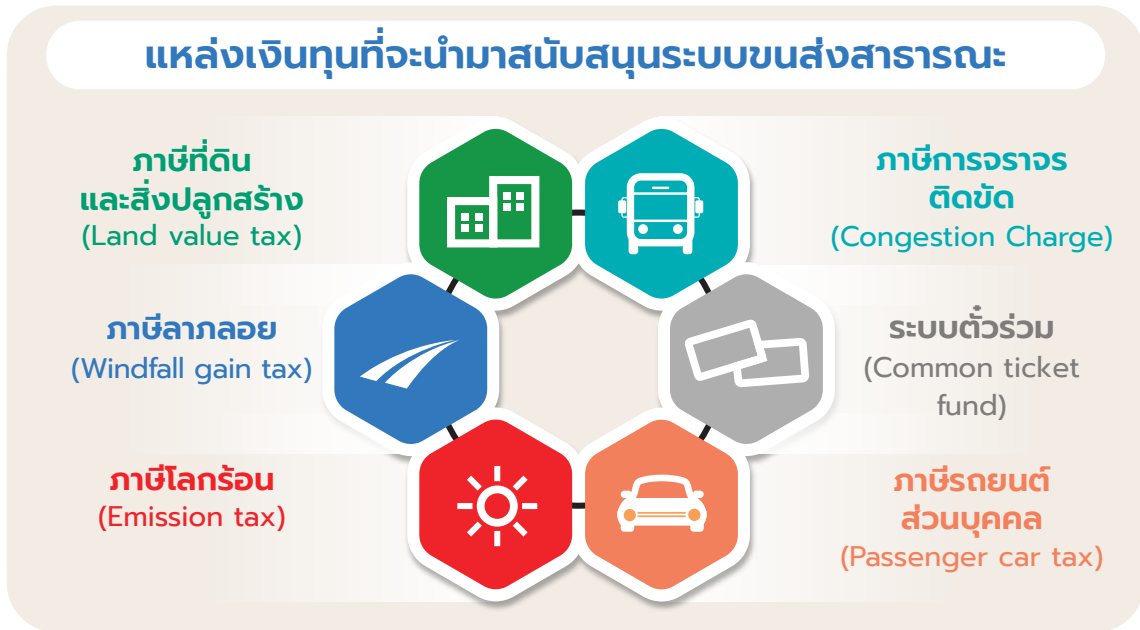
อสังหา โฆษณา เส้นทางรายได้สนับสนุนค่าโดยสาร

แม้บางกลุ่มอาจจะมองต่าง แต่สภาผู้บริโภคมองเห็นศักยภาพของโครงข่ายขนาดใหญ่ตลอดเส้นทางรถไฟฟ้าที่ครอบคลุมแทบทุกเขต มีพื้นที่ภายในและภายนอกสถานีหลายสิบสถานี ซึ่งเป็นศักยภาพในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ตลอดเส้นทางรถไฟฟ้าได้ รวมถึงการใช้พื้นที่เพื่อการโฆษณา

สภาผู้บริโภคเล็งเห็นว่า แนวทางเหล่านี้สามารถก่อให้เกิดรายได้ในอีกทางหนึ่ง นอกเหนือจากโอกาสที่จะมีรายได้เพิ่มขึ้นจากค่าโดยสาร เมื่อประชาชนส่วนใหญ่หันมาใช้รถไฟฟ้าเพื่อการเดินทางในทุกโอกาส ถึงแม้ค่าโดยสารต่อครั้งจะน้อยลง แต่ปริมาณการใช้งานจะเพิ่มมากขึ้น ไม่นับว่าจะก่อให้เกิดงบประมาณส่วนที่เหลือจากการลดปัญหาสุขภาพที่เกิดจากการจราจร หรือแม้แต่ค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่จะลดลงเมื่อการจราจรติดขัดน้อยลง

รศ.ดร.ชาลี เจริญลาภนพรัตน์ รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ยืนยันว่า ภาพรวมของค่าโดยสารรถไฟฟ้าราคา 20 บาทตลอดสายสามารถทำได้ โดยแบ่งเป็น 2 แนวทาง แนวทางแรกคือปรับค่าโดยสารรถไฟฟ้าที่อยู่ในการดูแลโดยหน่วยงานรัฐ ซึ่งสามารถดำเนินการได้ทันที แต่อาจจะมีเรื่องของค่าใช้จ่ายที่จะเกิดเพิ่มขึ้น ทำให้เกิดปัญหาการขาดทุน ซึ่งต้องพิจารณาในเรื่องการหารายได้เพิ่มจากการใช้ประโยชน์พื้นที่สถานี เช่น การให้เช่าพื้นที่ของแต่ละสถานี การเชื่อมต่อกับศูนย์การค้า หรือการโฆษณาในสถานี ซึ่งในส่วนนี้จะช่วยเพิ่มรายได้ ทำให้ไม่เกิดภาวะขาดทุน ส่วนแนวทางที่สอง สำหรับรถไฟฟ้าสายที่ไม่ใช่ของรัฐ เช่น บีทีเอสสีเขียว หรือสายสีเหลือง รัฐจะต้องเจรจาแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ของการเจรจา โดยกรณีสายสีเขียวใกล้จะหมดสัมปทานในปี 2572 รวมไปถึงการเจรจาเรื่องการยกเลิกการจ่ายค่าแรกเข้า ก็จะช่วยให้ลดราคาค่าโดยสารได้

อย่างไรก็ตาม การหารายได้เพื่อสนับสนุนค่าโดยสารรถไฟฟ้ามีใช้หนทางเดียว การลดค่าใช้จ่ายของรัฐก็เป็นอีกทางหนึ่ง เช่น รัฐบาลสามารถมีจำนวนเม็ดเงินงบประมาณเพิ่มเติมเมื่องบประมาณด้านสุขภาพลดลงที่เป็นผลจากจำนวนความเจ็บป่วยของประชาชนจากเหตุมลพิษจากจากรถลดลง ก็สามารถนำงบประมาณนั้นมาสนับสนุนค่าเดินทางของประชาชนได้



40

ลดฝุ่นพิษ ลดค่ารักษาพยาบาล เพิ่มคุณภาพชีวิต

ความจริงที่ไม่อาจปฏิเสธได้คือ การจราจรที่ติดขัดจนติดอันดับโลกของกรุงเทพฯ สร้างความเสียหายให้กับสังคมหลายประการ ดังเช่น มลพิษในสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากฝุ่น PM 2.5 ความสิ้นเปลืองในการเผาผลาญน้ำมันบนท้องถนน ค่าใช้จ่ายด้านค่ารักษาพยาบาลที่เกิดจากมลพิษ และผลกระทบต่อสุขภาพจิตของประชาชนจำนวนมากหลายล้านคนที่ต้องใช้ชีวิตมากกว่าสองถึงสี่ชั่วโมงบนท้องถนน

หากดูตัวเลขจากกระทรวงสาธารณสุขจะพบว่า ผู้ป่วยจากฝุ่น PM 2.5 ตั้งแต่ 1 มกราคม - 1 มีนาคม 2566 มีมากถึง 1,730,976 ราย โรงพยาบาลมีค่าใช้จ่ายสำหรับแผนกผู้ป่วยนอกที่มารักษาพยาบาลด้วยโรคระบบทางเดินหายใจอย่างน้อย 700 บาทต่อคน รวมค่าใช้จ่ายมากกว่า 1,200 ล้านบาท นอกจากนี้ค่ารักษาพยาบาลแล้ว ยังมีค่าเดินทาง การต้องหยุดงานและขาดรายได้ ซึ่งประเมินเป็นมูลค่ามากกว่า 3,000 ล้านบาท รวมตัวเลขทั้งสองส่วนนี้ก็มากกว่า 4,000 - 5,000 ล้านบาทแล้ว

ด้านสุขภาพจิตประชากรกรุงเทพฯ ตามสถิติของ “การขนส่งสาธารณะทั่วโลกประจำปี 2022” ของ Moovit ซึ่งเป็นบริษัทวิเคราะห์การขนส่งของโลกพบว่า คนกรุงเทพฯ ใช้เวลาเดินทางไปทำงานเฉลี่ย 58 นาทีต่อเที่ยว (เกือบ 2 ชั่วโมงในการเดินทางไป-กลับ) โดยเวลาที่เหมาะในการเดินทางควรอยู่ระหว่าง 5-16 นาทีต่อเที่ยวหรือมากที่สุดไม่ควรเกิน 30 นาทีต่อเที่ยว ผลวิจัยเผย ยิ่งติดอยู่บนถนนนานก็ยิ่งเครียดและสุขภาพจิตแย่

งานวิจัยหลายชิ้นยังพบความเชื่อมโยงระหว่างการใช้เวลาเดินทางไปทำงานที่ยาวนานกับสุขภาพจิตที่แย่ลง ยกตัวอย่างเช่น งานวิจัยจากสาขาสาธารณสุขมหาวิทยาลัยอินฮา ประเทศเกาหลีใต้ พบว่า ชาวเกาหลีใต้ที่เดินทางไปทำงานนานกว่าหนึ่งชั่วโมงทุกวัน มีแนวโน้มที่จะมีอาการซึมเศร้ามากกว่าผู้ที่เดินทางน้อยกว่า 30 นาที ถึง 16% เหล่านี้จึงเป็นต้นทุนแอบแฝงที่รัฐบาลและเอกชนจะต้องจ่ายในรูปแบบต่างๆ รวมทั้งความถดถอยทางสมรรถนะของร่างกายและจิตใจที่เกิดจากความเครียดสะสม

ด้วยเหตุผลดังกล่าว สภาผู้บริโภคนั้นจึงมั่นใจและเชื่อมั่นว่า การทำให้ค่าโดยสารรถไฟฟ้าเป็นราคาที่เป็นประโยชน์ คือค่าตอบแทนที่สามารถช่วยแก้ไขปัญหาหลายๆ ด้านของสังคมได้

พรรคการเมืองอำนาจรับหลักการค่าโดยสารไม่เกินร้อยละ 10 ของรายได้ขั้นต่ำ

กล่าวได้ว่า แนวคิดค่าโดยสารรถไฟฟ้าไม่เกินร้อยละ 10 ของค่าแรงขั้นต่ำเริ่มมาสู่จุดสูงสุดในปี 2566 เมื่อสถานการณ์การเมืองมาถึงจุดเปลี่ยนที่สำคัญ นั่นคือการเลือกตั้งทั่วไป พรรคการเมืองหลายพรรคต่างหันมาสนใจ และนำแนวคิดนี้ไปนำเสนอเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายพรรคในการหาเสียงเลือกตั้ง โดยมีพรรคการเมืองถึง 4 พรรคที่นำไปเป็นหนึ่งในนโยบายหลัก ได้แก่ พรรคเพื่อไทยเสนอราคาค่าโดยสารรถไฟฟ้า 20 บาทตลอดสาย พรรคก้าวไกลเสนอค่ารถเมล์-รถไฟฟ้า 8-45 บาทตลอดสาย พรรคประชาธิปัตย์เสนอค่ารถไฟฟ้า 50 บาท ทั้งวันทุกสาย พรรคภูมิใจไทยเสนอตัวรายวัน รถ เรือ เริ่มต้น 15 บาท ตลอดวันไม่เกิน 50 บาท, ส่วนค่ารถไฟฟ้าเริ่มที่ 15 บาท ตลอดสายไม่เกิน 40 บาท พรรคพลังประชารัฐ แม้ไม่ได้เสนอด้านราคารถไฟฟ้า แต่เสนอระบบการเชื่อมต่อการเดินทางที่เป็นโครงข่ายก่อน เมื่อโครงข่ายการเดินทางครบก็จะมาเน้นเรื่องการทำระบบขนส่งระบบรอง (Feeder) เพื่อนำคนในชุมชนใหญ่

หรือหมู่บ้านขนาดใหญ่เข้าถึงระบบการเดินทางหลัก และท้ายที่สุด เมื่อพรรคเพื่อไทยสามารถจัดตั้งรัฐบาลได้ จึงประกาศว่า การลดค่าโดยสารรถไฟฟ้าลงเป็นราคา 20 บาทตลอดสายสามารถทำได้ทันที

แล้วความคาดหวังว่าประชาชนสามารถเดินทางด้วยรถไฟฟ้าในราคาที่เป็นธรรมก็ใกล้จะเป็นจริงขึ้นมา เมื่อนายสุริยะ จึงรุ่งเรืองกิจ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคม แถลงข่าวว่า นโยบายเรื่องรถไฟฟ้า 20 บาทตลอดสายอาจ “ไม่ใช่ในนโยบายเร่งด่วน” แต่เป็นนโยบายที่จะดำเนินการภายใน 2 ปี ซึ่งขัดแย้งกับนายเศรษฐา ทวีสิน นายกรัฐมนตรีที่ระบุว่า ราคารถไฟฟ้า 20 บาทตลอดสายเป็นนโยบายที่จะ “ทำทันที” โดยบรรจุไว้ในการแถลงนโยบายรัฐบาลแล้ว

สภาผู้บริโภครวมถึงนักวิชาการ และตัวแทนภาคประชาชนจึงพากันประสานเสียงไปในทิศทางเดียวกันว่า รถไฟฟ้าราคา 20 บาทสามารถทำได้ทันทีในส่วนเส้นทางเดินรถที่รัฐเป็นเจ้าของ ไม่จำเป็นต้องรอ 2 ปี และขอให้รัฐบาลทบทวนประเด็นดังกล่าว เพื่อให้ได้จริงตามที่ได้ประกาศเป็นนโยบาย

จนกระทั่งในวันที่ 16 ตุลาคม 2566 คณะรัฐมนตรีจึงมีมติลดราคาค่าโดยสารรถไฟฟ้า MRT สายสีม่วงและรถไฟฟ้าสายสีแดง เหลือไม่เกิน 20 บาทต่อเที่ยว จนถึงวันที่ 30 พฤศจิกายน 2567



สภาองค์กรของผู้บริโภค Thailand Consumers Council Thai PBS THE REPORTERS

เสวนาออนไลน์

เคาะสูตรไหน? ให้ราคารถไฟฟ้า สายสีเขียว ถูกลง ผู้บริโภคได้ประโยชน์

13.30 - 15.00 น.

วิเคราะห์ทางออก สูตรส่วนต่อขยายสายสีเขียว แบบไหนผู้บริโภคได้ประโยชน์

ผู้ดำเนินรายการ
วูปณีย์ เอียดศรีไชย
 ผู้ก่อตั้งสถานีข่าว The Reporters

พศ.ดร.เกสร
 ัญญลักษณ์ภักย์
 ประธานที่ปรึกษา ด้านยุทธศาสตร์ และงบประมาณ ที่ปรึกษาของผู้อำนวยการกรุงเทพมหานคร

สิริพงศ์
 อังคสกุลเกียรติ
 สกตสภาผู้แทนราษฎร จังหวัดศรีสะเกษ เขต 1 พรรคภูมิใจไทย

ชเนินทร์
 รุ่งธนเกียรติ
 รองโฆษกพรรคเพื่อไทย

สรศ.ดร.ชาลี
 เจริญลาภพรรัตน์
 รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

สารี
 อ่องสมหวัง
 เลขาธิการสภาองค์กรของผู้บริโภค

ผลตอบรับชัดเจนเป็นที่ประจักษ์

ห้าเดือนหลังจากที่รัฐบาลเปิดทดลองให้ประชาชนจ่ายค่าโดยสารรถไฟฟ้าสายสีแดงและสีม่วงในราคา 20 บาทตลอดสาย ประเดิม 2 เส้นทาง ซึ่งถือว่าเป็นนโยบาย Quick Win นโยบายแรกของรัฐบาล จากข้อมูลของกรมการขนส่งทางราง กระทรวงคมนาคม ระบุว่า ตั้งแต่วันที่ 16 ตุลาคม 2566 - 14 มีนาคม 2567 รถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดงทั้งสายกรุงเทพอภิวัฒน์-ตลิ่งชัน และสายกรุงเทพอภิวัฒน์-รังสิต มีผู้ใช้บริการเฉลี่ยวันละ 27,683 คน/เที่ยว เพิ่มขึ้นจากก่อนที่มีมาตรการ 20 บาทตลอดสายถึง 27.97% ซึ่งสูงกว่าที่ประมาณการไว้ว่าจะเพิ่มขึ้น 10 - 20% ขณะที่รถไฟฟ้ามหานคร สายสีม่วง ช่วงเตาปูน-คลองบางไผ่ พบว่า มีผู้ใช้บริการเฉลี่ยวันละ 65,179 คน/เที่ยว เพิ่มขึ้นจากก่อนมีมาตรการฯ 14.39%

เมื่อพิจารณาภาพรวมทั้งสายสีแดงและสายสีม่วงพบว่า ภายหลังจากมีมาตรการอัตราค่าโดยสาร 20 บาท

ตลอดสาย มีผู้ใช้บริการรวมสองสายเฉลี่ยวันละ 92,714 คน/เที่ยว เพิ่มขึ้น 17.94% จากก่อนมีมาตรการฯ และยังพบว่า ทั้งสองเส้นทางมีปริมาณผู้ใช้บริการใช้บริการมากที่สุดนับตั้งแต่เปิดให้บริการมา

จากการประเมินมูลค่าผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม พบว่า มาตรการดังกล่าวมีมูลค่าสูงถึงวันละ 2,640,000 บาท

ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า จากแนวคิดที่สวนกระแสในระยะเริ่มต้น การคิดค่าโดยสารรถไฟฟ้าในราคาร้อยละ 10 ของค่าแรงขั้นต่ำสามารถกลายเป็นจริงในที่สุด แม้ว่าจะเป็นการทดลองระยะสั้น แต่เท่ากับว่า สภาผู้บริโภคได้ผลักดันนโยบายค่ารถไฟฟ้าเพื่อความเป็นธรรมกับประชาชนทุกกลุ่มเข้าสู่นโยบายของรัฐบาล ได้เป็นผลสำเร็จบรรลุตามภารกิจที่กำหนดไว้ในมาตรา 14 (1) แห่งพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562

ผลักดันพัฒนาบริการขนส่งมวลชนทั่วประเทศ

ภายใต้แนวคิดบริการขนส่งมวลชนหรือขนส่งสาธารณะ เป็นหน้าที่ของรัฐในการดำเนินการ หรือสนับสนุนให้ประชาชนเข้าถึงอย่างปลอดภัย มีคุณภาพและมาตรฐานในการให้บริการสินค้า หรือบริการสาธารณะ (Public Goods) ไม่สามารถให้กลไกราคาหรือกลไกตลาดมาจัดการกำหนดราคาได้ สภาผู้บริโภคพยายามชี้ให้เห็นว่า รัฐบาลควรต้องมีนโยบายจัดสรรงบประมาณแผ่นดินให้สอดคล้องกับความต้องการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน เช่นการบริการขนส่งมวลชนเป็นบริการขั้นพื้นฐานที่สำคัญของประชาชนทั่วประเทศ รัฐบาลจึงควรมีนโยบายในด้านนี้ ดังนี้

- หากประชาชนเดินออกจากบ้าน 500 เมตรต้องเข้าถึงบริการขนส่งมวลชน เช่น ป้ายรถเมล์ จุดบริการรถโดยสารสาธารณะ
- บริการขนส่งมวลชนทุกคนขึ้นได้ทุกวัน โดยกำหนดค่าบริการขนส่งมวลชนสูงสุดต่อวันไม่เกินร้อยละ 10 ของรายได้ขั้นต่ำทั่วประเทศ
- มีการสนับสนุนบริการขนส่งมวลชนที่จำเป็นจากรัฐบาลและท้องถิ่น เช่น รถรับส่งนักเรียน
- พัฒนาระบบขนส่งมวลชนในทุกพื้นที่ทั่วประเทศ เพื่อให้เกิดการเชื่อมต่อทางเศรษฐกิจและชีวิตสังคมตลอดจนการเติบโตของเมือง
- ส่งเสริมให้ผู้บริโภคใช้บริการขนส่งมวลชนเพิ่มขึ้น ตามแผนยุทธศาสตร์ชาติที่กำหนดสัดส่วนการใช้ขนส่งมวลชนให้ได้ตามเป้าหมาย
- บังคับใช้กฎหมายให้มีความปลอดภัยในการใช้บริการขนส่งมวลชน และมีระบบการเยียวยาความเสียหายเชิงลงโทษเพื่อพัฒนาคุณภาพการให้บริการ
- ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในทุกระดับ ในการเป็นผู้แทนผู้บริโภคตามกฎหมาย ทั้งในระดับจังหวัดและระดับประเทศ

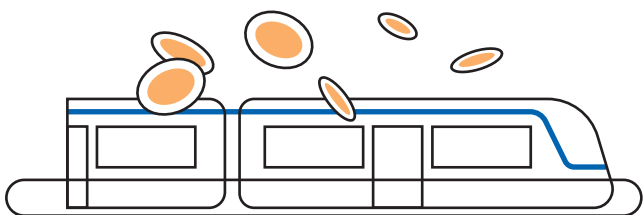
ข้อเสนอของสภาผู้บริโภค

1. เสนอให้ท้องถิ่น จัดตั้งกองทุนบริการขนส่งสาธารณะ เพื่อสนับสนุนการลงทุนจัดบริการขนส่งมวลชนระบบรอง (Feeder) ให้กับประชาชน โดยมีแหล่งรายได้จาก
 - ภาษีและค่าธรรมเนียมรถยนต์ที่นำส่งให้ “องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.)”
 - กองทุนเลขสวย
 - ภาษีจากโอกาสทางนโยบาย (Opportunity Policy Tax) จากการเพิ่มขึ้นของมูลค่าที่ดินเอกชนในเส้นทางที่รถไฟฟ้าผ่าน
 - ภาษีน้ำมันจากคนใช้รถยนต์ส่วนบุคคลบนท้องถนนที่ทุกคนต้องมีส่วนรับผิดชอบร่วมกันในการลดปัญหาการจราจรและ PM 2.5
2. วางแผนการพัฒนาระบบขนส่งมวลชนในระดับจังหวัดแบบมีส่วนร่วมกับทุกฝ่าย ทั้งระบบขนส่งหลักและระบบขนส่งรอง
3. จัดตั้งกลุ่มตัวแทนผู้ใช้บริการขนส่งมวลชนทุกประเภท เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงของประชาชน ภายใต้หลักการทุกคนขึ้นได้ทุกวัน ค่าบริการไม่เกินร้อยละ 10 ของค่าแรงขั้นต่ำ และสนับสนุนการกำกับคุณภาพและมาตรฐานการให้บริการ
4. สร้างระบบตัวร่วม ใช้ได้ทั้งรถ ราง เรือ ค่าโดยสารร่วม และกำหนดราคาขั้นสูงไม่เกินร้อยละ 10 ของรายได้ขั้นต่ำของประชาชน
5. รัฐบาลควรเร่งดำเนินการตามนโยบาย ในการเจรจากับผู้ประกอบการรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน สีเหลือง สีชมพู (ส่วนสีเขียวมีสัมปทานถึงปี 2572) ให้คิดค่าโดยสารรถไฟฟ้า 20 บาทตลอดสาย ทำให้เกิดระบบขนส่งมวลชนที่ทุกคนขึ้นได้ทุกวัน

ย้อนรอย เส้นทางรณรงค์ ค่าโดยสารรถไฟฟ้า ไม่เกินร้อยละ 10 ของค่าแรงขั้นต่ำ

● ในปี 2563 กรุงเทพมหานคร (กทม.) ต้องแบกรับภาระหนี้สินและการบริหารจัดการรถไฟฟ้าต่อจากรฟม. หรือการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย จึงได้มีข้อเสนอเรื่องการต่ออายุสัมปทานเดินรถไฟฟ้าสายสีเขียวให้แก่บริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เพิ่มเติมเป็นเวลาอีก 30 ปี ไปถึงปี พ.ศ. 2602 จากสัมปทานปัจจุบันที่จะสิ้นสุดปี พ.ศ. 2572 โดยมีข้อแลกเปลี่ยนคือ ให้บริษัทระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) จะต้องรับภาระหนี้สินและดอกเบี้ยที่เกิดจากการลงทุนรถไฟฟ้าสายสีเขียวส่วนต่อขยาย 2 ช่วงจาก กทม. เป็นเงินมูลค่ารวม 100,000 ล้านบาท พร้อมกำหนดอัตราค่าโดยสารรถไฟฟ้าไม่เกิน 65 บาทตลอดสายซึ่งในการต่อสัมปทานดังกล่าว กทม. จะได้รับส่วนแบ่งรายได้ตลอดอายุสัมปทานใหม่อีกกว่า 200,000 ล้านบาท

ในปีเดียวกันสภาผู้บริโภคร่วมผลักดันแนวคิดรถไฟฟ้าเป็นระบบขนส่งมวลชน ค่าโดยสารไม่ควรเกิน 10 % ของรายได้ขั้นต่ำ หรือที่ 25 บาทตลอดสายเพื่อให้ทุกคนขึ้นได้ทุกวัน



สภาองค์กรของผู้บริโภค

● 14 ธันวาคม 2563

มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค หน่วยประจำจังหวัด กรุงเทพมหานครของสภาผู้บริโภคจัดเวที “ต่อสัญญา BTS 30 ปี ได้หรือเสีย”

2564

● 15 มกราคม 2564

ผู้ว่า กทม. พลตำรวจเอกอัศวิน ขวัญเมือง ลงนามในประกาศกรุงเทพมหานคร เรื่อง การกำหนดค่าโดยสารโครงการรถไฟฟ้าสายสีเขียว โดยกำหนดเก็บค่าโดยสารรถไฟฟ้าสายสีเขียวตามโครงสร้างราคาใหม่สำหรับส่วนต่อขยายช่วงหมอชิต-สะพานใหม่-คูคต และช่วงบางรี-สมุทรปราการในราคา 15 บาท รวมตลอดเส้นทางสูงสุดไม่เกิน 104 บาท

● 8 กุมภาพันธ์ 2564

มูลนิธิเพื่อผู้บริโภคและเครือข่ายองค์กรผู้บริโภค ยื่นหนังสือถึงนายกรัฐมนตรี คัดค้านการที่ กทม. ประกาศขึ้นราคารถไฟฟ้าสายสีเขียว 104 บาท ว่าเป็นประกาศที่ไม่โปร่งใส ขัดต่อกฎหมาย และไม่เปิดเผยรายละเอียดสัญญาสัมปทาน

ช่วงบ่ายวันเดียวกันนั้น ผู้ว่า กทม. ลงนามเลื่อนการจัดเก็บค่าโดยสารโครงการรถไฟฟ้าสายสีเขียวตามประกาศใหม่ โดยระบุว่าเพื่อลดผลกระทบของประชาชนในช่วงสถานการณ์ COVID-19

● 31 มีนาคม 2564

สภาผู้บริโภคและมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค ร่วมกับกรมการคุ้มครองผู้บริโภค สภาผู้แทนราษฎร จัดรับฟังความเห็นและผลกระทบของประชาชนที่ได้รับเดือดร้อนจากการปรับขึ้นค่าโดยสารรถไฟฟ้า (สายสีเขียว) ซึ่งมีการอภิปรายในหัวข้อ “ผ่าทางตัน... ราคารถไฟฟ้าที่เหมาะสมและเป็นธรรม”

12 เมษายน 2564

สภาผู้บริโภคมียืนยันถึงนายกรัฐมนตรี ยื่นข้อเสนอแนะนโยบายคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับ บริการขนส่งมวลชน กรณีรถไฟฟ้ามหานครสายสีและ กรณีรถไฟฟ้ามหานครสายสีเขียว

16 เมษายน 2564

องค์กรผู้บริโภคลำรายชื่อเพื่อคัดค้านต่อสัญญาสัมปทานรถไฟฟ้าสายสีเขียว โดยระบุว่า การกำหนด อัตราค่าโดยสารสูงสุดที่ 65 บาทตลอดสายแพงเกินไป สร้างภาระต่อผู้บริโภค



16 มิถุนายน 2564

สภาผู้บริโภคได้รับการแต่งตั้งเป็นคณะทำงานศึกษาและจัดทำข้อเสนอแนะแก้ไขปัญหาการรถไฟฟ้าสายสีเขียวที่แต่งตั้งขึ้นตามประกาศคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สภาผู้แทนราษฎร เรื่องตั้งคณะทำงานศึกษาและจัดทำข้อเสนอแนะแก้ไขปัญหาการรถไฟฟ้าสายสีเขียว เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหาอัตราค่าโดยสารรถไฟฟ้าสายสีเขียวให้มีความเหมาะสมและเป็นธรรมกับผู้ใช้บริการ เพื่อเสนอต่อรัฐมนตรีและหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ดำเนินการแก้ไขปัญหาดังกล่าวต่อไป

2565

11 กุมภาพันธ์ 2565

ศูนย์สิทธิผู้บริโภค กรุงเทพมหานคร เข้าพบ ศักดิ์สยาม ชิดชอบ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคม เพื่อยื่นข้อเสนอขอให้ชะลอการต่อสัมปทานรถไฟฟ้าสายสีเขียวและการขึ้นราคาค่าโดยสารที่ไม่เป็นธรรมกับผู้บริโภค

14 กุมภาพันธ์ 2565

สภาผู้บริโภคจัดงานเสวนาออนไลน์ในหัวข้อ “รถไฟฟ้าต้องถูกลง ทุกคนต้องขึ้นได้ ผู้ว่าฯ กทม. ช่วยได้หรือไม่!” โดยผู้สมัครผู้ว่าฯ กทม. 4 คน ได้แก่ รสนา โตสิตระกูล ผู้สมัครอิสระ ชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ผู้สมัครอิสระ วิโรจน์ ลักขณาอดิศร ผู้สมัครจากพรรคก้าวไกล และสุชัชวีร์ สุวรรณสวัสดิ์ ผู้สมัครจากพรรคประชาธิปัตย์ ปรากฏว่า ผู้สมัครผู้ว่าฯ กทม. ทั้ง 4 คนต่างแสดงความเห็นร่วมคัดค้านการต่อสัญญาสัมปทานรถไฟฟ้าสายสีเขียว และยืนยันว่า ระบบตั๋วร่วมและค่าโดยสารต่ำกว่า 65 บาทสามารถทำได้จริง

19 กุมภาพันธ์ 2565

สภาผู้บริโภคเรียกร้องในเวทีสัมมนา ‘สายสีเขียว จะไปอย่างไรต่อ’ ที่จัดโดยคณะกรรมการการคมนาคม สภาผู้แทนราษฎร เพื่อขอให้รัฐบาลและ กทม. หยุดการต่อสัมปทานรถไฟฟ้าสายสีเขียวที่จะสร้างภาระให้กับคนรุ่นต่อไปกว่า 30 ปี

21 กุมภาพันธ์ และ 2 มีนาคม 2565

ศูนย์สิทธิผู้บริโภคกรุงเทพมหานคร ยื่นหนังสือต่อพรรคการเมือง ได้แก่ พรรคภูมิใจไทย พรรคก้าวไกล พรรคกล้า พรรคเพื่อไทย และพรรคประชาธิปัตย์ เพื่อขอให้สนับสนุนการคัดค้านการต่อสัญญาสัมปทานรถไฟฟ้าสายสีเขียว

● 28 มิถุนายน 2565

สภาผู้บริโภคร่วมกันกำหนดราคาค่าโดยสารรถไฟฟ้าสายสีเขียว หลังจากชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ผู้ว่าฯ กทม. ประกาศราคารถไฟฟ้า 59 บาท โดยสภาผู้บริโภคเสนอราคาไม่เกิน 44 บาท ตลอดสาย ก่อนหมดสัมปทานปี 2572 และราคา 25 บาท ตลอดสายหลังจากหมดอายุสัมปทาน

● 29 มิถุนายน 2565

ผู้ว่าฯ กทม. ร่วมแถลงข่าวกับสภาผู้บริโภค ในประเด็นเรื่องราคารถไฟฟ้าสายสีเขียว โดยรับฟังข้อเสนอเกี่ยวกับราคาค่าโดยสารที่สภาผู้บริโภคเสนอ

● 26 กรกฎาคม 2565

สภาผู้บริโภคส่งหนังสือถึง ผู้ว่าฯ กทม. โดยใช้สิทธิตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารราชการ พ.ศ. 2540 ในการขอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสัญญาให้บริการเดินรถและซ่อมบำรุงโครงการรถไฟฟ้าสายสีเขียวระหว่างบริษัท กรุงเทพมหานคร จำกัด และบริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

● 10 สิงหาคม 2565

สภาผู้บริโภคประกาศไม่เห็นด้วยกับ กทม. ที่ใช้สูตรคำนวณ $14+2X$ เก็บค่าโดยสารส่วนต่อขยายรถไฟฟ้าสายสีเขียวเบริ่ง-สมุทรปราการ และหมอชิต-สะพานใหม่-คูคตเพิ่มค่าโดยสารตลอดเส้นทางเกือบ 200 บาท เสนอเหมาจ่ายค่าโดยสารสายสีเขียวส่วนต่อขยาย 1 และ 2 ในอัตรา 10 – 15 บาท

● 22 สิงหาคม 2565

สภาผู้บริโภคจัดเวทีเสวนา ‘เคาะสูตรไหน? ให้ราคารถไฟฟ้าสายสีเขียวถูกลง ผู้บริโภคได้ประโยชน์’

● 14 กันยายน 2565

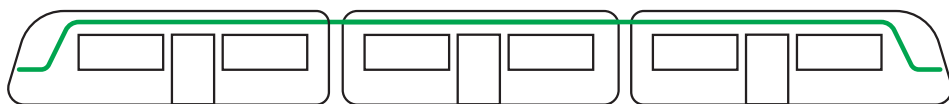
สภาผู้บริโภคร่วมกันหนังสือต่อผู้ว่าฯ กทม. เรียกร้อง 5 ประเด็นเพื่อแก้ปัญหารถไฟฟ้าสายสีเขียว โดยให้เก็บค่าโดยสารส่วนต่อขยาย 1 และ 2 ในราคา 15 บาท ตลอดสาย รวมค่าบริการสูงสุดไม่เกิน 44 บาท

● 26 ตุลาคม 2565

สภาผู้บริโภคร่วมกันหนังสือต่อประธานสภากรุงเทพมหานคร เสนอเรื่องค่าโดยสาร การจัดการหนี้สิน รวมถึงการตั้งคณะทำงานรถไฟฟ้าสายสีเขียวทางออกร่วมกัน เพื่อแก้ปัญหาทั้งระบบ

● 23 ธันวาคม 2565

สารี อ๋องสมหวัง เลขาธิการสภาผู้บริโภครสนา โตสิตระกูล อนุกรรมการด้านบริการสาธารณะพลังงาน และสิ่งแวดล้อม สภาผู้บริโภค และกลุ่มเยาวชนขนส่งสาธารณะ เข้าพบ ผู้ว่าฯ และทีมบริหาร กทม. ท้าหรือประเด็นการดำเนินการแก้ไขปัญหาโครงการรถไฟฟ้าสายสีเขียว และสนับสนุนผู้ว่าฯ กทม. ที่จะไม่ต่อสัญญาสัมปทาน พร้อมเรียกร้องให้มีการดำเนินการตามพระราชบัญญัติการร่วมลงทุนระหว่างรัฐและเอกชน พ.ศ. 2562 ภายหลังหมดสัญญาสัมปทานกับบริษัทระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในปี 2572





2566

● 16 มีนาคม 2566

สภาผู้บริโภคนเสนอตัวเป็นคนกลางแก้ปัญหา รถไฟฟ้าสายสีเขียว และเสนอยุติการประมูลรถไฟฟ้าสายสีส้มเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคจากกรณีที่เกิดเหตุการณ์สำคัญกับโครงการรถไฟฟ้าสายสีเขียวและสายสีส้ม หลังคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ปปช.) มีมติแจ้งข้อกล่าวหาต่อ ม.ร.ว. สุขุมพันธุ์ บริพัตร อดีตผู้ว่าฯ กทม. รวมถึงบริษัท กรุงเทพมหานคร จำกัด บริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และผู้บริหาร รวม 13 ราย และกรณีการประมูลรถไฟฟ้าสายสีส้มตะวันตกที่อาจไม่ชอบด้วยกฎหมาย

● 21 มีนาคม 2566

สภาผู้บริโภคนจัดเวทีเสวนาสภาผู้บริโภคนในหัวข้อ “เปิดนโยบายแก้ไขปัญหารถไฟฟ้าสายสีส้มและเขียว: หากท่านเป็นรัฐบาลจะแก้ไขปัญหาระนองนี้อย่างไร” เพื่อให้ผู้แทนจากพรรคการเมืองต่างๆ มาแสดงวิสัยทัศน์และนโยบายเรื่องดังกล่าว ในกรณีพรรคของตนเองได้รับเลือกตั้งเป็นรัฐบาล

● 12 เมษายน 2566

คณะอนุกรรมการขนส่งและยานพาหนะสภาผู้บริโภคน ส่งหนังสือถึงผู้ว่าฯ กทม. และกรรมการผู้อำนวยการใหญ่บริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ให้ยกเลิกการต่อสัญญาจ้างเดินรถโครงการรถไฟฟ้าสายสีเขียว ส่วนต่อขยาย 1 และ 2 รวมทั้งเสนอให้แก้ไขสัญญา โดยกำหนดให้สัญญาจ้างเดินรถในทุกเส้นทางสิ้นสุดในปี 2572

● 8 กันยายน 2566

สภาผู้บริโภคน รวมถึงนักวิชาการ และตัวแทนผู้บริโภค เห็นพ้องไปในทิศทางเดียวกันว่า ค่าโดยสารรถไฟฟ้าราคา 20 บาทสามารถทำได้ทันที ไม่ต้องรอ 2 ปี โดยให้เริ่มในเส้นทางเดินรถไฟฟ้าที่รัฐเป็นเจ้าของก่อน



ผลงานเด่น 3: จากผลทดสอบ ความทนของหมวกกันน็อก สู่สิทธิการเลือกซื้อที่ป้องกันชีวิตได้

ประเทศไทยมีจำนวนผู้เสียชีวิตและบาดเจ็บจากอุบัติเหตุรถจักรยานยนต์สูงมาก โดยเฉพาะมีผู้เสียชีวิตจากอุบัติเหตุรถจักรยานยนต์ถึงเกือบ 10,000 คนในแต่ละปี แม้จะมีกฎหมายกำหนดให้ผู้ขับขี่และผู้โดยสารต้องสวมหมวกกันน็อก หรือหมวกนิรภัย แต่ในขณะเดียวกัน ผู้บริโภคกลับไม่มีข้อมูลในการเลือกซื้อหมวกกันน็อกที่ได้มาตรฐานความปลอดภัย

ในปีงบประมาณ 2565 สภาผู้บริโภค ร่วมกับศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ (MTEC) สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (NSTDA) แห่งชาติ ได้ริเริ่มการทดสอบคุณสมบัติของหมวกกันน็อกในท้องตลาดที่มีเครื่องหมาย มอก. ติดประทับอยู่บนหมวกด้วย ผลการทดสอบพบว่า จากหมวกกันน็อก 25 ตัวอย่างมีถึง 11 ตัวอย่างที่ไม่ผ่านเกณฑ์การทดสอบ โดยที่หมวกกันน็อกสำหรับเด็กไม่ผ่านการทดสอบแม้แต่ตัวอย่างเดียว

หลังจากการทดสอบเสร็จสิ้น ในปีงบประมาณ 2566 สภาผู้บริโภคและเอ็มเทคจึงได้นำเสนอผลทดสอบและข้อเสนอแนะไปยังหน่วยงานรัฐ ภาคเอกชน ผู้ผลิต และผู้นำเข้า ตลอดจนผู้บริโภค เพื่อการปรับปรุงกฎระเบียบและวิธีการทดสอบที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการนำสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานออกจากตลาด และการควบคุมกำกับคุณภาพหมวกกันน็อกให้ได้มาตรฐาน ในขณะเดียวกันก็ดำเนินการรณรงค์เผยแพร่ข้อมูลต่อผู้บริโภคอย่างกว้างขวาง เพื่อให้ผู้บริโภคเปลี่ยนพฤติกรรมในการซื้อหมวกกันน็อกด้วยการตัดสินใจโดยใช้ข้อมูล

ปัญหาใหญ่กับแง่มุมที่ไม่อาจมองข้าม

ปัจจุบันประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการใช้รถจักรยานยนต์เทียบต่อครัวเรือนสูงถึงร้อยละ 87 เป็นอัตราส่วนที่สูงที่สุดในโลก จากข้อมูลกรมการขนส่งทางบก ระบุว่า ในปี 2565 มีการจดทะเบียนรถจักรยานยนต์มากถึง 22.14 ล้านคัน หรือร้อยละ 52.66 ของการจดทะเบียนรถทุกชนิดภายในปีเดียว ขณะเดียวกันสถิติอุบัติเหตุบนท้องถนนสะสมของปี 2566 โดยศูนย์ข้อมูลอุบัติเหตุเพื่อเสริมสร้าง

วัฒนธรรมความปลอดภัยทางถนน พบว่า ในจำนวนอุบัติเหตุทั้งสิ้น 939,713 ครั้ง เป็นอุบัติเหตุผู้ใช้รถจักรยานยนต์ถึง 526,240 ครั้ง หรือร้อยละ 56

จากสถิติของกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข สะท้อนให้เห็นว่า มีผู้เสียชีวิตจากอุบัติเหตุรถจักรยานยนต์เฉลี่ย 9,120 คนต่อปี คิดเป็นร้อยละ 78.21 ของการเสียชีวิตจากอุบัติเหตุทางถนน โดยสูงสุดอยู่ในช่วงอายุ 15-19 ปี จำนวน 1,459 คน คิดเป็นร้อยละ 15.82 ของผู้เสียชีวิตตามประเภทยานพาหนะ ทั้งนี้ ข้อมูลจากสำนักงานพัฒนานโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ (IHPP) ระบุว่า หากผู้ขับขี่และผู้โดยสารทุกคนในประเทศไทยใส่หมวกกันน็อก จะทำให้อัตราการเสียชีวิตในภาพรวมลดลงถึงร้อยละ 36

ถึงแม้ว่าความประมาทและการใช้ความเร็วอาจถูกมองว่าเป็นสาเหตุหลักของการเสียชีวิตและบาดเจ็บ แต่อีกสาเหตุหนึ่งอาจเป็นเพราะอุปกรณ์ป้องกันอันตรายไม่ได้มาตรฐาน เช่น หมวกกันน็อกที่ไม่ได้มาตรฐานความปลอดภัย บุปหรือแตกหักได้ง่ายเมื่อถูกแรงกระแทก หรือแม้แต่พลาสติกกันลมที่เปราะบางอาจแตกหักและเป็นอันตรายต่อใบหน้าและศีรษะของผู้สวมใส่ ประเทศไทยมีความพยายามในการลดอุบัติเหตุด้วยการออกกฎหมาย โดยพระราชบัญญัติจราจรทางบก พ.ศ. 2522 มาตรา 122 กำหนดให้ผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์และผู้โดยสารต้องสวมหมวกที่จัดทำขึ้นเป็นการเฉพาะเพื่อป้องกันอันตรายในขณะขับขี่ ซึ่งทำให้ผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์และผู้โดยสารมีหน้าที่ตามกฎหมายที่จะต้องสวมหมวกกันน็อก

นอกจากนี้ กฎหมายยังมีการกำหนดว่า หมวกกันน็อกทุกใบที่วางจำหน่ายในท้องตลาดต้องผ่านมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) โดยมีเครื่องหมาย มอก. 369-2557 ออกบังคับใช้ในปี 2558 อย่างไรก็ตาม ในระยะสิบปีที่ผ่านมา มีการใช้รถจักรยานยนต์อย่างแพร่หลายมากขึ้น จากการขนส่งสินค้า-อาหาร รวมถึงใช้เป็นรถขนส่งสาธารณะ เช่น รถจักรยานยนต์รับจ้าง จึงมีการผลิตและนำเข้าหมวกกันน็อกออกมาวางขาย เกือบทุกที่ ทั้งในร้านค้าทั่วไปและในตลาดออนไลน์ ซึ่งทั้งหมดที่วางขายในท้องตลาดล้วนมีเครื่องหมาย มอก. 369-2557 ประทับอยู่ แต่ไม่ใช่ทั้งหมดที่ได้มาตรฐานจริงๆ

3 อันดับ
เหตุผลที่ผู้บริโภคใส่หมวกกันน็อก
(ผลสำรวจตั้งแต่ 8 ก.ค.-14 ก.ค. 2566 ที่เพจสภาองค์กรของผู้บริโภค)

- 1. กันตำรวจจับ - ทำตามกฎหมาย**
- 2. ป้องกันอุบัติเหตุ - เพื่อความปลอดภัย**
- 3. กันสิ่งแปลกปลอม เช่น หิน แมลง**

รอฟบกับแคมเปญรณรงค์
#Saveหัวกันน็อก เร็วๆ นี้

เนื่องจากหมวกกันน็อกมีความสำคัญอย่างยิ่งยวดในการลดความสูญเสีย ในกรณีที่ผู้ขับขี่และผู้โดยสารตกหรือหลุดจากรถจักรยานยนต์ หรือแม้แต่วิศวกรรมรถล้มที่อาจเป็นสาเหตุให้ศีรษะกระแทกพื้น หมวกกันน็อกจะต้องสามารถรองรับแรงกระแทกได้ในระดับที่จะไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อศีรษะ นอกจากนี้หมวกกันน็อกทุกแบบต้องไม่ปิดบังมุมมองสายตาของผู้ใช้งานขณะสวมใส่ เพื่อป้องกันการเกิดอุบัติเหตุจากการมองไม่เห็นหรือบดบังสายตา

ช่องโหว่หนึ่งคือการขาดข้อมูลที่เชื่อถือได้

ในปัจจุบันผู้บริโภคประสบปัญหาการเลือกซื้อหมวกกันน็อก อันเนื่องมาจากการขาดข้อมูลประกอบที่เชื่อถือได้ เป็นกลาง และเข้าใจได้ง่าย ประกอบกับความหลากหลายของประเภท ราคา รุ่น ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสับสนและเกิดความไม่มั่นใจในการเลือกซื้อ แม้ว่าหมวกกันน็อกที่จำหน่ายในท้องตลาดจะมีการแสดงเครื่องหมาย มอก. บนหมวกทุกใบ ตลอดจนถึงสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) มีการ

ประชาสัมพันธ์แนะนำวิธีการเลือกหมวกกันน็อกที่ถูกต้องแล้วก็ตาม แต่การนำเสนอข้อมูลในลักษณะดังกล่าว ไม่เพียงพอที่จะทำให้ผู้บริโภคทราบถึงคุณภาพด้านความปลอดภัยของหมวกกันน็อกเมื่อเทียบกับราคาสินค้าได้

นอกจากนั้นแล้ว ปัจจัยที่ผู้บริโภคคำนึงถึงในการเลือกซื้อหมวกกันน็อกยังประกอบไปด้วยมิติอื่นๆ เช่น ความสบายในการสวมใส่ รูปทรง สี สัน และความคุ้มค่า เนื่องด้วยหมวกกันน็อกมีความหลากหลายมาก ทั้งแบบ รูปลักษณ์ ราคา ทำให้เป็นไปได้ยากที่ผู้บริโภคจะสามารถทดลองสินค้าที่สนใจได้ครบถ้วน ผู้บริโภคส่วนใหญ่จึงค้นคว้าหาข้อมูลจากการรีวิวสินค้าที่เผยแพร่ผ่านช่องทางต่างๆ

อย่างไรก็ตาม การรีวิวสินค้าส่วนใหญ่มักจะทำโดยบุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ที่อาจมีส่วนได้ส่วนเสียกับสินค้าบางยี่ห้อ อีกทั้งหลักเกณฑ์ในการประเมินเพื่อตัดสินคุณภาพสินค้าไม่แน่นอน แตกต่างกันไปตามแต่ละบุคคล ข้อมูลที่ได้จากการรีวิวสินค้าจึงนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจได้ยาก

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น การทดสอบกลุ่มตัวอย่างหมวกกันน็อกด้วยกระบวนการทางวิทยาศาสตร์จะช่วยให้ผู้บริโภคมีข้อมูลจากการทดสอบในการตัดสินใจเลือกซื้อหมวกกันน็อกที่มีมาตรฐานความปลอดภัยได้อย่างมั่นใจมากขึ้น ในขณะที่เดียวกัน ผลการทดสอบที่ได้มาตรฐานสามารถนำมาจัดทำข้อเสนอแนะเสนอต่อหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อกำหนดกฎระเบียบในการควบคุมคุณภาพหมวกกันน็อก และใช้เพื่อการพัฒนาการผลิตสินค้าให้ได้มาตรฐาน

ทั้งนี้ การทดสอบสินค้าเป็นหนึ่งในภารกิจของสภาผู้บริโภคที่กำหนดไว้ในมาตรา 14 (2) แห่งพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค 2562 ที่ระบุให้สภาผู้บริโภค “สนับสนุนและดำเนินการตรวจสอบ ติดตาม เฝ้าระวังสถานการณ์ปัญหา

สินค้าและบริการ แจ้งหรือโฆษณาข่าวสารหรือเตือนภัยเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่อาจกระทบต่อสิทธิของผู้บริโภค หรืออาจก่อให้เกิดความเสียหายหรือเกิดความเสื่อมเสียแก่ผู้บริโภค โดยจะระบุชื่อสินค้าหรือบริการ หรือชื่อของผู้ประกอบธุรกิจด้วยก็ได้”

โครงการ “การออกแบบพัฒนาเกณฑ์ประเมินและทดสอบหมวกนิรภัยรถจักรยานยนต์” จึงได้เริ่มขึ้นในปี 2565 มีกระบวนการสุ่มซื้อหมวกกันน็อกในท้องตลาด และออกแบบการทดสอบที่ครอบคลุมทั้งมาตรฐานความปลอดภัยในด้านการปกป้องอุบัติเหตุ ป้องกันไม่ให้เกิดอุบัติเหตุและความพึงพอใจในการใช้ รวมถึงการทดสอบหมวกกันน็อกสำหรับเด็ก โดยมีตัวอย่างเพื่อนำมาทดสอบและประเมิน จำนวน 25 รุ่น

สิ่งที่ทดสอบและวิธีทดสอบ

การทดสอบที่ดำเนินการเป็นเพียงการทดสอบเฉพาะรุ่นเท่านั้น และการสุ่มซื้อตัวอย่างหมวกกันน็อกเป็นการสุ่มซื้อตามร้านค้าทั่วไปในท้องตลาดและในตลาดออนไลน์ เพื่อให้ใกล้เคียงกับการซื้อสินค้าของผู้บริโภคโดยทั่วไป โดยมีการสุ่มตัวอย่างจากท้องตลาดจำนวน 25 รุ่น รุ่นละ 5 ใบ เพื่อนำมาทดสอบตามวิธีการประเมินที่ได้ออกแบบไว้

ตัวอย่างหมวกที่นำมาทดสอบประกอบด้วย 1) แบบครึ่งใบ จำนวน 6 รุ่น แบ่งเป็นชนิดที่ 1 ซึ่งเป็นหมวกที่ปกป้องด้านบนศีรษะและท้ายทอย จำนวน 2 รุ่น ชนิดที่ 2 ซึ่งเป็นหมวกที่ปกป้องเฉพาะด้านบนศีรษะ หรือ 1 ใน 2 ของพื้นที่ศีรษะ จำนวน 4 รุ่น มีช่วงราคาตั้งแต่ 129 - 575 บาท 2) แบบเต็มใบเปิดหน้า จำนวน 4 รุ่น มีช่วงราคาตั้งแต่ 470 - 4,500 บาท 3) แบบเต็มใบปิดหน้า-ป้องกันคาง จำนวน 8 รุ่น มีช่วงราคาตั้งแต่ 850 - 18,500 บาท โดยเป็นหมวกกันน็อกสำหรับรถวิบากจำนวน 2 รุ่น 4) แบบเต็มใบปิดหน้า-ไม่ป้องกันคาง จำนวน 2 รุ่น ราคา 2,700 บาท และ 22,000 บาท 5) หมวกกันน็อกสำหรับเด็ก จำนวน 5 รุ่น เป็นหมวกแบบครึ่งใบจำนวน 3 รุ่น แบบเต็มใบจำนวน 2 รุ่น มีช่วงราคาตั้งแต่ 220 - 510 บาท

ตัวอย่างหมวกกันน็อกทุกใบที่นำมาทดสอบมีเครื่องหมาย มอก. มีแหล่งผลิตทั้งจากภายในประเทศและต่างประเทศ โดยสามารถจัดหาซื้อได้ในประเทศไทย ทั้งนี้ได้ทำการจัดซื้อผ่าน 3 ช่องทาง ได้แก่ เลือกซื้อจากร้านค้า ทั้งจากห้างสรรพสินค้าและจากร้านตัวแทนจำหน่ายหมวกกันน็อก เลือกซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านจำหน่ายหมวกกันน็อก และเลือกซื้อผ่านแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ เช่น Shopee หรือ Lazada

วิธีการทดสอบและเกณฑ์การประเมินคุณสมบัติของหมวกกันน็อกในแต่ละแบบ เทียบเคียงได้กับมาตรฐานสากล อาทิ มาตรฐาน UNECE Regulation No.22 และมาตรฐาน DOT FMVSS 218 ของประเทศสหรัฐอเมริกา

ทั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ออกแบบวิธีการทดสอบเพื่อประเมินคุณสมบัติของหมวกนิรภัยใน 3 หัวข้อ ซึ่งจะนำผลการประเมินในแต่ละหัวข้อมารวมกัน โดยให้น้ำหนักความสำคัญดังต่อไปนี้

1. การประเมินความสามารถในการปกป้องเมื่อเกิดอุบัติเหตุ (Passive Safety) มีน้ำหนัก 40% ของผลคะแนนรวมทั้งหมด โดยดำเนินการทดสอบใน 3 หัวข้อ ได้แก่ การดูดกลืนแรงกระแทก ความคงรูป และสายรัดคาง ในการทดสอบการดูดกลืนแรงกระแทกนั้นได้ปรับภาวะที่อุณหภูมิ $25 \pm 5^{\circ}\text{C}$ และความชื้นสัมพัทธ์ 65% ก่อนการทดสอบ และนำผลการทดสอบตามมาตรฐานการทดสอบ มอก. 369-2557 มาวิเคราะห์และประเมินผล ด้วยวิธีการประเมินแบบวัตถุวิสัย (Objective Evaluation)
2. การประเมินความสามารถในการป้องกันไม่ให้เกิดอุบัติเหตุ (Active Safety) มีน้ำหนัก 30% ของผลคะแนนรวมทั้งหมด โดยนำผลการทดสอบคุณสมบัติทางกลของแผ่นกันลม ตามมาตรฐานการทดสอบ มอก. 369-2557 มาวิเคราะห์และประเมินผล ด้วยวิธีการประเมินแบบวัตถุวิสัย ร่วมกับผลการประเมินแบบอัตวิสัย (Subjective Evaluation) โดยผู้ร่วมวิจัย ในหัวข้อมุมมองในการมองเห็นและความรู้สึกปลอดภัยต่อสายรัดคาง
3. การประเมินความพึงพอใจในการสวมใส่และใช้งาน (Comfort and Fitting) มีน้ำหนัก 30% ของผลคะแนนรวมทั้งหมด ซึ่งเป็นผลการประเมินแบบอัตวิสัยโดยผู้ร่วมวิจัย ในหัวข้อความรู้สึกปลอดภัยในการสวมใส่และการใช้งาน ความกระชับในการสวมใส่ ความสะดวกสบายในการใช้งาน การระบายอากาศและความร้อน และการป้องกันเสียงรบกวน

ทั้งนี้ ได้กำหนดเกณฑ์คะแนนของการประเมินหมวกกันน็อกในโครงการนี้ ให้มีความคล้ายคลึงกับเกณฑ์การให้คะแนนคุณภาพสินค้าอื่นๆ ที่ผู้บริโภครู้จักคุ้นเคย คือ เกณฑ์คะแนนเต็ม 5 หรือ 5 ดาว ซึ่งสินค้าที่ได้รับการประเมินให้คะแนน 5 หมายถึงดีที่สุด และน้อยลงไปตามลำดับ จนถึงคะแนน 0 ซึ่งหมายถึงแย่มากที่สุด

อนึ่ง เกณฑ์ที่นำมาทดสอบเป็นการทดสอบ 3 ใน 5 เกณฑ์ ซึ่งคำนึงถึงประเด็นด้านความปลอดภัย ไม่ได้ทดสอบในทุกเกณฑ์ของ สมอ.

ผลทดสอบเปิดเผยจุดอ่อนอย่างชัดเจน

ภาพรวมผลการทดสอบพบว่า

1. ตัวอย่างหมวกนิรภัยสำหรับเด็ก ไม่ผ่านเกณฑ์การทดสอบ มอก.369-2557 ทั้ง 5 รุ่น

ถึงแม้ว่าผู้ร่วมวิจัยมีความพึงพอใจต่อการใช้งานและการสวมใส่เป็นอย่างดี แต่ในทุกรายการที่ทำการทดสอบ ไม่มีหมวกรุ่นใดที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน มอก.369-2557 ในส่วนของการทดสอบการดูดกลืนแรง พบว่า หมวกแบบเต็มใบสำหรับเด็กทั้งสองรุ่น

ล้วนไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานการทดสอบ โดยมีค่าความสามารถการดูดกลืนแรงกระแทกของทุกจุดกระแทกมากกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ถึง 2-3 เท่า ขณะที่หมวกแบบครึ่งใบสำหรับเด็กไม่ผ่านเกณฑ์การทดสอบการดูดกลืนแรงกระแทกจำนวน 1 รุ่น สำหรับ 2 รุ่นที่เหลือที่ผ่านเกณฑ์การทดสอบการดูดกลืนแรงกระแทกนั้น กลับไม่ผ่านเกณฑ์การทดสอบสายรัดคาง ทำให้ผลการประเมินของหมวกกันน็อกสำหรับเด็กอยู่ระหว่าง 1.51 ถึง 2.69 คะแนน

2. ตัวอย่างหมวกกันน็อกประเภทครึ่งใบ ไม่ผ่านเกณฑ์การทดสอบ มอก.369-2557 จำนวน 3 จาก 6 รุ่น

หมวกกันน็อกแบบครึ่งใบทั้งชนิดที่ 1 และชนิดที่ 2 ได้รับคะแนนจากหัวข้อความพึงพอใจในการใช้งานและการสวมใส่ไม่ดีนัก โดยเฉพาะหมวกชนิดที่ 2 ที่มีเปลือกหมวกป้องกันพื้นที่ศีรษะประมาณ 1 ส่วน 2 ของศีรษะในหัวข้อความรู้สึกปลอดภัย ผู้ร่วมวิจัยส่วนใหญ่เห็นว่าหมวกไม่มีความปลอดภัย ทั้งนี้มีหมวกจำนวน 3 จาก 6 รุ่นที่ไม่ผ่านเกณฑ์การทดสอบตามมาตรฐาน มอก.369-2557 ซึ่งหมวกรุ่นที่ไม่ผ่านการทดสอบนั้น ไม่ผ่านเกณฑ์การทดสอบทั้ง 3 รายการทดสอบ ทั้งนี้ ในการทดสอบการดูดกลืนแรงกระแทกมีหมวกจำนวน 2 รุ่นที่เปลือกหมวกแตกออกหลังได้รับการกระแทกจากแท่งทดสอบ ผลการประเมินของหมวกกันน็อกแบบครึ่งใบอยู่ระหว่าง 1.03 ถึง 3.63 คะแนน

3. ตัวอย่างหมวกกันน็อกประเภทเต็มใบ-ปิดหน้า ไม่ผ่านเกณฑ์การทดสอบ มอก.369-2557 จำนวน 2 จาก 4 รุ่น

ในการทดสอบหมวกกันน็อกแบบเต็มใบปิดหน้าพบว่า มีหมวกจำนวน 2 จาก 4 รุ่นที่ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานในการทดสอบการดูดกลืนแรงกระแทก โดยมีค่าเกินกว่าเกณฑ์ไปประมาณ 2-3 เท่า และ 1 ใน 2 รุ่นดังกล่าวไม่ผ่านเกณฑ์การทดสอบการคงรูปด้วยเช่นกัน ทำให้คะแนนการประเมินอยู่ระหว่าง 1.12 ถึง 4.13 คะแนน

4. ตัวอย่างหมวกกันน็อกประเภทเต็มใบ-ปิดหน้า ไม่ผ่านเกณฑ์การทดสอบ มอก.369-2557 จำนวน 1 จาก 10 รุ่น

หมวกกันน็อกแบบเต็มใบปิดหน้าชนิดป้องกันคางและชนิดไม่ป้องกันคาง มีเพียง 1 รุ่นจากทั้งหมด 10 รุ่น เท่านั้นที่ไม่ผ่านเกณฑ์ในการทดสอบการดูดกลืนแรงกระแทก โดยมีค่าเกินเกณฑ์มาตรฐานของทุกจุดทดสอบ ซึ่งหมวกรุ่นดังกล่าวเป็นหมวกที่มีราคาต่ำที่สุดในกลุ่มตัวอย่างทดสอบ เมื่อพิจารณาผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ร่วมวิจัยต่อหมวกกลุ่มนี้แล้วพบว่า ความพึงพอใจในการใช้งานเพิ่มมากขึ้นตามระดับราคาของหมวกกันน็อก คะแนนการประเมินอยู่ระหว่าง 1.36 ถึง 4.45 คะแนน

ส่งต่อข้อมูลให้สาธารณะ เพื่อให้ข้อมูลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าหมวกกันน็อก ในวันที่ 8 พฤษภาคม 2566 สภาผู้บริโภคจัดงานแถลงข่าว “เปิดผลทดสอบหมวกกันน็อก ยี่ห้อไหนได้มาตรฐาน?” โดยนำผลจากการทดสอบหมวกกันน็อก 25 รุ่น มาแสดงต่อสื่อมวลชน และเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของสภาผู้บริโภค โดยมีการให้ข้อมูลผลทดสอบอย่างละเอียด ดังนี้:

หมวกกันน็อกที่ผ่านมาตรฐานจำนวน 14 ตัวอย่าง ประกอบด้วยแบบครึ่งใบ 3 ตัวอย่าง ได้แก่ ยี่ห้อ SPACE CROWN รุ่น TROOPER, ยี่ห้อ SPACE CROWN รุ่น CT-900 และยี่ห้อ INDEX รุ่น LADY แบบเต็มใบปิดหน้า 9 ตัวอย่าง ได้แก่ ยี่ห้อ SHOEI รุ่น Z-7+, ยี่ห้อ AGV รุ่น K1, ยี่ห้อ INDEX รุ่น SPARTAN, ยี่ห้อ HJC รุ่น I-10, ยี่ห้อ REAL รุ่น Falcon, ยี่ห้อ REAL รุ่น Venger-Plus, ยี่ห้อ INDEX รุ่น PROTO XP-22, ยี่ห้อ SHOEI รุ่น NEOTECH2 และยี่ห้อ BILMOLA รุ่น EXPLORER และแบบเต็มใบเปิดหน้า 2 ตัวอย่าง ได้แก่ ยี่ห้อ AGV รุ่น ORBYT และยี่ห้อ REAL รุ่น Vintage I Solid

หมวกกันน็อกที่ไม่ผ่านมาตรฐาน 11 ตัวอย่าง เป็นหมวกกันน็อกสำหรับเด็ก 5 ตัวอย่าง ได้แก่ ยี่ห้อ SPACE CROWN รุ่น LEO-2, ยี่ห้อ H2C รุ่น CHILD HELMET, ยี่ห้อ GUARDNER รุ่น THUNDER KID, ยี่ห้อ INDEX รุ่น Titan Kid และยี่ห้อ INDEX รุ่น OKIE แบบครึ่งใบ 3 ตัวอย่าง ได้แก่ ยี่ห้อ H2C รุ่น SUNNY, ยี่ห้อ AHI รุ่น Lady และยี่ห้อ V-TECH รุ่น WISH แบบเต็มใบเปิดหน้า 2 ตัวอย่าง ได้แก่ ยี่ห้อ INDEX รุ่น CR-300 และยี่ห้อ H2C รุ่น OPEN FACE HELMET และแบบเต็มใบปิดหน้าป้องกันคาง 1 ตัวอย่าง ได้แก่ SPACE CROWN รุ่น Stealth

เปิดผลหมวกกันน็อกยี่ห้อไหนได้มาตรฐาน

ข้อมูลวันที่ 23 เมษายน 2566

ประเภทครึ่งใบ

 <p>ยี่ห้อ SPACE CROWN รุ่น TROOPER ราคา 575 บาท</p> <p>ผ่านการทดสอบ</p>	 <p>ยี่ห้อ SPACE CROWN รุ่น CT-900 ราคา 250 บาท</p> <p>ผ่านการทดสอบ</p>	 <p>ยี่ห้อ INDEX รุ่น LADY ราคา 350 บาท</p> <p>ผ่านการทดสอบ</p>	 <p>ยี่ห้อ H2C รุ่น SUNNY ราคา 270 บาท</p> <p>ไม่ผ่านการทดสอบ เรื่องการดูดซับแรงกระแทก การคงรูป และสายรัดคาง แต่ชนทดสอบ</p>	 <p>ยี่ห้อ AHI รุ่น LADY ราคา 129 บาท</p> <p>ไม่ผ่านการทดสอบ เรื่องการดูดซับแรงกระแทก การคงรูป และสายรัดคาง แต่ชนทดสอบ</p>	 <p>ยี่ห้อ V-TECH รุ่น WISH ราคา 299 บาท</p> <p>ไม่ผ่านการทดสอบ เรื่องการดูดซับแรงกระแทก การคงรูป และสายรัดคาง แต่ชนทดสอบ</p>
---	--	--	---	---	--

ประเภทเต็มใบปิดหน้า

ป้องกันคาง

 <p>ยี่ห้อ SHOEI รุ่น Z-7+ ราคา 18,500 บาท</p> <p>ผ่านการทดสอบ</p>	 <p>ยี่ห้อ AGV รุ่น K1 ราคา 7,500 บาท</p> <p>ผ่านการทดสอบ</p>	 <p>ยี่ห้อ INDEX รุ่น SPARTAN ราคา 1,050 บาท</p> <p>ผ่านการทดสอบ</p>	 <p>ยี่ห้อ HJC รุ่น I-10 ราคา 5,500 บาท</p> <p>ผ่านการทดสอบ</p>	 <p>ยี่ห้อ REAL รุ่น Falcon ราคา 2,400 บาท</p> <p>ผ่านการทดสอบ</p>	 <p>ยี่ห้อ SPACE CROWN รุ่น Stealth ราคา 850 บาท</p> <p>ไม่ผ่านการทดสอบ เรื่องการดูดซับแรงกระแทก</p>
---	--	---	---	---	---

ป้องกันคาง (Off-Road)

 <p>ยี่ห้อ REAL รุ่น Venger Plus ราคา 3,500 บาท</p> <p>ผ่านการทดสอบ</p>	 <p>ยี่ห้อ INDEX รุ่น Proto XP-22 ราคา 1,500 บาท</p> <p>ผ่านการทดสอบ</p>	 <p>ยี่ห้อ SHOEI รุ่น NEOTEC2 ราคา 22,000 บาท</p> <p>ผ่านการทดสอบ</p>	 <p>ยี่ห้อ BILMOLA รุ่น EXPLORER ราคา 2,700 บาท</p> <p>ผ่านการทดสอบ</p>
---	--	---	--

★ มีเครื่องหมาย มอก. ⇨ มี QR CODE แต่สแกนแล้วไม่ใช่ฐานข้อมูลของ สบอ.
★ มีเครื่องหมาย มอก. ⇨ แต่ไม่มี QR CODE

ประเภทเต็มใบเปิดหน้า

 <p>ยี่ห้อ AGV รุ่น ORBYT ราคา 4,500 บาท</p> <p>ผ่านการทดสอบ</p>	 <p>ยี่ห้อ REAL รุ่น Vintage I Solid ราคา 890 บาท</p> <p>ผ่านการทดสอบ</p>	 <p>ยี่ห้อ INDEX รุ่น CR-300 ราคา 470 บาท</p> <p>ไม่ผ่านการทดสอบ เรื่องการดูดซับแรงกระแทก</p>	 <p>ยี่ห้อ H2C รุ่น OPEN FACE HELMET ราคา 560 บาท</p> <p>ไม่ผ่านการทดสอบ เรื่องการดูดซับแรงกระแทก และการคงรูป</p>
---	--	--	---

สแกนดูผลทดสอบหมวกกันน็อก



หมวกกันน็อกสำหรับเด็ก

ประเภทครึ่งใบ

 <p>ยี่ห้อ SPACE CROWN รุ่น LEO-2 ราคา 220 บาท</p> <p>ไม่ผ่านการทดสอบ เพราะสายรัดคางแต่ชนทดสอบ</p>	 <p>ยี่ห้อ H2C รุ่น CHILD HELMET ราคา 299 บาท</p> <p>ไม่ผ่านการทดสอบ เพราะสายรัดคางแต่ชนทดสอบ</p>	 <p>ยี่ห้อ GUARDNER รุ่น THUNDER KID ราคา 350 บาท</p> <p>ไม่ผ่านการทดสอบ เพราะสายรัดคางยึดตัวไม่สามารถคืนรูปเดิมได้ และไม่ผ่านการทดสอบ เรื่องการดูดซับแรงกระแทก</p>	 <p>ยี่ห้อ INDEX รุ่น Titan Kid ราคา 510 บาท</p> <p>ไม่ผ่านการทดสอบ เรื่องการดูดซับแรงกระแทก</p>	 <p>ยี่ห้อ INDEX รุ่น OKIE ราคา 270 บาท</p> <p>ไม่ผ่านการทดสอบ เรื่องการดูดซับแรงกระแทก และการคงรูปบางจุด</p>
---	--	--	--	--

★ มีเครื่องหมาย มอก. ⇨ แต่ไม่มี QR CODE

ข้อเสนอนโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค

ในการสวมตัวอย่างหมวกกันน็อกเพื่อทำการทดสอบครั้งนี้ สมาชิกผู้บริโภคพบว่า มีบางตัวอย่างที่การแสดงสัญลักษณ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) นั้น ไม่มีการแสดงรหัสคิวอาร์ (QR code) ที่จะช่วยให้ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบข้อมูลของสินค้าได้ ซึ่งกรณีเช่นนี้ สมอ. ต้องบังคับใช้กฎหมายโดยการตรวจสอบและเปรียบเทียบปรับผู้ประกอบการที่กระทำผิดกฎหมายดังกล่าว

นอกจากนั้น ยังพบอีกว่า หมวกกันน็อกใหม่เข้ามาในตลาดและที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน มอก. แล้ว แต่เมื่อนำมาทดสอบทวนซ้ำ หมวกกันน็อกส่วนหนึ่งกลับไม่ผ่านเกณฑ์ตามมาตรฐาน ซึ่งสะท้อนถึงคุณภาพและการควบคุมการผลิตของผู้ผลิตบางราย หรืออาจเกิดจากการปลอมแปลงตราสัญลักษณ์ มอก. เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจว่าหมวกกันน็อกนั้นๆ มีคุณภาพตามมาตรฐานสากล จากผลการทดสอบและข้อค้นพบดังกล่าว สมาชิกบริโภคจึงได้จัดทำข้อเสนอต่อหน่วยงานและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องดังนี้

ข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานรัฐ เอกชน นักวิชาการ และผู้บริโภค

หน่วยงานที่กำกับดูแลคุณภาพสินค้า

- เพิ่มการประชาสัมพันธ์และการให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการตรวจสอบเครื่องหมาย มอก. สำหรับหมวกกันน็อกของผู้ใช้รถจักรยานยนต์
- ปรับเปลี่ยนวิธีการซักตัวอย่างที่นำมาใช้ในการทดสอบเพื่อตรวจสอบคุณภาพสินค้าภายหลังจากที่ได้รับการรับรองแล้ว โดยให้มีการซักตัวอย่างจากห้องตลาดผสมกับการซักตัวอย่างจากผู้ผลิตหรือใช้การซักตัวอย่างสินค้าจากห้องตลาดเพียงอย่างเดียว ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความมั่นใจได้ว่า สินค้าที่วางจำหน่ายในตลาดยังมีคุณภาพเทียบเท่าในห้วงเวลาที่ขอรับการรับรอง
- เพิ่มความถี่ในการตรวจสอบคุณภาพสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งหมวกกันน็อกสำหรับเด็กและหมวกกันน็อกแบบครึ่งใบ เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า ตัวอย่างหมวกทั้งสองกลุ่มไม่เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐาน มอก.

หน่วยงานหรือผู้เกี่ยวข้องในการออกมาตรฐานการทดสอบ

- เพิ่มความถี่ในการพิจารณาปรับแก้มาตรฐานการทดสอบ เพื่อให้เกณฑ์การทดสอบเหมาะสมกับเทคโนโลยีล่าสุด และนำเกณฑ์การทดสอบจากหลายแหล่งมาประกอบการพิจารณา

- พิจารณาจัดทำเกณฑ์การทดสอบที่ครอบคลุมทุกมิติที่เกี่ยวข้องกับการใช้หมวกกันน็อก เนื่องด้วยมาตรฐานการทดสอบปัจจุบันเน้นการทดสอบความปลอดภัยเชิงปกป้อง (Passive Safety) เป็นหลัก แต่ยังไม่ได้ครอบคลุมถึงการทดสอบฟังก์ชันของหมวกกันน็อกที่ส่งเสริมความปลอดภัยเชิงป้องกัน (Active Safety) เช่น ระบบระบายความร้อนอัตโนมัติภายในหมวก หรือระบบสัญญาณไฟฟ้าฉุกเฉินที่จะส่งสัญญาณเตือนผู้ใช้งานอื่นๆ ให้ทราบในขณะที่รถจักรยานยนต์เบรกกระทันหัน ความร้อนอัตโนมัติภายในหมวก ฯลฯ

หน่วยงาน องค์กร สื่อ ที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค

- ประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคเข้าใจถึงมาตรฐานความปลอดภัยหมวกกันน็อก วิธีการเลือกซื้อ และวิธีการใช้งานอย่างถูกต้อง โดยให้ทำเป็นประจำ และต่อเนื่อง ทั้งนี้ในช่วงเริ่มต้นให้เน้นไปยังเยาวชนผู้ที่เข้ารับการอบรมเพื่อสอบใบขับขี่ หรือผู้ที่เพิ่งได้รับใบขับขี่รถจักรยานยนต์
- เน้นการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องให้กับผู้ประกอบการ ในการเลือกซื้อหมวกกันน็อกสำหรับเด็กอย่างเหมาะสม

หน่วยงานด้านวิชาการ

- สร้างเครือข่ายความร่วมมือ เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลเทคโนโลยีความปลอดภัยที่เกี่ยวข้องกับหมวกกันน็อก เพื่อจัดทำเป็นข้อเสนอประกอบการพิจารณาปรับปรุงมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมหมวกกันน็อกรถจักรยานยนต์ให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ผู้จำหน่าย ผู้นำเข้า

- ควบคุมมาตรฐานการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพคงที่ตลอดระยะเวลาการจัดจำหน่ายสินค้า ให้ระบุขนาดศีรษะที่เหมาะสมสำหรับหมวกกันน็อกแต่ละใบ ทั้งบนตัวผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้ผู้บริโภครับทราบก่อนตัดสินใจเลือกซื้อ

- จัดทำคู่มือแนะนำวิธีการจัดเก็บสินค้าอย่างถูกต้องแก่ตัวแทนจำหน่าย เพื่อควบคุมคุณภาพของสินค้า ไม่ให้เสื่อมสภาพหรือมีคุณภาพลดลงจากการจัดเก็บที่ไม่ถูกต้อง

- ปรับแก้การแสดงเครื่องหมาย มอก. สำหรับหมวกที่วางจำหน่ายแล้ว ให้เป็นไปตามระเบียบล่าสุดตามที่หน่วยงานกำกับดูแลได้ออกประกาศ โดยเฉพาะการเพิ่ม QR Code ที่ระบุข้อมูลการรับรองมาตรฐานอุตสาหกรรมไว้ควบคู่กัน

- เก็บหรือรับคืนหมวกกันน็อกอายุมากกว่า 5 ปีที่ยังไม่ได้จำหน่าย ออกจากท้องตลาด เนื่องด้วยสินค้าอาจจะด้อยคุณภาพลงไปตามระยะเวลา และไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอในการใช้งานอีกต่อไปตามคำเตือนที่ผู้ผลิตได้แจ้งไว้

- จัดทำ QR Code หรือสิ่งอื่นใดที่แสดงข้อมูลวันเดือนปีที่ผลิต โดยติดไว้ที่ด้านนอกของหมวก ให้สามารถสังเกตเห็นได้ง่าย โดยเฉพาะหมวกกันน็อกที่ผลิตในต่างประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่จะแสดงข้อมูลวันผลิตและอื่นๆ ด้วยการติดฉลากไว้ภายในหมวกซึ่งสังเกตเห็นได้ยาก

- ผู้ประกอบการต้องรับผิดชอบในการเรียกหมวกกันน็อกกลับคืน ในกรณีที่มีการพิสูจน์ได้ว่าสินค้านั้นไม่เป็นไปตามมาตรฐาน

ผู้บริโภค

- ศึกษา ค้นคว้าข้อมูล และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการเลือกซื้อ-และการใช้งานหมวกกันน็อกอย่างถูกต้องจากแหล่งที่น่าเชื่อถือ

- เลือกซื้อหมวกกันน็อกที่มีเครื่องหมาย มอก. พร้อมทั้งตรวจสอบข้อมูลการรับรองมาตรฐานอุตสาหกรรมผ่านรหัสคิวอาร์ที่ติดด้านข้างเครื่องหมาย มอก. หรือค้นหาจากเว็บไซต์ของ สมอ.

- หากเป็นไปได้ ให้เลือกซื้อหมวกกันน็อกที่เพิ่งผลิต หรือมีวันผลิตไม่เกินอายุการใช้งานตามที่ผู้ผลิตกำหนด

บรรณรักษ์ทุกช่องทางเพื่อเข้าถึงผู้บริโภค

นอกเหนือจากการผลักดันให้ภาครัฐและเอกชนปรับแนวทางเพื่อยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยของหมวกกันน็อกในตลาด สภาผู้บริโภคยังเดินทางสร้างความตระหนักรู้ต่อผู้บริโภคในความสำคัญของการเลือกซื้อหมวกกันน็อก บนฐานข้อมูลที่ทำให้ผู้บริโภคได้หมวกกันน็อกเพื่อตนเองหรือให้กับเด็ก ที่มีมาตรฐานความปลอดภัยและทนทานในกรณีการเกิดอุบัติเหตุ และเป็นหมวกกันน็อกที่ทำให้สามารถหลีกเลี่ยงอุบัติเหตุได้ มีรูปแบบที่น่าพึงพอใจ เหมาะกับขนาดศีรษะ และมีราคาที่อยู่ในเกณฑ์เหมาะสม สามารถซื้อหาได้ และที่สำคัญคือ การทำให้ผู้บริโภครับทราบวิธีการตรวจสอบข้อมูลของหมวกกันน็อกแต่ละใบด้วยการสแกนรหัสคิวอาร์ รวมถึงวิธีตรวจสอบอายุการใช้งานของหมวกกันน็อก

ในการออกแบบบรรณรักษ์เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคทุกกลุ่ม สภาผู้บริโภคได้มีการจัดแถลงข่าวเพื่อให้สำนักข่าวต่างๆ นำข้อมูลการทดสอบและข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานรัฐ เอกชน และผู้บริโภคไปเผยแพร่ มีการนำเสนอข้อมูลดังกล่าวในเว็บไซต์ของสภาผู้บริโภคและองค์กรเครือข่ายเกือบ 300 องค์กร รวมถึงมีการผลิตคลิปทั้งที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับทดสอบความทนทานของหมวกกันน็อก และอันตรายต่อการใช้หมวกกันน็อกที่ไม่ได้มาตรฐาน มีการลงพื้นที่ชุมชนตามจุดต่างๆ เพื่อเข้าถึงผู้บริโภค และมีการแจกแผ่นพับในหัวข้อ ‘หยุดเสี่ยงตาย ใช้หมวกกันน็อกผ่านมาตรฐาน มอก.’ (อ้างอิง: https://www.tcc.or.th/tcc_media/crash-helmet/)

สภาองค์กรของผู้บริโภค
ขอเชิญรับชมงานแถลงข่าว




เปิดผลทดสอบ
หมวกกันน็อก
ยี่ห้อไหนได้มาตรฐาน?




ในส่วนกิจกรรมการลงพื้นที่ในชุมชน สภาผู้บริโภคได้ออกบูธกิจกรรม ‘TCC LET’S SHOUT OUR VOICE: เสียงของผู้บริโภคต้องไม่เงียบ’ โดยนำรถบรรทุกออกตระเวนไปทั่วกรุงเทพมหานคร ตลอดทั้งวันเสาร์และวันอาทิตย์ในช่วงดังกล่าว เพื่อไปให้ข้อมูลและความรู้เกี่ยวกับหมวกกันน็อกมาตรฐาน บทบาทของสภาผู้บริโภคและสิทธิผู้บริโภค โดยการออกบูธกิจกรรมมีทั้งหมด 3 แห่ง โดยแต่ละแห่งจัดกิจกรรมเป็นเวลา 2 วัน ได้แก่ ที่ตลาดนัดรถไฟศรีนครินทร์ แขวงหนองบอน เขตประเวศ ที่ตลาดรถไฟ ตลาดเวสต์มาร์เก็ต ถนนเลียบบคลองทวีวัฒนา แขวงทวีวัฒนา เขตทวีวัฒนา และที่สยามเซ็นเตอร์พอยต์ แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน

สภาผู้บริโภคได้จัดกิจกรรมต่อเนื่องไปยังพื้นที่

ในภูมิภาคด้วย โดยมีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับผลทดสอบหมวกกันน็อกของสภาผู้บริโภค พร้อมให้ผู้บริโภคสามารถนำหมวกกันน็อกเก่าของตัวเองมาแลกหมวกกันน็อกใหม่ผ่านการทดสอบ หลังจากการเข้าร่วมกิจกรรมของสภาผู้บริโภค

นอกจากนั้น สภาผู้บริโภคยังได้ชักชวนผู้บริโภคให้มีส่วนร่วมในกิจกรรมบนเฟซบุ๊กเพจของสภาผู้บริโภค ได้แก่ การให้ผู้บริโภคบอกเหตุผลในคอมเมนต์ใต้คลิปวิดีโอว่า “...หมวกกันน็อกใบใหม่นี้จะช่วยเซฟหัวของคุณไม่ให้บาดเจ็บได้อย่างไร?” ซึ่งหากทำถูกกติกาจะได้รับรางวัล “หมวกกันน็อก” สปเซคราวน์ รุ่น CT-900 รางวัลละ 1 ใบ มูลค่า 335 บาท จำนวน 5 รางวัล ทั้งนี้ กิจกรรมดังกล่าวมีผู้บริโภคสนใจเข้าร่วมจำนวนมาก



การผลิตและการเผยแพร่คลิปวิดีโอชุดหมวกกันน็อก

สภาผู้บริโภคมีการผลิตคลิปวิดีโอเผยแพร่ เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับผลทดสอบหมวกกันน็อก ผ่านรายการ สภาผู้บริโภค #saveผู้บริโภค จำนวน 6 ตอน ได้แก่

EP 1: หมวกกันน็อกแบบไหนรอด - ร่วง ที่นำเสนอการทดลองพิสูจน์ให้เห็นว่าการสวมหมวกกันน็อกไม่ได้มาตรฐาน ยิ่งเจ็บหนัก ยิ่งเสียงตาย !!! พร้อมให้ข้อมูลการเลือกซื้อหมวกกันน็อก

(อ้างอิง : <https://www.facebook.com/tccthailand/videos/3570605979857314/>)



EP 2: หมวกกันน็อกไซซ์ที่ไซ้ปลอดภัยแน่ นำเสนอการทดลองพิสูจน์ให้เห็นว่าการสวมหมวกกันน็อกที่ไม่พอดีกับศีรษะ ไม่สามารถปกป้องหัวของเราได้ พร้อมให้ข้อมูลการเลือกซื้อหมวกกันน็อกที่มีขนาดเหมาะสม
(อ้างอิง : <https://www.facebook.com/tccthailand/videos/392232889978653/>)



EP 3: สุ่มซื้อหมวกกันน็อกออนไลน์ที่ใช้แล้วรอด นำเสนอผ่านหมวกกันน็อกที่สุ่มซื้อจากออนไลน์ ว่าแบบไหนที่ผ่านมาตรฐานความปลอดภัยและถูกต้องตามกฎหมาย เพื่อเป็นข้อมูลให้ประชาชน
(อ้างอิง : <https://www.facebook.com/tccthailand/videos/7548189058558802/>)



EP 4: หมวกกันน็อกราคาต่ำกว่าพัน คุณภาพเร็ด นำเสนอผ่านการทดลอง พร้อมให้ความรู้ประชาชนว่า หมวกกันน็อกที่ราคาไม่ถึง 1,000 บาท ที่ผ่านมาตรฐานความปลอดภัย ก็สามารถป้องกันศีรษะได้
(อ้างอิง : <https://www.facebook.com/tccthailand/videos/421893596856086/>)



EP 5: หมวกกันน็อกมือสอง ของต้องห้าม นำเสนอผ่านการทดลอง พร้อมให้ความรู้ประชาชนว่า หมวกกันน็อกที่ผ่านการใช้งานมาแล้ว หรือเกิดการกระแทกมาแล้ว ไม่สามารถนำมาใช้งานซ้ำได้อีก
(อ้างอิง : <https://www.facebook.com/tccthailand/videos/935467688163942/>)



EP 6: หมวกกันน็อกหมดอายุก็ได้เหรอ? นำเสนอการทดลองพิสูจน์ให้เห็นว่าการสวมหมวกกันน็อกที่หมดอายุก็เทียบเท่ากับการไม่สวมหมวกกันน็อก พร้อมให้ข้อมูลการเช็กวันหมดอายุของหมวกกันน็อก
(อ้างอิง : <https://www.facebook.com/tccthailand/videos/3673114476341107/>)



ทั้งนี้ ปรากฏว่ามีบุคคลที่มีชื่อเสียง (Influencers) รวมถึงเพจต่างๆ ร่วมเผยแพร่คลิปวิดีโอรายการสภาผู้บริโภครวมถึง #saveผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นคุณแดน - อติรุจ กิตติพัฒนะ พิธีกรและผู้ประกาศข่าว, เพจนโยบาย By ประชน, เพจ Super100, เพจ Nanake555, เพจ Drama-addicted และเพจผู้บริโภค ซึ่งทำให้คลิปวิดีโอทุกชิ้นมียอดผู้เข้าถึงรวมกว่า 10,546,434 ครั้ง



พลังของประชาชนจะเป็นตัวขับเคลื่อน
ให้รัฐและหน่วยงานได้ลงมือแก้ไขปัญหานี้
เราก็อยากทวงคืนความยุติธรรม
เราโดนมาเยอะ และไม่ใช่เราคนเดียว
อย่างน้อยก็อยากเป็นปากเป็นเสียง
ให้กับทุกคนที่โดนดูดเงิน



คุณลัดดา เขียวชะอุ่ม

ผู้เสียหายจากกรณี
มีจาชีพหลอกปลอม
เป็นสำนักงานประกันสังคม

รายการเราไม่ได้บริโภคหน้าเป็นอาหาร EP.07
ตอน "ล้อมกรอบ ป้องกันโจรออนไลน์" วันที่ 20 ต.ค. 2566

ส่วนที่ 2

ผลการดำเนินงานตามแผนงาน แผนงานและเป้าหมาย ปีงบประมาณ 2566

1. งานคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค
2. งานพัฒนานโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค
3. งานสนับสนุนหน่วยงานประจำจังหวัด
และองค์กรผู้บริโภค
4. งานสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค
5. งานบริหารจัดการสำนักงานและพัฒนา
ศักยภาพองค์กรผู้บริโภค

สรุปข้อเสนอแนะของประชาชนต่อการดำเนินงาน
ของสภาผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ 2566



แผนงานและเป้าหมาย ปีงบประมาณ 2566

สภาผู้บริโภคมีฐานะเป็นนิติบุคคลที่ดำรงความเป็นอิสระ ตามเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2560 มาตรา 46 โดยทำหน้าที่เป็นผู้แทนของผู้บริโภคในทุกด้าน อีกทั้งมีอำนาจดำเนินการในเรื่องต่างๆ อีก 8 ประการ ตามที่พระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 มาตรา 14 ระบุไว้ ดังนี้

1. ให้ความคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค รวมถึงการเสนอแนะนโยบายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคต่อคณะรัฐมนตรีหรือหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง

2. สนับสนุนและดำเนินการ ตรวจสอบ ติดตาม เฝ้าระวังสถานการณ์ปัญหาสินค้าและบริการ แจ้ง หรือ โฆษณาข่าวสารหรือเตือนภัยเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่อาจกระทบต่อสิทธิของผู้บริโภค หรืออาจก่อให้เกิดความเสียหายหรือเกิดความเสื่อมเสียแก่ผู้บริโภค โดยจะระบุชื่อสินค้าหรือบริการหรือชื่อของผู้ประกอบธุรกิจด้วยก็ได้

3. รายงานการกระทำหรือละเลยการกระทำอันมีผลกระทบต่อสิทธิของผู้บริโภค ไปยังหน่วยงานของรัฐ หรือหน่วยงานอื่นที่รับผิดชอบ และเผยแพร่ให้ประชาชนทราบ

4. สนับสนุนและช่วยเหลือองค์กรของผู้บริโภค ในการรักษาประโยชน์ของผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพ และได้รับความเชื่อถือ ตลอดจนส่งเสริมการรวมตัวขององค์กรของผู้บริโภคในระดับจังหวัดและเขตพื้นที่ ทั้งนี้ ตามที่กำหนดในข้อบังคับของสภาองค์กรของผู้บริโภค

5. สนับสนุนการศึกษาและการวิจัยเพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค

6. สนับสนุนและช่วยเหลือสมาชิกในการไกล่เกลี่ยหรือประนีประนอมยอมความข้อพิพาทเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค ทั้งก่อนและในระหว่างดำเนินคดีต่อศาล

7. ดำเนินคดีเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคตามที่เห็นสมควร หรือเมื่อมีผู้ร้องขอ หรือให้ความช่วยเหลือในการดำเนินคดีในกรณี que ผู้บริโภคหรือองค์กรของผู้บริโภคถูกฟ้องคดีจากการใช้สิทธิในฐานะผู้บริโภคหรือใช้สิทธิแทนผู้บริโภค แล้วแต่กรณี และเพื่อประโยชน์แห่งการนี้ ให้มีอำนาจประนีประนอมยอมความด้วย

8. จัดให้มีหรือรวบรวม และเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการอันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการ ให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลได้โดยสะดวก

สำหรับแผนการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ 2566 สภาผู้บริโภคมียุทธศาสตร์ต่างๆ ภายในสำนักงานสภาผู้บริโภค เป็นกลไกขับเคลื่อนการดำเนินงาน ได้แก่ ฝ่ายคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค ฝ่ายนโยบายและนวัตกรรม ฝ่ายสนับสนุนสมาชิกและองค์กรของผู้บริโภค ฝ่ายสื่อสารสาธารณะและประชาสัมพันธ์ ฝ่ายบริหารสำนักงาน และฝ่ายงานเลขานุการ และมีกลไกสมทบคือหน่วยงานเขตพื้นที่ในภาคต่างๆ 4 แห่ง และหน่วยงานประจำจังหวัด 15 แห่ง นอกจากนี้ ในส่วนของงานเชิงประเด็นการคุ้มครองผู้บริโภคด้านต่างๆ ยังมีคณะอนุกรรมการ 8 ด้าน และคณะทำงาน 1 ด้าน ร่วมขับเคลื่อนการดำเนินงานด้วย

แผนการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ 2566 ของสภาผู้บริโภค มีทั้งสิ้น 5 แผนงาน ในแต่ละแผนงานประกอบด้วยกิจกรรมหลักและเป้าหมาย ดังแสดงในภาพ

แผนงานที่ 1

สนับสนุนและดำเนินการ
คุ้มครองและพิทักษ์สิทธิ
ผู้บริโภค



1. เพิ่มประสิทธิภาพกลไกคุ้มครองผู้บริโภคแบบเบ็ดเสร็จและการไกล่เกลี่ยของสภาองค์กรของผู้บริโภค
2. เครือข่ายการเฝ้าระวังและแจ้งเตือนภัยเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคเชิงรุก
3. สนับสนุนการฟ้องคดีเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค

แผนงานที่ 2

พัฒนานโยบาย
และมาตรการ
คุ้มครองผู้บริโภค



1. พัฒนานโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค
2. ติดตามนโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค
3. สนับสนุนการพัฒนานวัตกรรม และการศึกษาวิจัยเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค
4. รายงานการกระทำหรือละเลยการกระทำด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
5. ยุทธศาสตร์และการประเมินผลองค์กร

แผนงานที่ 3

สนับสนุนหน่วยงาน
ประจำจังหวัด
และองค์กรผู้บริโภค



1. แผนงานพัฒนาสภาองค์กรของผู้บริโภคประจำจังหวัด
2. สนับสนุนการพัฒนาศักยภาพองค์กรผู้บริโภคและเครือข่ายองค์กรของผู้บริโภค
3. ประชุมสามัญประจำปีสมาชิกและรับฟังความคิดเห็นเพื่อเสนอแนะต่อการคุ้มครองผู้บริโภค
4. สนับสนุนการขับเคลื่อนงานคุ้มครองผู้บริโภคในประเด็นเฉพาะด้าน (ด้านบริการสุขภาพ ด้านบริการขนส่งและยานพาหนะ) องค์กรสมาชิกและองค์กรผู้บริโภค

แผนงานที่ 4

สื่อสารเพื่อการ
คุ้มครองผู้บริโภค



1. เผยแพร่ความรู้และรณรงค์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค แจ้งข่าวสารเตือนภัย และให้ความรู้ผู้บริโภคทั้งออนไลน์และออฟไลน์
2. พัฒนาระบบเทคโนโลยีเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

แผนงานที่ 5

บริหารจัดการสำนักงาน
และพัฒนาศักยภาพ
องค์กรของผู้บริโภค



1. บริหารจัดการสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค
2. พัฒนาศักยภาพเจ้าหน้าที่สำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค

1. งานคุ้มครอง และพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค

วัตถุประสงค์ของแผนงานสนับสนุนและดำเนินการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค คือการมุ่งเน้นแก้ไขปัญหาการละเมิดสิทธิผู้บริโภค ด้วยการยืนยันและเรียกร้องให้เกิดการคุ้มครองสิทธิอันพึงมีพึงได้ตลอดเส้นทางจากต้นน้ำถึงปลายน้ำ หากในกรณีที่มีการละเมิดเกิดขึ้นก็ต้องมีการเยียวยาความเสียหายอย่างเป็นธรรม

ทั้งศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคแบบเบ็ดเสร็จ สำนักงานสภาผู้บริโภค และหน่วยงานประจำจังหวัดต่างปฏิบัติหน้าที่รับเรื่องร้องเรียนหรือเรื่องร้องทุกข์ของผู้บริโภคที่ถูกละเมิดสิทธิทุกกลุ่มปัญหา ผ่านทุกช่องทางการสื่อสารที่ได้จัดเตรียมไว้ ซึ่งมีทั้งทางโทรศัพท์ อีเมล เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ไลน์ ทวิตเตอร์ เพื่อลดภาระของผู้บริโภคในการติดต่อหรือติดตามเรื่องกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ส่วนในการดำเนินการด้านคดี ตามที่พระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 กำหนดให้สภาผู้บริโภคมีอำนาจในการดำเนินคดีเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคตามที่เห็นสมควร หรือเมื่อมีผู้ร้องขอ หรือให้ความช่วยเหลือในการดำเนินคดีที่ผู้บริโภคถูกฟ้องคดีจากการใช้สิทธิในฐานะผู้บริโภค และให้สภาผู้บริโภคมีอำนาจในการประนีประนอมยอมความด้วย ในทางปฏิบัติ สภาผู้บริโภคได้กำหนดแนวทางการดำเนินงานด้านคดีเป็น 3 กรณี ดังนี้

1) คณะกรรมการนโยบายสภาองค์กรของผู้บริโภคเห็นควรให้ดำเนินคดีที่มุ่งเน้นคดีเพื่อประโยชน์แก่ผู้บริโภคเป็นส่วนรวม โดยสภาผู้บริโภคเป็นโจทก์

2) มีผู้ร้องขอประสงค์จะให้ดำเนินคดี หลังผลการเจรจาไกล่เกลี่ย ทวงถาม หรือบอกเลิกสัญญาไม่ได้ช้อยุติ หรือคู่กรณีไม่ดำเนินการ สภาผู้บริโภคจะเป็นโจทก์ฟ้องคดีแทนผู้บริโภค หรือในกรณีที่

ผู้ร้องถูกฟ้องเป็นจำเลยอันเนื่องมาจากการใช้สิทธิในฐานะผู้บริโภค ยื่นร้องขอความช่วยเหลือในคดีที่ถูกฟ้อง สภาผู้บริโภคจะดำเนินการจัดหาทนายความให้กับผู้ร้องเพื่อต่อสู้คดี

3) มีผู้ร้องยื่นฟ้องคดีผู้บริโภคไว้ต่อศาลด้วยตนเอง แต่ศาลเห็นสมควรให้มีทนายความช่วยในความในคดี และผู้ร้องขอให้สภาผู้บริโภคสนับสนุนทนายความ กรณีที่สภาผู้บริโภคมีความเห็นควรให้ดำเนินคดี และเล็งเห็นว่าจะเป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภคอื่นด้วย สภาผู้บริโภคจะดำเนินการจัดหาทนายความให้กับผู้ร้องเพื่อฟ้องคดีด้วยตนเอง

ภายใต้แผนสนับสนุนและดำเนินการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค ยังมีการดำเนินงานด้านการตรวจสอบ ติดตาม เฝ้าระวังสถานการณ์ปัญหาสินค้าและบริการ ตลอดจนการแจ้งเตือนภัย เพื่อเป็นการเสริมความเข้มแข็งของผู้บริโภคในด้านข้อมูล เพื่อเสริมพลังผู้บริโภคในการเลือกและการมีความรู้เท่าทัน ไม่ให้ถูกละเมิดสิทธิได้โดยง่าย

1.1 ผลการดำเนินงานเรื่องร้องเรียน

ในการดำเนินงานด้านข้อร้องเรียนของผู้บริโภคที่ถูกละเมิดสิทธิ สภาผู้บริโภคกำหนดกระบวนการดำเนินงานเป็น 3 ขั้นตอน ดังภาพข้างล่างนี้

กระบวนการ 3 ขั้นตอนในการดำเนินงาน เรื่องร้องเรียนของสภาผู้บริโภค



สำหรับผลการดำเนินงานในปีงบประมาณ 2566 สภาผู้บริโภคได้รับเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคที่ถูกละเมิดสิทธิรวมทั้งสิ้น 16,142 เรื่อง แยกเป็นเรื่องที่ร้องเรียนผ่านศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคแบบเบ็ดเสร็จรวม 9,124 เรื่อง และร้องเรียนผ่านหน่วยงานประจำจังหวัดที่มี 15 แห่ง รวม 7,018 เรื่อง ซึ่งเป็นจำนวนที่เพิ่มขึ้นจากปีงบประมาณ 2565 กว่า 1,200 เรื่อง และมากกว่าตัวชี้วัดที่กำหนดไว้ ซึ่งผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสภาผู้บริโภคมามากถึงร้อยละ 81.0

ผลงานด้านการรับเรื่องร้องเรียน จำแนกตามประเด็น (ด้าน) ที่ร้องเรียน สำหรับประเด็นปัญหาของผู้บริโภคที่มีการร้องเรียนสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ด้านสินค้าและบริการทั่วไป ด้านการเงิน และการธนาคาร และด้านการสื่อสาร โทรคมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศ ตามลำดับ

การร้องเรียนด้านสินค้าและบริการทั่วไป เรื่องร้องเรียนในด้านนี้ของปีงบประมาณ 2566 มีจำนวนมากถึง 10,150 เรื่อง หรือคิดเป็นร้อยละ 62.88 ของจำนวนเรื่องร้องเรียนทั้งหมด และเป็นจำนวนที่มากกว่าปีงบประมาณ 2565 ถึง 7,875 เรื่อง หรือมากขึ้น 3.5 เท่า

ประเด็นการร้องเรียนในด้านนี้ส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม โดยเป็นกรณีปัญหาบัตรคอนเสิร์ตจำนวนมากถึง 5,906 เรื่อง ลักษณะปัญหาเช่น การเปลี่ยนแปลงผังคอนเสิร์ต การสมัครสมาชิกแล้วไม่ได้รับสิทธิตามที่ระบุ รองลงมาคือปัญหาการซื้อขายสินค้าออนไลน์ มีจำนวน 1,474 เรื่อง ลักษณะปัญหาเช่น สั่งซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ แต่ไม่ได้รับสินค้าและไม่ได้รับเงินคืน อันดับต่อไปคือปัญหาบริการคลินิกเสริมความงาม มีจำนวน 1,110 เรื่อง ลักษณะปัญหาเช่น

ปิดกิจการแต่ไม่แจ้งล่วงหน้า

การร้องเรียนด้านการเงินและการธนาคาร ในด้านนี้มีเรื่องร้องเรียนเข้ามาในปีงบประมาณ 2566 จำนวน 2,084 เรื่อง หรือคิดเป็นร้อยละ 12.91 ของจำนวนเรื่องร้องเรียนทั้งหมด ปัญหาที่ได้รับร้องเรียนมากที่สุดคือกรณีบริษัทประกันภัยอุบัติเหตุจ่ายค่าสินไหมทดแทนประกันภัยโควิด -19 รองลงมาคือปัญหาการได้รับความเสียหายจากแอปพลิเคชันกู้เงินออนไลน์ผิดกฎหมาย ซึ่งคิดดอกเบี้ยในอัตราที่สูงเกินกว่าที่กฎหมายกำหนด

การร้องเรียนด้านการสื่อสาร โทรคมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศ ในปีงบประมาณ 2566 มีเรื่องร้องเรียนในด้านนี้ 918 เรื่อง หรือคิดเป็นร้อยละ 5.69 ของจำนวนเรื่องร้องเรียนทั้งหมด ปัญหาส่วนใหญ่ยังคงเกิดจากการได้รับบริการส่งข้อความสั้น (SMS) ทางโทรศัพท์เคลื่อนที่พร้อมกับแนบลิงก์ให้ดาวน์โหลดช้ชวณกู้เงินออนไลน์ที่ผิดกฎหมาย ช้ชวณเล่นการพนันออนไลน์ ส่งลิงก์ปลอมดูดเงิน โทรศัพท์อ้างตัวเป็นเจ้าของที่รัฐหรือพนักงานธนาคารเพื่อหลอกลวงให้โอนเงิน โดยมีจำนวนมากถึง 775 เรื่อง หรือร้อยละ 84.42 ของจำนวนเรื่องร้องเรียนในด้านนี้

ข้อควรรู้ก่อนทำ


 สภาองค์กรของผู้บริโภค
Thailand Consumers Council

“สัญญากู้ยืมเงิน”

- กู้ยืมเงินเกิน 2,000 บาทขึ้นไป ต้องมีสัญญาการกู้ยืมเงินเป็นลายลักษณ์อักษร และต้องมีลายเซ็นผู้กู้ในสัญญา

- ดอกเบี้ยเงินกู้ต้องไม่เกิน 15% ต่อปี หรือ 1.25% ต่อเดือน ยกเว้นกรณีเป็นสถาบันการเงินหรือธนาคารที่กฎหมายกำหนด

ตารางที่ 2.1 สถิติจำนวนการรับเรื่องร้องเรียนของสภาผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ 2566
จำแนกตามประเภท (ด้าน) ของเรื่องร้องเรียน

ด้านที่	ประเภทเรื่องร้องเรียน	จำนวนเรื่องร้องเรียน			
		ดำเนินการโดย ศูนย์คุ้มครอง ผู้บริโภคแบบ เบ็ดเสร็จ	ดำเนินการ โดยหน่วยงาน ประจำจังหวัด	รวมเรื่อง ร้องเรียน	ร้อยละ (%)
1	สินค้าและบริการทั่วไป	7,819	2,337	10,156	62.92
2	การเงินและการธนาคาร	999	1,086	2,085	12.92
3	การสื่อสาร โทรคมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศ	13	902	915	5.67
4	อาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ	11	726	737	4.57
5	บริการสุขภาพ	49	648	697	4.32
6	อสังหาริมทรัพย์และที่อยู่อาศัย	87	496	583	3.61
7	การขนส่งและยานพาหนะ	37	423	460	2.85
8	บริการสาธารณะ พลังงาน และสิ่งแวดล้อม	6	146	152	0.94
9	การศึกษา	8	11	19	0.12
10	อื่นๆ	95	243	338	2.09
รวม		9,124	7,018	16,142	100.00

ผลงานด้านการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียน

จากจำนวนเรื่องที่ได้รับมาทั้งหมด ศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคแบบเบ็ดเสร็จ สำนักงานสภาผู้บริโภค และหน่วยงานประจำจังหวัด สามารถแก้ไขปัญหาจนได้ข้อยุติรวม 12,837 เรื่อง หรือคิดเป็นร้อยละ 79 โดยปัญหาส่วนใหญ่ ประมาณร้อยละ 67 ยุติได้ด้วยการให้คำปรึกษาและการไกล่เกลี่ย แบ่งเป็นร้อยละ 34.73 และ 32.66 ตามลำดับ สะท้อนให้เห็นว่า ปัญหาส่วนใหญ่ของผู้บริโภคสามารถแก้ไขได้ด้วยการสื่อสารทำความเข้าใจและเจรจากัน แต่หากผู้บริโภคดำเนินการเองอาจไม่เกิดประสิทธิผลเท่ากับการมีสภาผู้บริโภครองคอยสนับสนุนด้านต่างๆ โดยเฉพาะเรื่องสิทธิที่ได้รับการคุ้มครองตามกฎหมาย

ในแง่ของมูลค่าการชดเชยเยียวยาที่ผู้บริโภคได้รับ รวมแล้วคิดเป็นเงินทั้งสิ้น 71,703,984.46 บาท

ตารางที่ 2.2 แสดงจำนวนเรื่องร้องเรียนที่ผลการดำเนินการเป็นที่ยุติแล้ว โดยจัดเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

ลำดับ	ประเภทเรื่องร้องเรียน	ดำเนินการโดย ศูนย์คุ้มครอง ผู้บริโภคแบบ เบ็ดเสร็จ	ดำเนินการ โดยหน่วยงาน ประจำจังหวัด	รวม	ร้อยละ (%)
		(ยุติ/ฟ้องคดี)	(ยุติ)		
1	สินค้าและบริการทั่วไป	6,431	1,830	8,261	64.35
2	การเงินและการธนาคาร	524	921	1,445	11.26
3	การสื่อสาร โทรคมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศ	6	785	791	6.16
4	อาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ	7	595	602	4.69
5	บริการสุขภาพ	40	523	563	4.39
6	อสังหาริมทรัพย์และที่อยู่อาศัย	57	317	374	2.91
7	การขนส่งและยานพาหนะ	31	354	385	3.00
8	บริการสาธารณะ พลังงาน และสิ่งแวดล้อม	3	101	104	0.81
9	การศึกษา	5	11	16	0.12
10	อื่นๆ	95	201	296	2.31
รวม		7,199	5,638	12,837	100.00
ร้อยละ		56.08	43.92		100.00

65

ตารางที่ 2.3 แสดงจำนวนเรื่องร้องเรียนที่ผลการดำเนินการเป็นที่ยุติแล้ว จำแนกตามเหตุผลการยุติเรื่อง

ประเภท เรื่องร้องเรียน	ไกล่เกลี่ย	ให้คำ ปรึกษา	ได้รับการ เยียวยา	ยื่น คำฟ้อง	ยุติในชั้น เจรจา เบื้องต้น	ติดต่อ ผู้ร้อง ไม่ได้เกิน 90 วัน	ผู้บริโภค ถอนเรื่อง	ตำรวจ ดำเนินคดี	พิพาทฯ ถึงที่สุด	ทั้งหมด
รวม	4,193	4,458	2,052	927	525	208	217	156	101	12,837

ตารางที่ 2.4 แสดงมูลค่าการเยียวยาความเสียหายที่ผู้บริโภคได้รับหลังยุติเรื่องร้องเรียน

หน่วยงานที่ดำเนินการ	มูลค่าการเยียวยาความเสียหาย
หน่วยงานประจำจังหวัด	50,643,501.51
ศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคแบบเบ็ดเสร็จ	21,060,482.95
รวม	<u>71,703,984.46</u>

การดำเนินการเชิงสนับสนุนอื่นๆ

เพื่อให้ภารกิจงานคุ้มครองผู้บริโภคมีประสิทธิภาพมากขึ้น จากสถานการณ์ปัญหาเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคที่เพิ่มจำนวนมากขึ้น ในปีงบประมาณ 2566 สภาผู้บริโภคจึงได้ร่วมกับกรมสอบสวนคดีพิเศษ (DSI) จัดประชุมเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลและแนวทางการจัดการปัญหาของผู้บริโภค รวมทั้งประสานความร่วมมือในการทำงานระหว่างสองหน่วยงาน และเห็นชอบกรอบแนวทางบันทึกความเข้าใจ (MOU) จำนวน 4 เรื่อง ได้แก่ การดำเนินคดีคุ้มครองผู้บริโภค ความร่วมมือประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลความรู้ เดือนภัยแก่ผู้บริโภค การสนับสนุนข้อมูลเรื่องร้องเรียน ข้อมูลวิชาการ เพื่อประโยชน์ในการดำเนินคดีพิเศษ และพัฒนานโยบายคุ้มครองผู้บริโภค ตลอดจนการสนับสนุนวิทยากรเพื่ออบรมพัฒนาศักยภาพผู้ปฏิบัติงานขององค์กร ปัจจุบันเรื่องอยู่ระหว่างดำเนินการเพื่อลงนาม

นอกจากนี้ สภาผู้บริโภคยังมีบทบาทสนับสนุนและส่งเสริมการรวมกลุ่มของผู้บริโภค เพื่อกระตุ้นให้เกิดการรวมพลังปกป้องสิทธิของตัวเอง มีอำนาจต่อรองกับผู้ประกอบการ และกับหน่วยงานหรือองค์กรที่มีปัญหาการปฏิบัติตามกฎหมายหรือการบังคับใช้กฎหมาย เป็นแนวทางที่จะป้องกันและแก้ไขปัญหาผู้บริโภคได้อย่างยั่งยืน และนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในเชิงนโยบาย ผ่านกิจกรรมจัดเวทีทาว์นฮอลล์มีตติ้ง (Town Hall Meeting) ให้กับกลุ่มผู้บริโภคที่ได้รับความเสียหาย ร่วมแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และข้อเสนอแนะต่อปัญหาของผู้บริโภค จำนวน 2 ครั้ง คือ

1. เวทีเสวนา Town Hall Meeting จ่ายก่อนไม่จริง “ปัญหาธุรกิจบริการเรียกเก็บเงินล่วงหน้า” กรณีถูกเรียกเก็บเงินล่วงหน้าจากบริการต่างๆ แต่ไม่ได้รับสินค้าหรือบริการตามสัญญา ผู้เข้าร่วมประกอบด้วยกลุ่มผู้ที่ได้รับความเสียหายในกรณีดังกล่าว หน่วยงาน และเครือข่ายองค์กรผู้บริโภค ร่วมแลกเปลี่ยนความเห็น นำมาสู่ข้อเสนอแนะ แยกเป็น 3 ประเด็น ดังนี้

- ข้อเสนอเกี่ยวกับบริการคลินิกเสริมความงาม/บริการฟิตเนส เช่น ข้อเสนอให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ออกประกาศสัญญาควบคุมธุรกิจเสริมความงาม รวมทั้งออกประกาศให้ผู้ประกอบการที่ให้เข้าพื้นที่ห้างสรรพสินค้า ต้องร่วมรับผิดชอบกรณีผู้ประกอบการจะละเมิดสิทธิผู้บริโภค เช่น ชักจูงสมัครบริการ จำหน่ายสินค้าไม่เป็นธรรม ข้อเสนอให้มีกองทุนชดเชยเยียวยาผู้เสียหายลักษณะเดียวกับกองทุนประกันวินาศภัย มีข้อเสนอให้หน่วยงานที่กำกับดูแลธุรกิจออกกำลังกายและเทรนเนอร์โดยเฉพาะ และโรงพยาบาลต้องมีส่วนร่วมรับผิดชอบ กรณีที่มีการตั้งบูธในโรงพยาบาลหรือห้างสรรพสินค้า แล้วมีผู้ได้รับความเสียหายจากการเข้าใช้บริการ เป็นต้น
- ข้อเสนอกรณีบัตรเครดิต/แพนมีตติ้ง/การจองที่พัก เช่น ให้ความรู้เรื่องการทำสัญญา ออกกฎหมายให้การโฆษณาประชาสัมพันธ์ต้องผ่านการอนุญาตโดยหน่วยงานกำกับดูแลก่อน และให้สภาผู้บริโภคหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตรวจสอบก่อนรองข้อสัญญาก่อนเผยแพร่ต่อผู้บริโภค การประชาสัมพันธ์ต้องระบุเงื่อนไขการคืนเงิน การคืนบัตร และกำหนดค่าปรับให้ชัดเจน กรณีหากกระทำผิดเงื่อนไขและสิทธิในการบอกเลิกสัญญา ราคาบัตรที่โฆษณาควรเป็นราคาสุทธิรวมค่าประกันบัตร ภาษีมูลค่าเพิ่ม และค่าใช้จ่ายต่างๆ แล้ว เสนอให้มีหน่วยงานกลางดูแลธุรกิจบัตรเครดิตโดยเฉพาะ รวมถึงมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สภาผู้บริโภค สคบ. ร่วมกำกับดูแลบัตรเครดิตอย่างเข้มงวด ให้มีการคุ้มครองผู้บริโภคชั่วคราวโดยไม่ต้องรอคำสั่งศาล เป็นต้น
- ข้อเสนอเกี่ยวกับบริการสายการบิน/ทัวร์ท่องเที่ยว ได้แก่ ประชาสัมพันธ์ให้ผู้โดยสารทราบข้อมูลเยียวยากรณีเที่ยวบินล่าช้าหรือเลื่อนการเดินทาง รวมทั้งสิทธิประโยชน์อื่นๆ ที่ชัดเจน ตั้งกองทุนชดเชยเยียวยาให้กับผู้โดยสารกรณีเที่ยวบินล่าช้า ถูกเลื่อนตัวไม่มีกำหนด หรือมีการเปลี่ยนแปลงตารางการบิน ออกกฎหมายกำหนดให้บริษัทต้องวางเงินประกันให้สอดคล้องกับรายได้ของบริษัท เพื่อเป็นกองทุนสำหรับเยียวยาผู้บริโภคในกรณีที่เกิดความเสียหายต่างๆ เป็นต้น

2. เวทีเสวนา Town Hall meeting ถอดบทเรียนปัญหาผู้บริโภค ผู้เข้าร่วมได้แก่ กลุ่มผู้ที่ได้รับความเสียหาย 6 กลุ่ม (กลุ่มผู้เสียหายเงินกู้จำนำโทด กลุ่มผู้เสียหายเคลมประกันโควิด กลุ่มผู้เสียหายภัยทุจริตทางการเงิน กลุ่มผู้เสียหายซื้อทรัพย์สินติดจำนองอีซีโฮม กลุ่มผู้เสียหายก่อสร้างอาคารผิดกฎหมาย และกลุ่มผู้เสียหายบริการธุรกิจเสริมความงาม) ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนบทเรียนและข้อเสนอแนะปัญหาในแต่ละด้าน โดยเฉพาะวิธีการรวมกลุ่มของผู้บริโภค ซึ่งพบว่ามักอาศัยสื่อสังคมออนไลน์ทำให้รวมกลุ่มได้ง่าย มีหัวหน้ากลุ่มที่เข้มแข็งทำให้การรวมกลุ่มมีความต่อเนื่อง และการดำเนินงานของสภาผู้บริโภคมีส่วนสำคัญทำให้ผู้เสียหายสามารถรวมกลุ่มกันได้ ทำให้ข้อร้องเรียนของผู้บริโภคเกิดการรับรู้ต่อสาธารณะได้มากขึ้น

ส่วนการพัฒนาข้อเสนอทางนโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคจากเรื่องร้องเรียน ที่มีการเสนอไปยังหน่วยงานต่างๆ มี 8 ประเด็น ได้แก่

- 1) ทำข้อเสนอแนะไปยังสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) เพื่อให้บังคับใช้กฎหมายตาม พ.ร.บ. คุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 เมื่อผู้ประกอบการไม่รายงานผลการจัดทำรายละเอียดและขั้นตอนการดำเนินงานภายหลังจากการลงนามใน MOU ระหว่างผู้ประกอบการ กับ สคบ.
- 2) เสนอมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคไปยัง สคบ. ให้ตรวจสอบบริษัทเอสเอ็มทรู (SM True) กรณีจองตั๋วบัตรคอนเสิร์ต NCT Dream Tour the Dream Show2: In a Dream in Bangkok แต่มีการยกเลิกและเสนอให้ธุรกิจการจัดคอนเสิร์ตเป็นธุรกิจควบคุมสัญญา
- 3) ทำข้อเสนอแนะไปยังแพลตฟอร์มออนไลน์ บริษัท ซ้อปปี (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัท ลาซาต้า จำกัด ให้นำผลิตภัณฑ์เบบี๋คริสตัล ซึ่งเป็นสินค้าห้ามขายตามคำสั่งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคที่ 9/2527 ออกจากแพลตฟอร์ม
- 4) เสนอมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคไปยังสำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรม (สมอ.) ขอให้จัดการหมวดนิรภัยที่เข้าข่ายไม่ได้มาตรฐานออกจากท้องตลาด
- 5) เสนอมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคไปยังสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ตรวจสอบผลิตภัณฑ์ BTO L-glutathione ซึ่งอาจเข้าข่ายการจำหน่ายสินค้าโฆษณาสรรพคุณเกินจริง
- 6) เสนอมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคไปยัง สคบ. ให้ตรวจสอบการกระทำของผู้ประกอบธุรกิจ EVEANDBOY X Marktuan Fan Meeting Special Edition และดำเนินการตามกฎหมายกรณีแสดงข้อความที่เป็นเท็จ
- 7) เสนอมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคไปยัง สมอ. ให้กำหนดมาตรฐานของระบบห้ามล้อรถจักรยานยนต์
- 8) เสนอมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคไปยัง อย. ให้ดำเนินการตรวจสอบและจัดการปัญหาร่วมกับตลาดออนไลน์ที่เป็นช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สบู่มูนไพร้อัดก้อนนางแซง

1.2 ผลการดำเนินงานด้านการฟ้องคดี

งานสนับสนุนการฟ้องคดีเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคที่สภาผู้บริโภคดำเนินการในปีงบประมาณ 2566 มีจำนวน 32 คดี คิดเป็นทุนทรัพย์การฟ้องรวมเป็นเงิน 15,708,295 บาท รายละเอียดเกี่ยวกับคดี ดังแสดงในตารางที่ 2.5

ตารางที่ 2.5 แสดงจำนวนและลักษณะคดีที่สภาผู้บริโภคดำเนินการฟ้องในปีงบประมาณ 2566 จำแนกตามประเด็น (ด้าน) ของปัญหา

ประเด็นปัญหา	จำนวนคดี	ลักษณะคดี
1. ด้านการเงินและการธนาคาร	12	<ul style="list-style-type: none"> ช่วยเหลือผู้บริโภคที่ถูกฟ้องผิดสัญญากู้ยืมเงินจากกลุ่มบริษัท ศรีสวัสดิ์ ที่ประกอบธุรกิจสินเชื่อเอาเปรียบผู้บริโภค เช่น ไม่ส่งมอบสัญญากู้ คิดอัตราดอกเบี้ยในสัญญาสูงกว่าที่กฎหมายกำหนด ได้รับเงินกู้ไม่เต็มตามสัญญา เป็นต้น ฟ้องธนาคารเพื่อไม่ให้รับผิด เนื่องจากบกพร่องในการจัดทำระบบความปลอดภัยทางการเงิน กรณีผู้บริโภคถูกมิฉฉาชีพดูดเงินผ่านแอปพลิเคชันของธนาคาร โดยที่ไม่ได้ทำรายการเอง ฟ้องบริษัทประกันภัยที่ผิดสัญญาไม่จ่ายเงินประกันโควิด โดยดำเนินการเป็นคดีแบบกลุ่ม
2. ด้านสิทธิผู้บริโภคและที่อยู่อาศัย	10	<ul style="list-style-type: none"> ช่วยเหลือผู้บริโภคจัดหาทนายความ กรณีถูกกลุ่มบริษัท อีซีโฮม (ประเทศไทย) จำกัด ฟ้องฐานผิดสัญญาเช่าซื้อบ้าน ซึ่งพบว่าบริษัทประกอบธุรกิจไม่สุจริต โดยบริษัทฯ ชื้อบ้านจากการขายทอดตลาดแบบติดจำนอง แต่ไม่ดำเนินการไถ่ถอนจำนอง และนำบ้านออกขายแก่ผู้บริโภค จนต่อมาผู้บริโภคถูกหมายแจ้งยึดทรัพย์จากธนาคาร สภาผู้บริโภคฟ้องคดีแทนผู้บริโภคเพื่อเรียกเงินคืนจากผู้ประกอบธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่รับเงินจองและเงินดาวน์ของผู้บริโภค ด้วยเหตุที่ธนาคารไม่อนุมัติสินเชื่อ
3. ด้านสินค้าและบริการทั่วไป	5	<ul style="list-style-type: none"> ผู้บริโภคจองรถยนต์ ต่อมาถูกตัวแทนจำหน่ายไม่นำเงินส่งแก่บริษัท ประกอบกับรถยนต์ที่ทำสัญญาซื้อขายไม่ตรงกับใบจอง จึงร้องเรียนและขอให้สภาผู้บริโภคฟ้องคดีเรียกคืนเงินค่าผ่อนรถยนต์ ผู้บริโภคฟ้องคดีด้วยตนเอง และขอสภาผู้บริโภคนับสนุนทนายความ เนื่องจากได้รับความเสียหายกรณีนำรถยนต์เข้าใช้บริการซ่อมที่อยู่ของคู่กรณี โดยการเปลี่ยนเครื่องยนต์ แต่เครื่องยนต์ไม่มีเอกสารใดๆ เพื่อใช้ยื่นต่อขนส่งจังหวัด และเพิ่งทราบเรื่องจากการติดต่อสอบถามสถานตรวจสภาพรถยนต์ภายหลังเป็นคดีความ อีกทั้งในคำให้การของจำเลยอ้างว่ามีการเปลี่ยนช่วงล่าง ส่วนเพลลา ดุมล้อ โช้ค ซึ่งไม่ได้อยู่ในการตกลง และไม่ได้มีการแจ้งให้ทราบ จึงเป็นการผิดสัญญา ผู้บริโภคนำรถเข้าซ่อมที่ศูนย์ของบริษัท ตรีเพชรอีซูซุ จำกัด ต่อเนื่องจากการซ่อมสี่เกาตั้งแต่ปี 2562 ศูนย์ฯ นัดรับรถวันที่ 11 กรกฎาคม 2564 วันเดียวกับที่รับรถได้นำรถมาล้าง จึงพบว่าสีรถรอบคันไม่เท่ากัน เมื่อติดต่อกลับไปบริษัทฯ พนักงานบริษัทฯ แจ้งว่าจะแก้ไขให้ แต่ไม่ได้ดำเนินการจนใกล้หมดประกันในปี 2565 จึงฟ้องร้องเป็นคดีที่ศาลแขวงพระนครเหนือ คดีอยู่ระหว่างอุทธรณ์ โดยสภาผู้บริโภคจัดหาทนายความตามที่ผู้บริโภคร้องขอ

ประเด็นปัญหา	จำนวนคดี	ลักษณะคดี
4. ด้านบริการสุขภาพ	3	<ul style="list-style-type: none"> ผู้บริโภครักษาพบแพทย์ด้วยอาการปวดขาข้างซ้าย แพทย์ตรวจร่างกายและฉีดยาบริเวณก้นด้านซ้ายให้ทันที โดยที่ไม่มีการวินิจฉัยหาสาเหตุของอาการ ไม่ได้สอบถามอาการแพ้ยา รวมทั้งไม่ได้แจ้งว่ายาที่ฉีดเป็นยาอะไร หลังฉีดยามีอาการชาบริเวณขาซ้าย ไม่มีความรู้สึกทันที ไม่สามารถลุกจากเตียงคนไข้ได้ในขณะนั้น แต่ต่อมา มีการพบแพทย์อย่างต่อเนื่อง แต่อาการก็ยังไม่ดีขึ้น โดยมีอาการชาบริเวณขาซ้ายและไม่มีความรู้สึก ไม่สามารถเดินและใช้ชีวิตประจำวันได้ตามปกติ ผู้บริโภคฟ้องคดีผู้บริโภครักษาด้วยตนเอง และร้องขอให้สภาผู้บริโภคสนับสนุนนายความตามคำแนะนำของศาล เนื่องจากเป็นคดีทางการแพทย์
5. ด้านการสื่อสารโทรคมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศ	1	<ul style="list-style-type: none"> ฟ้องคดีปกครองต่อคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) และสำนักงาน กสทช. เพื่อให้เพิกถอนมติรับทราบการควมรวมธุรกิจระหว่าง บริษัท ทูร์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) เนื่องจากใช้ดุลยพินิจไม่สอดคล้องด้วยกฎหมาย
อื่น ๆ	1	<ul style="list-style-type: none"> นางกัลยพรรณศรี ดั่งหวัง เครือข่ายผู้บริโภค จ.สตูล หนึ่งในกลุ่มผู้เสียหายจากการซื้อกระทะโคเรียคิง พร้อมด้วยสมาชิกกลุ่มที่เป็นผู้เสียหายจากการซื้อกระทะโคเรียคิง จำนวน 72 คน ยื่นฟ้องบริษัท วิซาร์ด โซลูชั่น จำกัด เมื่อวันที่ 30 มิถุนายน 2560 เป็นคดีผู้บริโภคและขอให้ดำเนินคดีแบบกลุ่ม โดยมีมูลนิธิเพื่อผู้บริโภคสนับสนุนนายความต่อศาลแพ่ง เรียกเงินคืนและเรียกค่าเสียหาย รวมเป็นเงิน 1,650 ล้านบาท ต่อมา วันที่ 19 ตุลาคม 2563 ศาลชั้นต้นมีคำสั่งอนุญาตให้ดำเนินคดีแบบกลุ่ม ต่อมาวันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2565 ศาลอุทธรณ์มีคำสั่งรับเป็นคดีแบบกลุ่ม โดยจำกัดขอบเขตของกลุ่มเฉพาะผู้บริโภคที่ซื้อกระทะโคเรียคิง รุ่นไดมอนด์และรุ่นโกลด์ ภายหลังบริษัทฯ แจ้งความดำเนินคดีกับนางกัลยพรรณศรีที่สถานีตำรวจพหลโยธินข้อหาเบิกความเท็จ วันที่ 29 พฤศจิกายน 2565 พนักงานอัยการพิเศษฝ่ายคดีอาญา 7 สำนักงานอัยการสูงสุด เป็นโจทก์ฟ้องนางกัลยพรรณศรี เป็นจำเลย ในข้อหาเบิกความเท็จ สภาองค์กรของผู้บริโภคจึงสนับสนุนนายความในการต่อสู้คดีของนางกัลยพรรณศรี เนื่องจากถือเป็นการถูกฟ้องจากการใช้สิทธิในฐานะผู้บริโภค
รวม	32	

หากจำแนกตามกรอบอำนาจหน้าที่ในการดำเนินคดีของสภาผู้บริโภครวม มีคดีลักษณะที่สภาผู้บริโภคเป็นโจทก์ยื่นฟ้องเพื่อประโยชน์แก่ผู้บริโภค ทั้งแบบเป็นการส่วนตัว กลุ่ม และส่วนรวม จำนวนทั้งสิ้น 10 คดี ใน 5 เรื่อง ดังนี้

1) การฟ้องคดีกลุ่มบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) เพื่อเรียกร้องให้ชดเชยความเสียหายตามวงเงินประกันภัยที่ผู้ทำประกันได้ทำไว้ กรณีประกันภัยโควิด-19

2) การฟ้องคดีสถานประกอบการพยาบาล บริษัท โรงพยาบาลเชียงใหม่รวม จำกัด เพื่อให้ชดเชยความเสียหายที่เกิดแก่ผู้บริโภคจากการเข้ารับการรักษาพยาบาล

3) การฟ้องคดีปกครองต่อคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ และสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เพื่อให้เพิกถอนมติรับทราบการควมรวมธุรกิจระหว่างบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) เนื่องจากใช้ดุลยพินิจไม่สอดคล้องด้วยกฎหมาย

4) การฟ้องคดีบริษัท ออโต้ แกลเลอรี ไดนามิก จำกัด (เอ็มจี หัวหิน) เพื่อชดเชยความเสียหายให้แก่ผู้บริโภคจากการใช้สินค้าที่ไม่ปลอดภัย

5) การฟ้องคดีอุทธรณ์ บริษัท เสนา เอชเอชพี 4 จำกัด เพื่อคืนเงินให้แก่ผู้บริโภค กรณีผู้บริโภคไม่สามารถยื่นขอสินเชื่อเงินกู้เพื่อใช้ในการซื้อบ้าน

ส่วนคดีลักษณะที่ผู้บริโภคถูกฟ้องเป็นจำเลย โดยไม่ชอบ หรือตกเป็นจำเลยอันเนื่องมาจากการ

ใช้สิทธิในฐานะผู้บริโภค มีจำนวน 12 คดี และคดีที่ผู้บริโภคฟ้องคดีด้วยตนเอง โดยสภาผู้บริโภคสนับสนุนทนายความเพื่อช่วยเหลือคดี จำนวน 10 คดี

ในงานด้านคดีนี้ สภาผู้บริโภครยังได้ประสานความร่วมมือจากดีเอสไอด้วย โดยหนึ่งในปัญหาสำคัญคือประเด็นการปล่อยกู้เพื่อซื้อบ้านและที่ดินไม่จดจำนองของกลุ่มบริษัทในเครือบริษัท ศรีสวัสดิ์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่มีพฤติการณ์เข้าข่ายผิดกฎหมาย 8 ข้อ ได้แก่ การคิดอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 2 ต่อเดือน ซึ่งเกินอัตราที่กฎหมายกำหนด, ไม่ส่งมอบสัญญาค้ำประกันให้ผู้บริโภค, โฆษณาว่าฟรีค่าธรรมเนียม แต่สุดท้ายเรียกเก็บ, ขยายประกันชีวิตและประกันวินาศภัยพ่วง โดยไม่ให้สิทธิผู้บริโภคในการปฏิเสธ, จ่ายเงินให้ผู้ขอกู้ไม่ครบตามสัญญา, พนักงานในบางสาขาไม่มีใบอนุญาตขายประกันภัย แต่เป็นผู้ขายประกันให้กับผู้ขอกู้, จำกัดการชำระเงินต้นและกำหนดชำระภายใน 12 เดือน และกรณีผู้กู้บางรายชำระหนี้ครบ แต่บริษัทฯ ไม่คืนโฉนดและมีการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมเพิ่มเติม

ทั้งนี้ กรณีนี้เริ่มต้นจากการที่สภาผู้บริโภคได้รับเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภคและได้มีการขยายผลจนเห็นได้ว่าเป็นประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นในวงกว้าง มีลักษณะกระทบประโยชน์สาธารณะ สภาผู้บริโภคจึงเสนอต่อ DSI ให้รับเป็นคดีพิเศษ ซึ่งได้รับการตอบรับ DSI ได้ดำเนินการสืบคดีต่อเนื่องต่อ

นอกจากนั้นยังมีประเด็นอื่นๆ ที่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อผู้บริโภคในวงกว้างเช่นเดียวกัน เช่น กรณีหลอกหลวงส่งสินค้าเรียกเก็บเงินปลายทาง กรณีคลินิกเสริมความงามปิดกิจการโดยไม่แจ้งผู้บริโภคล่วงหน้า กรณีหลอกลงทุนออนไลน์

ใกล้เกลี้ย ผู้กู - ศรีสวัสดิ์
สภาผู้บริโภคนยื่น
สัญญาเงินกู้ต้องถูกกฎหมาย

คดีตัวอย่างที่ดำเนินการสำเร็จ

บริษัท อีซีโฮม (ประเทศไทย) จำกัด และ/หรือบริษัท โฮมเอ็มเอ็ม จำกัด ใช้สัญญาเช่าซื้ออสังหาริมทรัพย์ที่มีข้อสัญญาไม่เป็นธรรม โดยมีพฤติการณ์นำบ้านติดภาระจำนองที่ประมูลซื้อได้จากการขายทอดตลาดของกรมบังคับคดีในราคาถูก และยังไม่ได้ชำระหนี้จำนองให้เสร็จสิ้นก่อนนำบ้านมาทำสัญญากับผู้บริโภค โดยไม่ได้แจ้งเหตุให้ผู้บริโภคได้รับรู้ ทำให้ผู้บริโภคหลงเชื่อเช่าทำสัญญาใหม่ จนถูกหมายแจ้งยึดทรัพย์จากสถาบันการเงิน เป็นคดีผู้บริโภค เลขที่ ผบ. E108/2565 ที่ศาลจังหวัดทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช สภาผู้บริโภคจึงดำเนินการจัดหาทนายความให้กับผู้บริโภค

วันที่ 12 ตุลาคม 2565 ศาลชั้นต้นมีคำสั่งยกฟ้อง ด้วยเหตุผลที่ว่า “บริษัทซึ่งมีฐานะเป็นผู้ประกอบธุรกิจ ไม่ปฏิบัติตามพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551 มาตรา 12 ที่ระบุว่า ผู้ประกอบธุรกิจต้องกระทำด้วยความสุจริต โดยคำนึงถึงมาตรฐานทางการค้าที่เหมาะสม ขณะที่โจทก์ซึ่งมีฐานะเป็นผู้ประกอบธุรกิจให้เช่าซื้ออสังหาริมทรัพย์ มิได้กระทำการตามมาตรฐานทางการค้าที่เหมาะสมเช่นเดียวกับผู้ประกอบธุรกิจต่างๆ ไปฟังกระทำ ด้วยการปล่อยให้ทรัพย์สินที่ตนเองนำออกให้เช่าซื้อถูกยึดขายทอดตลาดไปยังบุคคลภายนอก แต่กลับมาฟ้องเรียกค่าเสียหายต่างๆ จากจำเลย ซึ่งเป็นผู้บริโภค พฤติการณ์ของโจทก์จึงเป็นการใช้สิทธิไม่สุจริตและมิได้ประกอบธุรกิจด้วยระบบที่เป็นธรรม โจทก์จึงไม่มีอำนาจฟ้องจำเลย...” และด้วยคำพิพากษาของศาลครั้งนี้ ทำให้ผู้บริโภคซึ่งเป็นผู้เช่าซื้อได้รับความคุ้มครอง ไม่ต้องรับผิดชอบฟ้อง



1.3 ผลการดำเนินงานเฝ้าระวังและเตือนภัย

การดำเนินงานตรวจสอบ ติดตาม เฝ้าระวัง สถานการณ์ปัญหาสินค้าและบริการ แจ้งหรือเผยแพร่ข่าวสารเพื่อการเตือนภัยเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่อาจกระทบสิทธิของผู้บริโภค หรืออาจก่อให้เกิดความเสียหายหรือเกิดความเสื่อมเสียแก่ผู้บริโภค เป็นอีกภารกิจสำคัญของศูนย์คุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคในการทำงานเชิงรุกร่วมกับเครือข่ายต่างๆ เพื่อป้องกันปัญหาการละเมิดสิทธิผู้บริโภคจากการถูกเอารัดเอาเปรียบในการซื้อสินค้าและบริการ ที่อาจเกิดจากความตั้งใจหรือไม่ตั้งใจของผู้ประกอบการ เช่น กระบวนการผลิตทางการเกษตรที่เสี่ยงต่อการปนเปื้อนสารเคมีจากปุ๋ยและยา การลดต้นทุนของโรงงานอุตสาหกรรมและเร่งผลิตสินค้าให้ทันต่อความต้องการของตลาดจนละเลยมาตรฐานบังคับ หรือผู้ประกอบการรายย่อยเลือกวัตถุดิบราคาถูกเพื่อลดต้นทุนการผลิต เป็นต้น

ในการทำงานด้านนี้ สภาผู้บริโภคยังมีการประสานการทำงานร่วมกับเครือข่ายนักวิชาการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการทดสอบสินค้าและบริการในชีวิตประจำวัน และตรวจสอบคุณภาพตามอ้างในโฆษณา เป็นข้อมูลเพื่อเผยแพร่ให้ผู้บริโภคตระหนักถึงพิษภัย รวมทั้งใช้เป็นแหล่งข้อมูลเบื้องต้นสำหรับผลักดันให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องบังคับใช้กฎหมายต่อไป

ผลงานการทดสอบสินค้าและบริการ

ในปีงบประมาณ 2566 สภาผู้บริโภคเลือกทดสอบหมวกนิรภัยรถจักรยานยนต์หรือหมวกกันน็อก โดยร่วมกับศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ หรือเอ็มเทค (MTEC) สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) ภายใต้โครงการออกแบบ พัฒนาเกณฑ์ประเมินและทดสอบหมวกนิรภัยรถจักรยานยนต์ เพื่อค้นหาแนวทางและวิธีการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพของหมวกกันน็อก ซึ่งรายละเอียดของการทดสอบกิจกรรมการรณรงค์เพื่อเตือนภัยผู้บริโภค และข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานภาครัฐและเอกชน สามารถอ่านเพิ่มเติมได้ในส่วนที่ 1 หัวข้อ “จากผลทดสอบความทนของหมวกกันน็อก สู่สิทธิการเลือกซื้อที่ป้องกันชีวิตได้”

ผลงานการแจ้งเตือนภัย

ด้านการแจ้งเตือนภัยสินค้าและบริการ สภาผู้บริโภค โดยศูนย์คุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค ใช้ช่องทางการสื่อสารสาธารณะให้สัมภาษณ์ผ่านรายการต่างๆ เช่น รายการสถานีประชาชน สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ในประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค อาทิ ประเด็นเตือนภัยออนไลน์ พัสตุไม้ได้สั่งอย่าโอน, ประเด็นเปิดใช้งานระบบแจ้งเตือนภัยฉุกเฉินนิรภัย และประเด็นปัญหาการกดจองบัตรคอนเสิร์ต วง NCT DREAM ผ่านช่องทางออนไลน์บนเว็บไซต์ เฟซบุ๊กแฟนเพจ



ถูกลม (ไม่) นิรภัย

อุปกรณ์สำหรับ... **ช่วยชีวิต**
ที่คุณไม่คิดว่าอันตราย

สามารถตรวจสอบยี่ห้อ และรุ่นรถยนต์
ที่ต้องเข้ารับบริการเปลี่ยน

พักผ่อนพักผ่อน

tcc สภาองค์กรของผู้บริโภค
Thailand Consumers Council

เลือกห้องพักอย่างไร

ไม่ให้ถูกหลอก

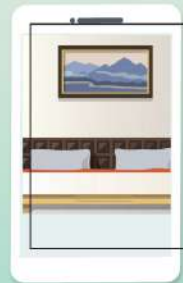
เลือกที่พักที่จัดแจ้ง
หรือมีใบรับรองประกอบธุรกิจ
ที่เว็บไซต์ <https://bit.ly/3WooO5K>



ตรวจสอบรีวิวการเข้าพัก
ของนักท่องเที่ยวรายอื่น ๆ
เพื่อประกอบการตัดสินใจ



ตรวจสอบหรือถามราคาให้แน่ชัดก่อนจอง



บันทึกรูปภาพ
หรือภาพโฆษณาห้องพัก



โฆษณาเป็นส่วนหนึ่งของสัญญาที่เจ้าของที่พักจะต้อง
จัดให้ห้องพักมีครบตามที่โฆษณาไว้



เก็บหลักฐาน
การจองห้องพักไว้ด้วย
เช่น หลักฐานการโอนเงิน
ข้อความสนทนากับห้องพัก

หากพบปัญหาไม่ได้รับบริการตามที่ที่พักโฆษณาไว้ ผู้บริโภคมีสิทธิขอย้ายหรือเปลี่ยน
ห้องพัก สิทธิที่จะได้รับการลดราคา สิทธิที่จะย้ายไปที่ใหม่โดยเจ้าของที่พักออกค่าใช้จ่ายให้
และสิทธิที่จะบอกเลิกสัญญา

ผู้บริโภคต้องเก็บหลักฐาน
ส่วนที่เป็นปัญหาไว้ เช่น ถ่ายรูป
ถ่ายวิดีโอ



รับติดต่อเจ้าหน้าที่ที่พัก
เพื่อแจ้งปัญหาที่พบทันที



พยายามเจรจากับเจ้าของที่พัก
ให้แก้ไขหรือเยียวยาตามสิทธิ
ที่ผู้บริโภคควรได้รับก่อน



如果不能พักต่อไปได้
ผู้บริโภคมีสิทธิบอกยกเลิก
สัญญาและขอเงินคืนทั้งหมด
ที่จ่ายไป



f สภาองค์กรของผู้บริโภค

LINE

tccthailand

tcc.thailand

www.tcc.or.th

2. แผนพัฒนานโยบาย และมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค

แผนพัฒนานโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค ดำเนินงานโดยฝ่ายนโยบายและนวัตกรรม มีวัตถุประสงค์เพื่อผลักดันประเด็นปัญหาของผู้บริโภคไปสู่การเปลี่ยนแปลง ปรับปรุง หรือแก้ไขในเชิงนโยบาย และระบบ เป็นการขับเคลื่อนงานคุ้มครองผู้บริโภคบนฐานข้อมูล โดยนำประเด็นปัญหาข้อร้องเรียนของผู้บริโภค ทุกด้านมาประมวลผล ศึกษาเพิ่มเติม และจัดทำเป็นข้อเสนอต่อรัฐบาล หน่วยงานภาครัฐ รวมถึงผู้ประกอบการธุรกิจ เพื่อให้มีการแก้ไขหรือบังคับใช้กฎหมาย หรือดำเนินการอื่นใดเพื่อให้เกิดการแก้ไขปัญหาอย่างยั่งยืน โดยร่วมมือกับหน่วยงานรัฐ เอกชน และองค์กรของผู้บริโภค รวมถึงการติดตามนโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค สนับสนุนการพัฒนาวัตกรรมและการศึกษาวิจัยที่ครอบคลุมงานคุ้มครองผู้บริโภคทั้ง 8 ด้าน เพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในอนาคต

นอกจากนี้ ภายใต้แผนนี้ยังมีการดำเนินงานตามข้อกำหนดที่กำหนดให้สภาผู้บริโภคมีอำนาจตรวจสอบและรายงานการกระทำหรือละเลยการกระทำอันมีผลกระทบต่อสิทธิผู้บริโภคต่อรัฐบาลหรือหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง และเผยแพร่ให้สาธารณชนทราบ รวมทั้งดำเนินการประเมินผลการดำเนินงานของสภาผู้บริโภคร่วมด้วย

2.1 ผลการดำเนินงานด้านการจัดทำข้อเสนอ นโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค

ปีงบประมาณ 2566 สภาผู้บริโภคได้จัดทำข้อเสนอ นโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคทั้งระดับประเทศและท้องถิ่นรวม 25 เรื่อง ครอบคลุมงานคุ้มครองผู้บริโภค 8 ด้าน และได้ให้ความเห็นต่อระเบียบหรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับงานคุ้มครองผู้บริโภค 5 ฉบับ โดยในส่วนข้อเสนอ นโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค เรื่องที่มีความสำคัญสูงมีดังนี้

2.1.1 ด้านการเงินและการธนาคาร

1) กรณีปัญหาภัยทุจริตทางการเงิน ซึ่งในปัจจุบันพบว่าวิธีการหลอกลวงของกลุ่มมิจฉาชีพมีพัฒนาการหลากหลายรูปแบบ สร้างความเสียหายและเดือดร้อนต่อประชาชนอย่างร้ายแรงและเป็นวงกว้าง สภาผู้บริโภคจึงมีข้อเสนอต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

■ ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.)

ติดตามการทำหน้าที่ของสถาบันการเงินและผู้ประกอบธุรกิจให้เป็นไปตามพระราชกำหนด

มาตรการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมทางเทคโนโลยี พ.ศ. 2566 และมีมาตรการลงโทษกรณีไม่ปฏิบัติตามด้วย รวมทั้งกำหนดหลักเกณฑ์การชดเชยเยียวยาความเสียหายแก่ผู้บริโภคเต็มจำนวน หากภัยทุจริตทางการเงินดังกล่าวไม่ได้เกิดจากผู้บริโภค รวมถึงการปรับปรุงหลักเกณฑ์การเปิดบัญชีเงินผ่านร้านสะดวกซื้อและบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ให้เข้มงวด ป้องกันการเปิดบัญชีทำธุรกรรมทางการเงินที่ไม่สุจริต (บัญชีม้า) กำหนดหลักเกณฑ์ให้สถาบันการเงินตั้งกองทุนหรือทำหลักประกันคุ้มครองความเสียหายในการฝากเงินกับสถาบันการเงิน กรณีเกิดภัยทุจริตทางการเงิน เป็นต้น

■ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

จัดตั้งศูนย์อำนวยความสะดวกการแก้ไขปัญหาภัยทุจริตทางการเงิน และกำหนดให้มีเบอร์โทรสายด่วนเพียงหมายเลขเดียว เพื่อจัดการปัญหาได้เบ็ดเสร็จและทันทั่วถึง รวมทั้งแต่งตั้งผู้แทนสภาผู้บริโภคเป็นกรรมการในคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมทางเทคโนโลยี ตามมาตรา 13 ในพระราชกำหนดมาตรการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมทางเทคโนโลยี พ.ศ. 2566 ในฐานะผู้แทนผู้บริโภค

■ สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.)

ออกหลักเกณฑ์ควบคุมและจำกัดการเปิดใช้ซิมโทรศัพท์เคลื่อนที่หนึ่งหมายเลขต่อหนึ่งบัตรประชาชน หากเปิดใช้ซิมมากกว่าหนึ่งหมายเลขต้อง

แจ้งวัตถุประสงค์ และมีมาตรการกำหนดให้ค่ายมือถือรายงานรายชื่อหมายเลขโทรศัพท์ที่ต้องสงสัยมายัง กสทช. เพื่อให้ตรวจสอบรายชื่อเพื่อขึ้นบัญชีดำเป็นผู้ต้องเฝ้าระวัง

■ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ (สตช.) และกองบัญชาการตำรวจสืบสวนสอบสวนอาชญากรรมทางเทคโนโลยี (บช.สอท.)

ดำเนินคดีกับมิจฉาชีพในความผิดตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องด้วยอัตราโทษสูงสุด และติดตามเงินคืนให้กับผู้บริโภคโดยเร็ว

■ กรมสอบสวนคดีพิเศษ (DSI)

ติดตามดำเนินคดีการลักลอบใช้ข้อมูลส่วนบุคคลจนก่อให้เกิดความเสียหายแก่ประชาชน

■ สมาคมธนาคารไทยและสมาคมสถาบันการเงินของรัฐ

เปิดเผยบัญชีมิจฉาชีพ (บัญชีม้า) และบัญชีแบล็กลิสต์ให้ผู้บริโภคทราบ มีระบบแจ้งเตือนหมายเลขบัญชีต้องสงสัยที่ถูกลำนำไปใช้ในการกระทำความผิด (High Risk) และกำหนดหลักเกณฑ์ให้สถาบันการเงินตั้งกองทุนหรือทำหลักประกันคุ้มครองความเสียหายกรณีเกิดภัยทุจริตทางการเงิน เป็นต้น

2) กรณีหุ้นกู้ STARK ของบริษัท สตาร์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ตกแต่งบัญชีบริษัทเพื่อแสดงผลกำไรหลอกลวงนักลงทุน ทั้งที่ความจริงขาดทุนมาโดยตลอด และทำการโยกย้ายเงินออกจากบริษัท จนทำให้ผู้ถือหุ้นรายย่อย ผู้ถือหุ้นกู้ รวมไปถึงกองทุนรวมและสถาบันการเงินเจ้าหนี้ได้รับความเสียหายรวมมูลค่าสูงถึง 60,000-70,000 ล้านบาท ในเรื่องนี้สภาผู้บริโภคมีข้อเสนอ ดังนี้

■ สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.)

กำหนดมาตรการการนำบริษัทเข้าตลาดหุ้นโดยทางอ้อม ให้บริษัทที่อยู่ในตลาดหุ้นอยู่แล้วเข้าซื้อสินทรัพย์หรือหุ้นของบริษัทที่ต้องการจะเข้าตลาดหุ้นให้รัดกุม ไม่ต่ำกว่าเกณฑ์การเสนอขายหุ้นครั้งแรกของบริษัทให้กับสาธารณชน จัดตั้งคณะทำงานเฉพาะกิจเพื่อแก้ไขปัญหาและเยียวยาผู้เสียหาย จัดตั้งกองทุนชดเชยเยียวยาความเสียหายกับผู้เสียหายกรณีผู้บริหารในตลาดหลักทรัพย์ทุจริต หรือกรณีอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง และเพิ่มกลไกคุ้มครองผู้บริโภคในตลาดหุ้น โดยเพิ่มตัวแทนผู้บริโภคใน ก.ล.ต. เป็นต้น

2.1.2 ด้านการขนส่งและยานพาหนะ

1) กรณีการจัดระบบรถรับ-ส่งนักเรียนปลอดภัย ซึ่งมีข้อมูลการเฝ้าระวังของศูนย์วิชาการเพื่อความปลอดภัยทางถนนและเครือข่ายองค์กรผู้บริโภคพบว่า ในปี พ.ศ. 2565 เกิดอุบัติเหตุทางถนนและความไม่ปลอดภัยของรถรับ-ส่งนักเรียนมากถึง 30 ครั้ง มีผู้ได้รับบาดเจ็บ 274 ราย และเสียชีวิต 2 ราย สภาผู้บริโภคจึงมีข้อเสนอ ดังนี้

■ ผู้ตรวจการแผ่นดิน ขอให้มิข้อเสนอนโยบายต่อรัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย รัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคม ในประเด็นการจัดระบบรถรับ-ส่งนักเรียนปลอดภัย เพื่อบูรณาการความร่วมมือและยกระดับคุณภาพมาตรฐานความปลอดภัย รถรับ-ส่งนักเรียน

2) มาตรการคุ้มครองผู้บริโภคด้วยการสนับสนุนการติดตั้งระบบเบรกป้องกันล้อล็อก หรือเรียกกันโดยทั่วไปว่าระบบเบรก ABS สำหรับรถจักรยานยนต์ใหม่ทุกคันที่เข้าสู่ตลาด เนื่องจากตามรายงานขององค์การอนามัยโลก (WHO) ระบุว่า ระบบเบรก ABS สามารถป้องกันการลื่นของล้อ ลดระยะทางที่ใช้ในการหยุดรถ และสำคัญที่สุดคือช่วยเพิ่มการทรงตัวของรถจักรยานยนต์ ทำให้สามารถตอบสนองต่อสถานการณ์ในกรณีเบรกกระทันหันที่รุนแรงและการหยุดรถที่ผิดพลาด ซึ่งเป็นสาเหตุที่พบบ่อยที่สุดในการชนและการได้รับบาดเจ็บจากรถจักรยานยนต์ ทั้งนี้ ในปัจจุบันประเทศไทยมีผู้ใช้รถจักรยานยนต์ขนาดกระบอกสูบต่ำกว่า 125 ลูกบาศก์เซนติเมตร คิดเป็นร้อยละ 80 ของผู้ใช้รถจักรยานยนต์ทั้งหมด แต่รถในกลุ่มดังกล่าวกลับไม่มีกฎหมายบังคับให้ติดตั้งระบบเบรก ABS ทั้งที่ปัจจุบันหลายประเทศทั่วโลกต่างใช้ระบบเบรก ABS เพื่อป้องกันอุบัติเหตุ ดังเช่น สภาความปลอดภัยในการขนส่งแห่งยุโรป (ETSC) ได้เสนอรัฐบาลในกลุ่มสหภาพยุโรป (EU) ให้ระบบเบรก ABS เป็นมาตรฐานบังคับของรถจักรยานยนต์ที่ผลิตจากโรงงานอุตสาหกรรมทุกรุ่น เพื่อรักษาชีวิตของเยาวชนทุกประเทศในกลุ่ม EU ในขณะที่ตามแผนแม่บทปลอดภัยทางถนน พ.ศ. 2565-2570 ของไทยเอง กระทรวงคมนาคมก็กำหนดเป้าหมายอัตราการเสียชีวิตจากอุบัติเหตุทางถนนให้ลดลงอย่างน้อย 12 คนต่อแสนประชากรภายในปี 2570 เพื่อบรรลุเป้าหมายดังกล่าว สภาผู้บริโภคจึงมีข้อเสนอ ดังนี้

■ กรมการขนส่งทางบก

เร่งกำกับติดตามให้ผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ติดตั้ง

ระบบเบรก ABS และออกประกาศบังคับให้รถจักรยานยนต์ที่มีขนาดกระบอกสูบต่ำกว่า 125 ลูกบาศก์เซนติเมตร ต้องติดตั้งระบบเบรก ABS เช่นเดียวกับรถจักรยานยนต์ขนาดกระบอกสูบเกินกว่า 125 ลูกบาศก์เซนติเมตร รวมถึงเร่งออกมาตรการสร้างแรงจูงใจให้แก่ผู้ผลิตและจำหน่ายรถจักรยานยนต์ เช่น สิทธิประโยชน์ด้านภาษี การอุดหนุนทางการเงิน นอกจากนี้ให้เร่งกำหนดหลักสูตรการพัฒนาทักษะของผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์ด้วย

3) มาตรการคุ้มครองผู้บริโภคด้วยการแก้ไขปัญหาลัญญาสัมปทานรถไฟฟ้าสายสีเขียว จากการบริหารงานของอดีตคณะผู้บริหารกรุงเทพมหานครที่อาจเข้าข่ายการทำสัญญาเอื้อประโยชน์ให้กับเอกชนเพียงรายเดียว ซึ่งยังคงส่งผลกระทบต่อจนถึงปัจจุบัน สภาผู้บริโภคจึงมีข้อเสนอ ดังนี้

■ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

ยอมรับการแจ้งข้อกล่าวหาของคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ป.ป.ช.) ต่ออดีตคณะผู้บริหารกรุงเทพมหานคร และแสดงความรับผิดชอบต่อประชาชนด้วยการยกเลิกสัญญาจ้างเดินรถโครงการรถไฟฟ้าสายสีเขียวส่วนต่อขยาย 1 และส่วนต่อขยาย 2 ที่เกินเลยระยะเวลาสัญญาสัมปทานหลักและราคาแพง จ้างเอกชนเดินรถโครงการรถไฟฟ้าสายสีเขียวส่วนต่อขยาย 1 และส่วนต่อขยาย 2 ฉบับใหม่ โดยกำหนดให้ครบเวลาสิ้นสุดในปี 2572 ภายใต้ระยะเวลาสัมปทานเดิม และสภาผู้บริโภคเสนอเป็นตัวกลางร่วมกับกรุงเทพมหานครในการเจรจากับรัฐบาลใหม่ และบริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เพื่อแก้ไขสัญญาจ้างเอกชนเดินรถโครงการรถไฟฟ้าสายสีเขียวส่วนหลัก ส่วนต่อขยาย 1 และส่วนต่อขยาย 2 และจัดสัมปทานเดินรถใหม่ โดยมุ่งเน้นประโยชน์สูงสุดที่ประชาชนและภาครัฐจะได้รับจากการดำเนินโครงการทั้งระบบ

■ สภากรุงเทพมหานคร

กำหนดค่าบริการรถไฟฟ้าสายสีเขียวส่วนต่อขยาย 1 และ 2 ที่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค ในราคา 15 บาทตลอดสาย เมื่อรวมเส้นทางหลักจะเก็บค่าบริการสูงสุดไม่เกิน 44 บาท ตามสิทธิสัญญาสัมปทานของบริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และให้ตั้งคณะทำงาน โดยมีสภาผู้บริโภคและตัวแทนของผู้บริโภคเข้าร่วม เพื่อสนับสนุนให้ดำเนินการขนส่งมวลชนที่ทุก

คนขึ้นได้ และมีส่วนร่วมในการกำหนดค่าโดยสาร การเชื่อมต่อระบบบริการและกำกับคุณภาพบริการขนส่งมวลชนที่ปลอดภัยและเป็นธรรมในกรุงเทพมหานคร

2.1.3 ด้านสิทธิมนุษยชนและที่อยู่อาศัย

1) กรณีผู้ประกอบการบ้านจัดสรรเล็งขออนุญาตจัดสรรที่ดินตามกฎหมายในโครงการหมู่บ้านจัดสรรกวดเฮาส์ อ.หัวหิน จ.ประจวบคีรีขันธ์ เป็นเหตุให้ผู้บริโภคไม่ได้รับความเป็นธรรม เช่น การก่อสร้างบ้านที่ไม่ได้มาตรฐานทางวิศวกรรม ปัญหาที่เกิดจากระบบสาธารณูปโภคอย่างระบบการบำบัดน้ำเสียและการกำจัดสิ่งปฏิกูล โดยที่ผู้ประกอบการไม่ปฏิบัติตามสัญญาประกันความเสียหายของบ้าน การก่อสร้างบ้านไม่เป็นไปตามที่โฆษณาประชาสัมพันธ์ สภาผู้บริโภคร่วมกับหน่วยงานประจำจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชนจังหวัดประจวบคีรีขันธ์) จึงมีข้อเสนอ ดังนี้

■ ผู้ว่าราชการจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ทบทวนแนวทางการกำกับการจัดสรรที่ดินร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อสร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานในอันที่จะป้องกันไม่ให้ผู้ประกอบการบ้านจัดสรรละเมิดกฎหมายการจัดสรรที่ดิน

2) สืบเนื่องจากสถานการณ์ปัญหาข้อร้องเรียนของผู้บริโภคเกี่ยวกับโครงการอาคารสูง ไม่ว่าจะเป็นการก่อสร้างล่าช้า การก่อสร้างที่ไม่เป็นไปตามโฆษณา ระบบสาธารณูปโภคไม่มีประสิทธิภาพ ที่จอดรถไม่เพียงพอ การก่อสร้างอาคารไม่ตรงตามแบบที่ขออนุญาต ดำเนินการก่อสร้างโดยรายงานวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม (EIA) ยังไม่ผ่านการอนุมัติ การก่อสร้างอาคารในซอยที่มีความคับแคบ สร้างปัญหาความแออัดและการจราจร รวมถึงความเสียหาย อาคารบดบังทัศนียภาพของบ้านเรือน มีการต่อเติมผิดกฎหมาย และการตอกเสาเข็มสร้างความสั่นสะเทือนไปยังบ้านเรือนข้างเคียงจนร้าวทรุดเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว เหล่านี้ สภาผู้บริโภคจึงมีข้อเสนอ ดังนี้

■ กรุงเทพมหานคร

(1) (เป็นข้อเสนอเร่งด่วน) ระงับขั้นตอนการขออนุญาตก่อสร้างโครงการพิพาท 3 โครงการ คือ โครงการเอส – ประดิพัทธ์ (ประดิพัทธ์ ซอย 23) โครงการพหลโยธิน (พหลโยธินซอย 37) และโครงการเอส – รัชดา (รัชดาซอย 44) เพื่อทำการประเมินผลกระทบ

ที่อาจเกิดขึ้นอย่างรอบด้าน ทั้งในเรื่องของความกว้างของทางสาธารณะ เรื่องสิ่งแวดล้อม ลักษณะกายภาพของชุมชน โดยพิจารณาจากบริบทของชุมชนและการพัฒนาเมืองเป็นหลัก (2) จัดตั้งคณะทำงานเฉพาะกิจร่วมกับสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (สผ.) เพื่อพิจารณาจัดตั้งกองทุนที่เป็นอิสระ โดยมีคณะกรรมการจากกระบวนการสรรหาผู้เชี่ยวชาญจากภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชน เพื่อให้เกิดความเป็นกลางในการพิจารณา และประเมินผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม โดยให้เก็บค่าธรรมเนียมจากผู้ประกอบการเข้ากองทุนสำหรับใช้เป็นค่าใช้จ่ายในการพิจารณาเพื่อให้เกิดความโปร่งใสในการพิจารณา (3) แก้ไขกฎหมายข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่องควบคุมอาคาร พ.ศ. 2544 ให้มีลักษณะเดียวกันกับการกำกับดูแลอาคารสูง/อาคารขนาดใหญ่ ในกฎกระทรวง ฉบับที่ 33 ที่กำหนดทั้งในเรื่องของเขตทางและผิวจราจร เพื่อให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ของกฎหมายควบคุมอาคารในเรื่องของความปลอดภัยกรณีเกิดเหตุอัคคีภัย (4) เปิดให้ประชาชนมีส่วนร่วมออกแบบผังเมืองอย่างแท้จริง เพื่อป้องกันมิให้การจัดทำผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร (ฉบับปรับปรุงครั้งที่ 14) เกิดขึ้นจากความเห็นของคณะผู้จัดทำเพียงฝ่ายเดียว รวมทั้งนำประเด็นรายละเอียดต่างๆ จากผลการประชุมรับฟังความคิดเห็นภาคประชาชนหลายครั้งที่ผ่านมา ไปวิเคราะห์เพื่อพัฒนา ปรับปรุง ประเมินผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นอย่างรอบด้าน และนำเข้าสู่กระบวนการจัดประชุมรับฟังความคิดเห็น ปรึกษาหารือ และการมีส่วนร่วมของประชาชนใหม่ เพื่อปรับปรุงเนื้อหาให้มีความสอดคล้องสัมพันธ์กันในเรื่องการพัฒนาที่เหมาะสมกับสภาพแต่ละพื้นที่ เป็นต้น โดยในขั้นตอนรับฟังความคิดเห็นกับภาคประชาชนใหม่นี้ ขอให้เพิ่มสัดส่วนผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้มีความรู้ด้านผังเมือง หรือผู้ประกอบการวิชาชีพที่เกี่ยวข้องจากองค์กร สถาบันต่างๆ เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกว้างขวางรอบด้าน

2.1.4 ด้านอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ

1) มาตรการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการนำพืชกัญชาและกัญชงมาเป็นวัตถุดิบในอาหาร ตามที่รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมและพัฒนา กัญชาและกัญชงเป็นพืชเศรษฐกิจและเป็นภูมิปัญญาไทย โดยออกประกาศกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยการระบุชื่อยา

เสพติดให้โทษประเภท 5 ยกเว้นบางส่วนของกัญชาและกัญชงที่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข ตามที่คณะกรรมการควบคุมยาเสพติดให้โทษออกประกาศ สามารถนำมาใช้ในอุตสาหกรรมอาหารและอุตสาหกรรมอื่นๆ ได้ เนื่องจากสภาผู้บริโภคมีความเห็นว่า ในทางปฏิบัติ หากมีการนำไปใช้ในการบริโภคหรืออุปโภคโดยที่ไม่มีมาตรการรองรับ อาจก่อให้เกิดความไม่ปลอดภัยต่อชีวิตของผู้บริโภคได้ โดยเฉพาะส่วนของช็อคโกแลต สภาผู้บริโภคจึงมีข้อเสนอ ดังนี้

■ กระทรวงสาธารณสุข

สนับสนุนการใช้ประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 427) พ.ศ. 2564 เรื่อง ผลิตภัณฑ์อาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาหรือกัญชงที่กำหนดการห้ามให้ใช้ช็อคโกแลตในผลิตภัณฑ์อาหาร และขอให้ใช้แนวปฏิบัติตามประกาศฉบับนี้ในการออกกฎกระทรวงสาธารณสุข ประกาศกระทรวงสาธารณสุข และประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) รวมทั้งปรับคำแนะนำเรื่องอายุของผู้บริโภคในการบริโภคผลิตภัณฑ์กัญชาหรือกัญชง ดังนี้ “บุคคลที่มีอายุต่ำกว่ายี่สิบปี ควรดเว้นรับประทาน” ในการแสดงฉลากและคำเตือนในทุกประกาศของกระทรวงสาธารณสุข รวมทั้งเพิ่มคำที่ไม่อนุญาตในการโฆษณาคุณภาพ คุณประโยชน์ หรือสรรพคุณของอาหารกัญชาหรือกัญชงในประกาศ (อย.) เรื่อง หลักเกณฑ์การโฆษณาอาหาร พ.ศ. 2561 เช่น ด้านอนุมูลอิสระ คลายเครียด คลายหงุดหงิด คลายกังวล อารมณ์ดีแน่นอน นอนหลับสบาย ผ่อนคลาย บรรเทาความเครียด ฯลฯ

■ กระทรวงสาธารณสุขร่วมมือกับกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

เพิ่มมาตรการควบคุมการขายและออกประกาศห้ามจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มหรืออาหารผ่านตู้อัตโนมัติ รวมทั้งร้านค้าในตลาดออนไลน์ที่ไม่สามารถยืนยันอายุของผู้ซื้อ และอาจมีการโฆษณาเกินจริง



■ กระทรวงสาธารณสุขและกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ศึกษาวิจัยส่วนประกอบสำคัญในกัญชาและกัญชง เพื่อกำหนดค่าปริมาณสูงสุดที่อนุญาตของสารสำคัญในกัญชาและกัญชง ที่อาจส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคในระยะยาว เพื่อให้มีค่ามาตรฐานที่เหมาะสมและปลอดภัยของปริมาณการบริโภคในทุกช่วงวัย โดยเฉพาะสตรีมีครรภ์ เด็ก เยาวชน และกลุ่มที่มีความเสี่ยงสูงอื่นๆ

2.1.5 ด้านบริการสุขภาพ

1) สืบเนื่องจากสภาผู้บริโภคได้รับเรื่องร้องเรียนปัญหาผู้บริโภคกรณีถูกละเมิดสิทธิจากการใช้บริการ ศัลยกรรมและเสริมความงามจากผู้ประกอบธุรกิจบริการเสริมความงามในหลายกรณี เช่น การเรียกเก็บค่าบริการล่วงหน้า แต่ต่อมาปิดกิจการโดยไม่แจ้งลูกค้าและไม่คืนเงิน รวมทั้งมีปัญหาการใช้บุคลากรที่ไม่ใช่แพทย์มาปฏิบัติการหรือให้บริการทำให้เกิดความเสียหายต่อผู้บริโภคเป็นจำนวนมาก สภาผู้บริโภคจึงมีข้อเสนอ ดังนี้

■ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ

ออกข้อบังคับหรือกฎกระทรวงสาธารณสุขที่มีผลบังคับใช้ให้ผู้ประกอบกิจการสถานพยาบาล ผู้ดำเนินการสถานพยาบาล แพทย์ผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรมด้านการเสริมสวย ต้องปฏิบัติหน้าที่ตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด และควบคุมการขออนุญาต ให้มีความเข้มข้นมากขึ้น รวมทั้งให้ความรู้แก่ผู้บริโภคด้านการเข้ารับบริการ เพื่อร่วมตรวจสอบได้ว่าแพทย์หรือผู้ให้บริการดำเนินการตามขั้นตอนที่ถูกต้องตามมาตรฐานหรือไม่

2) ข้อเสนอเชิงนโยบายเรื่องสิทธิประโยชน์ของผู้ประกันตนให้ทัดเทียมระบบหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ เนื่องจากปัจจุบันผู้ประกันตนในระบบประกันสังคมได้รับสิทธิประโยชน์ด้านทันตกรรมกรณีสิทธิรักษาพยาบาลสุขภาพในช่องปาก รวมทั้งสิทธิประโยชน์ด้านการรักษาโรคมะเร็ง น้อยกว่าระบบสวัสดิการรักษายาบาลข้าราชการและรัฐวิสาหกิจ และระบบหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ สภาผู้บริโภคจึงมีข้อเสนอ ดังนี้

■ สำนักงานประกันสังคม (สปส.)

ปรับปรุงสิทธิประโยชน์ด้านทันตกรรมและด้านการรักษาโรคมะเร็งของผู้ประกันตน ให้เทียบเท่าสิทธิหลักประกันสุขภาพแห่งชาติอย่างเร่งด่วน โดยในด้าน

ทันตกรรม ให้ครอบคลุมทั้งในเรื่องการสร้างเสริมสุขภาพ ป้องกันโรค และให้สามารถเบิกจ่ายตามอัตราที่จ่ายในการรักษาจริง แทนการกำหนดค่าใช้จ่ายในอัตราไม่เกิน 900 บาทต่อปี ส่วนด้านการรักษาโรคมะเร็งให้เบิกจ่ายตามอัตราที่จ่ายในการรักษาจริง แทนการกำหนดค่าใช้จ่ายในอัตราไม่เกิน 50,000 บาท ต่อรายต่อปี ในกรณีที่ไม่สามารถขยายสิทธิประโยชน์ด้านทันตกรรมและการรักษาโรคมะเร็งให้แก่ผู้ประกันตนได้ ให้ออกพระราชกฤษฎีกา เพื่อให้สิทธิกับผู้ประกันตนสามารถใช้สิทธิหลักประกันสุขภาพแห่งชาติได้ ตามมาตรา 5 และมาตรา 11 ในพระราชบัญญัติหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ

3) ข้อเสนอกรณีเจ็บป่วยฉุกเฉินวิกฤต มีสิทธิทุกที่ (UCEP) เพื่อคุ้มครองผู้ป่วยฉุกเฉินวิกฤตที่ได้รับการรักษาในโรงพยาบาลรัฐและเอกชนทุกแห่งที่ใกล้ที่สุดโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย จนกว่าจะพ้นวิกฤต และสามารถเคลื่อนย้ายได้อย่างปลอดภัยภายในระยะเวลาไม่เกิน 72 ชั่วโมง เนื่องจากในปัจจุบันยังคงพบปัญหาผู้ป่วยฉุกเฉินวิกฤตที่เข้ารับรักษาในโรงพยาบาลเอกชนถูกเรียกเก็บเงินเริ่มตั้งแต่ 10,000-100,000 บาท สภาผู้บริโภคจึงมีข้อเสนอ ดังนี้

■ คณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ (กกร.)

กำกับราคาค่ารักษาพยาบาล กรณีเจ็บป่วยฉุกเฉินวิกฤตมีสิทธิทุกที่ (UCEP) กำกับราคาค่ารักษาพยาบาลโรงพยาบาลเอกชน ในทุกกรณีที่ผู้ป่วยไปใช้บริการในกรณีเจ็บป่วยฉุกเฉิน รวมถึงในกรณีการได้รับวินิจฉัยว่าไม่ฉุกเฉิน หรือไม่มีการวินิจฉัยแต่แจ้งว่าไม่ฉุกเฉิน โดยใช้อัตราที่สำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ (สปสช.) กำหนด ซึ่งเป็นอัตราราคาคิดค่าบริการตามจริงตามรายการที่กำหนด และกำกับค่ารักษาพยาบาลหลัง 72 ชั่วโมงที่พ้นวิกฤต หากผู้ป่วยไม่สามารถหาหรือย้ายโรงพยาบาลได้ โดยให้ใช้อัตราการคิดค่าบริการตามจริงตามรายการที่กำหนด จนกว่าจะออกจากโรงพยาบาล

■ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

นำเสนอรายการในงบการเงินของธุรกิจบริการประเภทโรงพยาบาล โดยกำหนดให้แสดงรายละเอียดของรายการที่เกี่ยวข้องกับต้นทุนค่าบริการรักษาพยาบาลและพัฒนาระบบคลังข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ในแง่คุณภาพข้อมูลและการอำนวยความสะดวกในการนำข้อมูลไปใช้

2.1.6 ด้านสินค้าและบริการทั่วไป

1) มาตรการคุ้มครองผู้บริโภคเรื่องการเรียกคืน
 ฉุกเฉินนิรภัยยี่ห้ออากาศยานในประเทศไทย ตามที่กรมการ
 ขนส่งทางบก สมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย
 และบริษัทรถยนต์ดำเนินการติดตามเรียกคืนฉุกเฉิน
 นิรภัยอากาศยานอย่างต่อเนื่อง แต่จากข้อมูลสมาคม
 อุตสาหกรรมยานยนต์ไทย ณ วันที่ 6 กันยายน 2566
 พบว่า ยังคงเหลือรถยนต์ที่อยู่ในข่ายต้องเปลี่ยน
 ฉุกเฉินนิรภัยยี่ห้ออากาศยานอีกจำนวน 575,762 คัน
 หรือร้อยละ 30 ของจำนวนรถยนต์ที่ต้องเปลี่ยนรวม
 ทั้งหมด 1,660,341 คัน เพื่อความปลอดภัยของผู้ขับขี่
 ผู้โดยสาร รวมทั้งผู้ขับขี่รถคันอื่นๆ สภาผู้บริโภคจึง
 มีข้อเสนอ ดังนี้

■ กรมการขนส่งทางบก

ขยายผลการแจ้งเตือนภัย และออกเอกสารรับรอง
 การเปลี่ยนโดยบริษัทรถยนต์ให้กับเจ้าของรถยนต์ที่
 ดำเนินการเปลี่ยนแล้ว สามารถนำไปยื่นเป็นเอกสาร
 ต่อสถานตรวจสภาพรถเอกชน (ตรอ.) ได้ เนื่องจาก
 รถยนต์ที่เข้าข่ายต้องเปลี่ยนมีอายุการใช้งานหลาย
 ปี มีโอกาสที่เจ้าของรถจะนำรถไปดำเนินการทาง
 ทะเบียนทุกปี เช่น เสียภาษี หรือต่อ ทะเบียนรถยนต์

2) ข้อเสนอแนะบริการขนส่งพัสดุในรูปแบบเก็บเงิน
 ปลายทาง จากสถานการณ์การละเมิดสิทธิผู้บริโภค
 ในการซื้อขายสินค้าออนไลน์และการขนส่งพัสดุ

สินค้าที่เกิดขึ้นอย่างกว้างขวางและต่อเนื่อง โดยที่
 สภาผู้บริโภคได้รับเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภคระหว่าง
 เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2564 - มิถุนายน พ.ศ. 2566
 จำนวนทั้งสิ้น 11,623 ราย โดยมีกลุ่มปัญหาที่ร้อง
 เรียนมาก ได้แก่ ซื้อสินค้าแล้วไม่ได้ของ ส่งมอบสินค้า
 ไม่ตรงตามที่ตกลง ไม่รับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า และไม่
 คืนเงิน ซึ่งมีมากถึง 8,719 ราย หรือร้อยละ 75 ของ
 จำนวนเรื่องร้องเรียนทั้งหมด แม้ผู้บริโภคที่ถูกละเมิด
 สิทธิจะใช้วิธีซื้อสินค้าออนไลน์ส่งพัสดุเก็บเงินปลายทาง
 แต่กลับมีการแอบอ้างส่งสินค้าเพื่อเก็บเงินปลายทาง
 โดยที่ผู้บริโภคไม่ได้สั่งซื้อ ขยายหรือส่งสินค้าไม่ตรง
 กับที่สั่งซื้อ สินค้าไม่ได้คุณภาพ อย่างไรก็ตาม ด้วยเหตุ
 ที่ปัญหาที่เกิดขึ้นมักเป็นกรณีของการซื้อสินค้าที่ราคา
 ไม่สูง จึงทำให้ผู้บริโภคจำนวนมากเห็นว่าไม่คุ้มค่าที่จะ
 ติดตามเรื่อง สภาผู้บริโภคจึงมีข้อเสนอ ดังนี้

■ บริษัทผู้ให้บริการขนส่งสินค้า

ออกประกาศรับรองสิทธิและขั้นตอนในการเปิดบรรจุ
 ภัณฑ์สินค้าก่อนการส่งมอบและจ่ายเงินค่าสินค้า
 ขยายระยะเวลาการถือเงินก่อนโอนให้เจ้าของสินค้า
 อย่างน้อย 8 วัน และขอให้เปิดเผยข้อมูลของผู้ส่ง
 สินค้า การแสดงข้อความบนกล่องหรือซองเอกสาร
 พัสดุ แจ้งเงื่อนไขระยะเวลาในการถือเงินและรับ
 ประกัน รวมถึงช่องทางติดต่อบริษัทที่สะดวกเพื่อ
 การร้องเรียน

“

**บริษัทรถยนต์ทุกบริษัท ควรออกคำเตือน
 “ห้ามขับ” สำหรับรถยนต์ที่มีจุดลมนิรภัยของอากาศ:**

เหมือนกับที่มีการออกคำเตือนในประเทศสหรัฐฯ
 เมื่อต้นเดือนกุมภาพันธ์ที่ผ่านมา เพื่อไม่ให้มีคนที่ต้อง
 บาดเจ็บหรือเสียชีวิตจากจุดลมนิรภัยระเบิดอีก

สารี อ๋องสมหวัง

เลขาธิการสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค

ข้อมูลจากงานแถลงข่าว “บริษัทรถยนต์กว่า 7 ล้าน
 หลังสภาผู้บริโภคช่วยเหลือจุดลมนิรภัยระเบิด”



2.1.7 ด้านสื่อสาร โทรคมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศ

1) มาตรการคุ้มครองผู้บริโภคกรณีการกีฬาแห่งประเทศไทย (กทท.) มอบลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลโลกรอบสุดท้าย 2022 ให้กับผู้ประกอบการรายเดียว ส่งผลกระทบให้ผู้บริโภคไม่สามารถรับชมช่องฟรีทีวีได้ตามปกติ ตามกติกาของ กสทช. โดยสภาผู้บริโภคมียข้อเสนอให้

■ กสทช.

เปิดเผยรายละเอียดเงื่อนไขและสัญญาที่ กสทช. จัดทำกับ กทท. ในการสนับสนุนงบประมาณ 600 ล้านบาท จากกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) เพื่อให้สาธารณชนและผู้เกี่ยวข้องสามารถร่วมพิจารณาว่าเป็นไปตามเจตนารมณ์และเป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือไม่ ให้ กสทช. ออกมาตรการเยียวยาสันับสนุนอุปกรณ์การรับสัญญาณดิจิทัลทีวีให้กับครัวเรือนที่ต้องการ โดยใช้เงินจาก กทปส. สนับสนุนและเปิดรับเรื่องร้องเรียนเชิงรุกจากกรณีปัญหาจอดำที่เกิดขึ้นจากเหตุการณ์ดังกล่าวเพื่อสำรวจผลกระทบและวางมาตรการแก้ไขเพื่อให้คนไทยเข้าถึงฟรีทีวีได้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียม

2.1.8 ด้านบริการสาธารณะ พลังงาน และสิ่งแวดล้อม

1) ข้อเสนอนโยบายให้รัฐบาลเร่งรัดแก้ไขกฎกระทรวง ฉบับที่ 65 พ.ศ. 2558 ออกตามความในพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 และเร่งดำเนินการตามมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 27 กันยายน พ.ศ. 2565 ดำเนินโครงการโซลาร์ภาคประชาชนตามที่คณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ (กพพ.) ให้ความเห็นชอบโดยเร่งรัดโครงการในระยะต่อไปให้ขยายตัวและเกิดผลเป็นรูปธรรมมากขึ้น ด้วยการเปิดให้ส่งไฟฟ้าที่ผลิตได้และเป็นส่วนที่เหลือจากการใช้งานเข้าระบบได้เพื่อหักลบหน่วยไฟฟ้า (Net Metering) ให้ประชาชนใช้ไฟฟ้าในเดือนถัดไปได้ สภาผู้บริโภคจึงมีข้อเสนอ ดังนี้

■ กระทรวงมหาดไทย

ยกเว้นการรับรองแบบโดยวิศวกรโยธาสำหรับการติดตั้งโซลาร์เซลล์บนหลังคาอาคารบ้านเรือน (Solar Rooftop) อาคารที่ขนาดติดตั้งไม่เกิน 5 กิโลวัตต์ เพื่อลดต้นทุนที่ไม่จำเป็นในการดำเนินการดังกล่าว และเร่งรัดให้เกิดการใช้นโยบายคิดค่าไฟฟ้าแบบหักลบกลบหน่วย (Net Metering) เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ผู้ติดตั้งโซลาร์เซลล์มากขึ้น

ฝืนที่จะ ผลิต-ใช้-ขาย ไฟฟ้า จากหลังคาบ้านตนเอง

ต้องรู้จักระบบ

“หักลบหน่วยไฟฟ้า”
(Net Metering)

สภาองค์กรของผู้บริโภค
Thailand Consumers Council

ชง สร. บังคับขออนุญาต ครอบครอง - ผสมกัญชาในอาหาร ทุกครั้ง

นอกจากนี้ สภาผู้บริโภคนยังให้ความเห็นต่อข้อกำหนดและระเบียบที่เกี่ยวข้องกับงานคุ้มครองผู้บริโภค ได้แก่

1. การประเมินผลสัมฤทธิ์พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ของ สคบ.
2. (ร่าง) พระราชบัญญัติความรับผิดเพื่อความชำรุดบกพร่องของสินค้า พ.ศ. ... ของคณะกรรมการกฤษฎีกา (คณะพิเศษ)
3. (ร่าง) ประกาศ กสทช. เรื่อง มาตรการคุ้มครองสิทธิของผู้ใช้บริการโทรคมนาคมเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล สิทธิในความเป็นส่วนตัว และเสรีภาพในการสื่อสารถึงกันโดยทางโทรคมนาคม
4. (ร่าง) ประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตให้ใช้ช่องสัญญาณดาวเทียมต่างชาติในการให้บริการในประเทศ
5. (ร่าง) พระราชบัญญัติการบริหารจัดการระบบตัวร่วม พ.ศ. ... ของสำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร

2.2 ผลงานข้อเสนอทางนโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการตอบรับ

สำหรับข้อเสนอนโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคของสภาผู้บริโภคต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีหน่วยงานที่เห็นชอบและได้พิจารณาดำเนินการสอดคล้องตามข้อเสนอของสภาผู้บริโภค ได้แก่

■ **กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์**
ดำเนินการเรื่องการแสดงต้นทุนการรักษาพยาบาลกรณีเจ็บป่วยฉุกเฉินวิกฤต เกี่ยวกับค่ารักษาพยาบาล โดยจัดให้มีทางเลือกในการรายงานค่าใช้จ่าย ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของผู้บริหารกิจการ รวมทั้งได้นำเสนอองค์กำไรขาดทุนของผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชี (กิจการ) ภายใต้ประกาศกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เรื่องกำหนดรายการย่อที่ต้องมีในงบการเงิน พ.ศ. 2544 และยังให้บริการข้อมูลในรูปแบบออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ด้วย

■ กระทรวงมหาดไทย

เร่งรัดให้กรมโยธาธิการและผังเมืองดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการอนุมัติให้ติดตั้งโซลาร์รูฟท็อป ขนาดไม่เกิน 5 กิโลวัตต์ โดยไม่ต้องมีผลการตรวจสอบความมั่นคงแข็งแรงที่กระทำและรับรองโดยวิศวกร

■ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)

ดำเนินการตรวจสอบการจำหน่ายบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปซีตาฟบนแพลตฟอร์มออนไลน์ ผลคือไม่พบข้อมูลจำหน่ายบนแพลตฟอร์มลาซาต้า แต่พบบนช้อปปี้ จึงประสานให้บริษัท ช้อปปี้ (ประเทศไทย) จำกัด ดำเนินการต่อไป ทั้งนี้ก่อนหน้านี้ สภาผู้บริโภคได้ตรวจพบการปนเปื้อนสารเอทิลีนออกไซด์ ซึ่งเป็นส่วนประกอบของยาฆ่าแมลง ในบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปซีตาฟ และสำนักงานอาหารสิงคโปร์ได้เรียกคืนแล้วเมื่อต้นเดือนตุลาคม พ.ศ. 2565 สภาผู้บริโภคจึงร่วมกับหน่วยงานเขตพื้นที่ภาคตะวันตกเฝ้าระวังการจำหน่ายบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปซีตาฟ แต่พบว่ายังมีการจำหน่ายบนร้านค้าออนไลน์ จึงเสนอเรื่องดังกล่าวต่อ อย.

■ กระทรวงสาธารณสุข

โดยสำนักงานรัฐมนตรีแจ้งว่า รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขรับทราบข้อเสนอมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคเรื่องการนำพืชกัญชาและกัญชมาเป็นวัตถุดิบในอาหาร และมอบหมายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องพิจารณาดำเนินการต่อไปแล้ว

■ สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ส่งข้อเสนอของสภาผู้บริโภครณีให้ศึกษาวิจัยส่วนประกอบสำคัญในกัญชาและกัญชง ให้กรมวิชาการเกษตร สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ และสำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตรพิจารณาดำเนินการต่อไป

■ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

ระบุจะดำเนินการตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550

และที่แก้ไขเพิ่มเติม กรณีการโฆษณาเกินจริงของอาหารที่มีส่วนประกอบของกัญชาหรือกัญชงทางออนไลน์

2.3 ผลการดำเนินงานติดตามนโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคตามที่ได้เสนอ

■ สภาผู้บริโภคร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน เครือข่าย องค์กรเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค และประชาชนทั่วไป ดำเนินการติดตามนโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค ผ่านการประชุมร่วมหารือ การจัดเวทีเสวนา และกิจกรรมต่างๆ ในประเด็นที่มีความสำคัญสูง ดังนี้

■ ร่วมหารือกับผู้แทนธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) สมาคมสถาบันการเงินของรัฐ สำนักงานศาลยุติธรรม และกองบัญชาการตำรวจสืบสวนสอบสวนอาชญากรรมทางเทคโนโลยี (บช.สอท.) เพื่อให้ข้อมูลและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเรื่อง มาตรการป้องกันและการชดเชยเยียวยาแก่ผู้ใช้บริการฝากเงิน กรณีเงินหายจากบัญชีธนาคาร โดยมีข้อเสนอขอให้ ธปท. และธนาคารพาณิชย์ทุกแห่งตั้งกองทุนเพื่อเยียวยาจัดเวที “อนาคตและทิศทางการพัฒนาโครงสร้างระบบขนส่งมวลชนทางรางในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล” เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล แผนและทิศทาง

การพัฒนาโครงข่ายฯ รวมถึงการกำหนดอัตราค่าโดยสารที่เหมาะสมและเป็นธรรมของหน่วยงาน/ภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง ในการขับเคลื่อน และพัฒนาคุณภาพมาตรฐานระบบบริการขนส่งมวลชน และส่งเสริมการใช้บริการขนส่งมวลชนที่เพิ่มขึ้น เพื่อลดการใช้ยานพาหนะส่วนบุคคล

■ เข้าพบนายกสมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย และคณะผู้บริหารสมาคมฯ เพื่อขอติดตามความคืบหน้าใน 3 ประเด็นหลัก คือ การติดตั้งระบบห้ามล้อในรถจักรยานยนต์แบบเอบีเอส และส่งเสริมให้ผู้บริโภคเข้าถึงรถจักรยานยนต์ที่มีมาตรฐานความปลอดภัย การสนับสนุนให้ผู้บริโภคใช้หมวกกันน็อกที่ได้มาตรฐานความปลอดภัย และมีแนวทางการโฆษณาารถจักรยานยนต์ที่ปลอดภัยสำหรับผู้บริโภค

■ ติดตามข้อเสนอสภาผู้บริโภคต่อคณะกรรมการนโยบายเศรษฐกิจระหว่างประเทศ (กนศ.) และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เกี่ยวกับความตกลงที่ครอบคลุมและก้าวหน้าสำหรับหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิก (CPTPP) เพื่อชะลอการส่งหนังสือแสดงเจตจำนงเข้าร่วม CPTPP ติดตามข้อเสนอและขออนุเคราะห์ข้อมูลถึงกระทรวงสาธารณสุขและกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กรณีระบบการกำกับดูแลหลังผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด (Post-marketing)



2.4 ผลการดำเนินงานสนับสนุนการพัฒนานวัตกรรมและการศึกษาวิจัยเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค

สภาผู้บริโภคให้การสนับสนุนการศึกษาวิจัยเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคในด้านต่างๆ โดยในปีงบประมาณ 2566 มีงานวิจัยที่ดำเนินการแล้วเสร็จ แสดงตามตารางข้างล่างนี้

1. โครงการศึกษาความเป็นไปได้ของการจัดตั้งกองทุนบำนาญพื้นฐานแห่งชาติและการวิเคราะห์ผลกระทบของการจัดสรรเงินบำนาญประชาชนที่มีต่อเศรษฐกิจและสังคม	
วัตถุประสงค์	ศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งกองทุนบำนาญพื้นฐานแห่งชาติในรูปแบบต่างๆ และวิเคราะห์ผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมจากการจัดสรรเงินบำนาญ เพื่อรองรับสังคมสูงวัยอย่างเต็มรูปแบบและหลักประกันรายได้ของผู้สูงอายุ โดยใช้การวิเคราะห์ทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวกับประสิทธิภาพของการใช้จ่ายเงินบำนาญของประชาชนในแต่ละพื้นที่ที่มีสถานะทางสังคมเศรษฐกิจที่แตกต่างกัน
ผลวิจัยที่สำคัญ	<p>1. การจัดตั้งกองทุนบำนาญพื้นฐานแห่งชาติสามารถเกิดขึ้นได้จากการใช้รายได้ทั่วไปของรัฐ ภาษีความเหลื่อมล้ำ รายได้ที่ไม่ใช่ภาษี และรายได้จากการเพิ่มความสามารถในการเก็บภาษีหรือการลดกิจกรรมที่ซับซ้อนที่ไม่เพิ่มผลผลิตทางสังคมและเศรษฐกิจของรัฐในสัดส่วนที่ต่างกัน</p> <p>2. รูปแบบการจตุสรสวัสดิการดำเนินการได้ในหลายรูปแบบ เช่น การจตุสรสวัสดิการให้กับผู้สูงอายุทุกคนเท่ากัน การจตุสรให้กับผู้สูงอายุทุกคน แต่เพิ่มรายได้ให้กับกลุ่มเปราะบาง และการจตุสรให้เฉพาะผู้สูงอายุที่มีความยากจนและไม่มึระบบสวัสดิการอื่น ๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการลดความเหลื่อมล้ำ</p> <p>3. หากพิจารณาแบบจตุสรสวัสดิการให้ผู้สูงอายุทุกคน คนละ 3,000 บาทต่อเดือน จะมีผู้สูงอายุได้รับเงินจำนวน 12.7 ล้านคน ใช้เงินงบประมาณปีละ 4.5 แสนล้านบาท สำหรับที่มาของงบประมาณ เสนอให้เพิ่มภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) เป็น 10% ใช้ระยะเวลาขยับขึ้นภาษี 1 - 3 ปี ภายในระยะเวลา 5 ปีจะส่งผลให้มีเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นถึง 7 แสนล้านบาท ทำให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ หรือจีดีพี เพิ่มประมาณ 4.17%</p> <p>4. ผลกระทบทางเศรษฐกิจหากจตุสรสวัสดิการให้กับผู้สูงอายุ พบว่า จะช่วยให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจ เนื่องจากผู้สูงอายุจะนำเงินไปใช้จ่ายในการอุปโภคบริโภคมากกว่า การจตุสรให้กับประชาชนกลุ่มอื่น หากจตุสรงบประมาณ 4.5 แสนล้านบาท ในปีที่ 2 หลังจตุสร รัฐจะได้ผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจประมาณ 3 แสนล้านบาท ส่งผลดีต่อการกระตุ้นเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ</p> <p>5. การจตุสรเลือกเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุที่มีรายได้ต่ำกว่าเส้นความยากจนจำนวน 4.2 ล้านคน ต้องใช้งบประมาณ 1.5 แสนล้านบาท แต่แนวทางนี้จะมีปัญหาการคัดกรองหาผู้สูงอายุที่ยากจน อาจทำให้การจตุสรสวัสดิการตกหล่นไม่ทั่วถึง</p>

2. โครงการวิจัยติดตามนโยบายกำกับดูแลประโยชน์ของผู้บริโภค และการสื่อสารความรู้เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคไทย	
วัตถุประสงค์	รวบรวม วิเคราะห์ สังเคราะห์ สถานการณ์ปัญหาของผู้บริโภคไทย พัฒนางค์ความรู้ และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อตรวจสอบการดำเนินธุรกิจขนาดใหญ่ ให้เป็นธรรม และสร้างความรู้ความเข้าใจให้ผู้บริโภคได้รับทราบข้อมูลและข่าวสารที่ถูกต้อง แม่นยำ และมีคุณภาพ โดยนำผลงานวิจัยมาพัฒนาเป็นข้อเสนอเชิงนโยบายและมาตรการ บนฐานความรู้ทางวิชาการ และสื่อสารความรู้สู่สาธารณะเพื่อยกระดับความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค โดยศึกษาวิจัยใน 9 เรื่อง ได้แก่ ประเมินการทำหน้าที่ของ กสทช.: กรณี การรวบรวมธุรกิจระหว่าง TRUE และ DTAC, ตรวจสอบการจัดสรรเงินทุนและธรรมาภิบาล ของกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.), การปฏิบัติงานของคณะกรรมการแข่งขันทางการค้า-ศึกษา ผ่านคำวินิจฉัยที่เผยแพร่, แนวทางการปฏิรูปกฎหมายการแข่งขันทางการค้า, แนวทางการกำกับดูแลเนื้อหาในสื่อยุคใหม่, จับตาการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึง และบริการเพื่อสังคม, ผลกระทบและทางออกของการควบรวมธุรกิจระหว่าง AIS กับ 3BB, การวิเคราะห์รายงานติดตามการควบรวมธุรกิจระหว่างเครือเจริญโภคภัณฑ์กับเทสโก้โลตัส และการติดตามผลกระทบการควบรวมธุรกิจระหว่าง TRUE กับ DTAC
ผลวิจัยที่สำคัญ	ผลงานของ กสทช. ชุดใหม่สอดตกด้านการคุ้มครองผู้บริโภค กรณีไม่ใช้อำนาจที่มีจัดการ กับแก๊งคอลเซ็นเตอร์ การไม่ควบคุมการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคล การปล่อยให้ค้ายมือ ถือควบรวมกิจการ และเพิกเฉยเมื่อค้ายมือถือไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่จะต้องลดค่าบริการ ร้อยละ 12 ให้กับผู้บริโภคเมื่อครบกำหนด 3 เดือน งานวิจัยยังได้หยิบยก 3 ประเด็นหลัก ที่เกี่ยวกับบทบาทของ กสทช. โดยเห็นว่า 1) กสทช. ทำงานเรื่องความมั่นคงค่อนข้างมาก โดยเฉพาะสมัยรัฐบาลคณะรักษาความมั่นคงแห่งชาติ (คสช.) มีการแก้ไขกฎหมายและ เพิ่มระเบียบต่างๆ ทำให้ กสทช. สามารถใช้งบประมาณเพื่อภารกิจด้านความมั่นคง อาทิ การจัดสรรงบประมาณให้กับกระทรวงกลาโหมเพื่อจัดหารถควบคุมมือบ หรือจัดสรร งบประมาณให้กับตำรวจเพื่อวางระบบรักษาความปลอดภัย 2) กสทช. ติความชอบเขต อำนาจของตัวเองด้านความมั่นคงเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ และจำกัดอำนาจของตัวเองลงเมื่อ เป็นเรื่องของการกำกับดูแลกลุ่มทุนใหญ่ เช่น กรณีควบรวมกิจการ TRUE กับ DTAC ด้วย มติว่า ไม่มีอำนาจ และลงมติรับทราบ รวมทั้งกรณีไม่กล้าเรียกข้อมูลกับผู้ประกอบการ และไม่ใช้มาตรการขั้นสูง ทั้งที่การควบรวมกิจการทำให้การแข่งขันลดลงมาก 3) การติดตาม การปฏิบัติหน้าที่ตามเงื่อนไขและมาตรการเฉพาะ หลังการควบรวมกิจการ TRUE กับ DTAC พบว่า รายละเอียดเกือบทั้งหมดที่ กสทช. กำหนดยังไม่ได้ดำเนินการจนแล้วเสร็จ แม้เกินจากระยะเวลาที่กำหนดมากกว่า 3 เดือน และมีแนวโน้มที่ กสทช. จะทำงานตาม ลายลักษณ์อักษร และเชื่อถือข้อมูลที่ได้จากเอกชนมากเกินไป

3. โครงการวิจัยการจัดทำตัวชี้วัดการคุ้มครองผู้บริโภคไทย และรายงานสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภคตามตัวชี้วัด	
วัตถุประสงค์	ยกระดับการพัฒนาการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคไทย โดยจัดทำตัวชี้วัดการคุ้มครองผู้บริโภคไทยที่สอดคล้องกับแนวคิดในระดับสากล สำหรับติดตามประเมินสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภค และพัฒนาเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย
ผลวิจัยที่สำคัญ	ดัชนีชี้วัดการคุ้มครองผู้บริโภคไทยต้องประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ คือ 1. ศักยภาพผู้บริโภคและองค์กรผู้บริโภค 2. กลไกการคุ้มครองผู้บริโภคและการบังคับใช้กฎหมาย 3. ความรู้และข้อมูลข่าวสารของผู้บริโภค 4. ความยั่งยืนในการบริโภค 5. เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อผู้บริโภค

2.5 ผลการดำเนินงานรายงานการกระทำหรือละเลยการกระทำด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

การจัดทำรายงานการกระทำหรือละเลยการกระทำด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของสภาผู้บริโภค ดำเนินการภายใต้โครงการศึกษาปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภค และการบังคับใช้กฎหมายของหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภค และการจัดทำรายงานการละเมิดสิทธิผู้บริโภคประจำปี

สำหรับปีงบประมาณ 2566 สภาผู้บริโภคได้จัดทำรายงานการกระทำหรือละเลยการกระทำเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคที่ไม่สามารถหาข้อยุติ และอาจเข้าข่ายการกระทำหรือละเลยการกระทำโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ดังนี้

1. จากปัญหากรณีบริษัท ศรีสวัสดิ์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ให้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลที่อาจทำให้ประชาชนสับสน หลงผิด และอาจเข้าข่ายผิดกฎหมาย เช่น ไม่ส่งมอบสัญญาฉบับให้กับผู้บริโภค และผู้บริโภคได้รับเงินไม่เต็มตามจำนวนที่ระบุไว้ในสัญญา การเรียกดอกเบี้ยเกินอัตราที่กฎหมายกำหนด การกำหนดข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม รวมทั้งการปฏิบัติที่ไม่เป็นไปตามโฆษณาในเรื่องนี้ นอกจากนี้จะเกี่ยวข้องกับธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) และสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง (สศค.) ที่มีหน้าที่กำกับดูแลธุรกิจให้บริการสินเชื่อ ยังเกี่ยวข้องกับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ที่มีอำนาจหน้าที่ในเรื่องสัญญาด้วย

2. มิฉฉาชีฟใช้แอปดูดเงินจากบัญชีธนาคาร ซึ่งสถาบันการเงินมีอำนาจดำเนินการตามพระราช

กำหนดมาตรการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมทางเทคโนโลยี พ.ศ. 2566 แต่พระราชกำหนดฉบับนี้มิได้กำหนดระยะเวลาหรือบทกำหนดโทษกรณีที่สถาบันการเงินหรือผู้ประกอบการไม่ปฏิบัติตามหน้าที่ที่กำหนดไว้ เช่น มาตรา 6 กำหนดให้สถาบันการเงินหรือผู้ประกอบการพบเหตุอันสมควรสงสัยเอง หรือได้รับข้อมูลจากระบบหรือกระบวนการเปิดเผยหรือแลกเปลี่ยนข้อมูล ตามมาตรา 4 ที่ระบุว่า บัญชีเงินฝากหรือบัญชีเงินอิเล็กทรอนิกส์ใดถูกใช้หรืออาจถูกใช้ทำธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับอาชญากรรมทางเทคโนโลยี หรือการทำความผิดมูลฐานหรือความผิดฐานฟอกเงิน ตามกฎหมายว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน ให้สถาบันการเงินหรือผู้ประกอบการมีหน้าที่ระงับการทำธุรกรรม และแจ้งสถาบันการเงินหรือผู้ประกอบการที่รับโอนถัดไป ต่อมาวันที่ 29 มีนาคม พ.ศ.2566 ธปท. กำหนดแนวนโยบายการบริหารจัดการภัยทุจริตจากการทำธุรกรรมทางการเงิน เพื่อให้มีมาตรการป้องกันตรวจจับ ตอบสนอง และรับมือต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น แต่กลับเป็นเรื่องขอความร่วมมือระหว่างผู้ให้บริการทางการเงินกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งไม่มีผลบังคับตามกฎหมาย ธปท. อาจเข้าข่ายละเลยไม่ออกกฎหรือระเบียบที่มีผลบังคับตามกฎหมาย

3. สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย ไม่มีการแจ้งผลการสายการบินไทยไลอ้อนแอร์ ยกเลิกเที่ยวบินและเปลี่ยนแปลงเที่ยวบิน ทำให้ผู้โดยสารไม่ได้รับเงินชดเชยเยียวยา ตามประกาศกระทรวงคมนาคมเรื่องการคุ้มครองสิทธิของ

ผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินของไทยในเส้นทางบินประจำภายในประเทศ พ.ศ. 2553

4. ผู้ประกอบการรถตู้โดยสารประจำทาง จ.สงขลา เรียกเก็บเงินจากผู้โดยสารแต่ไม่ให้ตั๋วโดยสาร ขณะที่กรมการขนส่งทางบกทำหนังสือตอบกลับมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค (หน่วยงานประจำจังหวัดกรุงเทพมหานคร) ระบุว่า ไม่มีอำนาจกำกับดูแลหลักฐานการชำระเงินค่าโดยสาร แต่จะกำชับบริษัท ขนส่งจำกัด ซึ่งรับผิดชอบเรื่องดังกล่าว กรณีนี้ถือว่าการกรมการขนส่งทางบกไม่กำกับดูแลบริษัท ขนส่ง จำกัด อย่างเหมาะสม

5. บ้านจัดสรรในโครงการเศรษฐศิริ ราชพฤกษ์-จรัญ ของบริษัท แสนสิริ จำกัด สร้างบ้านไม่ได้มาตรฐาน ไม่ตรงตามแบบที่ขออนุญาตจากเจ้าพนักงานที่ดิน เป็นเหตุให้บ้านบางหลังมีสภาพทรุดรวมถึงถนนในหมู่บ้านที่ไม่ได้มาตรฐาน ซึ่งพบว่าบริษัทผู้รับเหมาก่อสร้างไม่ถูกต้องตามแบบใบอนุญาตจัดสรรที่ดิน และเจ้าพนักงานที่ดินกรุงเทพมหานคร สาขาบางกอกน้อย ละเลยหรือดำเนินการล่าช้าในการเข้าตรวจสอบตามข้อร้องเรียนของผู้บริโภค

6. กรณีแอบอ้างผู้มีชื่อเสียงโฆษณาผลิตภัณฑ์นม Ovisure Gold ผ่านช่องทางยูทูบและเว็บไซต์ ทำให้ผู้ร้องได้รับความเสียหาย สภาผู้บริโภคทำหนังสือ

ถึงสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ได้รับแจ้งว่าไม่พบโฆษณาผลิตภัณฑ์ดังกล่าวผ่านช่องทางยูทูบ แต่พบโฆษณาผ่านทางเว็บไซต์ สภาผู้บริโภคเห็นว่า การดำเนินงานของ อย. อาจเข้าข่ายกระทำหรือละเว้นการกระทำ ถึงแม้เจ้าหน้าที่ตำรวจสามารถจับกุมผู้ต้องหาที่เป็นชาวต่างชาติ แต่จากการสืบสวนขยายผลของเจ้าหน้าที่ตำรวจทำให้ทราบว่า กลุ่มผู้กระทำความผิดมีนายทุนชาวเวียดนามทำการเปิดโฆษณาจำหน่ายสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ที่จดทะเบียนในต่างประเทศ ลักลอบนำเข้าผลิตภัณฑ์มาจากประเทศเวียดนาม และนำผลิตภัณฑ์เก็บไว้ในอาคารเช่าเพื่อรอจำหน่าย มีแอดมินเพจส่งข้อมูลการสั่งซื้อให้กลุ่มผู้ต้องหาชาวเวียดนามบรรจุสินค้าเพื่อส่งต่อให้กับลูกค้าในประเทศไทย กรณีนี้ไม่พบว่ามีกรณีดำเนินคดีกับผู้กระทำความผิดฐานโฆษณาแสดงคุณประโยชน์ คุณภาพ หรือสรรพคุณผลิตภัณฑ์อาหารอันเป็นเท็จ หรือเป็นการหลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อโดยไม่สมควร และเป็นการโฆษณาที่ไม่ได้รับอนุญาต ตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 และยังพบว่าศูนย์เฝ้าระวังความปลอดภัยด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ หน่วยงานรับแจ้งเรื่องร้องเรียนของ อย. ไม่มีการประสานกับเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบในกองอาหาร อย. และเจ้าหน้าที่



**พบคลินิกไม่มีใบอนุญาต
กดดันซื้อคอร์สความงาม**

ห้างเมิน บอก“ไม่มีหน้าที่ตรวจ”

กลุ่มกำกับดูแลหลังออกสู่ตลาดเป็นฝ่ายติดต่อแจ้งสภาผู้บริโภคว่า ไม่มีหน้าที่ตรวจสอบเรื่องดังกล่าว

7. โรงพยาบาลเว็ลด์ เมดิคอล เชียงขวัญบิดาและมารดาของผู้ร้องเรียนเข้ารับบริการตรวจเลือดเพื่อสุขภาพไม่คิดค่าใช้จ่าย แต่แฝงขายบริการอื่นเพิ่มเติมที่คิดค่าบริการอัตราสูง เช่น การกล่าวอ้างคีเลชั่นบำบัด (Chelation Therapy) ฉีดวิตามิน มุลนิธิเพื่อผู้บริโภค (หน่วยงานประจำจังหวัดกรุงเทพมหานคร) จึงทำหนังสือถึงอธิบดีกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข เพื่อตรวจสอบว่าเข้าข่ายความผิดตามพระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ. 2541 หรือไม่ แต่ไม่มีหนังสือตอบกลับ แม้มูลนิธิเพื่อผู้บริโภคทำหนังสือติดตามความคืบหน้า

8. คลินิกโรคผิวหนังและความงาม Doctor Nat Clinic ให้บริการตรีปิวิรักษากลุมสิวอาจเข้าข่ายหลอกลวงผู้บริโภค จากผลการรักษาที่ไม่เป็นไปตามโฆษณา และคิดค่าบริการสูง เมื่อวันที่ 29 สิงหาคม 2566 มูลนิธิเพื่อผู้บริโภคจึงทำหนังสือถึงอธิบดีกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข เพื่อตรวจสอบเรื่องการโฆษณา รวมทั้งที่มีการกล่าวอ้างว่าใช้เครื่องมือแพทย์ที่ได้รับการจดทะเบียนสิทธิบัตรเพียงเครื่องเดียวในประเทศไทย อาจเป็นการดำเนินการโฆษณาสถานพยาบาลโดยไม่ได้รับอนุญาต หรือการโฆษณาเพื่อชักชวนให้มีผู้มาขอรับบริการจากสถานพยาบาลโดยใช้ข้อความ เสี่ยง หรือภาพอันเป็นเท็จ หรือโอ้อวดเกินความจริง หรือน่าจะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับการให้บริการตามพระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ. 2541 แต่ไม่มีหนังสือตอบกลับ

9. ผู้บริโภคหลายรายไม่รับการชดเชยเยียวยากรณีซื้อทัวร์ไปต่างประเทศแต่ถูกยกเลิก เช่น กรณีบริษัท The Destination Travel จำกัดนำทัวร์ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ให้กับผู้บริโภค 4 ราย เดินทางระหว่างวันที่ 7-16 เมษายน พ.ศ. 2566 รวมมูลค่า 631,600 บาท บริษัทฯ ทำหนังสือแจ้งผู้ร้องจะคืนเงินให้ภายในวันที่ 22 เมษายน พ.ศ. 2566 แต่บริษัทฯ ไม่ดำเนินการ และมีผู้เสียหายอีกหลายรายไม่ได้รับเงินคืน เมื่อ 16 พฤษภาคม 2566 มูลนิธิเพื่อผู้บริโภคจึงทำหนังสือถึงอธิบดีกรมการท่องเที่ยว แต่ไม่มีหนังสือตอบกลับ ทั้งนี้ พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551 มาตรา 40 กำหนดให้นักท่องเที่ยวที่ได้รับความเสียหาย

จากการที่ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวไม่ปฏิบัติตามข้อตกลงเกี่ยวกับธุรกิจนำเที่ยวหรือตามที่ได้โฆษณาหรือชี้ชวนไว้ ให้นายทะเบียนดำเนินการสอบหาข้อเท็จจริงและวินิจฉัยโดยเร็วและเป็นธรรม การที่อธิบดีกรมการท่องเที่ยวในฐานะผู้บังคับบัญชาและมีอำนาจแต่งตั้งนายทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ไม่ดำเนินการแจ้งผลให้ผู้บริโภคที่เป็นนักท่องเที่ยวทราบ จึงเข้าข่ายการละเลยการดำเนินงานของหน่วยงาน

10. ผู้บริโภคหลายรายในจังหวัดสงขลาร้องเรียนกรณีมีจ่าฉีพส่งข้อความสั้น (SMS) สร้างความรบกวน หลอกลวงข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อเชิญชวนกู้เงินและเล่นพนันออนไลน์ เมื่อวันที่ 16 มกราคม 2566 หน่วยงานประจำจังหวัดสงขลาจึงทำหนังสือถึง กสทช. ซึ่งมีอำนาจสั่งระงับการดำเนินการดังกล่าว เพื่อให้ดำเนินการตรวจสอบ แม้ กสทช. ได้กำกับผู้ให้บริการตรวจสอบหรือบล็อก SMS ในลักษณะดังกล่าวแล้ว แต่มีผู้บริโภคอีกหลายรายพบปัญหานี้อย่างต่อเนื่อง

11. กรณีร้องเรียนเหตุการณ์เด็กหญิงถูกไฟฟ้าช็อตเสียชีวิตในสนามชุมชน เมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม 2566 ศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคอำเภอพิมาย จ.นครราชสีมา จึงทำหนังสือถึงผู้จัดการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอพิมาย จ.นครราชสีมา เพื่อติดตามความคืบหน้าขอรับเงินช่วยเหลือเยียวยา ซึ่งครอบครัวผู้เสียชีวิตทราบว่า สำนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอพิมายพิจารณาเงินช่วยเหลือตามหลักมนุษยธรรมจำนวนเงิน 100,000 บาท ปัจจุบันยังไม่ได้รับหนังสือตอบกลับ

2.6 ผลการดำเนินงานยุทธศาสตร์และการประเมินองค์กร

ในปีงบประมาณ 2566 สภาผู้บริโภคได้ทำสัญญากับสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย หรือทีดีอาร์ไอ เพื่อจัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนกลยุทธ์ 5 ปี (2567-2571) และการประเมินผลการดำเนินงาน 3 ปี ของสภาองค์กรของผู้บริโภค ซึ่งเป็นไปตามที่กำหนดในมาตรา 17 แห่งพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 คาดว่าจะแล้วเสร็จภายในเดือนเมษายน 2567

3. งานสนับสนุนหน่วยงาน ประจำจังหวัดและองค์กรผู้บริโภคร

สภาผู้บริโภครเกิดจากการรวมตัวขององค์กรผู้บริโภคร เพื่อเป็นตัวแทนผู้บริโภครระดับประเทศ ทำหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภครทุกด้าน โดยที่กฎหมายกำหนดให้โครงสร้างขององค์กร อย่างน้อยต้องมีสำนักงานและหน่วยงานประจำจังหวัด สภาผู้บริโภครจึงได้ออกระเบียบกำหนดให้คณะกรรมการนโยบาย (กนย.) แต่งตั้งองค์กรผู้บริโภครที่มีคุณสมบัติตามที่กำหนดและเป็นที่ยอมรับของสมาชิกองค์กรผู้บริโภครในจังหวัด ยกกระดับขึ้นเป็นหน่วยงานประจำจังหวัด เพื่อประสานเครือข่ายภาคีงานคุ้มครองผู้บริโภครภายในจังหวัด และเป็นกลไกระดับพื้นที่ในการทำหน้าที่ตามที่กฎหมายให้อำนาจแก่สภาผู้บริโภคร

นอกจากนั้น ในโครงสร้างสภาผู้บริโภครยังมีหน่วยงานเขตพื้นที่ ซึ่งรับบทบาทหน้าที่เป็นองค์กรกลางสนับสนุนและสร้างความเข้มแข็งให้หน่วยงานประจำจังหวัด รวมถึงองค์กรผู้บริโภครในพื้นที่ที่ไม่มีหน่วยงานประจำจังหวัด

ภายใต้แผนสนับสนุนหน่วยงานประจำจังหวัดและองค์กรผู้บริโภคร จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับสมาชิกและองค์กรของผู้บริโภครที่กระจายอยู่ในภูมิภาคต่างๆ ให้สามารถแก้ไขปัญหาข้อร้องเรียนของผู้บริโภครในจังหวัดได้อย่างรวดเร็ว ทันต่อสถานการณ์ และมีประสิทธิภาพมากขึ้น ครอบคลุมการพัฒนากลไกสภาผู้บริโภครประจำจังหวัด สนับสนุนการพัฒนาศักยภาพองค์กรผู้บริโภครและเครือข่าย การจัดประชุมสามัญประจำปีสมาชิก และการรับฟังความคิดเห็นเพื่อเสนอแนะต่อการคุ้มครองผู้บริโภคร และสนับสนุนการขับเคลื่อนงานคุ้มครองผู้บริโภครในประเด็นเฉพาะด้าน

ผลการดำเนินงานภายใต้แผนงานสนับสนุนหน่วยงานประจำจังหวัดและองค์กรผู้บริโภคร มีสาระสำคัญดังนี้

3.1 การพัฒนากลไกสภาองค์กรของผู้บริโภครประจำจังหวัด

สภาผู้บริโภครสนับสนุนการขยายหน่วยงานประจำจังหวัดในภูมิภาคต่างๆ และสนับสนุนให้เกิดเครือข่ายองค์กรผู้บริโภคร หรือร่วมเป็นสมาชิกสภาผู้บริโภครอย่างต่อเนื่อง โดยในปีงบประมาณ 2566 มีสมาชิกที่เข้าร่วมใหม่ จากพื้นที่ 4 จังหวัด คือ

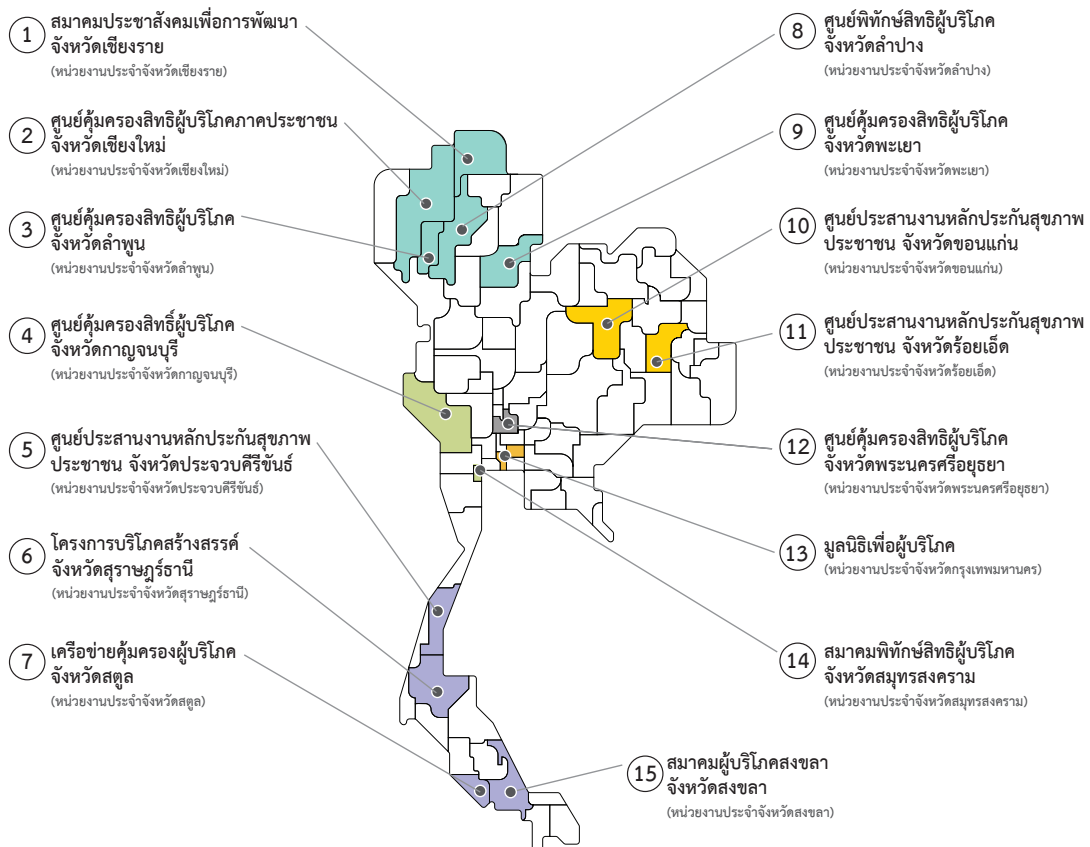
พระนครศรีอยุธยา ขอนแก่น บุรีรัมย์ และภูเก็ต ทำให้สมาชิกของสภาผู้บริโภครมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 308 องค์กร ครอบคลุมพื้นที่ 43 จังหวัด แบ่งเป็นภาคเหนือ 10 จังหวัด มีสมาชิก 95 องค์กร ภาคตะวันตก 6 จังหวัด มีสมาชิก 33 องค์กร ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 10 จังหวัด มีสมาชิก 81 องค์กร ภาคใต้ 7 จังหวัด มีสมาชิก 39 องค์กร ภาคตะวันออก 5 จังหวัด มีสมาชิก 26 องค์กร ภาคกลาง 4 จังหวัด มีสมาชิก 10 องค์กร และกรุงเทพมหานคร มีสมาชิก 24 องค์กร

สำหรับจังหวัดที่ไม่มีสมาชิกสภาองค์กรของผู้บริโภคร หรือมีจำนวนไม่มาก สภาผู้บริโภครร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และเครือข่ายผู้บริโภคร จัดประชุมเชิงปฏิบัติการ “รู้จักสภาองค์กรของผู้บริโภคร... เพื่อนของผู้บริโภคร” โดยในปีงบประมาณ 2566 ได้จัดในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่างที่ จ.นครสวรรค์ และพื้นที่ภาคใต้ที่ จ.นครศรีธรรมราช เพื่อขยายฐานความร่วมมือและความเป็นไปได้ในอนาคต



ส่วนหน่วยงานประจำจังหวัด ในปีงบประมาณ 2566 นี้ มีองค์กรผู้บริโภครที่ได้รับการจัดตั้งเพิ่มขึ้นอีก 2 แห่ง คือ ขอนแก่น และพระนครศรีอยุธยา ทำให้อัตรามหาหน่วยงานประจำจังหวัดมีทั้งหมด 15 แห่ง แยกเป็นพื้นที่เขตภาคเหนือจำนวน 5 แห่ง ได้แก่ เชียงใหม่ ลำปาง พะเยา ลำพูน และเชียงราย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือจำนวน 3 แห่ง ได้แก่ สมุทรสงคราม ประจวบคีรีขันธ์ และกาญจนบุรี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือจำนวน 2 แห่ง คือ ร้อยเอ็ดและขอนแก่น ภาคใต้จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ สุราษฎร์ธานี สตูล และสงขลา ภาคกลางจำนวน 1 แห่ง คือ พระนครศรีอยุธยา และกรุงเทพมหานครจำนวน 1 แห่ง

มีหน่วยงานประจำจังหวัดทั่วไทย ผู้บริโภคไปปรึกษา - ร้องเรียนปัญหา กับองค์กรของผู้บริโภคในพื้นที่ได้เลย



นอกเหนือจากการทำงานคุ้มครองสิทธิที่ถือว่าเป็นภารกิจสำคัญแล้ว การทำงานเพื่อขับเคลื่อนนโยบายข้อเสนอแนะต่อการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับจังหวัดของสภาผู้บริโภค ได้ถูกนำไปปรับใช้ในพื้นที่โดยหน่วยงานรัฐ อีกด้วย ตัวอย่างเช่นที่ จ.กาญจนบุรี นายอำเภอทองผาภูมิร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดำเนินมาตรการแก้ไขปัญหากรณีผู้บริโภคถูกหลอกขายทุเรียนอ่อนที่ อ.ทองผาภูมิ จ.กาญจนบุรี โดยมอบหมายให้เจ้าหน้าที่เกษตรอำเภอเฝ้าระวังปัญหาการจำหน่ายทุเรียนอ่อนใน

พื้นที่อย่างต่อเนื่อง ที่ จ.ประจวบคีรีขันธ์ มีการแก้ไขปัญหาที่ผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรรเลี้ยงจตตะเบียนหมู่บ้านจัดสรร โดยใช้บันทึกข้อตกลงกลไกความร่วมมือในการคุ้มครองผู้บริโภคที่ทำงานร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ขับเคลื่อนมาตรการจัดการเฝ้าระวังและป้องกันการเลี้ยงจตตะเบียนหมู่บ้านจัดสรรในพื้นที่ รวมทั้งร่วมกับสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัด ทบพวน และเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับกรรมการสัดส่วนตัวแทนของผู้บริโภคในกฎหมายการจัดสรรที่ดิน

ส่วนที่ จ.พะเยา ในการรณรงค์เปลี่ยนถุงลมนิรภัย หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (สวท.) จ.พะเยา ได้จัดทำคลิป คลิปวิดีโอเตือนภัยประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง มีผู้ประกอบการสถานตรวจสภาพรถเอกชนจำนวน 4 แห่งเข้าร่วมรณรงค์ด้วย รวมทั้งสำนักงานขนส่ง จ.พะเยา ระบุค่าเตือนการเปลี่ยนถุงลมนิรภัยใน ใบเสร็จรับเงินของกรมการขนส่งทางบก ที่ จ.ลำพูน เกิดการร่วมมือกับเทศบาล ต.ศรีบัวบาน อ.เมือง จ.ลำพูน ทำให้เกิดเทศบัญญัติประเด็นอาหาร ปลอดภัย ว่าด้วยเรื่องของการลดการใช้สารเคมีให้กับผู้บริโภค และที่ จ.สงขลา จัดทำกิจกรรมรณรงค์ ประเด็นใบเสร็จรับเงินเป็นมิตร อ่านง่าย ตรวจสอบได้ เพื่อคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ผ่าน www.change.org อีกทั้งได้ดำเนินการในประเด็นถึงแก๊สทุงต้มใน คริวเรือน ต้องได้มาตรฐาน ปลอดภัย ใส่ใจผู้บริโภค โดยเข้าพบปลัดงานจังหวัดสงขลา เพื่อยื่นข้อเสนอ และพูดคุยแลกเปลี่ยนการทำงาน แต่ได้รับคำแนะนำ ให้ส่งชุดเอกสารข้อเสนอโยบายนั่นต่อกรมพัฒนา ธุรกิจพลังงาน ในฐานะหน่วยงานกลาง เพื่อให้เกิด การผลักดันนโยบายในระดับประเทศ ทั้งนี้ หน่วยงานประจำ จ.สงขลา ถือเป็นหน่วยงานแรกที่ทำเนิ การในประเด็นดังกล่าว ถือเป็นประเด็นใหม่ที่ไม่เคย มีใครร้องเรียนมาก่อน

ในขณะที่หน่วยงานเขตพื้นที่ 4 องค์กร ได้แก่ ภาคเหนือ ใต้ ตะวันออกเฉียงเหนือ และตะวันตก มีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการทำงาน ของหน่วยงานประจำจังหวัด ให้สามารถดำเนินการตาม ภารกิจ รวมทั้งพัฒนาและยกระดับความสามารถ ของสมาชิกในพื้นที่ 10 จังหวัด คือ แพร่ น่าน กระบี่ ปัตตานี นนทบุรี นครราชสีมา สุรินทร์ สุพรรณบุรี ราชบุรี และนครปฐม ให้ทำหน้าที่เป็น “หน่วย ประสานงาน” เพื่อคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค โดยรับเรื่อง ร้องเรียนและเฝ้าระวังสถานการณ์ปัญหาสินค้าและ บริการ การแจ้งเตือนภัย การจัดระบบข้อมูลเรื่อง ร้องเรียนเพื่อสามารถนำไปใช้ประโยชน์ สร้างความ รู้ความเข้าใจเรื่องสิทธิของผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภค ตื่นตัวและรู้เท่าทันสิทธิของตนเอง รวมถึงร่วมผลัก ดันนโยบายกับสภาผู้บริโภคและหน่วยงานเขตพื้นที่

ในส่วนนี้มีผลงานที่สำคัญในช่วงเดือน

พฤษภาคม-เดือนกันยายนคือ รับเรื่องร้องเรียนปัญหา ของผู้บริโภคจำนวน 423 เรื่อง, สนับสนุนการพัฒนา ระบบข้อมูลขององค์กรผู้บริโภค ทำให้องค์กรผู้บริโภค สามารถจัดแจ้งตามกฎหมายการจัดตั้งสภาองค์กร ของผู้บริโภคและเป็นสมาชิกสภาผู้บริโภคเพิ่มอีก 10 องค์กร, พื้นที่ 3 จังหวัดภาคตะวันตกร่วมมือเฝ้าระวังกับ หน่วยงานเขตพื้นที่ภาคตะวันตก จัดการปัญหาด้าน ผลิตภัณฑ์สุขภาพและสมุนไพรไม่ปลอดภัยในพื้นที่ มีเครือข่ายความร่วมมือในการทำงานคุ้มครอง ผู้บริโภคระหว่างเครือข่ายองค์กรผู้บริโภคในจังหวัด หน่วยงานรัฐในท้องถิ่น เช่น ที่ จ.สุรินทร์ สามารถ จัดตั้งคณะทำงานด้านสิทธิในระดับจังหวัด และ การเปิดตัวหน่วยประสานงานเพื่อทำงานร่วมกับ หน่วยงานรัฐ และที่ จ.น่าน มีการพัฒนาความ ร่วมมือแก้ไขปัญหาค่าความรับผิดชอบของบริษัทจัดส่ง พัสดุเอกชน ระหว่างบริษัท J&T Express และ บริษัท Flash Express ศูนย์บริหารการรับแจ้ง ความ คดีอาชญากรรมทางเทคโนโลยี สถานีตำรวจ ภูธร (สภ.) เมืองน่าน และหน่วยประสานงาน คุ้มครองผู้บริโภค จ.น่าน ผ่านกลุ่ม Line Q&A สามารถแก้ไขปัญหาทำให้ผู้บริโภคหลายรายได้รับ เงินคืน

ด้านการดำเนินงานคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิ ผู้บริโภค หน่วยงานประจำจังหวัด หน่วยงานเขต พื้นที่ และองค์กรสมาชิก มีการรับเรื่องร้องเรียน ของผู้บริโภคที่ถูกละเมิดสิทธิรวมทั้งสิ้น 7,018 เรื่อง ประเด็นปัญหาของผู้บริโภคที่มีการร้องเรียนสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ด้านสินค้าและบริการทั่วไป ด้านการ เงินและการธนาคาร และด้านการสื่อสารโทรคมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยการร้องเรียนด้าน สินค้าและบริการทั่วไป มีจำนวน 2,337 เรื่อง หรือคิด เป็นร้อยละ 33.30 ของจำนวนเรื่องร้องเรียนทั้งหมด ประเด็นร้องเรียนส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับบริการเสริม ความงาม หลอกขายคอร์สเสริมความงามโดยไม่แจ้ง ราคาจริง การได้รับสินค้าไม่ตรงปก ไม่ได้รับสินค้าที่ สั่งซื้อ หรือสินค้าชำรุด และบริษัททัวร์ยกเลิกการเดินทางโดยไม่คืนเงินมัดจำ ส่วนการร้องเรียนด้านการเงิน และการธนาคารมีจำนวน 1,086 กรณี หรือคิดเป็น ร้อยละ 15.47 ของจำนวนเรื่องร้องเรียนทั้งหมด ปัญหา ที่ได้รับร้องเรียนส่วนใหญ่ได้แก่ ถูกหลอกให้โอนเงิน

ผ่านช่องทางต่างๆ ทางออนไลน์และข้อความสั้น (SMS) สัญญาไม่เป็นธรรมกรณีเช่าซื้อรถยนต์หรือรถจักรยานยนต์ สำหรับการร้องเรียนด้านการสื่อสาร โทรคมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศ มีจำนวน 905 เรื่อง หรือคิดเป็นร้อยละ 12.90 ของจำนวนเรื่องร้องเรียนทั้งหมด ปัญหาที่ได้รับร้องเรียนส่วนใหญ่คือ บริการข้อความสั้น SMS รบกวนและหลอกลวง และกรณีสัญญาอินเทอร์เน็ตไม่มีคุณภาพจากจำนวนเรื่องร้องเรียนทั้งหมด สามารถแก้ไขปัญหาค่าได้ข้อยุติรวม 5,638 เรื่อง หรือคิดเป็นร้อยละ 80.34 ที่เหลืออยู่ระหว่างดำเนินการ ในแง่ของมูลค่าการชดเชยเสียหายที่ผู้บริโภคได้รับ รวมแล้วคิดเป็นเงินทั้งสิ้น 50,643,501.51 บาท

3.2 การสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพองค์กร

ให้การสนับสนุนการพัฒนาสมาชิกองค์กรผู้บริโภคและเครือข่าย ทั้งในระดับเขตพื้นที่และจังหวัด อาทิเช่น

- จัดอบรมให้ความรู้กับแกนนำของกลุ่ม และการประชุมคณะทำงานแก่สมาชิกที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดที่มีสมาชิกเป็นหน่วยงานประจำจังหวัด เพื่อให้สามารถทำงานคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคในพื้นที่ระดับตำบล รวมทั้งพัฒนาศักยภาพให้กับแกนนำสมาชิกหลายจังหวัดในระดับเขตร่วมกัน อาทิ จัดประชุมเพื่อวิเคราะห์และแลกเปลี่ยนการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียน



การประชุมเพื่อติดตามและวางแผนการทำงานร่วมกันในเขตพื้นที่

- สนับสนุนมูลนิธิเข้าถึงเอดส์ (แอคเซส) ในฐานะองค์กรสมาชิก ดำเนินโครงการพัฒนาศักยภาพสมาชิกองค์กรของผู้บริโภคให้เป็นพลเมืองตื่นรู้ (Active Citizen) ร่วมผลักดันนโยบายสาธารณะบ้านญาติ

แห่งชาติ ให้เกิดระบบบ้านญาติแห่งชาติ

ด้านการพัฒนาศักยภาพการทำงานและการบริหารจัดการองค์กร สมาชิกผู้บริโภคสามารถพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคให้แก่องค์กรผู้บริโภคที่เป็นสมาชิก ทีมทำงานหน่วยงานประจำจังหวัด หน่วยงานเขตพื้นที่ ได้ประมาณร้อยละ 89 ครอบคลุม 4 หลักสูตรหลัก ได้แก่ หลักสูตรการไกล่เกลี่ยข้อพิพาทแบบออนไลน์ รุ่นที่ 3 กับรุ่นที่ 4 หลักสูตรอบรมพัฒนาเครือข่ายนักกฎหมายในระดับภูมิภาค หลักสูตรอบรมการรับเรื่องร้องเรียนขั้นพื้นฐานให้กับสมาชิกทุกองค์กร และหลักสูตรอบรมพัฒนาศักยภาพผู้สื่อข่าวด้านคุ้มครองผู้บริโภคให้กับสื่อมวลชนและทีมแกนนำขององค์กรผู้บริโภคทุกภูมิภาค

นอกจากนี้ มีการจัดอบรมเพิ่มเติมให้กับทีมทำงานหน่วยงานประจำจังหวัดและหน่วยงานเขตพื้นที่ด้านที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน ทั้งในส่วนของ การรับเรื่องร้องเรียนขั้นสูง การใช้งานระบบรับเรื่องร้องเรียน หรือ CRM (Customer Relationship Management) เพื่อทำให้ข้อมูลที่บันทึกมีความสมบูรณ์มากขึ้น และการบริหารจัดการด้านการเงิน และการบัญชี

ขณะที่การจัดประชุมระหว่างทีมงานหน่วยงานประจำจังหวัดกับหน่วยงานเขตพื้นที่มีการดำเนินการเป็นประจำทุกเดือน เพื่อติดตามความก้าวหน้าการทำงาน การแลกเปลี่ยนเฉพาะประเด็นที่มีความต้องการ รวมถึงมีการประชุมเชิงปฏิบัติการจัดทำแนวทางและแผนการดำเนินงานสนับสนุนสมาชิกองค์กรผู้บริโภค ตลอดจนการทบทวนทิศทางและจัดทำแผนปฏิบัติการ ระหว่างหน่วยงานประจำจังหวัด หน่วยงานเขตพื้นที่ และสำนักงานกลางอย่างต่อเนื่อง

สภาผู้บริโภคยังร่วมมือกับวิทยาลัยพัฒนบริหารศาสตร์ปวศ อิงภากรณ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ดำเนินโครงการถอดบทเรียนและประเมินการทำงานของหน่วยงานประจำจังหวัดและหน่วยงานเขตพื้นที่ สภาองค์กรของผู้บริโภค เพื่อการพัฒนาการทำงาน ของหน่วยงานประจำจังหวัดและหน่วยงานเขตพื้นที่ โดยเริ่มดำเนินการตั้งแต่ปลายเดือนกันยายน 2566

ตารางที่ 2.6 สถิติจำนวนเรื่องร้องเรียนของหน่วยงานประจำจังหวัด หน่วยงานเขตพื้นที่ และองค์กรสมาชิก ประจำปีงบประมาณ 2566 จำแนกตามประเภท (ด้าน) ของเรื่องร้องเรียน

สถิติการรับเรื่องร้องเรียนตาม 8 หมวด ข้อมูล ณ วันที่ 30 ก.ย. 2566														
ที่	หน่วยงานฯ	1. ลินค้าฯ	2. การเงินฯ	3. ขนส่งฯ	4. อสังหาฯ	5. สื่อสารฯ	6. บริการสุขภาพฯ	7. อาหารยาฯ	8. พลังงานฯ	9. การศึกษาฯ	10. อื่นๆ	รวม (ราย)	ร้อยละ ที่ยุติแล้ว	จำนวนคดีที่อยู่ระหว่างดำเนินการ
1	มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค	879	404	223	160	92	33	69	12	0	98	1,970	78.69	420
2	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	55	26	17	11	2	4	2	2	0	0	119	63.03	44
3	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคภาคประชาชนจังหวัดเชียงใหม่	190	88	3	30	45	20	38	2	0	3	419	77.75	93
4	สมาคมประชาสังคมเพื่อการพัฒนา จังหวัดเชียงราย	89	49	33	15	58	19	35	3	0	3	304	88.82	34
5	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจังหวัดลำพูน	59	38	4	6	103	20	40	13	0	1	284	88.38	33
6	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจังหวัดพะเยา	121	22	47	1	92	3	4	2	0	1	293	91.81	24
7	ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคจังหวัดลำปาง	77	49	9	9	73	47	14	7	0	33	318	89.62	33
8	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคกาญจนบุรี	34	28	1	170	15	22	60	6	9	30	375	89.87	38
9	ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชนจังหวัดประจวบคีรีขันธ์	71	67	9	29	11	47	70	31	0	13	348	88.51	40
10	สมาคมพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคจังหวัดสมุทรสงคราม	37	27	11	5	12	48	66	12	0	12	230	86.52	31
11	ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชนจังหวัดร้อยเอ็ด	115	50	13	12	80	27	52	12	1	0	362	88.67	41
12	ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพจังหวัดขอนแก่น	17	13	0	11	3	3	1	2	0	2	52	32.69	35
13	สมาคมผู้บริโภคสงขลา	82	46	11	16	130	36	5	3	0	1	330	85.15	49
14	เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดสตูล	76	25	4	4	73	89	17	17	0	21	326	80.06	65
15	โครงการบริโภคสร้างสรรค์สุราษฎร์ธานี	76	27	0	3	77	10	79	1	0	0	273	82.78	47

สถิติการรับเรื่องร้องเรียนตาม 8 หมวด ข้อมูล ณ วันที่ 30 ก.ย. 2566														
ที่	หน่วยงานฯ	1. สินค้า	2. การเงินฯ	3. ขนส่งฯ	4. อสังหาฯ	5. สื่อสารฯ	6. บริการสุขภาพฯ	7. อาหาร ยาฯ	8. พลังงานฯ	9. การศึกษาฯ	10. อื่นๆ	รวม (ราย)	ร้อยละคดีที่ยุติสำเร็จ	จำนวนคดีที่อยู่ระหว่างดำเนินการ
16	หน่วยรับเรื่องร้องเรียนอื่นที่เป็นอิสระ จ.ฉะเชิงเทรา	15	1	0	0	2	39	2	0	0	0	59	84.75	9
17	สมาคมผู้บริโภคภาคตะวันตก	50	17	5	4	5	50	31	6	0	5	173	84.48	27
18	สมาคมผู้บริโภคขอนแก่น	115	34	1	3	6	2	4	0	0	7	172	43.02	98
19	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจังหวัดพะเยา-หน่วยงานเขตพื้นที่ภาคเหนือ	53	20	1	1	7	11	26	2	0	0	121	84.30	19
20	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจังหวัดราชบุรี-หน่วยประสานงาน	4	6	2	2	4	4	57	1	0	1	81	22.22	63
21	ศูนย์เพื่อผู้บริโภคจังหวัดสุพรรณบุรี-หน่วยประสานงาน	29	2	0	0	0	2	1	0	0	0	34	76.47	8
22	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจังหวัดนครปฐม-หน่วยประสานงาน	9	7	1	0	1	1	4	3	0	2	28	74.07	7
23	ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชนอำเภอเมืองสุรินทร์-หน่วยประสานงาน	16	6	0	0	3	22	0	2	1	2	52	78.85	11
24	ศูนย์คุ้มครองผู้บริโภค อ.หนองบุญมาก จ.นครราชสีมา-หน่วยประสานงาน	3	3	5	0	0	36	0	1	0	4	52	75.00	13
25	สมาคมคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดปัตตานี-หน่วยประสานงาน	16	11	9	0	2	33	7	1	0	2	81	72.84	22
26	เครือข่ายผู้บริโภคจังหวัดกระบี่-หน่วยประสานงาน	6	9	14	2	1	5	6	1	0	0	44	47.73	23
27	เครือข่าย PHA จังหวัดแพร่-หน่วยประสานงาน	11	1	0	0	0	0	27	0	0	0	39	69.23	12
28	ศูนย์เรียนรู้เพื่อเสริมสร้างศักยภาพชุมชนจังหวัดน่าน-หน่วยประสานงาน	23	2	0	0	3	0	9	3	0	0	40	77.50	9
29	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจังหวัดนนทบุรี-หน่วยประสานงาน	9	8	0	2	2	15	0	1	0	2	39	17.95	32
	รวม	2,337	1,086	423	496	902	648	726	146	11	243	7,018	80.34	1,380

3.3 การจัดประชุมสามัญประจำปีสมาชิก และรับฟังความคิดเห็นเพื่อเสนอแนะต่อการคุ้มครองผู้บริโภค

ในปีงบประมาณ 2566 มีการประชุมสมาชิกสภาผู้บริโภคสมัยสามัญจำนวน 2 ครั้ง คือ

1) วันที่ 11 พฤศจิกายน พ.ศ. 2565 มีสมาชิกร่วมประชุม 234 องค์กร วาระพิจารณาที่สำคัญคือแผนงานและแผนงบประมาณรายจ่ายประจำปี พ.ศ. 2567 และ (ร่าง) ระเบียบสภาองค์กรของผู้บริโภคว่าด้วยเบี้ยประชุมและค่าใช้จ่ายของกรรมการนโยบาย สภาองค์กรของผู้บริโภค องครมนตรี และผู้ทำงาน พ.ศ. ...

2) วันที่ 16 มีนาคม พ.ศ. 2566 มีสมาชิกร่วมประชุม 233 องค์กร วาระสำคัญที่กำหนดตามข้อบังคับคือการรับรองรายงานงบดุล งบการเงิน และบัญชี สภาองค์กรของผู้บริโภค ปีงบประมาณ 2565 การแต่งตั้งผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ประจำปีงบประมาณ 2566 และการแก้ไข (ร่าง) ข้อบังคับสภาองค์กรของผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2566

ด้านการรับฟังความคิดเห็นเพื่อเสนอแนะต่อการคุ้มครองผู้บริโภค สภาผู้บริโภคได้รับความร่วมมือจากมหาวิทยาลัยรังสิต จัดทำโครงการสำรวจและรับฟังความคิดเห็นและความพึงพอใจที่มีต่อการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคของสภาผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ 2566 โดยรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะทั้งจากสมาชิก ผู้บริโภคทั่วไป รวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของสภาผู้บริโภค โดยการดำเนินงานจะแล้วเสร็จในช่วงต้นปีงบประมาณ 2567

3.4 สนับสนุนการขับเคลื่อนงานคุ้มครองผู้บริโภคในประเด็นเฉพาะด้าน

สภาผู้บริโภคร่วมกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ดำเนินงานคุ้มครองสิทธิ และรักษาผลประโยชน์ของผู้บริโภค ภายใต้การดำเนินงาน 2 โครงการ คือ

1) โครงการแผนงานร่วมทุนสนับสนุนองค์กรผู้บริโภคเพื่อการพัฒนาาระบบขนส่งสาธารณะที่

ปลอดภัยและเป็นธรรม (Matching Fund) ระยะเวลาการดำเนินงาน 2 ปี (เมษายน 2566 - มีนาคม 2568) มีเป้าหมายเสริมพลังความเข้มแข็งองค์กรผู้บริโภคระดับพื้นที่ 33 จังหวัดใน 7 ภูมิภาค ให้มีส่วนร่วมกำหนดนโยบายขนส่งสาธารณะที่ปลอดภัยและเป็นธรรม สนับสนุนการพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคและพัฒนานโยบายรถรับส่งนักเรียนปลอดภัย การพัฒนาโรงเรียนให้เป็นโรงเรียนศูนย์การเรียนรู้ในการจัดระบบรถรับส่งนักเรียนที่ปลอดภัย รวมถึงการพัฒนาความร่วมมือสนับสนุนการขับเคลื่อนระบบขนส่งสาธารณะที่ปลอดภัยและเป็นธรรม ทั้งในระดับพื้นที่และระดับประเทศ

2) โครงการพัฒนาองค์กรผู้บริโภคเพื่อคุ้มครองพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคด้านสุขภาพ ระยะเวลาดำเนินงาน 1 ปี (1 มิถุนายน 2566-31 พฤษภาคม 2567) มีเป้าหมายเพื่อพัฒนาศักยภาพและสร้างความเข้มแข็งให้กับองค์กรผู้บริโภค ในการรักษาประโยชน์ของผู้บริโภค 12 จังหวัด ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคกลางที่ยังไม่มีองค์กรผู้บริโภคที่เป็นสมาชิกของสภาผู้บริโภค ได้แก่จังหวัดมหาสารคาม บึงกาฬ สกลนคร นครพนม มุกดาหาร ชัยภูมิ หนองบัวลำภู หนองคาย อานาจเจริญ สิงห์บุรี อ่างทอง และปทุมธานี โดยมีการจัดกิจกรรมสร้างความร่วมมือด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคกลาง มีองค์กรผู้บริโภค 38 องค์กรให้ความสนใจที่จะขึ้นทะเบียนจัดตั้งตามกฎหมายการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค และคาดว่าจะสมัครเป็นสมาชิกสภาผู้บริโภคต่อไป



4. งานสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

การจัดทำแผนการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคมีวัตถุประสงค์เพื่อประชาสัมพันธ์การดำเนินงานและสร้างความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ของสภาผู้บริโภค การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร การคุ้มครองผู้บริโภคในประเด็นต่างๆ การเตือนภัยเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่อาจส่งผลกระทบต่อสิทธิของผู้บริโภค และการขับเคลื่อนประเด็นสู่สาธารณะเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้บริโภค

ภายใต้แผนนี้ ซึ่งดำเนินงานโดยฝ่ายสื่อสารสาธารณะและประชาสัมพันธ์ จึงมุ่งผลิตเนื้อหาที่ให้ความรู้แก่ผู้บริโภค และเผยแพร่ต่อสาธารณะทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ รวมถึงการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อเพิ่มช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคครอบคลุมทุกกลุ่มอายุ และเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกต่อกระบวนการร้องทุกข์ของผู้บริโภคอีกด้วย

4.1 ผลการดำเนินงานด้านการสื่อสารเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค

การดำเนินงานด้านการสื่อสารของสภาผู้บริโภครอบคอบเนื้อหาตั้งแต่

- 1) การประชาสัมพันธ์องค์กรและบทบาทขององค์กรให้เป็นที่รู้จัก เพื่อให้ประชาชนเข้าใจและเข้าถึงการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค
- 2) การเผยแพร่ข้อมูลเพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงข้อมูลที่เป็นประโยชน์
- 3) การรายงานสถานการณ์ปัญหาที่ผู้บริโภคประสบ เพื่อเป็นการเตือนภัยและติดอาวุธให้สามารถป้องกันหรือรับมือกับปัญหาได้
- 4) การเผยแพร่ข้อเสนอทางนโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคต่างๆ เพื่อผลักดันการแก้ไขปัญหาในเชิงระบบและเป็นวงกว้าง

การสื่อสารสาธารณะของสภาผู้บริโภคมักมีการดำเนินการทั้งในรูปแบบข่าว สกู๊ป บทความ อินโฟกราฟิก คลิปวิดีโอ และการถ่ายทอดสด โดยในปีงบประมาณ 2566 มีผลงานรวมจำนวนทั้งสิ้น 1,555 ชิ้นที่เผยแพร่ผ่านช่องทางการสื่อสารสมัยใหม่ที่สภาผู้บริโภคได้พัฒนาขึ้นมาถึง 7 ช่องทาง ซึ่งผู้ติดตามกว่า 93,751 บัญชี นอกจากนั้นยังได้ร่วมมือกับหน่วยงานรัฐ เอกชน และบุคคลมีชื่อเสียงเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อผู้บริโภคในแพลตฟอร์มต่างๆ รวมทั้งสิ้น 30,117,144 ครั้ง อีกทั้งมีสื่อมวลชนแขนงต่างๆ ทั้งหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ สื่อออนไลน์ และบุคคลมีชื่อเสียง นำข้อมูลของสภาผู้บริโภคไปเผยแพร่ จำนวน 2,199 ครั้ง สามารถคิดเป็นมูลค่าประชาสัมพันธ์ได้ประมาณ 207,848,053.08 บาท

95

ttc สภาองค์กรของผู้บริโภค
Thailand Consumer Council

รวมพลังผู้บริโภค สู่เพื่อการเปลี่ยนแปลง

วิทยากร

- สารี อ่องสมหวัง
เลขาธิการสำนักงานสภาผู้บริโภค
- กัญจกรรณ์ ตั้งหวัง
ผู้บริโภค
- ฉัตรชัย พุ่มพวง
ผู้บริโภค
- พิชชาภัทร์ เกษม
ผู้บริโภค
- โยธิต ธีระวรกุล
ผู้บริโภค
- อัญญณัน เบติระพิศักดิ์
พิธีกร

**เราไม่ได้อะไรจาก
เงิน เป็นอาชว**

LIVE **สภาองค์กรของผู้บริโภค** **TCCTHAILAND**
10 พ.ย. 2566 เวลา 13.00 น. - 14.00 น.

เนื่องจากสถานการณ์ปัญหาของผู้บริโภคที่ผ่าน มาพบว่า สื่อออนไลน์เป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้ ผู้บริโภคจำนวนมากถูกหลอกลวงด้วยกลวิธีต่างๆ เช่น แอปพลิเคชันกู้เงินออนไลน์ คลิกลิงก์แฉักบัญชีธนาคาร ปัญหาจากการซื้อขายสินค้าออนไลน์ ข้อความสั้น (SMS) และแก๊งคอลเซ็นเตอร์ เพื่อให้ สอดคล้องต่อสถานการณ์ดังกล่าว สภาผู้บริโภคจึง ได้เพิ่มเติมงานด้านสื่อสารสาธารณะ ด้วยการผลิต รายการ “เราไม่ได้บริโภคหญ้าเป็นอาหาร” ใน รูปแบบรายการสดผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของ สภาผู้บริโภค สัปดาห์ละ 1 ครั้ง เพื่อตอบข้อสงสัย ต่อประเด็นปัญหาที่ผู้บริโภคต่างกำลังประสบใน ปัจจุบัน และผลักดันนำไปสู่การแก้ไขปัญหาเชิง นโยบาย รวมถึงสร้างช่องทางการเผยแพร่ผ่าน สำนักข่าวต่างๆ เพื่อนำเสนอประเด็นปัญหาของ ผู้บริโภค ประเด็นการขับเคลื่อนเชิงนโยบาย และ การประชาสัมพันธ์สภาผู้บริโภคอีกด้วย

เนื้อหาที่มีการผลิตและเผยแพร่ในปีงบประมาณ 2566 ที่มีความโดดเด่น เช่น ประเด็นคัดค้านการควม รวมกิจการระหว่างบริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) หรือทรู กับบริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิ เคชั่น จำกัด (มหาชน) หรือดีแทค, เตือนภัยขยะหมี กิ่งสำเร็จรูปตราหมีซีตาฟของอินโดนีเซียพบสารปน เปื้อนยาฆ่าแมลง, ปัญหาค่าไฟฟ้าแพง, คลิวิดิโอ สร้างการรับรู้และสร้างความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ ของสภาผู้บริโภค, กรณีผู้เสียหายจำนวนมากร้องเรียน ไม่สามารถจองบัตรคอนเสิร์ตรอบสมาชิกตามที่ระบุ ในสัญญา, เตือนภัยเฟซบุ๊กแฟนเพจเลียนแบบและ นำมาแอบอ้างหลอกลวงผู้บริโภค, เฝ้าระวังและเตือน ภัยให้ผู้บริโภคมีข้อมูลป้องกันตนเองจากมิจฉาชีพ และการก่อสร้างอาคารสูงที่ผิดกฎหมาย ซึ่งกระทบ ชุมชนที่อยู่อาศัยเดิมกับผู้บริโภคที่ซื้ออาคารชุดไปแล้ว รวมถึงการให้ความช่วยเหลือผู้บริโภคที่ถูกผู้ประกอบการ ฟ้องร้อง ฯลฯ

ด้านการสื่อสารเพื่อสร้างความร่วมมือกับหน่วย งานรัฐ เอกชน และสื่อมวลชน ถือเป็นภารกิจที่ สภาผู้บริโภคดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการผลักดัน ให้เกิดการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างทั่วถึง

ในปีงบประมาณ 2566 สภาผู้บริโภคร่วมกับ แอปพลิเคชันติ๊กต็อก (TikTok) แพลตฟอร์มออนไลน์

ชื่อดัง ร่วมมือกันเพื่อหาแนวทางป้องกันมิจฉาชีพ หลอกลวงสินค้าให้กับผู้บริโภค โดยให้ช่องทาง เครือข่ายของติ๊กต็อก หรือ Community Partner Channel (CPC) ซึ่งเป็นช่องทางพิเศษแก่สภา ผู้บริโภค สามารถแจ้งเนื้อหาที่ต้องการให้ติ๊กต็อก ดำเนินการตรวจสอบ ไม่ว่าจะเป็นการขายสินค้า ที่ใช้ข้อความโฆษณาเกินจริง การเสนอราคาสินค้า ที่ถูกเกินจริงเพื่อหลอกล่อให้ผู้บริโภคหลงเชื่อ การจำหน่ายสินค้าไม่ได้มาตรฐาน ที่อาจก่อให้เกิด ความไม่ปลอดภัยแก่ผู้บริโภค เป็นต้น

การดำเนินงานสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ผ่านช่องทางการสื่อสารหลากหลายเพื่อให้ผู้บริโภค รู้เท่าทัน รับรู้ และตระหนักถึงสิทธิของตนเอง ส่งผล ให้สภาผู้บริโภคได้รับรางวัล Thailand Influencer Awards 2023 สาขา Best Social Impact



Influencer ติดต่อกันเป็นปีที่สอง

4.1.1 งานสร้างภาคีคนรุ่นใหม่เพื่อยกระดับงาน คุ้มครองผู้บริโภค

การสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ และเผยแพร่ บทบาทภารกิจของสภาผู้บริโภค ตลอดจนทัศนคติ ต่อผู้บริโภค จะดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องอาศัยคนรุ่นใหม่ สภาผู้บริโภคจึงร่วมกับ มหาวิทยาลัยรังสิต จัดทำและออกแบบโครงการ จัดจ้างที่ปรึกษาบริหารกลยุทธ์การสื่อสารและเผย แพร่ผลงานขยายผลสู่คนรุ่นใหม่ ที่มุ่งเน้นการสร้าง การรับรู้แก่กลุ่มเป้าหมายด้วยแนวคิด “คุณเสียหาย เพื่อนพร้อมชน” “TCC สภาองค์กรของผู้บริโภค” “เพื่อ(น) ผู้บริโภค” เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับประโยชน์

จากนโยบายของสภาผู้บริโภครวม ทั้งการติดตาม เฝ้าระวังสถานการณ์ปัญหาสินค้าและบริการ โฆษณา ข่าวดารา หรือเตือนภัยเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่อาจ กระทบต่อสิทธิของผู้บริโภค หรืออาจก่อให้เกิดความ เสียหาย เกิดความเสียหายแก่ผู้บริโภค รวมถึงการ พัฒนากลยุทธ์การสื่อสาร วิธีการดำเนินงานผ่าน การพัฒนางานสื่อสารแบรนด์ เป้าหมายการสื่อสารถึง กลุ่มคนรุ่นใหม่ในช่องทางต่างๆ ทั้งรูปแบบออนไลน์ และการลงพื้นที่จัดกิจกรรม ซึ่งเน้นแนวคิดคำว่า “เพื่อนผู้บริโภค เพื่อผู้บริโภค” เพื่อสร้างความรู้สึ กที่ดีหลังได้รับบริการจากสภาผู้บริโภครวม

มีการผลิตและสร้างสรรค์เนื้อหาสื่อภาพยนตร์ สั้น เพื่อใช้ในการสื่อสารสร้างความเข้าใจภารกิจของ สภาผู้บริโภครวม และผลิตเนื้อหาภาพเคลื่อนไหว การจัดกิจกรรมร่วมกับมหาวิทยาลัยชั้นนำของ ประเทศไทย เพื่อขยายภาคีเครือข่าย และการจัด แสดงผลงานภายใต้แนวความคิดที่เน้นเรื่องของ ความรู้สึกด้วยเนื้อเรื่อง ภาพ บรรยากาศ ถ่ายทอด จากมุมมองของผู้บริโภค ในประเด็นปัญหาทั่วไป จากข้อมูลของสภาผู้บริโภครวม เช่น “ฉันคือลูกค้า

ลูกค้าคือพระเจ้า” “ฉันจ่ายเงินซื้อ ฉันไม่ได้ขอฟรีๆ” “ฉันต้องได้รับในสิ่งที่คุ้มค่างับเงินที่ฉันจ่ายไป” ฯลฯ

4.1.2 การจัดอบรมเพื่อสร้างศักยภาพสื่อคุ้มครอง ผู้บริโภค

เนื่องจากสถานการณ์ปัญหาของผู้บริโภค ที่กระจายอยู่ในพื้นที่ต่างๆ มีความแตกต่างหลากหลาย และเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา การขยายแนวร่วมและ การสร้างความร่วมมือกับสื่อมวลชนในแต่ละพื้นที่ จึงเป็นเรื่องที่สำคัญและจำเป็น เพื่อให้การเร่ง เตือนภัยผู้บริโภคและการคุ้มครองผู้บริโภคสามารถ ทำได้ทันต่อสถานการณ์ ในปีงบประมาณ 2566 สภาผู้บริโภครวมได้ร่วมกับสถาบันอิศรา มูลนิธิพัฒนา สื่อมวลชนแห่งประเทศไทย ดำเนินการจัดอบรม พัฒนาศักยภาพผู้สื่อข่าวด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ทั้ง 4 ภาค ประกอบด้วย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จัดที่ จ.ขอนแก่น ภาคเหนือ จัดที่ จ.เชียงใหม่ ภาคกลาง จัดที่กรุงเทพฯ และภาคใต้ จัดที่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา เป้าหมายเพื่อสร้างนักข่าวเพื่อการคุ้มครอง ผู้บริโภค



อ้างอิง พจนานุกรมไทย ‘ฉบับ GEN Z’ ผู้ <https://www.youtube.com/watch?v=SYHBctf4alc> และ พจนานุกรมไทย ‘ฉบับ Gen Z’ เสียหาย <https://www.youtube.com/watch?v=WeVvqOujXmc>



พจนานุกรมไทย ‘ฉบับ GEN Z’ ผู้ พจนานุกรมไทย ‘ฉบับ GEN Z’ เสียหาย



อ้างอิง : ทำไมปอนด์ถึงหัวร้อน - The Snack <https://www.youtube.com/watch?v=wppyjRTKEzI> และเจอประจํา - ตอนโดนโก้ง [EP.25] Bie The Ska <https://www.youtube.com/watch?v=IkvKTtTx8>



ทำไมปอนด์ถึงหัวร้อน

เจอประจํา - ตอนโดนโก้ง

ในการอบรม มีทั้งผู้สื่อข่าว นักจัดรายการวิทยุ นักจัดรายการเคเบิลทีวี นักประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานรัฐ และภาคเอกชน รวมทั้งเจ้าหน้าที่ในเครือข่ายองค์กรผู้บริโภคของแต่ละภาค เข้าร่วม

สำหรับเนื้อหาของการอบรมเป็นการผสมผสานระหว่างการให้ความรู้ สร้างความเข้าใจ สร้างทักษะในการคิดประเด็น เทคนิคการสืบค้นข้อมูลการทำข่าวเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภค กระบวนการนำเสนอและผลิตข่าวด้วยอินโฟกราฟิกและคลิปลิวดีโอ เพื่อนำเสนอข่าวเชิงสร้างสรรค์ เป็นประโยชน์ทั้งต่อผู้บริโภค และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

4.2 ผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

งานศูนย์ข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศ สภาผู้บริโภค ดำเนินการปรับปรุงระบบรับเรื่องร้องทุกข์และเว็บไซต์สภาผู้บริโภค เพื่อสนับสนุนพันธกิจการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค ในส่วนที่สำคัญดังต่อไปนี้

- การปรับปรุงข้อมูลทางสถิติของสถานการณ์ร้องทุกข์ให้เป็นแบบเรียลไทม์ และสามารถสืบค้นข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับสถานการณ์การร้องทุกข์ ผ่านเว็บไซต์สภาผู้บริโภค เช่น ในจังหวัดที่ผู้บริโภคอาศัยอยู่ มีสถิติร้องทุกข์เกี่ยวกับเรื่องอะไร หรือสถานการณ์ปัจจุบันเกิดปัญหาร้องทุกข์เรื่องอะไรมากที่สุด และมีมูลค่าความเสียหายมากน้อยเพียงใด
- การปรับปรุงฐานความรู้ออนไลน์ เพื่อเผยแพร่ความรู้ และเป็นข้อแนะนำให้กับผู้บริโภค เมื่อเกิดเหตุการณ์ในกรณีเดียวกันจะได้ดำเนินการในเรื่องดังกล่าวได้อย่างถูกวิธี
- การพัฒนาระบบจัดอันดับสถานการณ์ร้องทุกข์รายสัปดาห์ที่นำเสนอบนเว็บไซต์ เพื่อให้ผู้บริโภครู้เท่าทันสถานการณ์ในปัจจุบัน

สถิติร้องทุกข์จำนวน 5,453 เรื่อง



สภาผู้บริโภคยังได้นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ภายในองค์กร เพื่อเพิ่มศักยภาพการทำงานให้ก้าวทันเทคโนโลยีในปัจจุบัน เป็นการเสริมสร้างนวัตกรรมและเทคโนโลยีภายในองค์กร โดยระบบที่นำมาใช้สนับสนุนการดำเนินงานของสำนักงานสภาผู้บริโภค หน่วยงานเขตพื้นที่ และหน่วยงานประจำจังหวัด ได้แก่ ระบบบริหารจัดการองค์กร ระบบบริหารจัดการสำนักงาน ระบบบริหารจัดการงบประมาณ ระบบจัดทำเงินเดือน และระบบ Cloud Computing ในการให้บริการทรัพยากรทางด้านเทคโนโลยี



จากการสำรวจความพึงพอใจของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่สำนักงานสภาผู้บริโภค หน่วยงานเขตพื้นที่ และหน่วยงานประจำจังหวัด ที่มีต่อระบบและการให้บริการของเจ้าหน้าที่ศูนย์ข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศ ประจำปีงบประมาณ 2566 พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจคิดเป็นร้อยละ 81.10 สำหรับข้อเสนอแนะที่ได้จากการสำรวจ ได้นำมาปรับปรุงระบบเพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพ เช่น การแก้ไขข้อผิดพลาดของระบบ การปรับปรุงระบบเพื่อรองรับความต้องการใหม่ๆ ที่เพิ่มขึ้นของผู้ใช้ระบบ หรือเพิ่มประสิทธิภาพให้กับระบบ รวมทั้งดำเนินการจัดจ้างการพัฒนาาระบบรักษาความมั่นคงปลอดภัยของสารสนเทศ และระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง เพื่อให้สภาผู้บริโภคสามารถบริหารจัดการความปลอดภัยให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล ลดความเสี่ยงจากการถูกโจมตีกรรมข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ และการบุกรุกระบบเพื่อเปลี่ยนแปลงข้อมูลสารสนเทศ จากเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

5. งานบริหารจัดการสำนักงานและพัฒนาศักยภาพองค์กรของผู้บริโภค

แผนงานบริหารจัดการสำนักงานและพัฒนาศักยภาพองค์กรของผู้บริโภค กำหนดวัตถุประสงค์เพื่อให้การบริหารงานสำนักงานสภาผู้บริโภค ทั้งบุคลากร แผนงานประจำปี และงบประมาณ ทั้งของสำนักงานกลาง หน่วยงานเขตพื้นที่ หน่วยงานประจำจังหวัด รวมทั้งเครือข่าย มีประสิทธิภาพ

ภายใต้แผนฯ ซึ่งดำเนินงานโดยฝ่ายบริหารสำนักงาน มีภารกิจหลักในการดูแลงานบัญชีและการเงิน งานบริหารบุคคล งานจัดซื้อจัดจ้าง และงานด้านกฎหมาย ตลอดจนการแก้ไขและจัดทำข้อบังคับ ระเบียบตามแผนงาน มาตรฐานการประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีของผู้ปฏิบัติงาน หรือกฎระเบียบต่างๆ ที่จำเป็นต่อการ

ดำเนินงานของสภาผู้บริโภครวมถึงการจัดอบรมให้ กับเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในทุกส่วน

5.1 ผลการดำเนินงานบริหารจัดการสำนักงาน

สภาผู้บริโภครายได้ย้ายสำนักงานฯ จากที่ตั้งชั่วคราว ณ อาคาร จีทาวเวอร์ ไปยังอาคารเลขที่ 110/1 ซอยลาดพร้าว 26 แยก 1-2 แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ เมื่อวันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2566 และมีการดำเนินงานด้านการปรับปรุงภายใน ตัวอาคารสำนักงานฯ ในเรื่องต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่การปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ตั้งแต่การจัดหาและติดตั้งผ้าปูโต๊ะเพื่อบังแสง การจัดหา ครุภัณฑ์และอุปกรณ์สำนักงานฯ รวมถึงการติดตั้ง และใช้งานหลังคาโซลาเซลล์

ทั้งนี้ การปรับปรุงภูมิทัศน์อาคารสำนักงานฯ ยังคงมีการดำเนินการต่อเนื่อง เพื่อให้เป็นอาคารสำนักงานต้นแบบเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและพลังงาน

ส่วนในงานด้านการพัฒนาระเบียงและแนวปฏิบัติต่างๆ ในปีงบประมาณ 2566 สภาผู้บริโภครายได้ มีการทบทวน/ปรับปรุงและออกระเบียบ ข้อบังคับ และประกาศต่างๆ ซึ่งมีการประกาศใช้แล้ว จำนวน 12 ฉบับ ได้แก่

- ข้อบังคับสภาองค์กรของผู้บริโภค ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2566
- ระเบียบคณะกรรมการนโยบาย (กนย.) ว่าด้วยการจัดตั้งและการบริหารหน่วยงานประจำจังหวัด หน่วยงานเขตพื้นที่ หน่วยงานอื่น และการสนับสนุน หน่วยงานประจำจังหวัด หน่วยงานเขตพื้นที่ สมาชิก และองค์กรผู้บริโภค พ.ศ. 2566
- ระเบียบ กนย. ว่าด้วยเบี้ยประชุมของกรรมการ อนุกรรมการ และผู้ทำงาน พ.ศ. 2566
- ระเบียบ กนย. ว่าด้วยการเบิกจ่ายค่าใช้จ่าย ในการบริหารงานของสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2565
- ระเบียบ กนย. ว่าด้วยการดำเนินคดี พ.ศ. 2566
- ระเบียบ กนย. ว่าด้วยการบริหารรายได้จาก ความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก พ.ศ. 2566
- ระเบียบ กนย. ว่าด้วยค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปปฏิบัติงาน พ.ศ. 2565

- ระเบียบ กนย. ว่าด้วยการงบประมาณ การบัญชี การเงิน และการสอบบัญชี พ.ศ. 2565

- ระเบียบ กนย. ว่าด้วยการตรวจสอบภายใน ของสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2565

- กฎบัตรการตรวจสอบภายในของคณะ อนุกรรมการตรวจสอบ สภาองค์กรของผู้บริโภค

- กฎบัตรการตรวจสอบภายในของหน่วย ตรวจสอบภายใน สภาองค์กรของผู้บริโภค

- ประกาศสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค เรื่อง นโยบายงดรับ งดให้ของขวัญและของกำนัล ทุกชนิดจากการปฏิบัติหน้าที่

นอกจากนี้ยังมีการจัดทำร่างข้อบังคับจรรยาบรรณและจริยธรรมของสภาองค์กรของผู้บริโภค เพื่อให้เป็นไปตามข้อบังคับ กนย. รวมถึงได้ทบทวน และปรับปรุงระเบียบสภาองค์กรของผู้บริโภคว่า ด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและบริหารพัสดุ พ.ศ. 2564 เพื่อให้สอดคล้องกับพระราชบัญญัติจัดซื้อจัดจ้าง และการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560 ของกรมบัญชีกลาง และเพื่อให้เป็นไปตามข้อเสนอแนะของ คณะอนุกรรมการตรวจสอบ อีกทั้งได้ทบทวน รูปแบบและเอกสารด้านการเงินให้สอดคล้องกับ บริบทการบริหารและการดำเนินงานของหน่วยงาน ภาครัฐอีกด้วย

5.2 การพัฒนาศักยภาพเจ้าหน้าที่

มีการจัดการอบรมเพื่อพัฒนาทักษะให้แก่ บุคลากร 3 หลักสูตร ได้แก่ การเขียนหนังสือ ราชการ การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และหลักสูตร ความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมใน การทำงาน รวมถึงจัดการประชุมคณะอนุกรรมการ ตรวจสอบสภาผู้บริโภครายต่อเรื่อง เพื่อสอบถาม ความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ และการดำเนินงาน อย่างเป็นระบบ นอกจากนี้ ยังดำเนินการสำรวจและ วิเคราะห์ความต้องการพัฒนาทักษะของเจ้าหน้าที่ สำนักงานสภาผู้บริโภค เพื่อนำไปสู่การจัดทำแผนการ พัฒนาบุคลากรของสำนักงานสภาผู้บริโภค ประจำปี 2566-2567 พบว่า ส่วนใหญ่ต้องการพัฒนาด้านการ สื่อสาร การบริหารจัดการโครงการ และทักษะพื้นฐาน เกี่ยวกับโปรแกรมสนับสนุนการปฏิบัติงานพื้นฐาน เช่น Microsoft office



สรุปข้อเสนอแนะของประชาชนต่อการดำเนินงานของสภาผู้บริโภคระดับจังหวัดประมาณ 2566

สภาผู้บริโภคร่วมกับมหาวิทยาลัยรังสิตจัดทำโครงการสำรวจและรับฟังความคิดเห็นและความพึงพอใจที่มีต่อการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ 2566 กลุ่มเป้าหมายในการสำรวจประกอบด้วย สมาชิกสภาผู้บริโภคนับจำนวน 266 องค์กร ผู้บริโภคทั่วไป ที่กระจายอยู่ตามภูมิภาคต่างๆ ทั้ง 7 ภูมิภาค จำนวน 3,070 คน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของสภาผู้บริโภคนับจำนวน 51 คน

ผลการสำรวจพบว่า จากคะแนนความพึงพอใจ 0-5 คะแนน ในส่วนของสมาชิกฯ มีความพึงพอใจแผนการดำเนินงานของสภาผู้บริโภครวมอยู่ในระดับมาก เช่น แผนสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ค่าเฉลี่ย 4.11 แผนสนับสนุนหน่วยงานประจำจังหวัดและองค์กรผู้บริโภค ค่าเฉลี่ย 4.09 แผนสนับสนุนและดำเนินการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค ค่าเฉลี่ย 4.05 และแผนพัฒนานโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค ค่าเฉลี่ย 4.04 สำหรับความคาดหวังต่อแผนการดำเนินงานของสภาผู้บริโภครวมอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน เช่น แผนสื่อสารฯ มีค่าเฉลี่ย 4.37 แผนสนับสนุนและการคุ้มครองฯ ค่าเฉลี่ย 4.28 แผนสนับสนุนหน่วยงานประจำจังหวัดฯ ค่าเฉลี่ย 4.27 และแผนพัฒนานโยบายฯ ค่าเฉลี่ย 4.25

ด้านกลไกการขับเคลื่อนการทำงานของสภาผู้บริโภครวมพบว่า สมาชิกฯ มีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เช่น มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานของคณะกรรมการ 8 ด้าน ค่าเฉลี่ย 4.14 หน่วยงานประจำจังหวัด ค่าเฉลี่ย 4.11 หน่วยงานเขตพื้นที่ ค่าเฉลี่ย 4.04 และคณะกรรมการนโยบาย ค่าเฉลี่ย 4.05 ส่วนความคาดหวังของสมาชิกฯ ต่อกลไกการขับเคลื่อนการทำงานของสภาผู้บริโภครวมพบว่า คาดหวังต่อการดำเนินงานของคณะกรรมการนโยบาย มีค่าเฉลี่ยที่ 4.33 ต่อคณะกรรมการ 8 ด้าน ค่าเฉลี่ย 4.32 ต่อหน่วยงานประจำจังหวัด ค่าเฉลี่ย 4.31 และต่อหน่วยงานเขตพื้นที่ ค่าเฉลี่ย 4.25

สำหรับข้อเสนอแนะและความต้องการของสมาชิกฯ เกี่ยวกับบทบาทหน้าที่และการดำเนินงานของสภาผู้บริโภค ได้แก่

1) การสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้และการมีตัวตนให้กับสมาชิกฯ ต่อหน่วยงานต่างๆ ทั้งในระดับเขตพื้นที่และระดับจังหวัด

2) อบรมให้ความรู้เรื่องใหม่ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำงานคุ้มครองผู้บริโภค

3) มีระบบสวัสดิการคุ้มครองเจ้าหน้าที่หรือผู้ทำงานให้กับสภาผู้บริโภค

4) ปรับปรุงฐานข้อมูลให้มีความทันสมัยและถูกต้อง

5) จัดทำคู่มือการดำเนินงานแปลงนโยบายสู่แนวปฏิบัติ และการสื่อสารให้ความรู้ความเข้าใจกับสมาชิกฯ อย่างทั่วถึง

6) ผลักดันหลักสูตรบริโภคศึกษาให้เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการเรียนการสอนในสถาบันการศึกษาทุกระดับ

7) ลดขั้นตอนการดำเนินงานและพัฒนาระบบการทำงานให้รวดเร็วขึ้น เพื่ออำนวยความสะดวกในการทำงานและสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค เป็นต้น

ในกลุ่มผู้บริโภคทั่วไป ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักเรียนและนักศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ผลสำรวจพบว่า มีมากถึงร้อยละ 80.92 ที่ไม่เคยติดต่อหรือเคยใช้บริการสภาผู้บริโภค ส่วนผู้ที่เคยติดต่อหรือเคยใช้บริการ ส่วนมากเป็นเรื่องการขอคำปรึกษาเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภค รองลงมาเป็นการร้องเรียนปัญหาที่ถูกละเมิดด้านสินค้าและบริการทั่วไป ด้านการสื่อสารและโทรคมนาคม และด้านบริการสุขภาพ ตามลำดับ ส่วนช่องทางติดต่อส่วนใหญ่ผ่านทางเฟซบุ๊กของสภาผู้บริโภค โทรศัพท์ และเว็บไซต์ของสภาผู้บริโภค

สำหรับความพึงพอใจผลการดำเนินงานของสภาผู้บริโภครวมอยู่ในระดับมาก เช่น การสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ค่าเฉลี่ย 3.89 และการสนับสนุนสมาชิกและองค์กรของผู้บริโภค ค่าเฉลี่ย 3.83 และการเสนอแนะนโยบายและมาตรการการคุ้มครองผู้บริโภค ค่าเฉลี่ย 3.85 ส่วนความคาดหวังการดำเนินงานตามอำนาจหน้าที่หลักของสภาผู้บริโภค ภาพรวมอยู่ในระดับสูงมาก เช่น การคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค ค่าเฉลี่ย 4.35 ซึ่งมีระดับเท่ากับการดำเนินงานการตรวจสอบ ติดตามการเฝ้าระวังสถานการณ์ปัญหาสินค้าและบริการ การดำเนินคดีหรือช่วยเหลือในการดำเนินคดีแก่ผู้บริโภคที่ถูกละเมิดสิทธิ และการรวบรวมเผยแพร่ข้อมูลสินค้าและบริการที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

ด้านกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผลสำรวจการดำเนินงานตามอำนาจหน้าที่ของสภาผู้บริโภค พบว่ามีประเด็นที่มีความเห็นพ้องร่วมกัน ได้แก่ สภาผู้บริโภคต้องประสานการทำงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การทำงานคุ้มครองผู้บริโภคเกิดความสำเร็จ และสภาผู้บริโภคควรเพิ่มความเข้มแข็งด้านวิชาการ โดยเฉพาะให้ความสำคัญกับการเก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่ เนื่องจากมีสมาชิกฯ กระจายอยู่เกือบทั่วประเทศ เป็นต้น

จากผลการสำรวจครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะโดยรวมต่อการขับเคลื่อนการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค

ของสภาผู้บริโภค ทางด้านนโยบาย เช่น การจัดทำนโยบายควรอยู่บนพื้นฐานการมีส่วนร่วมขององค์กรสมาชิก ที่ให้คำแนะนำ เสนอความคิดเห็นและความต้องการในการจัดทำนโยบาย ควรมีการสื่อสารนโยบายสู่ผู้ปฏิบัติ หรือผู้ขับเคลื่อนนโยบายทุกระดับ ผ่านกิจกรรมและช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย เพื่อให้สมาชิกมีทิศทางและเป้าหมายเป็นภาพเดียวกับสภาผู้บริโภค และเสนอให้มีการจัดทำเอกสาร “แนวปฏิบัติ” หรือ “คู่มือการขับเคลื่อนนโยบาย” ที่เข้าใจได้ง่ายและสามารถปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม เผยแพร่ให้สมาชิกนำไปใช้เพื่อการขับเคลื่อนนโยบายของสภาผู้บริโภค เป็นต้น

ด้านเครือข่ายมีข้อเสนอ เช่น ควรมีการศึกษาและพัฒนารูปแบบการทำงานเชิงเครือข่ายอย่างเป็นระบบ บนพื้นฐานของการมีส่วนร่วมและบูรณาการกับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทุกระดับ มีการทำข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) กับภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับการทำงานขับเคลื่อนงานคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการทำงานของสภาผู้บริโภค เป็นต้น

ในด้านการสื่อสารมีข้อเสนอ เช่น การศึกษาและพัฒนากลยุทธ์การสื่อสาร โดยคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายและผลลัพธ์ที่ต้องการสื่อสารให้ชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเด็กหรือวัยรุ่นที่กำลังจะเติบโตเป็นผู้บริโภคในอนาคต และการจัดทำเว็บไซต์ความรู้สำหรับจัดเก็บความรู้และสื่อทุกประเภทที่เกี่ยวข้องกับงานคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อใช้เป็นแหล่งความรู้และแหล่งการเรียนรู้ของสมาชิกและผู้บริโภคทั่วไปที่สนใจ เป็นต้น






เคยขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานอื่นๆ
มีแต่ให้ถอดใจและบอกว่าน่าจะเป็นไปได้ยาก
ไม่คุ้ม แต่มีที่สภาผู้บริโภคน่าจะเป็นไปได้
ฟ้องเลย และช่วยส่งเรื่องจัดการให้หนู
สุดท้ายนี้ขอบคุณพี่ๆ เจ้าหน้าที่ที่ที่นี่มากๆ
เรื่องนี้จะ เป็นบทเรียนหนูเลย



คุณสุนันท์ ศรีมณีพันธ์

ผู้ร้องเรียนกรณีเข้ารับบริการ
ทำคิเลชั่นไม่ได้มาตรฐาน

ผู้ร้องเรียนเขียนจดหมายมาถึงสภาผู้บริโภค



ส่วนที่

3

ปัญหา อุปสรรค และความท้าทาย

ปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไข

ความคืบหน้าข้อเสนอ 8 ด้าน (ปี 2565)
จากนโยบายกระจายสู่ปฏิบัติจริง

ความท้าทายของงานคุ้มครองผู้บริโภคปี 2567

ปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไข

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของสภาผู้บริโภคร่วมที่ประสบอยู่ สามารถพิจารณาแบ่งออกได้เป็น 4 ด้าน ซึ่งบางด้านมีประเด็นที่แตกย่อยลงไปอีก โดยที่ประเด็นส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นปัญหาและอุปสรรคในกลุ่มที่สัมพันธ์กับปัจจัยภายนอกเป็นสำคัญ มีเพียงบางส่วนที่เกิดจากปัจจัยภายในและภายในประกอบกัน รวมถึงที่เกิดจากปัจจัยภายในเพียงลำพัง

ประเด็นปัญหาและอุปสรรคสามารถจัดเรียงตามลำดับความรุนแรงและความสำคัญได้ดังนี้

1. ด้านงบประมาณ

ในประเด็นนี้จำแนกปัญหาได้เป็น 2 ลักษณะคือ

1.1 กระบวนการเสนองบประมาณมีขั้นตอนยาวนานและซับซ้อนกว่ากระบวนการปกติ

ตามกฎหมายการจัดตั้งสภาผู้บริโภค กำหนดให้ “เป็นหน้าที่ของสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีที่จะเสนอต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อพิจารณาจัดสรรเงินอุดหนุน เป็นรายปีเป็นการจ่ายขาดให้แก่สภาผู้บริโภครวมตามที่สภาผู้บริโภคเสนอ” ดังนั้น สภาผู้บริโภคจึงไม่ได้เป็นหน่วยงานรับงบประมาณโดยตรงจากรัฐ หากแต่ต้องทำคำขอเสนอผ่านสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี (สปน.) ส่งผลให้ขั้นตอนการนำเสนองบฯ ของสภาผู้บริโภคต้องเป็นการดำเนินการล่วงหน้ายาวนานกว่าหน่วยงานรัฐอื่น และต้องผ่านการพิจารณาหลายชั้น

ทั้งนี้ ถึงแม้ว่าที่ผ่านมา สปน. ได้ให้การสนับสนุนและช่วยเหลือเป็นอย่างดีในการทำหน้าที่ดังกล่าว แต่ในทางปฏิบัติ สปน. ก็จำเป็นต้องพิจารณาและตรวจสอบเอกสารหลักฐานและประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องด้วยความรอบคอบรัดกุม ทำให้ในขั้นตอนเบื้องต้นของการเสนองบฯ ต่อ สปน. เอง ข้อเสนอและเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องของสภาผู้บริโภคต้องผ่านการตรวจสอบจากหน่วยงานภายในของ สปน. ถึง 2 สำนัก ได้แก่ สำนักงานกิจการองค์กรของผู้บริโภค และสำนักแผนงานและกิจการพิเศษ ดังนั้นกว่าที่คำขอฯ จะถูกจัดส่งไปยังสำนักงบประมาณ จึงต้องใช้เวลายาวนานพอสมควร ก่อนที่จะเข้าสู่ขั้นตอนตามปกติเช่นเดียวกับหน่วยงานรัฐทั่วไป

1.2 การไม่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณอย่างต่อเนื่องและการได้รับงบประมาณที่จำกัด

จากการดำเนินงานมาเป็นระยะเวลา 3 ปี มีบางปีที่สภาผู้บริโภคไม่ได้รับการสนับสนุนงบฯ จึงทำให้

การดำเนินงานประสบความชะงักงัน ขาดความต่อเนื่อง มีงบประมาณที่จำกัด ทำให้การปฏิบัติงานบางอย่างที่จำเป็นต้องดำเนินการในจังหวัดและโอกาสที่เหมาะสมไม่สามารถเกิดขึ้นได้ การสนับสนุนสมาชิกให้ดำเนินงานเพื่อรักษาประโยชน์ของผู้บริโภคไม่อาจทำได้อย่างทั่วถึง ตลอดจนส่งผลให้ไม่สามารถวางแผนการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในระยะยาว และเป็นอิสระในการดำเนินการไม่ได้จริง

2. ด้านการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค

การดำเนินงานของสภาผู้บริโภคประสบปัญหาทั้งในด้านเรื่องร้องเรียนและด้านการนำเสนอนโยบายและมาตรการเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ดังนี้

2.1 การแก้ไขหรือยุติเรื่องร้องเรียนมีความยุ่งยากซับซ้อนขึ้น

จากการรับเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคในระยะหลังปรากฏชัดเจนว่า ปัญหาการหลอกลวงและฉ้อโกงของผู้บริโภคเพิ่มจำนวนมากขึ้น โดยเฉพาะกรณีถูกหลอกลวงจากการซื้อขายออนไลน์ดังนั้นจึงทำให้การดำเนินการของสภาผู้บริโภคเพื่อแก้ไขหรือยุติเรื่องร้องเรียนทำได้จำกัดยิ่งขึ้น การประสานกับคู่กรณีที่เกิดปัญหาจากผู้บริโภคและกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่างๆ ไม่เพียงพออีกต่อไป หากแต่ต้องประสานงานให้ทางเจ้าพนักงานหน้าที่ตำรวจเพื่อเข้ามาสอบสวนและดำเนินคดีกับผู้เกี่ยวข้องด้วย

2.2 หน่วยงานภาครัฐส่วนใหญ่ยังไม่ให้ความสำคัญต่อข้อเสนอแนะนโยบายและมาตรการเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคของสภาผู้บริโภค

ถึงแม้ว่ากฎหมายการจัดตั้งสภาผู้บริโภคจะให้อำนาจสภาผู้บริโภคในการเสนอแนะนโยบายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคต่อคณะรัฐมนตรีหรือหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง แต่หน่วยงานที่ได้รับ

ข้อเสนอแนะทางนโยบายหรือมาตรการเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคจากสภาผู้บริโภค ยังคงมีสิทธิโดยอิสระที่จะตอบรับหรือสนองตอบต่อข้อเสนออื่นหรือไม่ได้ โดยที่สภาผู้บริโภคไม่มีอำนาจบังคับใดๆ จึงมีความจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือและการดำเนินการผลักดันและขับเคลื่อนนโยบายเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับที่สูงมากขึ้น ทำให้ภารกิจในการเสนอนโยบายหรือมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคจึงอาจบรรลุผลได้เพียงบางส่วน

2.3 มีช่องว่างระหว่างความรู้และการตระหนักในสิทธิของผู้บริโภคกับพัฒนาการของปัญหา

ในขณะที่ปัญหาของผู้บริโภคมีเรื่องใหม่ๆ เกิดขึ้นตลอดเวลาจากยุคดิจิทัลไปสู่ยุคปัญญาประดิษฐ์หรือเอไอ (AI : Artificial Intelligence) ปัญหาที่มีความหลากหลาย ลึก และกว้างแตกต่างกันในแต่ละด้าน จนยากที่ผู้บริโภคจะเท่าทันและรับมือได้ การขาดความรู้ ข้อมูล และความตระหนักถึงสิทธิที่พึงมีพึงได้ของตนอย่างเพียงพอ ยังทำให้ผู้บริโภคจำนวนมากไม่มีการใช้สิทธิ แม้แต่สิทธิขั้นพื้นฐานอย่างการร้องเรียน หรือการยื่นข้อพิพาทสู่การละเมิดสิทธิหรือความไม่ชอบธรรมที่เกิดขึ้น

2.4 มีปัญหาคุณภาพการบันทึกเรื่องร้องเรียนในระบบ CRM

การดำเนินการรับเรื่องร้องเรียนและดำเนินการเรื่องร้องเรียนเป็นความร่วมมือของสมาชิกทั่วประเทศและสำนักงานสภาผู้บริโภคในการรักษาประโยชน์ของผู้บริโภค มีการใช้ระบบฐานข้อมูลรับเรื่องร้องเรียน (CRM: Customer Relationship Management) ในการบันทึกข้อมูลแบบออนไลน์ แต่ผู้ปฏิบัติงานของสมาชิกรวมถึงหน่วยงานระดับจังหวัดบางส่วนยังขาดความเชี่ยวชาญในการบันทึก รวมถึงการแก้ไขปัญหา และการบันทึกข้อมูลในระบบยังมีส่วนที่ไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ ส่งผลต่อข้อจำกัดในการนำข้อมูลเรื่องร้องเรียนไปใช้ประโยชน์ในเชิงวิเคราะห์ ป้องกันปัญหา และเผยแพร่เป็นบทเรียนของผู้บริโภค

3. ด้านการขยายสมาชิกและการสนับสนุนองค์กรของผู้บริโภค

ปัญหาในด้านนี้มีด้วยกันสองประการ คือ

3.1 การขยายสมาชิกที่ทำได้อย่างจำกัด

ขณะนี้สมาชิกของสภาผู้บริโภคมีจำนวน 308 องค์กร และการขยายสมาชิกของสภาผู้บริโภคในพื้นที่จังหวัดใหม่ๆ ทำได้ไม่มากนัก เนื่องจากตามกฎหมายการจัดตั้งสภาผู้บริโภคนั้นกำหนดไว้ว่า องค์กรของผู้บริโภคที่จะเข้าเป็นสมาชิก นอกจากจะต้อง (1) ไม่เป็นองค์กรของผู้บริโภคที่จัดตั้งขึ้นไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อมหรือถูกครอบงำโดยผู้ประกอบการธุรกิจที่เป็นนิติบุคคล กรรมการ หรือผู้มีอำนาจบริหารของผู้ประกอบการดังกล่าว หรือโดยหน่วยงานของรัฐบาล เจ้าหน้าที่ของรัฐ หรือพรรคการเมือง (2) ไม่เป็นองค์กรของผู้บริโภคที่ได้รับเงินอุดหนุนไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อมจากบุคคลตาม (1) เว้นแต่เป็นเงินที่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐหรือเจ้าหน้าที่ของรัฐ หรือได้รับตามพระราชบัญญัตินี้ ยังต้อง (3) ต้องมีคุณสมบัติเป็นองค์กรที่ได้รับการรับรองสถานะความเป็นองค์กรจาก สปน. โดยที่กฎหมายกำหนดให้องค์กรเหล่านั้นต้องยื่นจดแจ้งสถานะความเป็นองค์กรของผู้บริโภคต่อ นายทะเบียนกลางหรือนายทะเบียนประจำจังหวัดที่ผู้แจ้งมีภูมิลำเนาอยู่ และกำหนดด้วยว่า คุณลักษณะขององค์กรคือต้องมีหลักฐานแสดงว่าเป็นผู้ดำเนินการเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นที่ประจักษ์มาแล้วไม่น้อยกว่าสองปีก่อนวันยื่นแจ้ง อย่างไรก็ตาม ในทางปฏิบัติจริง แม้องค์กรของผู้บริโภคที่มีการรวมตัวจัดตั้งและทำกิจกรรมในพื้นที่ต่างๆ จะมีคุณสมบัติดังกล่าวครบถ้วน แต่ก็ผ่านการพิจารณารับรองน้อยมาก เนื่องจากติดขัดในประเด็นการที่ไม่อาจนำเสนอหลักฐานแสดงผลงานให้เป็นที่ประจักษ์ ซึ่งต้องใช้เวลาพอสมควรในกระบวนการพิจารณาปรับแก้เอกสาร และการพิจารณารับรององค์กร

3.2 ศักยภาพของสมาชิกในแต่ละพื้นที่มีความแตกต่างกัน

บทบาทและประสิทธิภาพการทำงานด้านการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคของสมาชิกในแต่ละพื้นที่มีความแตกต่างกัน ขึ้นกับความสามารถและความเข้มแข็งของแต่ละกลุ่ม ซึ่งส่วนหนึ่งเนื่องมาจากการมีประสบการณ์การทำงานที่ไม่เท่ากัน สภาผู้บริโภคจึงจำเป็นต้องแบ่งระดับการสนับสนุนการดำเนินงานให้กับสมาชิกตามระดับศักยภาพในแต่ละพื้นที่ด้วย

4. ด้านการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

การดำเนินงานสื่อสารข้อมูลเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคที่ผ่านมา พบว่ายังไม่สามารถเข้าถึงทุกกลุ่มเป้าหมายได้อย่างครอบคลุม โดยเฉพาะกลุ่มคนเปราะบาง คนชายขอบ และคนรุ่นใหม่

แนวทางแก้ไข

ทางด้านของแนวทางแก้ไข สำหรับปัญหาและอุปสรรคส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นประเด็นที่สัมพันธ์กับปัจจัยภายนอกในระดับโครงสร้างและระบบ อาจเป็นเรื่องที่ทางสภาผู้บริโภคทำได้เพียงในลักษณะของการริเริ่มจุดประเด็น หรือมีข้อเสนอต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงปฏิบัติการเสริมได้บางส่วนเท่านั้น แต่ไม่สามารถที่จะจัดการหรือดำเนินการเป็นหลักเองได้ แต่สำหรับปัญหาและอุปสรรคในส่วนของที่เกิดจากปัจจัยภายในทางสภาผู้บริโภคสามารถปรับการดำเนินงานเพื่อแก้ไขภัยปัญหาในกลุ่มนี้ได้

รายละเอียดของแนวทางแก้ไขปัญหาประเด็นต่างๆ ดังแสดงในตาราง

ปัญหาอุปสรรคที่สภาผู้บริโภคเผชิญและแนวทางแก้ไข		
ลำดับ	ปัญหาอุปสรรค	แนวทางแก้ไข
1	กระบวนการเสนองบประมาณมีขั้นตอนยาวนานและซับซ้อนกว่าปกติ	เสนอให้ สปน. บูรณาการส่วนงานที่เกี่ยวข้องในการติดตามงาน ความก้าวหน้าและสถานะของค่าของงบประมาณ หรือสร้างกลไกในการประสานงานระหว่าง สปน. กับสภาผู้บริโภคที่ครบทุกขั้นตอนตามภารกิจ กระบวนการเสนองบฯ
2	การไม่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณอย่างต่อเนื่องและงบประมาณที่ได้รับจัดสรรมีจำกัด	1. เสนอให้รัฐบาลสนับสนุนงบประมาณอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องทุกปี อย่างน้อยในอัตรา 5 บาทต่อหัวประชากร หรือประมาณ 350 ล้านบาทต่อปี ตามหลักการและเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนุญและกฎหมาย เช่นเดียวกับประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น สิงคโปร์ ที่รัฐบาลสนับสนุนสมาคมผู้บริโภคสิงคโปร์ 1 ดอลลาร์ต่อหัวประชากร (ประมาณ 26 บาท) ต่อหัวประชากร หรือฮ่องกงที่สนับสนุนสภาผู้บริโภคฮ่องกงไม่น้อยกว่า 500 ล้านบาทต่อปี อย่างต่อเนื่องทุกปี 2. เข้าเสนอและชี้แจงความสำคัญในการใช้จ่ายงบประมาณ เพื่อขออนุมัติงบประมาณเพิ่มเติมได้ จากสำนักงบประมาณ ผ่านสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี
3	การแก้ไขหรือยุติเรื่องร้องเรียนมีความยุ่งยากซับซ้อนขึ้น	พัฒนาระบบการแก้ไขปัญหากรณีเรื่องร้องเรียนที่คู่กรณีเป็นมิชฉาชีพ ไม่ใช่ผู้ประกอบการธุรกิจ โดยกำหนดเกณฑ์ที่สามารถยุติเรื่องร้องเรียนได้ ด้วยการประสานการแจ้งความกับตำรวจให้ดำเนินคดี และมีหลักฐานจากตำรวจในการออกหมายเรียกไปยังผู้กระทำผิดแล้ว พร้อมทั้งสื่อสารสร้างความเข้าใจให้ผู้ปฏิบัติงานทั้งในส่วนกลางและภูมิภาครับทราบร่วมกัน
4	หน่วยงานภาครัฐส่วนใหญ่ไม่ตอบสนองต่อข้อเสนอ นโยบายและมาตรการเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคของสภาผู้บริโภค	1. เปิดพื้นที่การทำงานร่วมกับภาครัฐ ภาคเอกชน และพรรคการเมืองให้มากขึ้น โดยนำยื่นข้อเสนอ นโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคต่อพรรคการเมือง เพื่อให้บรรจุเป็นนโยบายของพรรค และสภาผู้บริโภคต้องขับเคลื่อนต่อเนื่องให้เป็นกฎหมายหรือมาตรการที่มีผลบังคับใช้ต่อไป 2. จัดทำการจัดลำดับข้อเสนอ นโยบายที่ส่งผลกระทบต่อ/หรือทำให้เกิดความเสียหายต่อผู้บริโภคในวงกว้าง โดยใช้ข้อมูลเชิงวิชาการแต่ละประเด็นปัญหา และความสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคเป็นความสำคัญลำดับแรกๆ

ปัญหาอุปสรรคที่สภาผู้บริโภคเผชิญและแนวทางแก้ไข (ต่อ)		
ลำดับ	ปัญหาอุปสรรค	แนวทางแก้ไข
5	มีช่องว่างระหว่างความรู้และการตระหนักในสิทธิของผู้บริโภคกับพัฒนาการของปัญหา	<ol style="list-style-type: none"> พัฒนาหลักสูตรผู้บริโภคศึกษาให้มีการพัฒนาการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจและความเท่าทันในปัญหาผู้บริโภคตามยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป จัดทำตัวชี้วัดการใช้สิทธิของผู้บริโภค และสภาผู้บริโภคสร้างความร่วมมือในการทำงานกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดการใช้สิทธิที่เพิ่มขึ้นของผู้บริโภค
6	ความเชี่ยวชาญในการแก้ไขปัญหาและคุณภาพการบันทึกเรื่องร้องเรียนในระบบ CRM	ประชุมกับผู้เกี่ยวข้องเพื่อสร้างความเข้าใจในการทำงานรับเรื่องร้องเรียนและการบันทึกข้อมูลที่ถูกต้องในระบบ CRM รวมทั้งติดตามและวิเคราะห์การทำงานรับเรื่องร้องเรียนทั้งส่วนกลางกับส่วนภูมิภาคทุกไตรมาส เพื่อนำปัญหาและข้อบกพร่องที่พบมาหารือกำหนดแนวทางปรับปรุงต่อเนื่อง
7	การขยายสมาชิกทำได้น้อย	<ol style="list-style-type: none"> ร่วมมือกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ดำเนินโครงการพัฒนาองค์กรผู้บริโภคเพื่อคุ้มครองพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคด้านสุขภาพในพื้นที่ 12 จังหวัดที่ยังไม่มีสมาชิก ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคกลาง (ดำเนินการในปี 2567) ร่วมมือกับสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี เพื่อทำงานร่วมกับหน่วยงานเขตพื้นที่ ประชาสัมพันธ์ และชี้แจง ให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความเข้าใจ และจัดเตรียมเอกสารในการจดแจ้งสถานะองค์กรผู้บริโภคได้อย่างถูกต้อง สนับสนุนองค์กรผู้บริโภคที่ยังไม่ได้รับการรับรองสถานะ มาร่วมทำงานคุ้มครองผู้บริโภคกับหน่วยงานประจำจังหวัด/หน่วยงานเขตพื้นที่ เพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์ด้านงานคุ้มครองผู้บริโภค
8	ศักยภาพของสมาชิกในแต่ละพื้นที่ยังมีความแตกต่างกัน	<ol style="list-style-type: none"> เพิ่มทักษะการรับเรื่องร้องเรียน/การแก้ไขปัญหาให้แก่สมาชิก โดยจัดอบรมการรับเรื่องร้องเรียนขั้นต้นและขั้นสูงให้กับสมาชิก รวมถึงจัดให้ทนายความของหน่วยงานประจำจังหวัดได้รับการอบรมหลักสูตรพัฒนาศักยภาพนักกฎหมายพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคระดับภูมิภาค เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วมากขึ้น เพิ่มการทำงานร่วมกันระหว่างสมาชิกและระหว่างสมาชิกกับหน่วยงานประจำจังหวัด/หน่วยงานเขตพื้นที่ เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากกันและกัน
9	การสื่อสารข้อมูลเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคยังไม่สามารถเข้าถึงทุกกลุ่มเป้าหมายได้อย่างครอบคลุม	<ol style="list-style-type: none"> เน้นการทำงานในการสื่อสารกับกลุ่มคนเปราะบาง คนชายขอบ และคนรุ่นใหม่เพิ่มขึ้น ปรับรูปแบบและช่องทางการสื่อสารให้มีความเหมาะสม มีความน่าสนใจ กับแต่ละกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเพิ่มการรับรู้ของผู้บริโภคให้มากขึ้น

ความคืบหน้าข้อเสนอ 8 ด้าน (ปี 2565) จากนโยบายกระจายสู่ปฏิบัติการจริง

แม้ในปีงบประมาณ 2566 สภาผู้บริโภคร้องขอประสพปัญหาขาดงบประมาณในการดำเนินงานระหว่างปี แต่นั่นไม่อาจลดทอนความมุ่งมั่นที่จะเดินหน้าเพื่อบรรลุเป้าหมายในการแก้ไขปัญหาให้ผู้บริโภคทั้งระดับปัจเจกและสาธารณะ

การผลักดันข้อเสนอทางนโยบายและมาตรการเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในแปดด้านปัญหา เป็นอีกภารกิจหนึ่งที่สภาผู้บริโภคให้ความสำคัญอย่างยิ่ง และได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่เมื่อเริ่มจัดตั้งองค์กรในปี พ.ศ. 2563 ภารกิจนี้ต้องอาศัยกระบวนการขับเคลื่อนยาวนาน แต่หากประสบความสำเร็จก็จะส่งผลในวงกว้าง และสามารถพัฒนาระบบการคุ้มครองผู้บริโภคในภาพรวมของประเทศ

สำหรับผลการดำเนินงานภารกิจส่วนนี้ของปีงบประมาณ 2566 สรุปได้ดังนี้

ด้านที่ 1: การเงินและการธนาคาร

ท่ามกลางวิกฤตหนี้สินของครัวเรือนไทย นอกจากสภาผู้บริโภคร่วมกันแก้ปัญหาผ่านกรณีการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนที่เกี่ยวข้อง ยกตัวอย่างเช่นกรณีการถูกเอาเปรียบจากการกู้เงินบริษัทในเครือบริษัทศรีสวัสดิ์ฯ อีกส่วนหนึ่งยังได้ดำเนินการตามแนวทางที่เคยได้เสนอไว้ ด้วยการจัดทำโครงการอบรมการบริหารจัดการหนี้ เพื่อหาทางจัดให้ลูกหนี้มี “พี่เลี้ยง” เป็นที่ปรึกษาในการวางแผนชำระหนี้ ซึ่งเป็นการเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่ผู้บริโภค

ในปี 2566 สภาผู้บริโภคได้นำโครงการนี้ไปทดลองปฏิบัติกับสมาชิกในจังหวัดอุดรธานี 12 องค์กร โดยได้เผยแพร่ความรู้ด้านการบริหารจัดการหนี้แก่แกนนำ เพื่อให้สามารถให้คำแนะนำแก่ประชาชนในพื้นที่ต่อไปได้ พร้อมกันนั้นยังได้รวบรวมความเห็นและข้อเสนอแนะจากการอบรมมาพัฒนาหลักสูตรสำหรับจัดอบรมแก่สมาชิกองค์กรผู้บริโภค (พื้นที่นำร่อง) ในปี 2567 เพื่อเตรียมพร้อมเป็นที่ปรึกษาในการบริหารจัดการหนี้แก่ประชาชนในวงกว้างต่อไป

ด้านที่ 2: ขนส่งและยานพาหนะ

ประเด็นปัญหาใหญ่ด้านการขนส่งและยานพาหนะที่สามารถสรุปในเบื้องต้นได้ คือ ราคาค่าเดินทางและความปลอดภัยในการใช้ยานพาหนะที่เป็นสาเหตุให้สถิติอุบัติเหตุทางถนนของประเทศไทยสูงติดอันดับโลก ในเบื้องต้นสภาผู้บริโภคได้ผลักดัน 4 ประเด็นในด้านนี้ คือ

2.1 รถไฟฟ้าขนส่งมวลชน ‘ทุกคนขึ้นได้ทุกวัน’ ตั้งแต่เริ่มก่อตั้งองค์กรในปี 2563 สภาผู้บริโภคได้ผลักดันแนวคิดที่ว่า ระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนควรเป็นบริการสาธารณะที่ประชาชน “ทุกคนขึ้นได้ทุกวัน” ด้วยการคิดค่าโดยสารไม่เกินร้อยละ 10 ของค่าแรงขั้นต่ำ หรือไม่เกิน 25 บาท ซึ่งจะทำให้ประชาชนทุกกลุ่มรายได้สามารถใช้รถไฟฟ้าในการเดินทางได้อย่างเสมอภาค อันจะส่งผลดีทั้งด้านการจราจร การลดมลพิษทางอากาศ รวมถึงฝุ่น PM 2.5 การประหยัดเชื้อเพลิง และช่วยเพิ่มคุณภาพชีวิตให้แก่ประชาชนส่วนใหญ่ โดยมีส่วนช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพของประชาชนที่เกิดจากมลพิษ

แนวคิดนี้ได้รับการสนับสนุนจากหลายพรรคการเมือง โดยนำไปเป็นนโยบายในช่วงการหาเสียงเลือกตั้งจนกระทั่งเมื่อรัฐบาลใหม่ของพรรคเพื่อไทยเข้าบริหารประเทศ ก็ได้มีนโยบายให้ทดลองใช้ราคาค่าโดยสาร 20 บาทตลอดสายกับรถไฟฟ้าสายสีแดงและสายสีม่วงด้วย ซึ่งในวันที่ 14 กันยายน 2566 สภาผู้บริโภคก็ได้ออกแถลงการณ์สนับสนุนรัฐบาลเดินหน้านโยบายดังกล่าว



2.2 รถรับส่งนักเรียนฟรีทั่วไทย เดินทางปลอดภัย 100 เปอร์เซนต์

ด้วยเหตุที่ปัญหาการรับส่งนักเรียนทั่วประเทศ ไม่มีมาตรฐานความปลอดภัย ทำให้เกิดอุบัติเหตุถึงชีวิตกับนักเรียนจำนวนมากเรื่อยมา สภาผู้บริโภครวมและสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) จึงได้ยื่นข้อเสนอต่อพรรคการเมืองในช่วงวันสิทธิผู้บริโภคสากล ปี 2566 เพื่อให้เกิดระบบรถรับส่งนักเรียนที่ได้มาตรฐาน และเมื่อผู้ตรวจการแผ่นดินได้ลงพื้นที่ส่วนภูมิภาคเพื่อรวบรวมข้อมูลข้อเท็จจริงของปัญหาการรับส่งนักเรียน ในเดือนมิถุนายน 2566 สภาผู้บริโภครวมก็ได้ประสานงานส่งต่อข้อมูลกับหน่วยงานประจำจังหวัดสุรินทร์และลำปาง เพื่อให้ข้อมูลต่อผู้ตรวจการแผ่นดิน อีกทั้งต่อมาในเดือนสิงหาคม 2566 สำนักงานสภาผู้บริโภครวมกลางได้เข้าให้ข้อมูลโดยตรงต่อผู้ตรวจการแผ่นดินด้วย โดยได้ยื่นข้อเสนอนโยบาย เพื่อให้จัดทำเป็นข้อมูลประกอบข้อเสนอต่อคณะรัฐมนตรีซึ่ง ครม. ได้มีมติรับทราบรายงานผู้ตรวจการแผ่นดินและมอบหมายกระทรวงที่เกี่ยวข้องดำเนินการต่อไปแล้ว ในการประชุม ครม. เดือนพฤศจิกายน 2566

คู่ขนานกันนั้น สภาผู้บริโภครวมได้ดำเนินโครงการแผนงานร่วมทุนกับ สสส. โดยมีวัตถุประสงค์ประการหนึ่งในการขับเคลื่อนข้อเสนอแนบนโยบายดังกล่าวในระดับพื้นที่ ผ่านการพัฒนายกระดับโรงเรียนต้นแบบการจัดการรถรับส่งนักเรียนปลอดภัย 20 แห่ง สู่โรงเรียนต้นแบบศูนย์การเรียนรู้การจัดการระบบรถรับส่งนักเรียนปลอดภัยใน 6 ภูมิภาค อีกด้วย

2.3 เปลี่ยนรถตู้เป็นมินิบัส

หนึ่งในสาเหตุหลักของอุบัติเหตุบนท้องถนนที่เกิดกับรถโดยสารทางไกลระหว่างจังหวัด เกิดจากสภาพรถโดยสารที่เป็นรถตู้ดัดแปลงเพื่อรับผู้โดยสารจำนวนมาก ซึ่งไม่เหมาะสมกับการใช้เพื่อการขนส่งสาธารณะ สภาผู้บริโภครวมจึงได้เสนอแนบนโยบายเพื่อปรับปรุงระบบสัมปทานเส้นทางรถโดยสาร โดยให้เปลี่ยนคุณลักษณะรถขนส่งสาธารณะจากรถตู้เป็นรถมินิบัสที่มีโครงสร้างเหมาะสมกว่า เพื่อความปลอดภัยของผู้โดยสาร อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการดำเนินการในประเด็นนี้ เกี่ยวข้องกับกฎระเบียบของรัฐและมีผู้ที่มีส่วนได้เสียเป็นจำนวนมาก ในปัจจุบันประมาณ

2566 นี้จึงยังไม่มีความคืบหน้าในการตอบรับนโยบายนี้

2.4 จักรยานยนต์ปลอดภัยติดเบรกเอบีเอส ทุกคันทุกรุ่น

หนึ่งในสาเหตุการเสียชีวิตของผู้ขับขี่จักรยานยนต์จำนวนมากเกิดจากปัญหาเบรกล้อรถ กรมการขนส่งทางบกจึงยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยของรถจักรยานยนต์ด้วยการออกประกาศ พ.ศ. 2564 กำหนดคุณสมบัติ คุณลักษณะ สมรรถนะ และกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการรับรองแบบระบบห้ามล้อสำหรับรถจักรยานยนต์ เพื่อบังคับการติดตั้งระบบห้ามล้อที่มีระบบป้องกันการลื่นของล้อ (ระบบเบรกแบบเอบีเอส: ABS) ในรถจักรยานยนต์ที่มีความจุกระบอกสูบเกินกว่า 125 ลูกบาศก์เซนติเมตร และให้ติดตั้งระบบห้ามล้อร่วม (ระบบเบรกแบบซีบีเอส: CBS) หรือระบบห้ามล้อที่มีระบบป้องกันการลื่นของล้อระบบใดระบบหนึ่งหรือทั้งสองระบบ ในรถจักรยานยนต์ขนาดต่ำกว่า 125 ลูกบาศก์เซนติเมตร โดยจะมีผลบังคับสำหรับรถใหม่ในวันที่ 1 มกราคม 2567

ต่อมาในการประชุมหารือแนวทางการบังคับใช้ประกาศฯ ของกรมการขนส่งทางบก เมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2566 ได้มีการนำเสนอเรื่องที่มาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยแจ้งขอเลื่อนการบังคับติดตั้งระบบห้ามล้อร่วม (CBS) สำหรับรถจักรยานยนต์ที่มีขนาดกระบอกสูบต่ำกว่า 125 ลูกบาศก์เซนติเมตร (เฉพาะรุ่นที่ผ่านการรับรองแบบตามประกาศฯ แล้ว ในปี 2565-2566) ออกไปเป็นวันที่ 1 มกราคม 2569 โดยอ้างว่าอยู่ระหว่างการพัฒนาและวิจัยสำหรับการออกแบบระบบห้ามล้อให้เป็นไปตามข้อกำหนดของประกาศฯ

อย่างไรก็ตาม สภาผู้บริโภครวมได้เข้าปรึกษาหารือกับสมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย ในวันที่ 18 กรกฎาคม 2566 และเสนอความเห็นที่สมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยสามารถเร่งดำเนินการติดตั้งระบบห้ามล้อที่ได้มาตรฐานความปลอดภัยในรถจักรยานยนต์ที่มีขนาดกระบอกสูบต่ำกว่า 125 ลูกบาศก์เซนติเมตรทุกรุ่นทุกคันให้ทันตามกำหนดเวลาวันที่ 1 มกราคม 2567 ได้

ด้านที่ 3: อสังหาริมทรัพย์และที่อยู่อาศัย

แม้ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์จะประสบความสำเร็จกันอยู่บ้าง แต่ความต้องการที่อยู่อาศัยทั้งในกรุงเทพฯ และในจังหวัดใหญ่ๆ ยังคงมีอยู่อย่างต่อเนื่อง โดยที่ผู้บริโภคกลุ่มผู้ซื้อบ้านหรือคอนโดยังคงประสบปัญหาในลักษณะเดิมๆ ที่สะท้อนความไม่เป็นธรรมด้านสัญญา ดังเช่นปัญหาการโดนริบเงินจองหลังจากกู้เงินซื้อบ้านไม่ผ่าน ทางสภาผู้บริโภคจึงจัดประชุมร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) เรื่องแนวทางการควบคุมสัญญาเช่าซื้ออสังหาริมทรัพย์ โดยมีข้อเสนอต่อ สคบ. ให้ธุรกิจเช่าซื้ออสังหาริมทรัพย์เป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญา ซึ่งคณะกรรมการว่าด้วยสัญญาของ สคบ. สามารถใช้อำนาจดำเนินการได้ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มาตรา 35 ทวิ ประกอบกับมาตรา 3 4 และ 5 แห่งพระราชกฤษฎีกากำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการในการกำหนดธุรกิจที่ควบคุมสัญญาและลักษณะของสัญญา พ.ศ. 2542 กำหนดมาตรฐานสัญญาเช่าซื้ออสังหาริมทรัพย์ รวมถึงสัญญาเช่าซื้ออสังหาริมทรัพย์ ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมกับผู้บริโภคด้านสัญญา

อย่างไรก็ตาม สภาผู้บริโภคพบว่า เนื่องจากอำนาจหน้าที่ในการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบเป็นของคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา ไม่ใช่ของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค คณะกรรมการว่าด้วยสัญญาจึงอาจไม่สามารถที่จะออกประกาศที่เป็นหลักเกณฑ์กลางในการควบคุมสัญญาเชิงภาพรวม เนื่องจากแต่ละธุรกิจมีลักษณะและรายละเอียดที่แตกต่างกัน แต่สำหรับบางธุรกิจที่ไม่สามารถควบคุมสัญญาได้ อาจออกเป็นประกาศควบคุมหลักฐานการรับเงินก็ได้

นอกจากนั้น สภาผู้บริโภคยังได้จัดจ้างที่ปรึกษาเพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญาให้ได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญาในทุกด้าน โดยให้ศึกษาเปรียบเทียบรูปแบบของสัญญาในต่างประเทศและในประเทศไทย ว่ามีข้อดี ข้อเสียต่างกันอย่างไร เพื่อวิเคราะห์หาประเด็นที่ประเทศไทยยังขาดในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา สำหรับใช้เป็นข้อมูลพัฒนาข้อเสนอต่อหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง ให้เกิดความคืบหน้าในประเด็นนี้ต่อไป

ด้านที่ 4: อาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ

จากประเด็นเชิงนโยบายที่กำหนดไว้ในเรื่องการติดตามสถานการณ์การเจรจาหนังสือสัญญาระหว่าง

ประเทศ และเรื่องการจัดตั้งระบบเตือนภัยอาหารไม่ปลอดภัยโดยท้องถิ่นเพื่อท้องถิ่น ในปีงบประมาณ 2566 มีความคืบหน้าการดำเนินการ ดังนี้

4.1 การติดตามการเจรจาหนังสือสัญญาระหว่างประเทศ CPTPP

สืบเนื่องจากการที่รัฐบาลไทยมีความประสงค์ที่จะลงนามในความตกลงที่ครอบคลุมและก้าวหน้าสำหรับหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิก (CPTPP) ซึ่งสภาผู้บริโภคได้ดำเนินการเรียกร้องต่อเนื่องให้รัฐบาลไทยสร้างกระบวนการการมีส่วนร่วมของผู้ที่อาจได้รับผลกระทบ ไม่ว่าจะเป็นด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ อาหาร ยา และความหลากหลายทางเมล็ดพันธุ์พืช เป็นต้น ซึ่งในปีงบประมาณ 2566 สภาผู้บริโภคยังคงดำเนินการในแนวทางดังกล่าว โดยในเดือนตุลาคม 2565 ได้มีหนังสือถึงรัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย เรื่อง ขอรบรับข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนและกระบวนการการรับฟังความคิดเห็น CPTPP ที่กระทรวงมหาดไทยมอบหมายให้ผู้ว่าราชการจังหวัดทั้ง 77 จังหวัดทั่วประเทศดำเนินการ รวมถึงขอรบรับถึงข้อมูลที่ใช้ประกอบการรับฟังความคิดเห็นว่ามีอะไรบ้าง โดยเฉพาะข้อมูลรายงานของคณะกรรมการวิสามัญพิจารณาศึกษาผลกระทบจากการเข้าร่วมความตกลงที่ครอบคลุมและก้าวหน้าสำหรับหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิก (CPTPP) สภาผู้แทนราษฎร และข้อเสนอสภาองค์กรของผู้บริโภคที่เสนอต่อรัฐมนตรี คณะกรรมการนโยบายเศรษฐกิจระหว่างประเทศ (กนศ.) และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ว่ามีการใช้ข้อมูลสำคัญดังกล่าวด้วยหรือไม่

ในการนี้ กระทรวงมหาดไทยได้มีหนังสือตอบกลับมาเมื่อวันที่ 8 พฤศจิกายน 2565 ซึ่งแจ้งกระบวนการรับฟังความคิดเห็น CPTPP ที่กระทรวงมหาดไทยทำผ่านผู้ว่าราชการจังหวัดทั้ง 77 จังหวัดทั่วประเทศ ว่าได้มีการจัดให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มเข้าร่วม และมีการใช้ข้อมูลรายงานของคณะกรรมการวิสามัญฯ ของสภาผู้แทนราษฎรด้วย

ต่อมา ในวันที่ 13 ธันวาคม 2565 สภาผู้บริโภคได้มีหนังสือขอรบรับเรื่องขั้นตอน กระบวนการ และข้อมูลที่จะนำเข้าสู่การรับฟังความคิดเห็นการเตรียมความพร้อมกรณีเข้าเป็นภาคีอนุสัญญา UPOV1991 ในการเจรจาเข้าร่วมความตกลง CPTPP ถึงรัฐมนตรี

ว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ อีกหนึ่งฉบับ โดยเนื้อหาได้แสดงความกังวลถึงคำถามในการสำรวจความคิดเห็นของสำนักคุ้มครองพันธุ์พืช กรมวิชาการเกษตร ว่า เป็นกลางหรือไม่ ตัวอย่างเช่น คำถามข้อ 5. ที่ว่า “ท่านคิดว่าประเทศไทยควรใช้เวลากี่ปีเพื่อเตรียมความพร้อมก่อนการให้สัตยาบันอนุสัญญา UPOV1991” อาจเป็นการบังคับให้ตอบโดยไม่มีข้อให้เลือกว่าไม่เห็นด้วยกับการให้สัตยาบัน

หลังจากนั้น เมื่อผลการรับฟังความคิดเห็นของกรมวิชาการเกษตรที่สนับสนุนการเจรจาเข้าร่วมความตกลง CPTPP และ/หรือรับเป็นภาคีอนุสัญญา UPOV1991 ออกมาแล้ว ในเดือนมิถุนายน 2566 สภาผู้บริโภคนำข้อเสนอดังกล่าวมาขึ้นที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์และถึงรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ขอคัดค้านการใช้ผลการรับฟังความคิดเห็นดังกล่าว โดยยืนยันข้อเสนอแนะเดิมที่ได้เสนอต่อนายกรัฐมนตรีไปแล้ว คือขอให้คณะรัฐมนตรีชะลอการแสดงความจำนงเข้าร่วม CPTPP จนกว่าจะมีความเห็นร่วมที่แท้จริงบนฐานของความถูกต้อง กล่าวคือ จนกว่าการศึกษาวิจัยเปรียบเทียบผลกระทบด้านบวกและด้านลบแล้วเสร็จ โดยต้องนำเสนอผลการศึกษาวิจัยเปรียบเทียบฯ ต่อสาธารณะทันทีเมื่อแล้วเสร็จ และหากข้อมูลพบผลกระทบด้านลบมากกว่าผลดีที่จะเกิดขึ้น ก็ขอให้รัฐบาลมีมติหยุดการเข้าร่วมเจรจาความตกลง CPTPP ต่อไป

4.2 จัดตั้งระบบเตือนภัยอาหารไม่ปลอดภัยโดยท้องถิ่นเพื่อท้องถิ่น

ปัญหาอาหารไม่ปลอดภัยในท้องถิ่นมีสาเหตุหลักประการหนึ่งเกิดจากการที่มีผู้ประกอบการจำนวนมากโฆษณาผลิตภัณฑ์อาหารและพืชสมุนไพรของตนเองเกินจริง โดยเฉพาะการแอบอ้างสรรพคุณด้านการรักษาโรค ต่อเรื่องนี้ ในวันที่ 24 เมษายน 2566 สภาผู้บริโภคนำได้มีการประชุมหารือแนวทาง

การจัดการปัญหาโฆษณาผลิตภัณฑ์สมุนไพรร่วมกับกองผลิตภัณฑ์สมุนไพร สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) จากนั้นในวันที่ 30 พฤษภาคม 2566 ก็ได้ร่วมกันดำเนินโครงการอบรมปฏิบัติการเฝ้าระวังและการจัดการการโฆษณาสรรพคุณด้านสุขภาพเกินจริงของผลิตภัณฑ์สมุนไพร ระหว่างเครือข่ายองค์กรผู้บริโภคกับกองผลิตภัณฑ์สมุนไพร เพื่อตอบสนองต่อสถานการณ์ปัจจุบันที่มีการโฆษณาหลอกลวงผ่านสื่อต่างๆ อย่างมาก ทั้งทาง วิทยูโทรทัศน์ เฟซบุ๊ก และบนแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ

นอกจากนี้ ยังได้ร่วมกันปฏิบัติการเพื่อให้เกิดแนวทางการบังคับใช้กฎหมาย (พระราชบัญญัติสมุนไพร พ.ศ. 2562) ด้วยการจัดการและมีระบบการแจ้งเตือนภัยที่รวดเร็ว มีคลังข้อมูลผลิตภัณฑ์สุขภาพสาธารณะ (Health Products' Public Data Bank) และเกิดรูปแบบการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานของรัฐกับองค์กรผู้บริโภคในการจัดการปัญหา โดยมีทั้งหน่วยงานประจำจังหวัด 13 หน่วย หน่วยงานเขตพื้นที่ 4 เขต และผู้แทนจากคณะอนุกรรมการด้านอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ เข้าร่วม

จากปัญหาโฆษณาสุขภาพเกินจริงที่แก้ไม่จบ ผลจากการที่สภาผู้บริโภคและเครือข่ายองค์กรผู้บริโภคร่วมมือทำงานกับ อย. อย่างต่อเนื่อง จึงเกิดการเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ อย. ประกาศห้ามจำหน่ายจำนวน 13 ตัวอย่าง เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ได้ขออนุญาต และไม่ได้รับอนุญาตให้โฆษณา แต่กลับพบว่าทั้ง 13 ตัวอย่างยังมีการวางจำหน่ายบนแพลตฟอร์มตลาดออนไลน์ทั้ง ลาซาด้า ช้อปปี้ และเฟซบุ๊ก สภาผู้บริโภคจึงได้ส่งเรื่องให้กองผลิตภัณฑ์สมุนไพรดำเนินการตามกฎหมายต่อไป พร้อมทั้งเผยแพร่สื่อสารให้กับประชาชนทราบ



ระวัง 13 ยาสมุนไพรผิดกฎหมาย!
ก็ยังวางจำหน่ายบนแพลตฟอร์มตลาดออนไลน์
ทั้ง LAZADA SHOPEE และ FACEBOOK

ด้านที่ 5: บริการสุขภาพ

ในงานด้านบริการสุขภาพ สภาผู้บริโภคมักมีการดำเนินการในสองประเด็นหลัก ได้แก่ เรื่องบริการสุขภาพมาตรฐานเดียว และเรื่องการผลักดันร่างพระราชบัญญัติผู้สูงอายุและบำนาญพื้นฐานแห่งชาติ (ฉบับที่...) พ.ศ. ... หรือกฎหมายบำนาญประชาชน

5.1 บริการสุขภาพมาตรฐานเดียว

เนื่องจากระบบประกันสุขภาพในประเทศไทยมีการแบ่งแยกเป็น 3 ระบบหลัก คือ กองทุนประกันสังคม หลักประกันสุขภาพแห่งชาติ (สิทธิบัตรทอง) และสวัสดิการรักษายาบาลข้าราชการ ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงบริการสุขภาพของประชาชนไทยมาอย่างยาวนาน โดยเฉพาะกองทุนประกันสังคมที่บริหารจัดการโดยสำนักงานประกันสังคม (สปส.) ซึ่งเป็นกองทุนเดียวที่ประชาชนยังต้องจ่ายเงินสมทบทุกเดือน เพื่อเป็นค่ารักษาพยาบาล แตกต่างจากสิทธิบัตรทองและสิทธิสวัสดิการข้าราชการ ที่ผู้ใช้สิทธิสามารถรับบริการสุขภาพได้โดยไม่ต้องจ่ายเงินสมทบ ด้วยเหตุนี้ สภาผู้บริโภคจึงเห็นว่าควรมีการผลักดันให้สิทธิการรักษาพยาบาลของคนไทยทุกคนอยู่ภายใต้ระบบสุขภาพมาตรฐานเดียว เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในสังคม โดยในปี 2566 ได้จัดกิจกรรมเข้าพบและหารือกับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งดำเนินการที่เกี่ยวข้อง สรุปโดยสังเขปได้แก่

- การเข้าพบเลขาธิการสำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ (สปสช.) โดยสภาผู้บริโภคและภาคีเครือข่ายภาคประชาชน เมื่อวันที่ 12 กรกฎาคม 2566 เพื่อหารือและแลกเปลี่ยนแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภคด้านบริการ โดยเฉพาะการแก้ไขปัญหาการเรียกเก็บค่าบริการจากหน่วยบริการหรือโรงพยาบาลที่ไม่มีสิทธิเรียกเก็บ (Extra Billing) การส่งเสริมระบบบริการปฐมภูมิ ตลอดจนการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในการร่วมพัฒนาระบบบริการสุขภาพ
- การเข้าพบรองปลัดกระทรวงสาธารณสุข โดยสภาผู้บริโภคและภาคีเครือข่ายภาคประชาชน เมื่อวันที่ 25 กรกฎาคม 2566 เพื่อหารือแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภคด้านบริการสุขภาพ สืบเนื่องจากที่ผ่านมา กว่าสองปี สภาผู้บริโภคได้รับการร้องเรียนด้านบริการสุขภาพเป็นจำนวนมากถึง 2,564 เรื่อง แบ่งเป็นประเด็นการถูกเรียกเก็บค่ารักษาพยาบาล รวมถึงสิทธิเจ็บป่วยฉุกเฉินวิกฤต หรือที่เรียกว่าสิทธิฉุกเฉิน

(UCEP) ในผู้ป่วยสิทธิบัตรทอง 1,171 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 45.67 ของเรื่องร้องเรียนด้านบริการสุขภาพทั้งหมด อันดับสองเป็นเรื่องการต้องชำระเงินเอง/เบิกประกันของตนเอง จำนวน 956 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 37.29 และอันดับสามคือเรื่องสิทธิเจ็บป่วยฉุกเฉิน 3 กองทุน/สิทธิฉุกเฉินรักษาโควิด19 จำนวน 245 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 9.56 ทั้งนี้ เพื่อสะท้อนปัญหาผู้บริโภคต่อกระทรวงสาธารณสุขสำหรับเป็นแนวทางแก้ปัญหาต่อไป

- สภาผู้บริโภคได้ริเริ่มจัดจ้างที่ปรึกษาเพื่อดำเนินการศึกษาการปรับปรุง (ร่าง) พระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ. ... กรณีผู้ประกันตนไม่ต้องจ่ายค่าบริการสุขภาพ และนำเงินสมทบเรื่องสุขภาพเพิ่มเติมในบำนาญสุขภาพ ทั้งนี้เพื่อให้มีข้อมูลสำหรับการจัดทำข้อเสนอนโยบายและมาตรการลดความเหลื่อมล้ำด้านบริการสุขภาพต่อไป

5.2 การผลักดันร่างพระราชบัญญัติผู้สูงอายุและบำนาญพื้นฐานแห่งชาติ

ด้วยความตระหนักว่า ผู้สูงอายุที่เคยเป็นผู้เสียภาษีให้กับประเทศมาตลอดทั้งชีวิตควรได้มีคุณภาพชีวิตที่เหมาะสมจากการได้รับบำนาญพื้นฐาน อย่างน้อยจำนวน 3,000 บาทต่อเดือน สภาผู้บริโภคพร้อมด้วยองค์กรสมาชิกและเครือข่ายผู้บริโภค จึงได้ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการผลักดันเรื่องบำนาญประชาชน โดยในระหว่างปีงบประมาณ 2566 ได้เข้าร่วมดำเนินการรวบรวมรายชื่อประชาชนจำนวน 10,000 รายชื่อ เพื่อการเสนอร่างพระราชบัญญัติผู้สูงอายุและบำนาญพื้นฐานแห่งชาติ ฉบับของภาคประชาชน ซึ่งได้ยื่นร่างกฎหมายดังกล่าวต่อสภาผู้แทนราษฎรไปแล้วในเดือนธันวาคม 2566

นอกจากนั้น สภาผู้บริโภคยังได้จัดให้มีการวิจัยศึกษาความเป็นไปได้ของการจัดตั้งกองทุนบำนาญพื้นฐานแห่งชาติ และการวิเคราะห์ผลกระทบของการจัดสรรเงินบำนาญประชาชนที่มีต่อเศรษฐกิจและสังคม เพื่อเป็นข้อเสนอแนะทางวิชาการสนับสนุนกฎหมายบำนาญพื้นฐานแห่งชาติ ฉบับภาคประชาชน อีกด้วย

ทั้งนี้ ปัจจุบันพบว่า กว่าครึ่งหนึ่งของผู้สูงอายุไทยมีปัญหา “แก่ก่อนรวย” ตามข้อมูลในรายงานผู้สูงอายุ ปี 2565 ผู้สูงอายุไทยที่มีเงินออมมีเพียงร้อยละ 54.3 ของจำนวนผู้สูงอายุทั้งหมด โดยผู้ที่มีเงินออมต่ำกว่า 50,000 บาท มีมากถึงร้อยละ 41.4

ในขณะที่ผู้ที่มีเงินออมตั้งแต่ 400,000 บาทขึ้นไป มีเพียงร้อยละ 11.9

การกำหนดให้มีบ้านอายุพื้นฐาน นอกจากเป็นการสนับสนุนด้านการเงินแก่ผู้สูงอายุที่เคยเป็นผู้ที่จ่ายภาษีให้แก่ประเทศทั้งทางตรงและทางอ้อม ยังจะส่งผลเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ ดังที่งานวิจัยของคณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ชี้ว่า หากมีการให้บ้านอายุพื้นฐานจำนวน 3,000 บาทต่อเดือน แก่ผู้สูงอายุจะส่งผลให้ค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (จีดีพี) เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 4.17

ด้านที่ 6: สินค้าและบริการทั่วไป

ในด้านสินค้าและบริการทั่วไป สภาผู้บริโภคได้ดำเนินการในสองประเด็นหลัก ดังนี้

6.1 ร่างพระราชบัญญัติความรับผิดเพื่อความชำรุดบกพร่องของสินค้า พ.ศ. ... (กฎหมายเลมอนลอร์)

หลังจากสภาผู้บริโภคได้มีส่วนร่วมในการผลักดันร่างพระราชบัญญัติความรับผิดเพื่อความชำรุดบกพร่องของสินค้า พ.ศ. ... หรือ “เลมอนลอร์” มาโดยตลอด ซึ่งมีสาระสำคัญเป็นการกำหนดความรับผิดของผู้ประกอบการธุรกิจต่อความชำรุดบกพร่องของสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้า อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ รถยนต์ส่วนบุคคล และรถจักรยานยนต์ส่วนบุคคล รวมถึงสินค้าอื่นๆ จนกระทั่งคณะรัฐมนตรีได้อนุมัติหลักการของร่างกฎหมายดังกล่าวเมื่อวันที่ 22 พฤศจิกายน 2565

ตั้งนั้นในปีงบประมาณ 2566 สภาผู้บริโภคยังคงขับเคลื่อนในกระบวนการออกกฎหมายนี้อย่างต่อเนื่อง รวมถึงดำเนินการด้านการสื่อสารสาธารณะเพื่อสนับสนุนร่างกฎหมายนี้ด้วย โดยมุ่งหมายให้พระราชบัญญัติดังกล่าวตอบสนองต่อเจตนารมณ์การคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย มาตรา 46 และ 61

อย่างไรก็ตาม การพิจารณาร่างกฎหมายฉบับนี้ต้องสะดุดหยุดลงเนื่องจากมีการยุบสภาและเลือกตั้งใหม่ในปี 2566 ทำให้ต้องนำร่างกฎหมายเสนอให้คณะรัฐมนตรีชุดใหม่พิจารณาอีกครั้ง ส่วนข้อขัดข้องอีกประการหนึ่งก็คือ ยังคงมีข้อหารื้อในประเด็นเรื่องความครอบคลุมในนิยามของกฎหมาย

6.2 การเร่งจัดระเบียบการค้าและการเงินออนไลน์

คณะกรรมการด้านสินค้าและบริการทั่วไปของสภาผู้บริโภค ได้มีความเห็นประกอบการประเมินผลสัมฤทธิ์ของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ในวันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2566 ในประเด็นการคุ้มครองผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าออนไลน์จากผู้ขายสินค้าบนแพลตฟอร์มที่มีความหลากหลาย ซึ่งบางรายไม่ได้จดทะเบียนผู้ขายในตลาดแบบตรงตามช่องทางในประกาศที่เกี่ยวข้องตาม พ.ร.บ.นี้ โดยมีการยกเว้นไว้ให้กับผู้ค้ารายเล็กที่มีรายได้ไม่ถึง 1.8 ล้านบาท จึงกลายเป็นช่องว่างที่เปิดทางให้มีฉ้อฉลแฝงตัวเข้ามาหลอกลวงประชาชนได้ในอีกทางหนึ่ง

สภาผู้บริโภคได้ร่วมกับสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.) หรือ ETDA และกองบัญชาการตำรวจสืบสวนสอบสวนอาชญากรรมทางเทคโนโลยี (กองบัญชาการตำรวจไซเบอร์) พัฒนาศักยภาพเครือข่ายองค์กรของผู้บริโภค ด้วยการจัดเสวนาเมื่อวันที่ 5 กรกฎาคม 2566 เพื่อเสริมสร้างความรู้และเครื่องมือในการทำงานคุ้มครองผู้บริโภค ในเรื่องของกฎหมายที่เกี่ยวข้อง หลังจากนั้น ในวันที่ 16 สิงหาคม 2566 ได้จัด “การอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อการเฝ้าระวังภัยสินค้าออนไลน์บนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย” เพื่อติดอาวุธให้องค์กรสมาชิกในเรื่องเกี่ยวกับมาตรฐานชุมชนของเฟซบุ๊กและแนวทางการจัดการเพจฉ้อฉลอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งมีเวิร์กช็อปแนะนำวิธีการรายงานเพจและโพสต์ที่ละเมิดมาตรฐานชุมชนให้ผู้เข้าร่วมอบรมได้ทดลองปฏิบัติ พร้อมกันนั้นยังได้จัดให้มีเวทีเสวนาแลกเปลี่ยนประสบการณ์และแนวทางการทำงานร่วมกัน ระหว่างสภาผู้บริโภค สพธอ. และตัวแทนจากเฟซบุ๊ก (Facebook) ประเทศไทย และจากเมต้า (Meta) โดยมีการแลกเปลี่ยนเรื่องแนวทางการแก้ปัญหาซื้อขายออนไลน์ รวมถึงการรายงานเพจที่ฉ้อโกง หรือเอาเปรียบผู้บริโภค

สำหรับปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญของการแก้ไขหรือป้องกันปัญหาอันเกิดจากการซื้อสินค้าออนไลน์ อาจประมวลได้ว่า เนื่องจากการค้าออนไลน์มีความเกี่ยวข้องกับหลายหน่วยงานที่มีอำนาจในการกำกับดูแล แต่มีแนวทางการจัดการปัญหาแตกต่างกัน รวมทั้งปัจจุบันยังไม่มีมาตรการทางกฎหมายที่จะจัดการปัญหา ที่มาจากการซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ จึงยังไม่มีแนวทางที่จะแก้ปัญหานี้ได้อย่างเบ็ดเสร็จ

ด้านที่ 7: การสื่อสาร โทรคมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศ

ด้วยเหตุที่ภัยคุกคามจากแก๊งคอลเซ็นเตอร์ (Call Center) และปัญหาข้อความสั้น (SMS) หลอกหลวง ยังคงสร้างความสูญเสียทางเศรษฐกิจและสร้างปัญหาการเงินส่วนบุคคลอย่างมหาศาล สภาผู้บริโภคร่วมกันดำเนินการในเรื่องนี้อย่างต่อเนื่อง ดังนี้

- ร่วมดำเนินงานในคณะทำงานพหุภาคีเพื่อแก้ไข ปัญหาแก๊งโทรศัพท์ (Call Center) และข้อความสั้น (SMS) หลอกหลวง ตามที่สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ได้มีคำสั่งแต่งตั้งประธานสภาผู้บริโภคร่วม ซึ่งคณะทำงานนี้มีอำนาจหน้าที่ในการศึกษาวิเคราะห์มาตรการและข้อกำหนดต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ในการแก้ไขปัญหาแก๊งคอลเซ็นเตอร์และปัญหา SMS หลอกหลวง เพื่อพิจารณาเสนอแนวทางปฏิบัติต่อ กสทช. ต่อไป
- สภาผู้บริโภคได้สำรวจปัญหาเกี่ยวกับการได้รับ SMS ทั้ง SMS กวนใจ และ SMS คิดเงิน รวมถึง SMS มิจฉาชีพ พบว่า ในส่วนของการกดยกเลิก SMS ด้วยหมายเลข *137 ตามที่มีการประชาสัมพันธ์จาก กสทช. และผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ว่าเป็นช่องทางที่ผู้บริโภคสามารถป้องกันและแก้ไขปัญหาได้ด้วยตนเองนั้น การกดยกเลิกจะได้ผลเพียงช่วงระยะเวลาหนึ่ง แล้วก็จะกลับมาได้รับ SMS ในรูปแบบต่างๆ เช่นเดิม สภาผู้บริโภคร่วมกันได้เผยแพร่ผลการสำรวจดังกล่าวต่อสาธารณะ พร้อมกับมีข้อเสนอต่อ กสทช. ว่า ควรเข้ามามีบทบาทในการคุ้มครองโทรคมนาคมทุกรายอย่างเข้มงวด ในขณะเดียวกันผู้ประกอบการก็ควรพัฒนาให้เกิดระบบที่ผู้บริโภคสามารถรับหรือปฏิเสธ SMS ที่ส่งเข้ามาได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- สภาผู้บริโภคได้ดำเนินงาน “โครงการศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้การจัดการปัญหาแก๊งโทรศัพท์ (Call Center) ไม่สำเร็จ” เพื่อศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยทางกฎหมายและข้อระเบียบของประเทศไทยในการแก้ไขปัญหาแก๊งคอลเซ็นเตอร์ เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและเชิงกฎหมายต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป ซึ่งยังอยู่ระหว่างการรอรายงานฉบับสมบูรณ์



ด้านที่ 8: บริการสาธารณะ พลังงาน และสิ่งแวดล้อม

ปัญหาด้านพลังงานวิกฤตได้สร้างภาระค่าใช้จ่ายให้กับผู้บริโภคอย่างมากมาเป็นเวลานาน ซึ่งสภาผู้บริโภคได้ให้ความสำคัญในการศึกษาข้อมูลและผลักดันให้เกิดความเปลี่ยนแปลงด้านนโยบายพลังงาน เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมต่อผู้บริโภคในหลายด้านอย่างต่อเนื่อง ในช่วงปีงบประมาณ 2566 นี้ สภาผู้บริโภคเล็งเห็นถึงความจำเป็นเร่งด่วนที่จะต้องมีการปรับปรุงการบริหารจัดการระบบพลังงานของประเทศให้มีประสิทธิภาพ ด้วยการบูรณาการทั้งด้านกิจการไฟฟ้า น้ำมัน และก๊าซธรรมชาติ ซึ่งจะเชื่อมโยงถึงปัญหาโลกร้อนด้วย ดังนี้

8.1 กิจการไฟฟ้า

8.1.1 สภาผู้บริโภคร่วมกับศูนย์วิจัยและสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDG Move) คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และสถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา (LDI) จัดกิจกรรมแถลงข่าว “ค่าไฟต้องแฟร์: ข้อเสนอภาคประชาสังคมและเอกชนถึงรัฐบาลใหม่” เมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2566 ณ หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร และได้มีการสื่อสารต่อสาธารณะในส่วนข้อเสนอ 5 ข้อเพื่อค่าไฟฟ้าที่เป็นธรรมของภาคประชาสังคมต่อรัฐบาลชุดใหม่ สำหรับการแก้ไขปัญหาค่าไฟฟ้าแพง ดังนี้

(1) ยุติการลงนามสัญญารับซื้อไฟฟ้า (PPA) จากโครงการขนาดใหญ่แห่งใหม่ทุกโครงการ จนกว่าไฟฟ้าสำรองจะลดลงสู่มาตรฐาน

(2) เร่งเดินหน้านโยบายเน็ตมิเตอร์ริง (Net-metering) หรือระบบหักลบหน่วยไฟฟ้ากับพลังงานแสงอาทิตย์และพลังงานหมุนเวียนอื่นๆ บนหลักการที่เสรีและเป็นธรรมต่อทุกฝ่าย และครอบคลุมทั้งประเทศ

(3) เปิดรับฟังความคิดเห็นและการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างกว้างขวาง โปร่งใส ตรวจสอบได้ ต่อร่างแผนพัฒนากำลังการผลิตไฟฟ้า (PDP) และร่างแผนพลังงานอื่นๆ

(4) พัฒนาระบบซื้อ-ขายส่งไฟฟ้าที่สร้างการแข่งขันที่เป็นธรรมสำหรับการผลิตและจำหน่ายภายใต้การกำกับดูแลของรัฐอย่างเหมาะสม ควบคู่กับการเจรจาตลาดการที่ไม่เป็นธรรมในสัญญาโรงไฟฟ้าต่างๆ ที่มีอยู่

(5) ให้นำต้นทุนก๊าซธรรมชาติจากแหล่งก๊าซที่มีราคาถูกกว่า ได้แก่ ก๊าซอ่าวไทยและก๊าซจากพม่าไปคิดเป็นต้นทุนการผลิตไฟฟ้า นอกจากนั้นยังได้ยื่นเรื่องขอเข้าพบรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพลังงาน เพื่อเสนอนโยบายราคาค่าไฟฟ้าที่เป็นธรรม 5 ข้อดังกล่าวด้วย ซึ่งอยู่ระหว่างรอเวลาเข้าพบต่อไป

8.1.2. จัดประชุมเชิงปฏิบัติการ พัฒนาความร่วมมือเพื่อผลักดันนโยบายคุ้มครองผู้บริโภคด้านพลังงานและสิ่งแวดล้อมที่เป็นธรรม เมื่อวันที่ 21 สิงหาคม 2566 ณ โรงแรมอมารีตاونเมืองแอร์พอร์ต กรุงเทพฯ โดยมีผู้เข้าร่วมกิจกรรมจากเครือข่ายผู้บริโภค เครือข่ายกองทุนแสงอาทิตย์ และเครือข่ายขับเคลื่อนค่าไฟฟ้าที่เป็นธรรม จำนวน 40 คน งานดังกล่าวส่งผลให้องค์กรที่ทำงานด้านพลังงานและสิ่งแวดล้อมซึ่งมิได้เป็นสมาชิกสภาผู้บริโภคได้รู้จักสภาผู้บริโภค และเกิดความร่วมมือแนบแน่นยิ่งขึ้นในการขับเคลื่อนนโยบายร่วมกันต่อไป

8.1.3. ทำเอกสารแถลงข่าว เรื่อง “สภาผู้บริโภคแนะรัฐบาลใหม่ประกาศนโยบายเน็ตมิเตอร์ริง (Net metering) แก้ปัญหาค่าไฟฟ้าแพงและส่งเสริมพลังงานหมุนเวียนของภาคครัวเรือนตามนโยบายรัฐ” เอกสารดังกล่าวได้เสนอความเห็นอย่างชัดเจนว่า การติดตั้งระบบเน็ตมิเตอร์ริงไม่มีข้อติดขัดในด้านเทคนิคและการดำเนินการ โดยได้เผยแพร่ผ่านเว็บไซต์และช่องทางสื่อสังคมออนไลน์อื่นๆ ขององค์กรในวันที่ 8 กันยายน 2566

8.1.4 ร่วมกับศูนย์วิจัยและสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDG Move) คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และมูลนิธิ ฟรีดริค เอแบร์ท หรือ FES (The Friedrich-Ebert-Stiftung)

จัดเสวนาวิชาการสาธารณะในวันที่ 22 กันยายน 2566 ณ โรงแรมบันยันทรี กรุงเทพฯ เพื่อเป็นการสื่อสารกับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียกับการเปลี่ยนผ่านพลังงานที่เป็นธรรม ให้ความสำคัญของการส่งเสริมการพึ่งพาตนเองด้านพลังงานด้วยการติดตั้งแผงโซลาร์บนหลังคาบ้านผ่านนโยบายการคิดค่าไฟฟ้าแบบเน็ตมิเตอร์ริง

8.2 น้ำมันและก๊าซหุงต้ม (LPG)

สภาผู้บริโภคได้ยื่นหนังสือลงวันที่ 24 สิงหาคม 2566 ต่อผู้ตรวจการแผ่นดิน เรื่อง ขอให้ดำเนินการตรวจสอบการกำกับดูแลค่าการตลาดน้ำมันเบนซินที่ไม่มีประสิทธิภาพของกระทรวงพลังงานและคณะกรรมการที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผู้ตรวจการแผ่นดินได้รับไว้เป็นเรื่องราวเรียนเมื่อวันที่ 30 สิงหาคม 2566

เพื่อแสวงหาข้อเท็จจริงจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและพิจารณาต่อไป

8.3 ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศจากสภาวะโลกร้อน

เนื่องจากภาวะโลกร้อนที่ก่อให้เกิดหายนภัยธรรมชาติทั่วโลก รวมถึงการมีผลด้านอุณหภูมิที่สูงขึ้นและสภาพอากาศแปรปรวนในประเทศไทย สภาผู้บริโภคจึงได้สนับสนุนนักวิชาการให้ดำเนินการศึกษาผลกระทบนโยบายคาร์บอนเครดิตและทางเลือกของประเทศไทย มีระยะเวลาดำเนินการตั้งแต่เดือนกันยายน 2566 ถึงเดือนพฤษภาคม 2567 เพื่อนำมาประกอบการจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายในเรื่องนี้ต่อไป



ความท้าทายของงานคุ้มครองผู้บริโภค ปี 2567

เพราะเหตุที่ทุกข์ของผู้บริโภคเกิดขึ้นได้ทุกวินาที ในทุกๆ พื้นที่ที่มีการซื้อหรือใช้สินค้าและบริการ ทำให้ภารกิจของสภาผู้บริโภคที่จะคุ้มครองผู้บริโภคจากการถูกเอาเปรียบ ต้องบรรลุความคาดหวังของผู้บริโภคตั้งแต่วันแรกที่เปิดดำเนินการในปี 2564 เมื่อพ้นจากช่วงปลายปีงบประมาณ 2566 จึงอาจกล่าวได้ว่าระยะ “ตั้งไข่” ได้ผ่านไปแล้ว ก้าวต่อไปของสภาผู้บริโภคจึงมีความท้าทายอย่างยิ่งยวด โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อสังคมยุคใหม่กำลังก้าวเข้าสู่สังคมบริโภคนิยมที่เทคโนโลยีได้เข้ามาเป็นตัวแปรสำคัญต่อพฤติกรรมผู้บริโภค สินค้าและบริการ

หากมองไปในอนาคตภายใน 5 ถึง 10 ปีข้างหน้า เราอาจพบกับการเอาเปรียบผู้บริโภค การละเมิดสิทธิ การคดโกงที่เป็นไปอย่างซับซ้อนและรุนแรงมากขึ้น การสร้างความรู้และการเท่าทันให้แก่ผู้บริโภค โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางด้านเทคโนโลยี จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งไม่อาจหลีกเลี่ยง เพื่อที่จะเตรียมผู้บริโภคให้พร้อมรับมือความเปลี่ยนแปลงที่กำลังเกิดขึ้น

ในภาพกว้าง สภาผู้บริโภคมีเป้าหมายที่จะสร้างการรู้เท่าทันเทคโนโลยีด้านเอไอ (AI : Artificial intelligence) ให้กับผู้บริโภคในระยะยาว พร้อมทั้งเสนอให้ภาครัฐเตรียมการสร้างกฎกติกาอย่างเหมาะสม เพื่อให้เอไอเป็นเทคโนโลยีที่ทำประโยชน์ ไม่ใช่เพื่อถูกนำมาใช้หลอกลวงผู้บริโภค

ในขณะเดียวกัน สภาผู้บริโภคมีแนวทางที่จะผลักดันร่างพระราชบัญญัติความรับผิดเพื่อความชำรุดบกพร่องของสินค้า หรือกฎหมายเลมอนลอร์วต่อไป จนกว่าจะมีการประกาศใช้ การดำเนินการด้านกฎหมายอีกส่วนหนึ่งคือการเสนอแก้ไขพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และที่แก้ไขเพิ่มเติม โดยการเสนอให้เพิ่มสิทธิผู้บริโภคจาก 5 ข้อเป็น 10 ข้อ เพื่อรับรองสิทธิผู้บริโภคให้

ทัดเทียมกับมาตรฐานสากล (UNGCP) เพิ่มเติมการคุ้มครองผู้บริโภคในยุคดิจิทัล และเสนอให้ปรับปรุงโครงสร้างคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคและคณะกรรมการเฉพาะด้านให้สามารถคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง โดยองค์กรผู้บริโภคร่วมมีส่วนร่วมในสัดส่วนที่ชัดเจน พร้อมทั้งบูรณาการการบังคับใช้กฎหมายกับ 22 หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

ในงานด้านกฎหมาย ยังได้เตรียมเสนอแก้ไขพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 ในประเด็นดังต่อไปนี้ 1) การกำหนดให้มีแผนยุทธศาสตร์ความปลอดภัยการบริโภคอาหารและแผนปฏิบัติการ 2) การเพิ่มประสิทธิภาพของระบบการคุ้มครองความปลอดภัยผู้บริโภค 3) การเพิ่มความรอบรู้ของประชาชนในการบริโภคอาหาร 4) การกระจายอำนาจและการมีส่วนร่วมขององค์กรผู้บริโภคและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 5) การเพิ่มประสิทธิภาพกำกับดูแลให้ผู้ประกอบธุรกิจปฏิบัติตามกฎหมายได้ถูกต้อง 6) การกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจมีหน้าที่และความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคและต่อสังคม และ 7) แก้ไของค์ประกอบของคณะกรรมการ โดยเพิ่มสัดส่วนผู้แทนจากองค์กรของผู้บริโภคที่ไม่แสวงหากำไร

118

เป้าหมายหลัก	ผลักดันร่างกฎหมาย 3 ฉบับ		
ยกร่างกฎหมาย	1. แก้ไข พ.ร.บ. คุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522	2. ผลักดันร่าง พ.ร.บ. ความรับผิดเพื่อความชำรุดบกพร่องของสินค้า (กฎหมายเลมอนลอร์ว)	3. แก้ไข พ.ร.บ. อาหาร พ.ศ. 2522
เป้าหมายปี 67	เสนอแก้ไข พ.ร.บ. คุ้มครองผู้บริโภค ฉบับประชาชน	เสนอร่าง พ.ร.บ. ความรับผิดเพื่อความชำรุดบกพร่องของสินค้า ฉบับ สภาองค์กรผู้บริโภค	เสนอแก้ไข พ.ร.บ. อาหาร ฉบับประชาชน
ตัวชี้วัด	<ul style="list-style-type: none"> มีการจัดทำร่าง พ.ร.บ. คุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. มีการเข้าชื่อเสนอกฎหมาย 10,000 ชื่อ 	<ul style="list-style-type: none"> มีการจัดทำร่าง พ.ร.บ. ความรับผิดเพื่อความชำรุดบกพร่องของสินค้า มีการเข้าชื่อเสนอกฎหมาย 10,000 ชื่อ 	<ul style="list-style-type: none"> มีการจัดทำร่าง พ.ร.บ. อาหาร มีการเข้าชื่อเสนอกฎหมาย 10,000 ชื่อ

นอกจากนั้น สมาชิกผู้บริโภคจะยังคงรณรงค์และคัดค้านการผูกขาดในกิจการโทรคมนาคมอย่างต่อเนื่องพร้อมไปกับการต่อสู้เพื่อการเข้าถึงพลังงานหมุนเวียนและราคาพลังงานที่เป็นธรรม การรู้เท่าทันแก๊งคอลเซ็นเตอร์ และประเด็นอื่นๆ ที่เป็นปัญหาหลักระดับชาติ ในขณะที่เดียวกันก็ไม่ละเลยการแก้ไขปัญหาสำหรับผู้บริโภคระดับปัจเจกที่มีลักษณะปัญหาาร่วมไม่ว่าจะเป็นสิทธิที่จะเปิดดูของก่อนจ่ายเงินในการสั่งซื้อของออนไลน์ การเดินทางระหว่างจังหวัดที่มีความสะดวก ปลอดภัย ในราคาที่เหมาะสม การซื้อตัวคอนเสิร์ตที่ไม่โดนเอาเปรียบ เป็นต้น

ด้วยว่าการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคมีโอกาสเกิดขึ้นได้ตลอดเวลาของการดำเนินชีวิตประจำวัน ความท้าทายสำคัญของสภาผู้บริโภคในปี 2567 จึงอยู่ที่ว่า ต้องทำอย่างไรที่จะสามารถใช้อำนาจและบทบาทตามที่กำหนดในมาตรา 14 แห่งพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างเต็มประสิทธิภาพและครอบคลุม รวมถึงผลักดันนโยบายหรือแนวทางการแก้ไขปัญหาสาธารณะที่แก้ไขได้ยาก ให้สามารถเกิดขึ้นได้จริง หรือมีความเป็นไปได้ที่จะสำเร็จมากขึ้น ทั้งนี้โดยดำเนินการผ่านภารกิจ 4 ด้านตามแนวทางของสภาผู้บริโภค คือ

1. การคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิ สนับสนุนข้อมูลเพื่อการรู้เท่าทันให้แก่ผู้บริโภคทั่วประเทศที่จะสามารถปกป้องสิทธิของตนเองได้ ในขณะเดียวกันก็มีการจัดทำฐานข้อมูลด้านการร้องทุกข์ให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลเหล่านั้นและนำไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริโภคสามารถจัดการต่อปัญหาเดียวกันได้ด้วยตนเอง โดยไม่จำเป็นต้องเข้ามาร้องเรียนต่อสภาผู้บริโภค แต่อาจขอความช่วยเหลือจากสภาผู้บริโภคได้เมื่อพบอุปสรรคหรือข้อติดขัด

อย่างไรก็ตาม เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภคที่ประสบปัญหาหรือเกิดความทุกข์จากการซื้อหาสินค้าหรือบริการ สภาผู้บริโภคจึงตั้งเป้าให้บริการสายด่วนหมายเลข 1502 เป็นช่องทางที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงการร้องเรียนหรือปรึกษาหารือกับทางสภาผู้บริโภคได้โดยง่ายมากยิ่งขึ้น

2. การสนับสนุนสร้างความเข้มแข็งให้แก่องค์กรสมาชิก ด้วยเป้าหมายที่จะขยายฐานองค์กรสมาชิกที่ขึ้นทะเบียนสถานะความเป็นองค์กรของผู้บริโภค (อกผ.3) ให้ครอบคลุมทั้ง 77 จังหวัดทั่วประเทศ สภาผู้บริโภคจึงแสวงหาความร่วมมือจากหน่วยงาน

และองค์กรต่างๆ เช่น สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (พอช.) องค์กรภาคประชาสังคมอื่นๆ หรือสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) มาร่วมกันทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพงานคุ้มครองผู้บริโภคให้กับองค์กรผู้บริโภคหน้าใหม่ระดับพื้นที่ ซึ่งจะนำไปสู่การเตรียมขึ้นทะเบียนฯ ในภายหลัง

ในส่วนขององค์กรสมาชิกที่ขึ้นทะเบียน อกผ.3 แล้ว สภาผู้บริโภคจะสนับสนุนให้สมาชิกมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการรับเรื่องร้องทุกข์ขึ้นพื้นฐานจัดให้มีสมุดรับเรื่องร้องทุกข์แบบออฟไลน์กรณีที่สมาชิกไม่สะดวกใช้เครื่องมือแบบออนไลน์ รวมถึงสนับสนุนให้สมาชิกที่มีศักยภาพในงานคุ้มครองผู้บริโภคยกระดับขึ้นเป็น ‘หน่วยคุ้มครองสิทธิของสภาผู้บริโภค’ เพื่อเตรียมพัฒนาเป็นหน่วยงานประจำจังหวัดของสภาผู้บริโภคต่อไป

3. การสื่อสารสาธารณะ จะมุ่งเน้นจัดทำสื่อให้ความรู้และข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการคุ้มครองผู้บริโภค การรู้เท่าทัน การสร้างพลังการต่อรองที่มีรูปแบบและเนื้อหาที่หลากหลาย ง่ายต่อการทำความเข้าใจ ทั้งนี้การพัฒนาแบบสื่อแต่ละชนิด รวมถึงช่องทางที่ใช้เผยแพร่ จะเป็นไปเพื่อความเหมาะสมต่อกลุ่มผู้บริโภคที่แตกต่าง เพื่อสนองตอบกับความต้องการให้มากขึ้น โดยมุ่งเน้นการสื่อสารในระดับท้องถิ่นและมีการพัฒนาสื่อที่จะช่วยเพิ่มโอกาสการเข้าถึงของกลุ่มผู้สูงอายุให้มากขึ้น

4. การจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบาย ในการจัดทำข้อเสนอทางนโยบายต่อภาครัฐและเอกชน สภาผู้บริโภคได้จัดลำดับความสำคัญของประเด็นปัญหาและพร้อมที่จะร่วมมือกับพรรคการเมืองในการผลักดันนโยบายที่มีผลกระทบต่อคนส่วนใหญ่ของประเทศ ซึ่งรวมทั้งประเด็นปัญหาเรื้อรังและแก้ไขได้ยาก เพื่อให้เกิดการปลดล็อกสภาปัญหาได้จริงหรือให้เกิดความคืบหน้าของการแก้ปัญหาเป็นลำดับขั้น หากปัญหาดังกล่าวไม่สามารถแก้ไขได้ในคราวเดียว

อย่างไรก็ตาม การแก้ไขทุกปัญหาให้สำเร็จในคราวเดียว หรือในหนึ่งปีงบประมาณนั้นเป็นไปได้ยาก สภาผู้บริโภคจึงมุ่งเน้นการทำงานในประเด็นหลักที่สำคัญ เพื่อให้เกิดการแก้ไขปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพเป็นรูปธรรม โดยในปีงบประมาณ 2567 สภาผู้บริโภคได้วางเป้าหมายผลักดันการแก้ไขปัญหาในประเด็นต่างๆ ตามโครงสร้างคณะกรรมการ 8 ด้าน ดังแสดงในภาพต่อไปนี้

เป้าหมายและแผนงานนโยบายคุ้มครองผู้บริโภค

ผ่านอนุกรรมการ 8 ด้าน สภาองค์กรของผู้บริโภค

	ประเด็นขับเคลื่อน	เป้าหมายปี 67
 <p>ด้านการเงินและการธนาคาร</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ภัยทุจริตทางการเงิน 2. การจัดการหนี้แบบเบ็ดเสร็จ 	<ul style="list-style-type: none"> ● มีการบังคับใช้กฎหมาย มีมาตรการชดเชยความเสียหาย ● รวมหนี้เป็นหนึ่งเดียว ไม่นำดอกเบียมาเป็นเงินต้น สมาชิกสภาเป็นกลไกใกล้เคียงที่เป็นธรรม
 <p>ด้านการขนส่งและยานพาหนะ</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. พัฒนาระบบบริการขนส่งมวลชนทุกคนขึ้นได้ 	<ul style="list-style-type: none"> ● การเข้าถึงรถไฟฟ้า ราคา 20 บาทเพิ่มขึ้น ● การพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะระดับจังหวัด
 <p>ด้านอสังหาริมทรัพย์และที่อยู่อาศัย</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. จะซื้อจะขายบ้าน คอนโด กู้ไม่ผ่าน ต้องไม่ถูกริบเงินจอง/เงินดาวน์ 2. ปรับปรุงข้อกำหนดเรื่องควบคุมอาคาร และสร้างการมีส่วนร่วมการจัดทำผังเมืองนำอยู่ 	<ul style="list-style-type: none"> ● พัฒนาสัญญาจะซื้อจะขาย บ้านคอนโดต้องลดความเสี่ยงกับผู้บริโภค ● สร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำผังเมืองนำอยู่ มีสภาพแวดล้อมที่ดีและปลอดภัย
 <p>ด้านอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. พัฒนาระบบเฟ้าระวัง PostMarketing ระดับท้องถิ่น 2. การบริโภคที่ยั่งยืน เกษตรกรมีรายได้มั่นคง และคุ้มครองชีวิตสัตว์เลี้ยง 	<ul style="list-style-type: none"> ● มีระบบเฟ้าระวังท้องถิ่นที่มีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย คณะทำงานแผนและมีการดำเนินงานร่วมกัน ● ส่งเสริมการบริโภคอาหารที่มาจาก การเลี้ยงสัตว์อาหารแบบปล่อยอิสระ

เป้าหมายและแผนงานนโยบายคุ้มครองผู้บริโภค (ต่อ)

ผ่านอนุกรรมการ 8 ด้าน สภากงศ์กรของผูบริโภค

ประเด็นขับเคลื่อน	เป้าหมายปี 67
 <p>ด้านบริการสุขภาพ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การยกระดับสิทธิประโยชน์ของผู้ประกันตนในระบบประกันสังคม 2. การพัฒนานโยบายมาตรการด้านสิทธิ UCEP 	<ul style="list-style-type: none"> • ยกระดับสิทธิผู้ประกันตน • การคุ้มครองสิทธิผู้ป่วยฉุกเฉินตัวหน้า
 <p>ด้านสินค้าและบริการทั่วไป</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. จัดระเบียบซื้อขายออนไลน์ ผู้ขายแสดงตัวตน ผู้บริโภคตรวจสอบสินค้าได้ 2. การยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์จากมาตรฐานทั่วไปเป็นมาตรฐานบังคับ 	<ul style="list-style-type: none"> • ผู้บริโภคสามารถเปิดดูสินค้าที่สั่งออนไลน์ก่อนจ่ายเงิน • มีการยกระดับผลิตภัณฑ์เป็นมาตรฐานบังคับเพิ่มขึ้น
 <p>สื่อสารและโทรคมนาคม</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การติดตามตรวจสอบเงื่อนไขและมาตรการเฉพาะหลังการรวบรวมกิจการโทรศัพท์เคลื่อนที่ 	<ul style="list-style-type: none"> • รายงานการละเลยการกระทำของ กสทช. และติดตามผลมาตรการหลังการรวบรวมกิจการฯ
 <p>ด้านบริการสาธารณะพลังงานและสิ่งแวดล้อม</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. พลังงานนโยบายโซลาร์ประชาชนด้วยระบบ Net metering 2. พลังงานนโยบายการแก้ไขปัญหาราคาพลังงาน ค่าไฟฟ้าพลังงานต้องแพร้ 	<ul style="list-style-type: none"> • การติดตั้งโซลาร์เซลล์บนหลังคาบ้านโดยมีระบบ Net metering รองรับ • ราคาพลังงานมีความเป็นธรรมกับประชาชน

จากประเด็นนโยบายใน 8 ด้านดังกล่าว สภาผู้บริโภคได้กำหนดเป้าหมายการดำเนินงานหลักออกมา 3 ประเด็น ได้แก่ เรื่องการมีกฎหมายว่าด้วยการชดเชยความเสียหาย (เลมอนลอร์ว) เรื่องการให้สิทธิผู้บริโภคเปิดดูสินค้าที่สั่งซื้อทางออนไลน์ก่อนจ่ายเงิน และเรื่องการจัดตั้งโซลาร์เซลล์บนหลังคาบ้านโดยมีระบบ Net metering รองรับ

กำหนด 3 ประเด็นเพื่อพุ่งเป้าการดำเนินการ



ด้านการเงิน
และการธนาคาร

ประเด็นขับเคลื่อน

- ภัยทุจริตทางการเงิน

เป้าหมายปี 67

- มีกฎหมายว่าด้วยการชดเชยความเสียหาย



ด้านสินค้า
และบริการทั่วไป

ประเด็นขับเคลื่อน

- ซื้อขายออนไลน์ ผู้ขายแสดงตัวตน ผู้บริโภคตรวจสอบสินค้าได้

เป้าหมายปี 67

- ผู้บริโภคมีสิทธิเปิดดูสินค้าที่สั่งทางออนไลน์ ก่อนจ่ายเงิน



ด้านบริการสาธารณะ
พลังงาน และ
สิ่งแวดล้อม

ประเด็นขับเคลื่อน

- พลักดันนโยบายโซลาร์ประชาชนโดยมีระบบ Net metering รองรับ

เป้าหมายปี 67

- การติดตั้งโซลาร์เซลล์บนหลังคาบ้าน โดยมีระบบ Net metering รองรับ



แต่ก่อนการคุ้มครองผู้บริโภคจะรับฟัง
ความเห็นเฉพาะภาครัฐเท่านั้น
ไม่ค่อยได้ฟังเสียงจากภาคประชาสังคม
การมีสภาองค์กรของผู้บริโภคจึงถือว่าเป็น
ก้าวใหญ่ที่ได้รับการยอมรับ
ทางกฎหมายแล้ว ดังนั้นภาครัฐต้องสนับสนุน
งบประมาณเพื่อให้สภาองค์กรของผู้บริโภค
ได้ทำหน้าที่ให้ได้ดีด้วย



ดร.สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์
ประธานสถาบันวิจัย
เพื่อการพัฒนาประเทศไทย
(ทีดีอาร์ไอ)

บทสัมภาษณ์ความท้าทายในการทำงานคุ้มครองผู้บริโภคระดับประเทศ
เมื่อวันที่ 30 ม.ค. 2566



นายทะเบียนกลางและนายทะเบียน
ประจำจังหวัด มีหน้าที่ในการรับจดแจ้งสถานะ
ขององค์กรของผู้บริโภคเพื่อให้องค์กร
ของผู้บริโภคเข้าร่วมเป็นสมาชิก
กับสภาองค์กรของผู้บริโภค
การร่วมไม่ร่วมมือกันจะก่อให้เกิดพลัง
ของผู้บริโภคในการที่จะร่วมแรงกัน
สร้างองค์กรของผู้บริโภคขึ้น เมื่อมีองค์กร
เครือข่ายครบครอบคลุมแล้ว การทำงาน
ด้านการคุ้มครองก็จะมีคามเข้มแข็ง



นายพิชเนส ต๊ะปวง

ผู้ตรวจราชการ
สำนักนายกรัฐมนตรี
ปฏิบัติหน้าที่นายทะเบียนกลาง

บทสัมภาษณ์งานประชุมเชิงปฏิบัติการ "รู้จักสภาองค์กรของผู้บริโภค
เพื่อนผู้บริโภคภาคใต้" จังหวัดนครศรีธรรมราช เมื่อวันที่ 27 ก.ย. 2566

PRODUCT EXPORT

ส่วนที่ 4

รายงานการเงินและ ความโปร่งใส

รายงานการเงิน ปีงบประมาณ 2566

การใช้จ่ายงบประมาณประจำปีงบประมาณ 2566

กลไกตรวจสอบการทำงานของสภาผู้บริโภคร

รายงานผลการดำเนินงานของ
คณะอนุกรรมการตรวจสอบ



สภาองค์กรของผู้บริโภค

รายงานการเงิน

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2566

โดย บริษัท สำนักงานสามสิบลี ออดิต จำกัด

รายงานของผู้สอบบัญชีรับอนุญาต

เสนอ คณะกรรมการ สภามงคลของผู้บริโภค

ความเห็น

ข้าพเจ้าได้ตรวจสอบรายงานการเงินของ สภามงคลของผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วยงบแสดงฐานะการเงิน ณ วันที่ 30 กันยายน 2566 งบแสดงผลการดำเนินงานทางการเงิน และงบแสดงการเปลี่ยนแปลงสินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน และงบกระแสเงินสด สำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกัน และหมายเหตุประกอบงบการเงิน รวมถึงสรุปนโยบายการบัญชีที่สำคัญ

ข้าพเจ้าเห็นว่า รายงานการเงินข้างต้นนี้แสดงฐานะการเงินของ สภามงคลของผู้บริโภค ณ วันที่ 30 กันยายน 2566 ผลการดำเนินงานและงบกระแสเงินสด สำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกัน โดยถูกต้องตามที่ควรในสาระสำคัญตามมาตรฐานการบัญชีภาครัฐและนโยบายการบัญชีภาครัฐที่กระทรวงการคลังกำหนด

เกณฑ์ในการแสดงความเห็น

ข้าพเจ้าได้ปฏิบัติตามตรวจสอบตามหลักเกณฑ์มาตรฐานเกี่ยวกับการตรวจเงินแผ่นดินและมาตรฐานการสอบบัญชี ความรับผิดชอบของข้าพเจ้าได้กล่าวไว้ในวรรคความรับผิดชอบของผู้สอบบัญชีต่อการตรวจสอบรายงานการเงิน ในรายงานของข้าพเจ้า ข้าพเจ้ามีความเป็นอิสระจากหน่วยงานตามหลักเกณฑ์มาตรฐานเกี่ยวกับการตรวจเงินแผ่นดินที่กำหนดโดยคณะกรรมการตรวจเงินแผ่นดินและประมวลจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีรวมถึงมาตรฐานเรื่องความเป็นอิสระที่กำหนดโดยสภาวิชาชีพบัญชี (ประมวลจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี) ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบรายงานการเงิน และข้าพเจ้าได้ปฏิบัติตามความรับผิดชอบด้านจรรยาบรรณอื่น ๆ ซึ่งเป็นไปตามหลักเกณฑ์มาตรฐานเกี่ยวกับการตรวจเงินแผ่นดินและประมวลจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ข้าพเจ้าเชื่อว่าหลักฐานการสอบบัญชีที่ข้าพเจ้าได้รับเพียงพอและเหมาะสมเพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการแสดงความเห็นของข้าพเจ้า

ข้อมูลและเหตุการณ์ที่เน้น

ข้าพเจ้าขอให้สังเกตหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 2 ในระหว่างปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 สภามงคลของผู้บริโภค ได้เปลี่ยนแปลงนโยบายการบัญชีที่ถือปฏิบัติจากมาตรฐานการรายงานการเงินเป็นมาตรฐานการบัญชีภาครัฐ และนโยบายการบัญชีภาครัฐที่กระทรวงการคลังกำหนด อย่างไรก็ตาม ไม่มีผลกระทบต่อรายงานการเงินอย่างมีสาระสำคัญ ความเห็นของข้าพเจ้าจึงมิได้เปลี่ยนแปลงไปจากกรณีดังกล่าว

เรื่องอื่น

รายงานการเงินของสภามงคลของผู้บริโภค ณ วันที่ 30 กันยายน 2565 ที่แสดงเป็นข้อมูลเปรียบเทียบตรวจสอบโดยผู้สอบบัญชีอื่น ซึ่งแสดงความเห็นอย่างไม่มีเงื่อนไข ตามรายงานลงวันที่ 24 มกราคม 2566

ข้อมูลอื่น

ผู้บริหารเป็นผู้รับผิดชอบต่อข้อมูลอื่น ข้อมูลอื่นประกอบด้วย ข้อมูลซึ่งรวมอยู่ในรายงานประจำปี แต่ไม่รวมถึงรายงานการเงินและรายงานของผู้สอบบัญชีที่อยู่ในรายงานประจำปีนั้น ซึ่งผู้บริหารจะจัดเตรียมรายงานประจำปีให้ข้าพเจ้า ภายหลังจากวันที่ในรายงานของผู้สอบบัญชีนี้

ความเห็นของข้าพเจ้าต่อรายงานการเงินไม่ครอบคลุมถึงข้อมูลอื่นและข้าพเจ้าไม่ได้ให้ความเชื่อมั่นต่อข้อมูลอื่น

ความรับผิดชอบของข้าพเจ้าที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบรายงานการเงิน คือการอ่านพิจารณาว่าข้อมูลอื่นมีความขัดแย้งที่มีสาระสำคัญกับรายงานการเงินหรือกับความรู้ที่ได้รับจากการตรวจสอบของข้าพเจ้า หรือปรากฏว่าข้อมูลอื่นมีการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญหรือไม่

เมื่อข้าพเจ้าได้อ่านรายงานประจำปี หากข้าพเจ้าสรุปได้ว่ามีการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญ ข้าพเจ้าต้องสื่อสารเรื่องดังกล่าวกับผู้มีส่วนที่ในการกำกับดูแล เพื่อให้มีการดำเนินการแก้ไขที่เหมาะสมต่อไป

ความรับผิดชอบของผู้บริหารและผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแลต่อรายงานการเงิน

ผู้บริหารเป็นผู้รับผิดชอบในการจัดทำและการนำเสนอรายงานการเงินเหล่านี้โดยถูกต้องตามที่ควรตามมาตรฐานการบัญชีภาครัฐและนโยบายการบัญชีภาครัฐที่กระทรวงการคลังกำหนด และรับผิดชอบเกี่ยวกับการควบคุมภายในที่ผู้บริหารพิจารณาว่าจำเป็นเพื่อให้สามารถจัดทำรายงานการเงินที่ปราศจากการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญไม่ว่าจะเกิดจากการทุจริตหรือข้อผิดพลาด

ในการจัดทำรายงานการเงิน ผู้บริหารรับผิดชอบในการประเมินความสามารถของหน่วยงานในการดำเนินงานต่อเนื่อง เปิดเผยเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานต่อเนื่องตามความเหมาะสม และการใช้เกณฑ์การบัญชีสำหรับการดำเนินงานต่อเนื่อง เว้นแต่มีข้อกำหนดในกฎหมายหรือเป็นนโยบายรัฐบาลที่จะเลิกหน่วยงานหรือผู้บริหารมีความตั้งใจที่จะเลิกหน่วยงานหรือหยุดดำเนินงานหรือไม่สามารถดำเนินงานต่อเนื่องต่อไปได้

ผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแลมีหน้าที่ในการสอดส่องดูแลกระบวนการในการจัดทำรายงานทางการเงินของหน่วยงาน

ความรับผิดชอบของผู้สอบบัญชีต่อการตรวจสอบรายงานการเงิน

การตรวจสอบของข้าพเจ้ามีวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้ความเชื่อมั่นอย่างสมเหตุสมผลว่า รายงานการเงินโดยรวมปราศจากการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญหรือไม่ ไม่ว่าจะเกิดจากการทุจริตหรือข้อผิดพลาด และเสนอรายงานของผู้สอบบัญชีซึ่งรวมความเห็นของข้าพเจ้าอยู่ด้วย ความเชื่อมั่นอย่างสมเหตุสมผลคือความเชื่อมั่นในระดับสูง แต่ไม่ได้เป็นการรับประกันว่าการปฏิบัติงานตรวจสอบตามหลักเกณฑ์มาตรฐานเกี่ยวกับการตรวจเงินแผ่นดินและมาตรฐานการสอบบัญชีจะสามารถตรวจพบข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญที่มีอยู่ได้เสมอไป ข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอาจเกิดจากการทุจริตหรือข้อผิดพลาดและถือว่ามีสาระสำคัญเมื่อคาดการณได้อย่างสมเหตุสมผลว่า รายการที่ขัดต่อข้อเท็จจริงแต่ละรายการหรือทุกรายการรวมกันจะมีผลต่อการตัดสินใจทางเศรษฐกิจของผู้ใช้งบการเงินจากการใช้รายงานการเงินเหล่านี้

ในการตรวจสอบของข้าพเจ้าตามหลักเกณฑ์มาตรฐานเกี่ยวกับการตรวจเงินแผ่นดินและมาตรฐานการสอบบัญชี ข้าพเจ้าได้ใช้ดุลยพินิจและการสังเกตและสงสัยเยี่ยงผู้ประกอบวิชาชีพตลอดการตรวจสอบ การปฏิบัติงานของข้าพเจ้า รวมถึง

- ระบุและประเมินความเสี่ยงจากการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญในรายงานการเงิน ไม่ว่าจะเกิดจากการทุจริตหรือข้อผิดพลาด ออกแบบและปฏิบัติงานตามวิธีการตรวจสอบเพื่อตอบสนองต่อความเสี่ยงเหล่านั้น และได้หลักฐานการสอบบัญชีที่เพียงพอและเหมาะสมเพื่อเป็นเกณฑ์ในการแสดงความเห็นของข้าพเจ้า ความเสี่ยงที่ไม่พบข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญซึ่งเป็นผลมาจากการทุจริตจะสูงกว่าความเสี่ยงที่เกิดจากข้อผิดพลาด เนื่องจากการทุจริตอาจเกี่ยวกับการสมรู้ร่วมคิด การปลอมแปลง

เอกสารหลักฐาน การตั้งใจละเว้นการแสดงข้อมูล การแสดงข้อมูลที่ไม่ตรงตามข้อเท็จจริงหรือการแทรกแซง การควบคุมภายใน

- ทำความเข้าใจในระบบการควบคุมภายในที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบ เพื่อออกแบบวิธีการตรวจสอบที่เหมาะสมกับสถานการณ์ แต่ไม่ใช่เพื่อวัตถุประสงค์ในการแสดงความเห็นต่อความมีประสิทธิภาพของการควบคุมภายในของหน่วยงาน
- ประเมินความเหมาะสมของนโยบายการบัญชีที่ผู้บริหารใช้และความสมเหตุสมผลของประมาณการทางบัญชี และการเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจัดทำขึ้นโดยผู้บริหาร
- สรุปร่วมกับความเหมาะสมของการใช้เกณฑ์การบัญชีสำหรับการดำเนินงานต่อเนื่องของผู้บริหารและจากหลักฐานการสอบบัญชีที่ได้รับ สรุปร่วมที่มีความไม่แน่นอนที่มีสาระสำคัญเกี่ยวกับเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่อาจเป็นเหตุให้เกิดข้อสงสัยอย่างมีนัยสำคัญต่อความสามารถของหน่วยงานในการดำเนินงานต่อเนื่องหรือไม่ ถ้าข้าพเจ้าได้ข้อสรุปว่ามีความไม่แน่นอนที่มีสาระสำคัญ ข้าพเจ้าต้องกล่าวไว้ในรายงานของผู้สอบบัญชีของข้าพเจ้าโดยให้ข้อสังเกตถึงการเปิดเผยข้อมูลในรายงานการเงินที่เกี่ยวข้อง หรือถ้าการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวไม่เพียงพอ ความเห็นของข้าพเจ้าจะเปลี่ยนแปลงไป ข้อสรุปของข้าพเจ้าขึ้นอยู่กับหลักฐานการสอบบัญชีที่ได้รับจนถึงวันที่ในรายงานของผู้สอบบัญชีของข้าพเจ้า อย่างไรก็ตาม เหตุการณ์หรือสถานการณ์ในอนาคตอาจเป็นเหตุให้หน่วยงานต้องหยุดการดำเนินงานต่อเนื่อง
- ประเมินการนำเสนอ โครงสร้างและเนื้อหาของรายงานการเงินโดยรวม รวมถึงการเปิดเผยข้อมูลว่ารายงานการเงินแสดงรายการและเหตุการณ์ในรูปแบบที่ทำให้มีการนำเสนอข้อมูลโดยถูกต้องตามที่ควรหรือไม่

129

ข้าพเจ้าได้สื่อสารกับผู้บริหารและผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแลในเรื่องต่าง ๆ ที่สำคัญ ซึ่งรวมถึงขอบเขตและช่วงเวลาของการตรวจสอบตามที่ได้วางแผนไว้ ประเด็นที่มีนัยสำคัญที่พบจากการตรวจสอบ รวมถึงข้อบกพร่องที่มีนัยสำคัญในระบบการควบคุมภายในหากข้าพเจ้าได้พบในระหว่างการตรวจสอบของข้าพเจ้า

ข้าพเจ้าเป็นผู้รับผิดชอบงานสอบบัญชีและการนำเสนอรายงานฉบับนี้



(นายวิโรจน์ นริศวรานนท์)

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ทะเบียนเลขที่ 3748

48 ซอยจรัญสนิทวงศ์ 34 ถนนจรัญสนิทวงศ์

แขวงอรุณอมรินทร์ เขตบางกอกน้อย

กรุงเทพมหานคร 10700

วันที่ 15 มกราคม 2567

สภาองค์กรของผู้บริโภค
งบแสดงฐานะการเงิน
ณ วันที่ 30 กันยายน 2566

	หมายเหตุ	(หน่วย : บาท)	
		2566	2565
สินทรัพย์			
สินทรัพย์หมุนเวียน			
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	5	127,154,405.98	136,492,367.74
ลูกหนี้อื่นระยะสั้น	6	115,011.81	1,787,091.18
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	7	577,951.88	1,537,616.45
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน		127,847,369.67	139,817,075.37
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน			
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ - สุทธิ	8	45,373,608.92	30,410,909.24
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน - สุทธิ	9	15,075,768.70	9,728,232.81
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน		60,449,377.62	40,139,142.05
รวมสินทรัพย์		188,296,747.29	179,956,217.42

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของรายงานการเงินนี้



(นางสาวสารี อ๋องสมหวัง)

เลขาธิการสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค



(นางสาวบุญยืน ศิริธรรม)

ประธานสภาองค์กรของผู้บริโภค

สภาองค์กรของผู้บริโภค
งบแสดงฐานะการเงิน (ต่อ)
ณ วันที่ 30 กันยายน 2566

	หมายเหตุ	(หน่วย : บาท)	
		2566	2565
หนี้สินและสินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน			
หนี้สิน			
หนี้สินหมุนเวียน			
เจ้าหนี้ระยะสั้น	10	798,354.49	6,877,850.54
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	11	3,414,019.45	2,538,829.72
รวมหนี้สินหมุนเวียน		4,212,373.94	9,416,680.26
หนี้สินไม่หมุนเวียน			
ภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงาน	12	2,466,629.56	1,650,886.43
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน		2,466,629.56	1,650,886.43
รวมหนี้สิน		6,679,003.50	11,067,566.69
สินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน			
ทุนประเดิมเบื้องต้นที่รัฐบาลถ่ายโอนให้	13	350,000,000.00	350,000,000.00
รายได้สูง (ต่ำ) กว่าค่าใช้จ่ายสะสม		(168,382,256.21)	(181,111,349.27)
รวมสินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน		181,617,743.79	168,888,650.73
รวมหนี้สินและสินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน		188,296,747.29	179,956,217.42

131

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของรายงานการเงินนี้


(นางสาวสารี อ๋องสมหวัง)

เลขาธิการสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค


(นางสาวบุญยืน ศิริธรรม)

ประธานสภาองค์กรของผู้บริโภค

สภาองค์กรของผู้บริโภค
งบแสดงผลการดำเนินงานทางการเงิน
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2566

	หมายเหตุ	(หน่วย : บาท)	
		2566	2565
รายได้			
รายได้จากงบประมาณ	14	153,555,900.00	-
รายได้จากการอุดหนุนอื่นและบริจาค	15	20,000.00	78,000.00
รายได้อื่น	16	984,621.09	719,001.12
รวมรายได้		154,560,521.09	797,001.12
ค่าใช้จ่าย			
ค่าใช้จ่ายบุคลากร	17	34,795,504.18	35,229,438.30
ค่าใช้จ่ายสอย	18	53,001,032.13	50,218,945.66
ค่าวัสดุ	19	1,783,411.09	269,274.53
ค่าสาธารณูปโภค	20	987,575.68	253,705.86
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	21	4,367,224.77	1,808,439.86
ค่าใช้จ่ายจากการอุดหนุนอื่นและบริจาค	22	46,896,680.18	71,369,024.17
รวมค่าใช้จ่าย		141,831,428.03	159,148,828.38
รายได้สูง (ต่ำ) กว่าค่าใช้จ่ายสุทธิ		12,729,093.06	(158,351,827.26)

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของรายงานการเงินนี้


(นางสาวสารี อ๋องสมหวัง)

เลขาธิการสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค


(นางสาวบุญยืน ศิริธรรม)

ประธานสภาองค์กรของผู้บริโภค

สภาองค์กรของผู้บริโภค
งบแสดงการเปลี่ยนแปลงสินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2566

	(หน่วย : บาท)			
	ทุนประเดิม	รายได้สูง/(ต่ำ) กว่า ค่าใช้จ่ายสะสม	รวมส่วน สินทรัพย์สุทธิ/ ส่วนทุน	
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 30 กันยายน 2564	350,000,000.00	(22,759,522.01)	327,240,477.99	
การเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุนสำหรับปี 2565				
รายได้สูง (ต่ำ) กว่าค่าใช้จ่ายสำหรับงวด	-	(158,351,827.26)	(158,351,827.26)	
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 30 กันยายน 2565	350,000,000.00	(181,111,349.27)	168,888,650.73	
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 30 กันยายน 2565	350,000,000.00	(181,111,349.27)	168,888,650.73	
การเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุนสำหรับปี 2566				
รายได้สูง (ต่ำ) กว่าค่าใช้จ่ายสำหรับงวด	-	12,729,093.06	12,729,093.06	133
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 30 กันยายน 2566	350,000,000.00	(168,382,256.21)	181,617,743.79	

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของรายงานการเงินนี้



(นางสาวสารี อ๋องสมหวัง)

เลขาธิการสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค



(นางสาวบุญยืน ศิริธรรม)

ประธานสภาองค์กรของผู้บริโภค

สภาองค์กรของผู้บริโภค
งบกระแสเงินสด
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2566

	(หน่วย : บาท)	
	2566	2565
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน		
รายได้สูง (ต่ำ) กว่าค่าใช้จ่ายสุทธิ	12,729,093.06	(158,351,827.26)
ปรับกระทบยอดรายได้สูง (ต่ำ) กว่าค่าใช้จ่ายเป็นเงินสดรับจาก		
กิจกรรมดำเนินงาน		
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	3,584,152.56	1,808,439.86
ผลประโยชน์ของพนักงาน	815,743.13	1,403,969.17
ดอกเบี้ยรับ	(373,820.47)	(709,513.96)
รายได้สูง (ต่ำ) กว่าค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลง	16,755,168.28	(155,848,932.19)
ในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน		
สินทรัพย์ดำเนินงาน ลดลง (เพิ่มขึ้น)		
ลูกหนี้ระยะสั้น	1,672,079.37	(1,301,639.58)
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	959,664.57	-
หนี้สินดำเนินงาน (ลดลง) เพิ่มขึ้น		
เจ้าหนี้ระยะสั้น	(6,079,496.05)	7,555,865.15
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	875,189.73	223,576.69
เงินสดสุทธิได้มา (ใช้ไป) จากกิจกรรมดำเนินงาน	14,182,605.90	(149,371,129.93)
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน		
เงินสดจ่ายซื้อที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	(17,516,934.13)	(30,255,549.35)
เงินสดจ่ายซื้อสินทรัพย์ไม่มีตัวตน	(997,454.00)	(9,649,260.00)
เงินสดจ่ายโปรแกรมระหว่างพัฒนา	(5,380,000.00)	-
เงินรับจากดอกเบี้ยรับ	373,820.47	709,513.96
รวมเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุน	(23,520,567.66)	(39,195,295.39)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดลดลงสุทธิ	(9,337,961.76)	(188,566,425.32)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดคงเหลือ ณ วันต้นปี	136,492,367.74	325,058,793.06
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดคงเหลือ ณ วันปลายปี	127,154,405.98	136,492,367.74

สภาองค์กรของผู้บริโภค
หมายเหตุประกอบงบการเงิน
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2566

หมายเหตุ 1 ข้อมูลทั่วไป

สภาองค์กรของผู้บริโภค เรียกโดยย่อว่า “สภาผู้บริโภค” จัดตั้งตามพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 เป็นหน่วยงานของรัฐตามหลักการจำแนกประเภทหน่วยงานของรัฐในกำกับของฝ่ายบริหาร ตามหนังสือ ที่ นร. 1203/386 ลงวันที่ 27 กรกฎาคม พ.ศ. 2565 ของสำนักงาน ก.พ.ร. สภาองค์กรของผู้บริโภคมีความเป็นอิสระ ไม่อยู่ภายใต้อาณัติหรือการครอบงำหรือการสั่งการไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อมจากหน่วยงานของรัฐ เจ้าหน้าที่ของรัฐ พรรคการเมือง ผู้ประกอบธุรกิจหรือพนักงานหรือลูกจ้างของผู้ประกอบการ มีวัตถุประสงค์เพื่อการคุ้มครอง และพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคทุกด้าน และในฐานะผู้แทนผู้บริโภค มีอำนาจดำเนินการในเรื่องดังต่อไปนี้

1. ให้ความคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค รวมตลอดทั้งเสนอแนะนโยบายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคต่อคณะรัฐมนตรีหรือหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง
2. สนับสนุนและดำเนินการตรวจสอบ ติดตาม เฝ้าระวังสถานการณ์ปัญหาสินค้าและบริการ แจ้งหรือโฆษณาข่าวสารหรือเตือนภัยเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่อาจกระทบต่อสิทธิของผู้บริโภคหรืออาจก่อให้เกิดความเสียหายหรือเกิดความเสื่อมเสียแก่ผู้บริโภค โดยจะระบุชื่อสินค้าหรือบริการหรือชื่อของผู้ประกอบธุรกิจด้วยก็ได้
3. รายงานการกระทำหรือละเลยการกระทำอันมีผลกระทบต่อสิทธิของผู้บริโภค ไปยังหน่วยงานของรัฐหรือหน่วยงานอื่นที่รับผิดชอบและเผยแพร่ให้ประชาชนทราบ
4. สนับสนุนและช่วยเหลือองค์กรของผู้บริโภคในการรักษาประโยชน์ของผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพและได้รับความเชื่อถือ ตลอดจนส่งเสริมการรวมตัวขององค์กรของผู้บริโภคในระดับจังหวัดและเขตพื้นที่ ทั้งนี้ตามที่กำหนดในข้อบังคับของสภาองค์กรของผู้บริโภค
5. สนับสนุนการศึกษาและการวิจัยเพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค
6. สนับสนุนและช่วยเหลือสมาชิกในการไกล่เกลี่ยหรือประนีประนอมยอมความข้อพิพาทเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคทั้งก่อนและในระหว่างการดำเนินคดีต่อศาล
7. ดำเนินคดีเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคตามที่เห็นสมควรหรือเมื่อมีผู้ร้องขอหรือให้ความช่วยเหลือในการดำเนินคดีในกรณีที่ผู้บริโภคหรือองค์กรของผู้บริโภคถูกฟ้องคดีจากการใช้สิทธิในฐานะผู้บริโภคหรือใช้สิทธิแทนผู้บริโภค แล้วแต่กรณี และเพื่อประโยชน์แห่งการนี้ให้มีอำนาจประนีประนอมยอมความด้วย
8. จัดให้มีการรวบรวม และเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการอันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการให้ประชาชนสามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก

135

หมายเหตุ 1 ข้อมูลทั่วไป (ต่อ)

สำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค มีสถานที่ตั้งเลขที่ 110/1 ซอยลาดพร้าว 26 แยก 1 - 2 ถนนลาดพร้าว แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900 ปัจจุบันมีหน่วยงานประจำจังหวัด จำนวน 16 จังหวัด และหน่วยงานเขตพื้นที่ จำนวน 5 เขตพื้นที่ ซึ่งรับผิดชอบบริหารจัดการเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรในส่วนของแต่ละแห่ง รายการบัญชีของหน่วยประจำจังหวัดและเขตพื้นที่ได้นำมาแสดงรวมกันไว้ในรายงานการเงินฉบับนี้

ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 คณะรัฐมนตรีพิจารณาจัดสรรเงินอุดหนุนเป็นรายปีจ่ายผ่านสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี เป็นการจ่ายขาดให้แก่สภาองค์กรของผู้บริโภค จำนวน 153,555,900.00 บาท เพื่อใช้จ่ายตามแผนงานบุคลากร จำนวน 37,406,600.00 บาท ใช้จ่ายตามแผนงานสนับสนุนหน่วยจังหวัดและเขตพื้นที่ จำนวน 38,327,572.00 บาท และใช้จ่ายตามแผนงานการดำเนินงาน จำนวน 77,821,728.00 บาท

หมายเหตุ 2 เกณฑ์ในการจัดทำรายงานการเงิน

ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 รายงานการเงินของสภาองค์กรของผู้บริโภค จัดทำขึ้นตามมาตรฐานการรายงานการเงิน อย่างไรก็ตามในปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 รายงานการเงินของสภาองค์กรของผู้บริโภคจัดทำขึ้นตามระเบียบคณะกรรมการนโยบายสภาองค์กรของผู้บริโภค ว่าด้วยการงบประมาณ การบัญชี การเงิน และการสอบบัญชี พ.ศ.2565 ซึ่งคณะอนุกรรมการบริหารสำนักงาน มีมติที่ประชุม ครั้งที่ 12/2566 เมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2566 เห็นชอบตามข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะของคณะอนุกรรมการตรวจสอบ ว่าด้วยรายงานการเงินของสภาควรปฏิบัติตามรูปแบบของรัฐ ดังนั้นรายการที่ปรากฏในรายงานการเงินฉบับนี้ จึงเป็นไปตามมาตรฐานการบัญชีภาครัฐ และนโยบายการบัญชีภาครัฐที่กระทรวงการคลังกำหนดและแสดงรายการในรายงานการเงินหน่วยงานของรัฐ ตามหนังสือกรมบัญชีกลาง ที่ กค 0410.2/ว 479 ลงวันที่ 2 ตุลาคม 2563 เรื่อง รูปแบบการนำเสนอรายงานการเงิน ทั้งนี้ สภาองค์กรของผู้บริโภค ประเมินแล้ว พบว่า ไม่มีผลต่างที่มีสาระสำคัญจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายการบัญชีดังกล่าว

รายงานการเงินนี้จัดทำขึ้นโดยใช้เกณฑ์ราคาทุนเดิม เว้นแต่จะได้เปิดเผยเป็นอย่างอื่นในนโยบายการบัญชีรอบระยะเวลาบัญชี เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน ของปีถัดไป

หมายเหตุ 3 มาตรฐานและนโยบายการบัญชีภาครัฐฉบับใหม่

- ไม่มีมาตรฐานการบัญชีภาครัฐ และนโยบายการบัญชีภาครัฐที่มีผลบังคับใช้ในปัจจุบัน

b

หมายเหตุ 4 สรุปนโยบายการบัญชีที่สำคัญ

4.1 เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด

- เงินสด หมายถึง เงินสดในมือ เช็ค ตราพต์และธนาคัตติ หน่วยงานจะรับรู้เงินสด และเงินฝากธนาคาร ในราคาตามมูลค่าที่ตราไว้ และแสดงรายการดังกล่าวไว้ในเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดในงบแสดงฐานะการเงิน

- รายการเทียบเท่าเงินสด หมายถึง เงินลงทุนระยะสั้นที่มีสภาพคล่องสูงซึ่งพร้อมที่จะเปลี่ยนเป็นเงินสดในจำนวนเงินที่เท่ากันหรือใกล้เคียงกับมูลค่าเดิม ซึ่งความแตกต่างในมูลค่าดังกล่าวไม่มีนัยสำคัญ

4.2 ลูกหนี้

ลูกหนี้เงินยืม หมายถึง ลูกหนี้ภายในหน่วยงานกรณีให้พนักงานหรือเจ้าหน้าที่ยืมเงินไปใช้จ่ายในการปฏิบัติงานโดยไม่มีดอกเบี้ย เช่น ลูกหนี้เงินงบประมาณ ลูกหนี้เงินนอกงบประมาณ แสดงตามมูลค่าที่จะได้รับ โดยไม่ตั้งบัญชีค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ

4.3 ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์

- สภาองค์กรของผู้บริโภค แสดงรายการที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ ตามราคาทุนหักค่าเสื่อมราคาสะสม

- สภาองค์กรของผู้บริโภค รับรู้รายการอุปกรณ์สำนักงานเฉพาะรายการที่มีมูลค่าขั้นต่ำต่อหน่วยหรือต่อชุดตั้งแต่ 10,000.00 บาท ขึ้นไป

ราคาทุนรวมต้นทุนทางตรงที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาสินทรัพย์ เพื่อให้สินทรัพย์นั้นอยู่ในสภาพและสถานที่ที่พร้อมจะใช้งานได้ตามความประสงค์ของสภา ราคาทุนของสินทรัพย์ที่ก่อสร้างขึ้นเองประกอบด้วย ต้นทุนค่าวัสดุ ค่าแรงงานทางตรง และต้นทุนทางตรงอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาสินทรัพย์

ส่วนประกอบของรายการที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์สำนักงานแต่ละรายการที่มีรูปแบบ และอายุการให้ประโยชน์ที่แตกต่างกัน และมีต้นทุนที่มีนัยสำคัญจะบันทึกส่วนประกอบนั้นแยกต่างหากหากกัน

ต้นทุนที่เกิดขึ้นในภายหลัง ต้นทุนในการเปลี่ยนแทนส่วนประกอบจะรับรู้เป็นส่วนหนึ่งของมูลค่าตามบัญชีของรายการที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ เมื่อมีความเป็นไปได้ค่อนข้างแน่ที่สภาจะได้รับประโยชน์เชิงเศรษฐกิจในอนาคต หรือศักยภาพในการให้บริการเพิ่มขึ้นจากรายการนั้น และสามารถวัดมูลค่าต้นทุนของรายการนั้นได้อย่างน่าเชื่อถือ และตัดมูลค่าของชิ้นส่วนที่ถูกเปลี่ยนแทนออกจากบัญชีด้วยมูลค่าตามบัญชี ส่วนต้นทุนที่เกิดขึ้นในการซ่อมบำรุงที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์สำนักงานที่เกิดขึ้นเป็นประจำจะรับรู้เป็นค่าใช้จ่ายเมื่อเกิดขึ้น

ค่าเสื่อมราคابันทิกเป็นค่าใช้จ่ายในงบแสดงผลการดำเนินงานทางการเงิน คำนวณโดยวิธีเส้นตรงตามอายุการให้ประโยชน์โดยประมาณ ดังนี้

ประเภทสินทรัพย์	อายุการใช้งาน (ปี)
อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร	20
ครุภัณฑ์สำนักงาน	5
ครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์	3
ครุภัณฑ์งานบ้านงานครัว	3
ไม่มีการคิดค่าเสื่อมราคาสำหรับที่ดินและงานระหว่างก่อสร้างหรือติดตั้ง (ถ้ามี)	

หมายเหตุ 4 สรุปนโยบายการบัญชีที่สำคัญ (ต่อ)

4.4 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

- สินทรัพย์ไม่มีตัวตน ได้แก่ ต้นทุนที่เกี่ยวข้องโดยตรงในการพัฒนาโปรแกรมคอมพิวเตอร์ รวมถึงระบบงานต่าง ๆ และต้นทุนเว็บไซต์ ทั้งที่ได้มาจากการจัดซื้อและการจ้างพัฒนาขึ้นโดยสภาองค์กรของผู้บริโภค มีสิทธิ์ควบคุมการใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์นั้น และคาดว่าจะได้รับประโยชน์เชิงเศรษฐกิจหรือศักยภาพในการให้บริการจากสินทรัพย์นั้น เกินกว่าหนึ่งปี สภาองค์กรของผู้บริโภค แสดงรายการสินทรัพย์ไม่มีตัวตนตามราคาทุนหักค่าตัดจำหน่ายสะสม

- สินทรัพย์ไม่มีตัวตน แสดงในราคาทุน ณ วันที่ซื้อหรือได้มาหักค่าตัดจำหน่ายสะสม ยกเว้นสินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่มีราคารวมหน่วยละไม่เกิน 20,000.00 บาท จะบันทึกเป็นค่าใช้จ่ายทั้งจำนวนและจัดทำทะเบียนคุมแยกไว้ต่างหาก

- ค่าตัดจำหน่ายสินทรัพย์ไม่มีตัวตนบันทึกเป็นค่าใช้จ่ายในงบแสดงผลการดำเนินงานทางการเงิน คำนวณโดยวิธีเส้นตรงตามอายุการให้ประโยชน์โดยประมาณ ดังนี้

เว็บไซต์	10 ปี
โปรแกรมคอมพิวเตอร์	5 ปี

4.5 ผลประโยชน์ของพนักงาน

ผลประโยชน์ระยะสั้น

- สภาองค์กรของผู้บริโภค รับรู้เงินเดือน ค่าจ้าง เงินสมทบกองทุนประกันสังคมเป็นค่าใช้จ่ายเมื่อเกิดรายการผลประโยชน์หลังออกจากงานของพนักงาน (โครงการผลประโยชน์)

- สภาองค์กรของผู้บริโภค มีภาระสำหรับเงินชดเชยที่ต้องจ่ายให้แก่พนักงานเมื่อออกจากงานตามกฎหมายแรงงานและตามโครงการผลตอบแทนพนักงานอื่น ๆ ซึ่งสภาถือว่าเงินชดเชยดังกล่าวเป็นโครงการผลประโยชน์หลังออกจากงานของพนักงาน

- สภาองค์กรของผู้บริโภค คำนวณหนี้สินตามโครงการผลประโยชน์หลังออกจากงานของพนักงาน โดยใช้วิธีประมาณการที่ดีที่สุด

4.6 รายได้จากเงินงบประมาณ

รายได้อุดหนุนจากรัฐบาล รับรู้เมื่อได้รับหนังสือจากสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี

4.7 รายได้จากการอุดหนุนและบริจาค

รายได้จากการอุดหนุนและบริจาค เป็นส่วนหนึ่งของรายการโอนตามมาตรฐานการบัญชีภาครัชนับที่ 23 เรื่อง รายได้จากรายการไม่แลกเปลี่ยน คือ การโอนทรัพยากรจากหน่วยงานหนึ่งไปยังอีกหน่วยงานหนึ่งโดยไม่ได้ให้สิ่งตอบแทนที่มูลค่าใกล้เคียงกันเป็นการแลกเปลี่ยน และไม่ใช้รายการทางภาษี รายได้จากการอุดหนุนและบริจาคที่มีเงื่อนไขของเงินหรือสินทรัพย์ที่โอนรับรู้เป็นรายได้รอการรับรู้เมื่อ ได้รับเงินหรือสินทรัพย์และทยอยรับรู้เป็นรายได้เมื่อได้ทำตามเงื่อนไขที่กำหนด สำหรับรายได้จากการอุดหนุนและบริจาคที่ไม่มีเงื่อนไขของสินทรัพย์ที่โอนไม่ว่าจะมีข้อจำกัดของเงินหรือสินทรัพย์ที่โอน หรือไม่รับรู้เป็นรายได้เมื่อมีสิทธิได้รับเงิน หรือสินทรัพย์รับโอนเป็นไปตามเกณฑ์การรับรู้สินทรัพย์

หมายเหตุ 4 สรุปนโยบายการบัญชีที่สำคัญ (ต่อ)

4.8 รายได้ดอกเบี้ยรับ

รายได้ดอกเบี้ย รับรู้ตามเกณฑ์สัดส่วนของเวลาตามอัตราผลตอบแทน

4.9 การรับรู้รายได้และค่าใช้จ่าย

- รายได้อื่นและค่าใช้จ่ายรับรู้ตามเกณฑ์คงค้าง

- ค่าใช้จ่ายเงินสนับสนุนโครงการ (โครงการ) เป็นเงินสนับสนุน ช่วยเหลือสมาชิก และองค์กรของผู้บริโภคที่จ่ายเพื่อสนับสนุนโครงการที่เป็นกลุ่มของกิจกรรมซึ่งมีความเกี่ยวข้องและส่งผลกระทบต่อสวัสดิภาพของสมาชิกและผู้บริโภคเป็นค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับค่าดำเนินการ ค่าบริหารโครงการให้กับผู้รับการสนับสนุนดำเนินงานตามบันทึกข้อตกลงการสนับสนุนโครงการจากสภาองค์กรของผู้บริโภค ค่าใช้จ่ายเงินสนับสนุนโครงการจะรับรู้เป็นค่าใช้จ่ายเมื่อเงินสนับสนุนโครงการนั้นได้รับอนุมัติและจ่ายเงินแล้วและแสดงรายการค่าใช้จ่ายเงินสนับสนุนโครงการไว้ในงบรายได้และค่าใช้จ่าย หากมีเงินเหลือจ่ายส่งคืนภายในปีงบประมาณ สภาองค์กรของผู้บริโภค จะนำไปปรับลดยอดค่าใช้จ่ายเงินสนับสนุนโครงการ แต่หากนำส่งเงินภายหลังปีที่เบิกจ่ายจะบันทึกเป็นรายได้เงินสนับสนุนโครงการเหลือจ่ายรับคืน

หมายเหตุ 5 เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด

	(หน่วย : บาท)	
	2566	2565
เงินสด	2,960.15	30,000.00
เงินฝากธนาคาร - กระแสรายวัน	-	20,000.00
เงินฝากธนาคาร - ออมทรัพย์	125,962,793.40	135,600,696.84
เงินสนับสนุน - หน่วยงานเขตพื้นที่	236,173.90	648,709.87
เงินสนับสนุน - หน่วยงานประจำจังหวัด	952,478.53	192,961.03
รวมเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	127,154,405.98	136,492,367.74

b

หมายเหตุ 6 ลูกหนี้อื่นระยะสั้น

	(หน่วย : บาท)	
	2566	2565
ลูกหนี้เงินยืมโดยตรงจ่าย	108,877.80	-
ดอกเบี้ยค้างรับ	-	116,589.05
ลูกหนี้อื่น	6,134.01	1,670,502.13
รวมลูกหนี้อื่นระยะสั้น	115,011.81	1,787,091.18

ลูกหนี้เงินยืม ณ วันสิ้นปี แยกตามอายุลูกหนี้ ดังนี้

ลูกหนี้เงินยืม โดยตรงจ่าย	(หน่วย : บาท)			รวม
	ยังไม่ถึงกำหนด ชำระ	เกินกำหนดชำระ ไม่เกิน 7 วัน	เกินกำหนดชำระ เกินกว่า 7 วัน	
2566	108,877.80	-	-	108,877.80
2565	-	-	-	-

หมายเหตุ 7 สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น

	(หน่วย : บาท)	
	2566	2565
ค่าใช้จ่ายจ่ายล่วงหน้า	573,136.88	709,971.45
เงินมัดจำและเงินประกันสัญญา	4,815.00	827,645.00
รวมสินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	577,951.88	1,537,616.45

หมายเหตุ 8 ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ - สุทธิ

	(หน่วย : บาท)						รวม
	ที่ดิน	อาคารและส่วน ปรับปรุงอาคาร	ครุภัณฑ์ สำนักงาน	ครุภัณฑ์ คอมพิวเตอร์	ครุภัณฑ์งาน บ้านงานครัว	งานระหว่าง ก่อสร้าง	
ราคาทุน							
ณ วันที่ 30 กันยายน 2565	5,416,500.00	21,083,500.00	207,218.99	2,375,224.07	-	3,249,025.60	32,331,468.66
ซื้อเพิ่ม	-	13,744,478.40	3,200,690.73	431,500.00	140,265.00	-	17,516,934.13
รับโอน (โอนออก)	-	3,249,025.60	-	-	-	(3,249,025.60)	-
ณ วันที่ 30 กันยายน 2566	5,416,500.00	38,077,004.00	3,407,909.72	2,806,724.07	140,265.00	-	49,848,402.79
ค่าเสื่อมราคาสะสม							
ณ วันที่ 30 กันยายน 2565	-	(1,025,293.44)	(39,387.59)	(855,878.39)	-	-	(1,920,559.42)
ค่าเสื่อมราคาสำหรับงวด	-	(1,377,749.87)	(357,174.91)	(805,024.61)	(14,285.06)	-	(2,554,234.45)
ณ วันที่ 30 กันยายน 2566	-	(2,403,043.31)	(396,562.50)	(1,660,903.00)	(14,285.06)	-	(4,474,793.87)
มูลค่าสุทธิตามบัญชี							
ณ วันที่ 30 กันยายน 2565	5,416,500.00	20,058,206.56	167,831.40	1,519,345.68	-	3,249,025.60	30,410,909.24
ณ วันที่ 30 กันยายน 2566	5,416,500.00	35,673,960.69	3,011,347.22	1,145,821.07	125,979.94	-	45,373,608.92

(หน่วย : บาท)

2566	2565
2,554,234.45	1,783,140.72

หมายเหตุ 8 ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ - สุทธิ (ต่อ)

(หน่วย : บาท)						
	ที่ดิน	อาคารและส่วน ปรับปรุงอาคาร	ครุภัณฑ์สำนักงาน	ครุภัณฑ์ คอมพิวเตอร์	งานระหว่างก่อสร้าง	รวม
ราคาทุน						
ณ วันที่ 30 กันยายน 2564	-	-	125,618.99	1,874,025.00	76,275.32	2,075,919.31
ซื้อเพิ่ม	5,416,500.00	21,083,500.00	81,600.00	501,199.07	3,172,750.28	30,255,549.35
ณ วันที่ 30 กันยายน 2565	5,416,500.00	21,083,500.00	207,218.99	2,375,224.07	3,249,025.60	32,331,468.66
ค่าเสื่อมราคาสะสม						
ณ วันที่ 30 กันยายน 2564	-	-	(2,181.82)	(135,236.88)	-	(137,418.70)
ค่าเสื่อมราคาสำหรับงวด	-	(1,025,293.44)	(37,205.77)	(720,641.51)	-	(1,783,140.72)
ณ วันที่ 30 กันยายน 2565	-	(1,025,293.44)	(39,387.59)	(855,878.39)	-	(1,920,559.42)
มูลค่าสุทธิตามบัญชี						
ณ วันที่ 30 กันยายน 2564	-	-	123,437.17	1,738,788.12	76,275.32	1,938,500.61
ณ วันที่ 30 กันยายน 2565	5,416,500.00	20,058,206.56	167,831.40	1,519,345.68	3,249,025.60	30,410,909.24
ค่าเสื่อมราคาสำหรับปี						
					2565	2564
					1,783,140.72	137,418.70

(หน่วย : บาท)

ค่าเสื่อมราคาสำหรับปี

หมายเหตุ 9 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน - สุทธิ

(หน่วย : บาท)				
	ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 30 กันยายน 2565	เพิ่มขึ้น	ลดลง	ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 30 กันยายน 2566
ราคาทุน				
เว็บไซต์	9,630,000.00	997,454.00	-	10,627,454.00
โปรแกรมคอมพิวเตอร์	128,293.00	-	-	128,293.00
โปรแกรมระหว่างพัฒนา	-	-	-	5,380,000.00
รวม	9,758,293.00	997,454.00	-	16,135,747.00
หัก ค่าตัดจำหน่ายสะสม				
เว็บไซต์	(2,638.36)	(1,004,260.31)	-	(1,006,898.67)
โปรแกรมคอมพิวเตอร์	(27,421.83)	(25,657.80)	-	(53,079.63)
รวม	(30,060.19)	(1,029,918.11)	-	(1,059,978.30)
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน - สุทธิ	9,728,232.81			15,075,768.70
			(หน่วย : บาท)	
		2566	2565	
		1,029,918.11	25,299.14	

หมายเหตุ 10 เจ้าหนี้ระยะสั้น

	(หน่วย : บาท)	
	2566	2565
เจ้าหนี้การค้า	-	571,884.06
ค่าจ้างตามสัญญาค้างจ่าย	-	5,601,130.00
ค่าใช้จ่ายค้างจ่ายอื่น	192,353.90	351,619.57
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย - หน่วยประจำจังหวัด/เขตพื้นที่	606,000.59	353,216.91
รวมเจ้าหนี้ระยะสั้น	798,354.49	6,877,850.54

หมายเหตุ 11 หนี้สินหมุนเวียนอื่น

	(หน่วย : บาท)	
	2566	2565
เงินประกันสัญญา	2,403,449.95	2,042,421.95
เงินประกันผลงาน	452,437.50	43,500.00
ภาษีหัก ณ ที่จ่ายรอนำส่ง - สภากงศ์กรของ ผู้บริโภค	220,699.60	246,421.52
ภาษีหัก ณ ที่จ่ายรอนำส่ง - หน่วยงานประจำ จังหวัด / เขตพื้นที่	337,432.40	206,486.25
รวมหนี้สินหมุนเวียนอื่น	3,414,019.45	2,538,829.72

145

หมายเหตุ 12 ภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงาน

ภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงานหลังออกจากงาน สภากงศ์กรของผู้บริโภคบันทึกรับรู้เป็นค่าใช้จ่าย และภาระหนี้สินในแต่ละงวดตั้งแต่วันที่พนักงานเข้าทำงานจนถึงวันที่พนักงานจะเกษียณอายุหรือออกจากงาน

	(หน่วย : บาท)	
	2566	2565
ประมาณการหนี้สินผลประโยชน์พนักงาน ต้นงวด	1,650,886.43	246,917.26
ค่าใช้จ่ายผลประโยชน์พนักงานในงวดปัจจุบัน	815,743.13	1,403,969.17
ภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงานที่จ่ายจริง	-	-
ประมาณการหนี้สินผลประโยชน์พนักงาน ปลายงวด	2,466,629.56	1,650,886.43

b

หมายเหตุ 13 ทุนประเดิมเบื้องต้นจากรัฐบาล

ทุนประเดิมเบื้องต้นตามมาตรา 19 ของพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 กำหนดให้รัฐบาลจัดสรรเงินอุดหนุนไว้ที่สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีเป็นการจ่ายขาดสำหรับค่าใช้จ่ายเบื้องต้นในการดำเนินการของสภาองค์กรของผู้บริโภค จำนวนเงิน 350.00 ล้านบาท เมื่อวันที่ 22 มิถุนายน 2564

หมายเหตุ 14 รายได้จากงบประมาณ

	(หน่วย : บาท)	
	2566	2565
รายได้รับงบอุดหนุน	153,555,900.00	-
รวมรายได้จากงบประมาณ	153,555,900.00	-

หมายเหตุ 15 รายได้จากการอุดหนุนอื่นและบริจาค

	(หน่วย : บาท)	
	2566	2565
รายได้จากการบริจาค	20,000.00	78,000.00
รวมรายได้จากการอุดหนุนอื่นและบริจาค	20,000.00	78,000.00

หมายเหตุ 16 รายได้อื่น

	(หน่วย : บาท)	
	2566	2565
รายได้ดอกเบี้ยเงินฝากจากสถาบันการเงิน	352,951.24	690,010.89
รายได้ดอกเบี้ยเงินฝากจากหน่วยงานประจำจังหวัด / เขตพื้นที่	20,869.23	19,503.07
รายได้ค่าปรับ	335,863.50	-
รายได้อื่น	274,937.12	9,487.16
รวมรายได้อื่น	984,621.09	719,001.12

b

หมายเหตุ 17 ค่าใช้จ่ายบุคลากร

	(หน่วย : บาท)	
	2566	2565
เงินเดือนและค่าจ้าง	32,018,716.12	30,329,389.67
ค่าเบี้ยประกันสุขภาพและอุบัติเหตุ	71,296.93	55,311.17
เงินสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ	1,317,073.00	2,025,254.83
เงินสมทบกองทุนประกันสังคม	437,391.00	672,573.38
เงินสมทบกองทุนเงินทดแทน	21,200.00	24,166.00
ค่าใช้จ่ายบุคลากรอื่น	929,827.13	2,122,743.25
รวมค่าใช้จ่ายบุคลากร	34,795,504.18	35,229,438.30

หมายเหตุ 18 ค่าใช้สอย

	(หน่วย : บาท)	
	2566	2565
ค่าใช้จ่ายฝึกอบรม	3,666,491.26	3,686,643.01
ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	1,751,495.43	2,716,705.03
ค่าใช้จ่ายในการประชุม	3,192,182.82	9,003,320.16
ค่าจ้างเหมาบริการ	32,334,654.76	18,769,820.82
ค่าธรรมเนียม	2,430.47	5,350.00
ค่าเช่าสำนักงาน	3,252,800.00	4,737,159.51
ค่าเช่าอุปกรณ์สำนักงาน	173,012.39	167,037.45
ค่าตอบแทน	2,219,467.00	693,750.00
ค่าธรรมเนียมธนาคาร	48,619.99	22,584.00
ค่าสอบบัญชี	100,000.00	130,000.00
ค่ารับรอง	57,160.34	27,356.86
ค่าประชาสัมพันธ์	6,097,736.60	9,822,128.50
ค่าใช้สอยอื่น ๆ	104,981.07	437,090.32
รวมค่าใช้สอย	53,001,032.13	50,218,945.66

147

b

หมายเหตุ 19 ค่าวัสดุ

	(หน่วย : บาท)	
	2566	2565
ค่าวัสดุ	90,248.14	269,274.53
ครุภัณฑ์ต่ำกว่าเกณฑ์	1,693,162.95	-
รวมค่าวัสดุ	1,783,411.09	269,274.53

หมายเหตุ 20 ค่าสาธารณูปโภค

	(หน่วย : บาท)	
	2566	2565
ค่าไฟฟ้า	121,841.08	-
ค่าน้ำประปา	4,079.96	-
ค่าโทรศัพท์	47,727.15	152,111.86
ค่าบริการสื่อสารและโทรคมนาคม	696,700.65	-
ค่าบริการไปรษณีย์โทรเลขและขนส่ง	117,226.84	101,594.00
รวมค่าสาธารณูปโภค	987,575.68	253,705.86

148

หมายเหตุ 21 ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย

	(หน่วย : บาท)	
	2566	2565
อาคาร	1,054,174.95	1,025,293.44
ส่วนปรับปรุงอาคาร	323,574.92	-
อุปกรณ์สำนักงาน	357,174.91	37,205.77
คอมพิวเตอร์	805,024.61	720,641.51
งานบ้านงานครัว	14,285.06	-
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน	1,812,990.32	25,299.14
รวมค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	4,367,224.77	1,808,439.86

หมายเหตุ 22 ค่าใช้จ่ายจากการอุดหนุนอื่นและบริจาค

	(หน่วย : บาท)	
	2566	2565
ค่าใช้จ่ายอุดหนุนหน่วยประจำจังหวัด/เขตพื้นที่	36,472,679.18	59,064,174.17
ค่าใช้จ่ายอุดหนุนโครงการความร่วมมือ	2,000,000.00	-
ค่าใช้จ่ายอุดหนุนองค์กรสมาชิก	8,424,001.00	12,304,850.00
รวมค่าใช้จ่ายจากการอุดหนุนอื่นและบริจาค	46,896,680.18	71,369,024.17

ค่าใช้จ่ายจากการอุดหนุนเป็นเงินสนับสนุนให้แก่ หน่วยงานประจำจังหวัด/เขตพื้นที่ และสมาชิกองค์กร โดยมีรายละเอียดดังนี้

งบประมาณรายจ่าย	(หน่วย : บาท)	
	2566	2565
- รายจ่ายบุคลากร	20,186,744.00	21,950,000.00
- รายจ่ายบริหารจัดการ แผนงานและโครงการ	16,285,935.18	37,114,174.17
- รายจ่ายสนับสนุนองค์กรสมาชิก	10,424,001.00	12,304,850.00
รวมงบประมาณทั้งสิ้น	46,896,680.18	71,369,024.17

หมายเหตุ 23 รายงานฐานะเงินงบประมาณรายจ่าย

ในปี 2566 สภองค์กรของผู้บริโภค ได้รับเงินจัดสรรงบประมาณรายจ่ายประจำปี งบอุดหนุน จำนวน 153,555,900.00 บาท (ปี 2565 : ไม่ได้รับจัดเงินอุดหนุน) รายงานฐานะเงินงบประมาณรายจ่าย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 (จำแนกตามแผนงาน)

รายงานฐานะเงินงบประมาณรายจ่าย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 (จำแนกตามแผนงาน)

(หน่วย : บาท)

ประเด็นยุทธศาสตร์	งบสุทธิ	เบิกจ่าย	ภาระผูกพัน/ เงินกันข้ามปี/ เหลือมปี/อื่น	คงเหลือ
1. แผนพัฒนานโยบายและมาตรการ คุ้มครองผู้บริโภค	6,690,000.00	2,261,801.07	3,031,519.83	1,396,679.10
2. แผนสนับสนุนและดำเนินการคุ้มครอง และพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค	12,700,800.00	3,940,358.31	7,147,670.00	1,612,771.69
3. แผนสนับสนุนหน่วยงานประจำจังหวัด และองค์กรผู้บริโภค	37,607,572.00	33,089,813.11	3,771,934.39	745,824.50

หมายเหตุ 23 รายงานฐานะเงินงบประมาณรายจ่าย (ต่อ)

รายงานฐานะเงินงบประมาณรายจ่าย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 (จำแนกตามแผนงาน) (ต่อ)

(หน่วย : บาท)

ประเด็นยุทธศาสตร์	งบสุทธิ	เบิกจ่าย	ภาระผูกพัน/ เงินกันข้ามปี/ เหลือปี/อื่น	คงเหลือ
4. แผนสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค	12,798,500.00	4,052,430.53	10,825,497.43	(2,079,427.96)
5. แผนงานบริหารจัดการสำนักงานและ พัฒนาศักยภาพสภาองค์กรของผู้บริโภค	37,886,600.00	26,180,441.66	1,802,193.23	9,903,965.11
6. แผนงานอื่น	45,872,428.00	32,242,656.98	6,301,000.00	7,328,771.02
รวมงบประมาณ	153,555,900.00	101,767,501.66	32,879,814.88	18,908,583.46

หมายเหตุ 24 ภาระผูกพัน

ณ วันที่ 30 กันยายน 2566 และ 2565 สภาองค์กรของผู้บริโภคจัดทำสัญญาเพื่อให้ได้สินค้าและบริการ แต่ยังไม่มิลิทธิในสินค้าและบริการ จำแนกตามระยะเวลาในสัญญาได้ ดังนี้

(หน่วย : บาท)

	2566	2565
ไม่เกิน 1 ปี	32,425,775.84	75,002,982.90
เกิน 1 ปี แต่ไม่เกิน 5 ปี	685,940.00	-
รวม	33,111,715.84	75,002,982.90

ณ วันที่ 30 กันยายน 2566 สภาองค์กรของผู้บริโภคมีภาระผูกพันจากการทำใบสั่งซื้อ สั่งจ้าง สัญญาต่าง ๆ ดังนี้

ลำดับ	เลขที่สัญญา	ชื่อโครงการ/สัญญา	ผู้รับจ้าง	จำนวนเงิน
1.	สญ.19/2566	สัญญาจ้างนาย คดีโรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม	นายวีระพงศ์ ศรีวงศ์สงวน	8,000.00
2.	สอบ.(ป) 007/2565	สัญญาจ้างที่ปรึกษาเพื่อสนับสนุนส่งเสริม การพัฒนาเครือข่ายนักกฎหมายในระดับ ภูมิภาค	คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	1,206,000.00
3.	สอบ.(ป) 009/2565	สัญญาจ้างที่ปรึกษา เพื่อวิเคราะห์ระบบ การคุ้มครองผู้บริโภคด้านกฎหมาย ประเด็นการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคของ ประเทศไทย และการพัฒนากลไกทาง กฎหมายที่เพิ่มประสิทธิภาพการคุ้มครอง ผู้บริโภค	สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษา แก่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	235,500.00

หมายเหตุ 24 ภาระผูกพัน (ต่อ)

ณ วันที่ 30 กันยายน 2566 สภาองค์กรของผู้บริโภคมีภาระผูกพันจากการทำใบสั่งซื้อ สั่งจ้าง สัญญาต่าง ๆ

ดังนี้ (ต่อ)

ลำดับ	เลขที่สัญญา	ชื่อโครงการ/สัญญา	ผู้รับจ้าง	จำนวนเงิน
4.	สอบ.(จ) 007/2565	สัญญาจ้าง ผู้เชี่ยวชาญด้านการดำเนินคดีและการบังคับใช้กฎหมาย กรณียกเลิกเที่ยวบินสายการบินไทยแอร์เอเชีย เอ็กซ์	นางสาวณัฐวดี เต็งพานิชกุล	30,000.00
5.	สอบ.(จ) 012/2565	สัญญาจ้าง ผู้เชี่ยวชาญด้านการดำเนินคดีและการบังคับใช้กฎหมาย ในคดีละเมิด ผิดสัญญา เรียกค่าเสียหาย กับบุคคลแอบอ้างจำหน่ายชุดที่นอนยางพารา	นายเฉลิมพงษ์ กลับดี	45,000.00
6.	สอบ.(จ) 015/2565	สัญญาจ้าง ผู้เชี่ยวชาญด้านการดำเนินคดีและการบังคับใช้กฎหมาย กรณีคอนโดโครงการนิช โมโน เมกะ สเปน บางนา	นายคุณากร มั่นนทีรัมย์	14,000.00
7.	สอบ.(จ) 016/2565	สัญญาจ้าง ผู้เชี่ยวชาญด้านการดำเนินคดีและการบังคับใช้กฎหมาย กรณี คดีหมายเลขดำที่ ผบ.2184/2654 และคดีหมายเลขดำที่ ผบ.E1247/2563 ตลอดจนถึงการดำเนินฟ้องคดีกับบริษัท อีซีโฮม (ประเทศไทย) จำกัด	นายสัญญาชนันท์ วงศ์สกุลสุชาติ	21,000.00
8.	สอบ.(จ) 017/2565	สัญญาจ้าง ผู้เชี่ยวชาญด้านการดำเนินคดีและการบังคับใช้กฎหมาย กรณี คดีหมายเลขดำที่ มE2/2564 และคดีหมายเลขดำที่ ผบ.942/2564 ตลอดจนถึงการดำเนินฟ้องคดีกับบริษัท อีซีโฮม (ประเทศไทย) จำกัด	นายจิณณะ แยมอ่วม	21,000.00
9.	สอบ.(จ) 026/2565	สัญญาจ้าง ผู้เชี่ยวชาญด้านการดำเนินคดีและการบังคับใช้กฎหมาย กรณี คดีหมายเลขดำที่ ผบ.E8438/2564 และ ผบ.E9/2565 ตลอดจนถึงการดำเนินฟ้องคดีกับบริษัท อีซีโฮม (ประเทศไทย) จำกัด	นายปณตชัต สุนทรอารมณ	21,000.00
10.	สอบ.(จ) 031/2565	สัญญาจ้าง โครงการจัดการความรู้ ออกแบบและจัดพิมพ์คู่มือคนทำงานรับเรื่องร้องเรียน	นางนวพร ต่อมกระโทก	350,000.00
11.	สอบ.(จ) 047/2565	สัญญาจ้าง ผู้เชี่ยวชาญด้านการดำเนินคดีและการบังคับใช้กฎหมาย กรณี โรงพยาบาลเชียงใหม่ ฮอสพิทอล	คุณสุทธิเกียรติ ธรรมดูล	52,500.00

151

b

หมายเหตุ 24 ภาระผูกพัน (ต่อ)

ณ วันที่ 30 กันยายน 2566 สภาองค์กรของผู้บริโภคมีภาระผูกพันจากการทำใบสั่งซื้อ สั่งจ้าง สัญญาต่าง ๆ ดังนี้ (ต่อ)

ลำดับ	เลขที่สัญญา	ชื่อโครงการ/สัญญา	ผู้รับจ้าง	จำนวนเงิน
12.	สอบ.(จ) 051/2565	สัญญาจ้าง ผู้เชี่ยวชาญด้านการดำเนินคดีและการบังคับใช้กฎหมาย กรณีโครงการหมู่บ้าน Good House HuaHin	นายชัยพฤกษ์ มั่งคั่ง	60,000.00
13.	สอบ.(จ) 052/2565	สัญญาจ้าง ผู้เชี่ยวชาญด้านการดำเนินคดีและการบังคับใช้กฎหมาย กรณีในคดีหมายเลขดำที่ ผบ. E ๑๐๘/๒๕๖๕ ตลอดจนจนถึงการดำเนินฟ้องคดีกับบริษัท อีซีโฮม (ประเทศไทย) จำกัด	นายอิทธิวัฒน์ เล็งคู่ย์	37,500.00
14.	สอบ.(จ) 058/2565	สัญญาจ้าง ผู้เชี่ยวชาญด้านการดำเนินคดีและการบังคับใช้กฎหมาย กรณีผิดสัญญาบัตรคอนกรีต บางกอกเฟส	นายมหิทธิ กรวยนอก	48,750.00
15.	สอบ.(ส) 261/2565	สัญญาการสนับสนุนโครงการ ช่วยเหลือสมาชิกและองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ.2565 จากสภาองค์กรของผู้บริโภค	เครือข่ายนักวิชาการเพื่อผู้บริโภค	200,000.00
16.	TCC.(นย) 01/2566	โครงการทดสอบคุณภาพบริการดูแลลูกค้าจากศูนย์ตอบรับโทรศัพท์ (Call Center) ของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคม กรณีระยะเวลาที่ต้องรอในการบริการดูแลลูกค้าจากศูนย์ตอบรับโทรศัพท์	มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค	150,000.00
17.	สอบ.(ป) 004/2565	สัญญาจ้างที่ปรึกษา การจัดทำตัวชี้วัดการคุ้มครองผู้บริโภคไทย และรายงานสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภคตามตัวชี้วัด	คณะเภสัชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	435,000.00
18.	สอบ.(ป) 006/2565	สัญญาจ้างที่ปรึกษา ด้านการศึกษาความเป็นไปได้ของการจัดตั้งกองทุนบำนาญพื้นฐานแห่งชาติ และการวิเคราะห์ผลกระทบของการจัดสรรเงินบำนาญประชาชน ที่มีต่อเศรษฐกิจและสังคม	คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	555,000.00
19.	สอบ.(จ) 050/2565	สัญญาจ้าง โครงการจัดจ้างดำเนินงานวิจัยติดตามนโยบาย กำกับดูแลประโยชน์ของผู้บริโภค และการสื่อสารความรู้เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคไทย	บริษัท ดี วันโอวัน เปอร์เซนต์ จำกัด	2,392,000.00

6

หมายเหตุ 24 ภาวะผูกพัน (ต่อ)

ณ วันที่ 30 กันยายน 2566 สภาองค์กรของผู้บริโภคมีภาวะผูกพันจากการทำใบสั่งซื้อ สั่งจ้าง สัญญาต่าง ๆ

ดังนี้ (ต่อ)

ลำดับ	เลขที่สัญญา	ชื่อโครงการ/สัญญา	ผู้รับจ้าง	จำนวนเงิน
20.	TCC.(จ) 013/2566	สัญญาจ้างการจ้างวิเคราะห์ ประมวลผล และจัดทำรายงานผลการดำเนินงาน โครงการที่ได้รับการสนับสนุนจากสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ.2565	นางสาวศิริพร ระวีกุล	30,000.00
21.	TCC.(ป) 003/2566	สัญญาจ้างที่ปรึกษาศึกษาวิจัย “การขับเคลื่อนขององค์กรและเครือข่าย ผู้บริโภคเพื่อพัฒนาสภาองค์กรของผู้บริโภค”	นางสาวอภิญา ต้นทวีวงศ์	94,500.00
22.	TCC (สส.) 02 /2566	โครงการรู้ให้เท่าไรให้ทัน เพื่อพิทักษ์สิทธิ ผู้บริโภคสินค้าและบริการ จ.น่าน	ศูนย์เรียนรู้เพื่อเสริมสร้าง ศักยภาพชุมชน - จ.น่าน	25,000.00
23.	TCC (สส.) 03 /2566	โครงการพัฒนาศักยภาพในการสร้าง ความรู้ความเข้าใจในการทำงานของ สภา องค์กรผู้บริโภค จังหวัดกระบี่	เครือข่ายผู้บริโภคจังหวัดกระบี่	25,000.00
24.	TCC (สส.) 04 /2566	โครงการพัฒนาศักยภาพองค์กรเครือข่าย ผู้บริโภคและสร้างความรู้ความเข้าใจสภา องค์กรผู้บริโภคในการเฝ้าระวังสถานการณ์ ปัญหาสินค้าและบริการและแจ้งเตือนภัย จังหวัดปัตตานี	สมาคมคุ้มครองผู้บริโภค จังหวัดปัตตานี	25,000.00
25.	TCC (สส.) 05 /2566	โครงการพัฒนาและคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค จังหวัดนนทบุรี	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค จังหวัดนนทบุรี	30,000.00
26.	TCC (สส.) 06 /2566	โครงการพัฒนาเครือข่ายศูนย์คุ้มครอง ผู้บริโภค จังหวัดนครราชสีมา	ศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคอำเภอ หนองบุญมาก	25,000.00
27.	TCC (สส.) 07 /2566	โครงการเสริมศักยภาพและพัฒนา เครือข่ายผู้บริโภค จังหวัดสุรินทร์	ศูนย์ประสานงานหลักประกัน สุขภาพประชาชนอำเภอเมือง สุรินทร์	25,000.00
28.	TCC (สส.) 10 /2566	โครงการสนับสนุนหน่วยงานเพื่อ รักษาประโยชน์ของผู้บริโภคในพื้นที่ จังหวัดนครปฐม	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค จังหวัดนครปฐม	50,000.00
29.	TCC (สส.) 11 /2566	โครงการสนับสนุนหน่วยงานเพื่อ รักษาประโยชน์ของผู้บริโภคในพื้นที่ จังหวัดราชบุรี	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค จังหวัดราชบุรี	50,000.00
30.	TCC (สส.) 12 /2566	โครงการสนับสนุนหน่วยงานเพื่อ รักษาประโยชน์ของผู้บริโภคในพื้นที่ จังหวัดสุพรรณบุรี	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค จังหวัดสุพรรณบุรี	50,000.00

153

หมายเหตุ 24 ภาระผูกพัน (ต่อ)

ณ วันที่ 30 กันยายน 2566 สภาองค์กรของผู้บริโภคมีภาระผูกพันจากการทำใบสั่งซื้อ สั่งจ้าง สัญญาต่าง ๆ

ดังนี้ (ต่อ)

ลำดับ	เลขที่สัญญา	ชื่อโครงการ/สัญญา	ผู้รับจ้าง	จำนวนเงิน
31.	สอบ.(ป) 008/2565	สัญญาจ้างที่ปรึกษา บริหารกลยุทธ์การสื่อสารและเผยแพร่ผลงานขยายผลสู่คนรุ่นใหม่	มหาวิทยาลัยรังสิต	800,000.00
32.	สอบ.(จ) 056/2565	สัญญาจ้าง โครงการอบรมพัฒนาศักยภาพผู้สื่อข่าวด้านคุ้มครองผู้บริโภค	มูลนิธิพัฒนาสื่อมวลชนแห่งประเทศไทย	99,921.95
33.	สอบ.(จ) 057/2565	สัญญาจ้างโครงการพัฒนาระบบเทคโนโลยีเพื่อบริหารจัดการองค์กร (ERP) ของสภาองค์กรของผู้บริโภค	บริษัท เท็คโอทีโซลูชั่น จำกัด	1,950,000.00
34.	TCC.(จ) 021/2566	สัญญาจ้างโครงการพัฒนาระบบบริหารจัดการข้อมูลคู่สัญญาและบริการเชื่อมโยงข้อมูลผ่าน	บริษัท ไชยสมิถ จำกัด	292,500.00
35.	TCC.(ช) 012/2566	สัญญาซื้อและอนุญาตให้ใช้ลิขสิทธิ์ในโปรแกรม Microsoft 365 Business Standard	บริษัท เอ็นพีร่า จำกัด	30,500.00
36.	สอบ.(ป) 001/2565	สัญญาจ้างที่ปรึกษา บริหารและควบคุมการก่อสร้างโครงการปรับปรุงอาคาร ตกแต่งภายในและภายนอก เพื่อเป็นสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค	นางสาวอัญชลี เบ้ากุล	350,000.00
37.	สอบ.(จ) 005/2565	สัญญาจ้าง โครงการออกแบบปรับปรุง ตกแต่งภายในและภายนอกอาคารเพื่อเป็นสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค	บริษัท สถาปนิกชุมชนและสิ่งแวดล้อม อาศรมศิลป์ จำกัด	50,000.00
38.	สอบ.(จ) 007/2566	สัญญาจ้างบริการกำจัดแมลงและสัตว์รบกวนในบริเวณอาคารสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566	หจก. เวิลด์ บีก	6,776.67
39.	สอบ.(จ) 008/2566	สัญญาจ้างบริการรักษาความปลอดภัยอาคารสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค	บริษัท รักษาความปลอดภัย ริกเกอร์การ์ด แอนด์ คิลิน จำกัด	44,940.00
40.	TCC.(จ) 015/2566	สัญญาจ้างโครงการส่งเสริมศักยภาพการทำงาน เป็นทีม ปี 2566	บริษัท ทรุ ไมซ์ จำกัด	45,000.00
41.	TCC.(ช) 010/2566	สัญญาซื้อขาย โครงการจัดซื้อพร้อมติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา อาคารสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค	บริษัท เอ.ไอ.พาวเวอร์ แอนด์ เซอร์วิส จำกัด	33,750.00

b

หมายเหตุ 24 ภาวะผูกพัน (ต่อ)

ณ วันที่ 30 กันยายน 2566 สภามงคลของผู้นับถือมีภาวะผูกพันจากการทำใบสั่งซื้อ สั่งจ้าง สัญญาต่าง ๆ

ดังนี้ (ต่อ)

ลำดับ	เลขที่สัญญา	ชื่อโครงการ/สัญญา	ผู้รับจ้าง	จำนวนเงิน
42.	TCC.(จ) 034/2566	สัญญาโครงการจ้างเหมาบริการจัดสวน ปรับภูมิทัศน์ อาคารสำนักงานสภามงคล ของผู้นับถือ	นางสาวไพจิตรดา กัตถัญญตะ	125,000.00
43.	สอบ.(จ) 005/2566	สัญญาการจัดจ้างนักกฎหมายด้านการ ดำเนินคดีและการบังคับใช้กฎหมาย กรณี ศาลอาญา หมายเลขคดีดำ อ.๒๙๖๒/ ๒๕๖๕	นายสิขุวัศ ภาคินสกุลพัฒน์	40,000.00
44.	TCC.(จ) 016/2566	สัญญาจ้างนักกฎหมายด้านการดำเนินคดี และการบังคับใช้กฎหมาย กรณี โครงการ หมู่บ้านสุภาลัย เบลล่า พระราม 2 ถึง พื้นที่ายนรสิงห์	นายการวิก มามีชัย	70,000.00
45.	TCC.(จ) 022/2566	สัญญาจ้างโครงการจ้างเหมาบริการบุคคล ในตำแหน่งหัวหน้างาน เพื่อปฏิบัติงาน สนับสนุนการรับเรื่องร้องเรียนและ ให้บริการข้อมูลคำปรึกษาเพื่อแก้ปัญหา ผู้นับถือ	น.ส.นิตา ปทุมสูติ	342,500.00
46.	TCC.(จ) 023/2566	สัญญาจ้างโครงการจ้างเหมาบริการบุคคล เพื่อปฏิบัติงานสนับสนุนการรับเรื่อง ร้องเรียนและให้บริการข้อมูลคำปรึกษา เพื่อแก้ปัญหาผู้นับถือ	น.ส.กัลชนา กาญจนะ	260,666.67
47.	TCC.(จ) 024/2566	สัญญาจ้างโครงการจ้างเหมาบริการบุคคล เพื่อปฏิบัติงานสนับสนุนการรับเรื่อง ร้องเรียนและให้บริการข้อมูลคำปรึกษา เพื่อแก้ปัญหาผู้นับถือ	น.ส.วรัศวร พวงเกาะ	267,266.67
48.	TCC.(จ) 025/2566	สัญญาจ้างโครงการจ้างเหมาบริการบุคคล เพื่อปฏิบัติงานสนับสนุนการรับเรื่อง ร้องเรียนและให้บริการข้อมูลคำปรึกษา เพื่อแก้ปัญหาผู้นับถือ	น.ส.ธนัชชา ชุนอักษร	266,666.67
49.	TCC.(จ) 026/2566	สัญญาจ้างโครงการจ้างเหมาบริการบุคคล เพื่อปฏิบัติงานสนับสนุนการรับเรื่อง ร้องเรียน และให้บริการข้อมูลคำปรึกษา เพื่อแก้ปัญหาผู้นับถือ	น.ส.เรณู เหมทานนท์	260,866.67

155

หมายเหตุ 24 ภาวะผูกพัน (ต่อ)

ณ วันที่ 30 กันยายน 2566 สภามงคลของผู้บริโภคมีภาวะผูกพันจากการทำใบสั่งซื้อ สั่งจ้าง สัญญาต่าง ๆ

ดังนี้ (ต่อ)

ลำดับ	เลขที่สัญญา	ชื่อโครงการ/สัญญา	ผู้รับจ้าง	จำนวนเงิน
50.	TCC.(จ) 030/2566	สัญญาจ้างเหมาบริการ เพื่อปฏิบัติงานสนับสนุนการรับเรื่องร้องเรียนและให้บริการข้อมูลคำปรึกษาเพื่อแก้ปัญหาผู้บริโภค	น.ส.นิลินี ทรัพย์มี	252,301.00
51.	TCC.(จ) 020/2566	สัญญาจ้างโครงการสร้างการรับรู้และผลักดัน นโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคของสภาองค์กรของผู้บริโภค	บริษัท มีดี ดิจิทัล จำกัด	1,500,000.00
52.	TCC.(ป) 001/2566	สัญญาจ้างที่ปรึกษาเพื่อศึกษาวิเคราะห์ทางกฎหมายในการควบคุมการโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร	นายปรุพท์ รุจนธำรงค์	50,000.00
53.	TCC.(ป) 002/2566	สัญญาจ้างที่ปรึกษาศึกษาแนวคิดและผลกระทบ นโยบายคาร์บอนเครดิต	นายกฤษฎา บุญชัย	100,000.00
54.	TCC.(ป) 004/2566	สัญญาจ้างที่ปรึกษาดำเนินโครงการศึกษาวิเคราะห์และจัดทำรายงานการกระทำหรือละเลยการกระทำอันมีผลกระทบต่อสิทธิของผู้บริโภค	นายไพศาล ลิ้มสถิตย์	300,000.00
55.	TCC.(ป) 005/2566	โครงการศึกษาการปรับปรุง (ร่าง) พระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ. ... กรณีผู้ประกันตนไม่ต้องจ่ายค่าบริการสุขภาพและนำเงินสมทบเรื่องสุขภาพเพิ่มเติมในบำนาญชราภาพ	นายวศิน พิพัฒน์ฉัตร	150,000.00
56.	TCC.(จ) 032/2566	โครงการบริหารจัดการสื่อสารเผยแพร่ผลักดันความรู้เพื่อสนับสนุนนโยบายส่งเสริมการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา (Solar Rooftop) ด้วยระบบการคิดไฟฟ้าแบบหักลบหน่วย (Net Metering)	บริษัท ดาต้า แอสซ จำกัด	420,000.00
57.	TCC.(จ) 033/2566	โครงการจัดจ้างศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้การจัดการปัญหาแก๊งโทรศัพท์ Call Center ไม่สำเร็จ	นางสาวเกวรินทร์ ศิลาพัฒน์	50,000.00
58.	TCC.(ป) 007/2566	โครงการวิจัยเปรียบเทียบดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมบัตรเครดิตระหว่างไทยและต่างประเทศ	นายจักรกฤษ เจียวิริยบุญญา	500,000.00

b

หมายเหตุ 24 ภาระผูกพัน (ต่อ)

ณ วันที่ 30 กันยายน 2566 สภาองค์กรของผู้บริโภคมีภาระผูกพันจากการทำใบสั่งซื้อ สั่งจ้าง สัญญาต่าง ๆ ดังนี้ (ต่อ)

ลำดับ	เลขที่สัญญา	ชื่อโครงการ/สัญญา	ผู้รับจ้าง	จำนวนเงิน
59.	TCC.(ป) 0082566	โครงการศึกษาการใช้เงินกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงตามพระราชบัญญัติกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง พ.ศ. 2562	สถาบันเอเชียศึกษาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	165,000.00
60.	TCC.(ป) 010/2566	โครงการจ้างที่ปรึกษาเพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญาในทุกด้าน	นายภฤชญา แสงเจริญทรัพย์	150,000.00
61.	TCC.(ป) 011/2566	โครงการประเมินผลการดำเนินงาน 3 ปี ตามมาตรา 17 และแผนแม่บทการคุ้มครองผู้บริโภค 5 ปี สภาองค์กรของผู้บริโภค	มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศ (TDRI)	2,620,275.00
62.	TCC.(จ) 029/2566	สัญญาจ้างโครงการสำรวจและรับฟังความคิดเห็นและความพึงพอใจที่ต่อการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคของสภาองค์กรของผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ 2566	มหาวิทยาลัยรังสิต	1,175,895.00
63.	TCC.(ป) 003/2566	จ้างที่ปรึกษาศึกษาวิจัย “การขับเคลื่อนขององค์กรและเครือข่ายผู้บริโภคเพื่อพัฒนาสภาองค์กรของผู้บริโภค”	นางสาวอภิญญา ดันทวิวงศ์	210,000.00
64.	TCC.(ป) 009/2566	โครงการถอดบทเรียนการทำงานเพื่อการพัฒนาการทำงานของหน่วยงานประจำจังหวัดและหน่วยงานเขตพื้นที่ สภาองค์กรของผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ 2566	สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษา	1,000,000.00
65.	TCC (สส.) 08 /2566	โครงการพัฒนาศักยภาพสมาชิกองค์กรของผู้บริโภคให้เป็นพลเมืองตื่นรู้ (active citizen)ร่วมผลักดันนโยบายสาธารณะบ้านาญแห่งชาติ	มูลนิธิเข้าถึงเอดส์	1,000,000.00
66.	TCC.(จ) 014/2566	สัญญาจ้างโครงการผลิตสื่อ เพื่อสร้างการรับรู้ประเด็นปัญหาผู้บริโภค สภาองค์กรของผู้บริโภค	บริษัท 3344 จำกัด	2,380,000.00
67.	TCC.(จ) 017/2566	สัญญาจ้างโครงการจ้างบริการ ติดตามข่าวสารจากสื่อกระแสหลัก	บริษัท ดาต้าเซ็ท จำกัด	15,408.00
68.	TCC.(จ) 018/2566	สัญญาจ้างโครงการสร้างกลยุทธ์สื่อสารสะท้อนปัญหาผู้บริโภค สู่การแก้ไขปัญหาระดับนโยบายให้เป็นที่รับรู้สู่สาธารณะ	บริษัท ทีเอ็มอาร์เอช จำกัด	2,550,000.00

หมายเหตุ 24 ภาระผูกพัน (ต่อ)

ณ วันที่ 30 กันยายน 2566 สภาองค์กรของผู้บริโภคมีภาระผูกพันจากการทำใบสั่งซื้อ สั่งจ้าง สัญญาต่าง ๆ ดังนี้ (ต่อ)

ลำดับ	เลขที่สัญญา	ชื่อโครงการ/สัญญา	ผู้รับจ้าง	จำนวนเงิน
69.	TCC.(จ) 028/2566	สัญญาจ้างโครงการบริหารจัดการจัดจ้างผลิตถ่ายทอดสด และเผยแพร่ รายการ สภาผู้บริโภคไลฟ์ ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์และสำนักข่าว	บริษัท เวิร์ค เพ็มส์ จำกัด	709,410.00
70.	TCC.(ป) 006/2566	โครงการจ้างที่ปรึกษาเพื่อจัดทำแนวทางการขับเคลื่อนองค์กรด้วยข้อมูล (Data Driven) สภาองค์กรของผู้บริโภค	บริษัท บีเทค เทค คัมพะนี จำกัด	2,099,893.00
71.	สอบ.(จ) 010/2566	สัญญาจ้างเหมาบริการพนักงานทำความสะอาด สภาองค์กรของผู้บริโภค	นางสิทธิประสงค์ อายุมัน	39,000.00
72.	TCC.(จ) 011/2566	สัญญาจ้างบริการทำความสะอาดอาคารสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค	บริษัท แม่บ้านไทย แคร่ แอนด์ คลีน จำกัด	284,000.00
73.	TCC.(ช) 018/2566	สัญญาจัดซื้อผ้ามา่านปรับแสง พร้อมติดตั้งภายในอาคารสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค 12 รายการ	บริษัท สมายล์ ดีไซน์ จำกัด	683,821.00
74.	TCC.(จ) 031/2566	สัญญาโครงการจัดจ้างผู้สอบบัญชีประจำปีงบประมาณ 2566	บริษัท สำนักงานสามสิบสี่อดีต จำกัด	100,000.00
75.	TCC.(จ) 034/2566	โครงการจ้างเหมาบริการจัดสวน ปรับภูมิทัศน์อาคารสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค	นางสาวไพจิตร กตัญญูตะ	125,000.00
76.	TCC.(ช) 020/2566	สัญญาซื้อและอนุญาตให้ใช้ลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์ สำหรับการประชุมทางไกล (Zoom License)	บริษัท เดอะ โนเบิล จำกัด	42,500.00
77.	สอบ.(ช) 001/2566	เช่าใช้บริการระบบ Cloud Computing สำหรับสภาองค์กรของผู้บริโภค	บริษัท เอ็นพีร่า จำกัด	104,674.48
78.	TCC.(ช) 021/2566	โครงการจัดซื้ออุปกรณ์ชุดประชุมออนไลน์ และอุปกรณ์ชุดเครื่องเสียงห้องประชุม	บริษัท เอ็นพีร่า จำกัด	715,050.00
		รวมภาระผูกพันไม่เกิน 1 ปี		31,140,332.78

b

หมายเหตุ 24 ภาระผูกพัน (ต่อ)

ณ วันที่ 30 กันยายน 2566 สภามงคลของผู้บริโภคมีภาระผูกพันจากการทำใบสั่งซื้อ สั่งจ้าง สัญญาต่าง ๆ ดังนี้ (ต่อ)

ลำดับ	เลขที่สัญญา	ชื่อโครงการ/สัญญา	ผู้รับจ้าง	จำนวนเงิน
79.	สอบ.(จ) 006/2566	การจัดจ้างนักกฎหมายด้านการดำเนินคดี และการบังคับใช้กฎหมาย กรณีดำเนินคดีแบบกลุ่มกับ บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) (งาน 3 ปี - 1,095 วัน)	ว่าที่ร้อยตรี สมชาย อามีน	320,000.00
80.	สอบ.(ข) 002/2566	โครงการเช่าใช้บริการเครือข่าย อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงสำหรับองค์กรของ สภามงคลของผู้บริโภค	บริษัท ซิมโฟนี คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน)	365,940.00
	รวมภาระผูกพันเกิน 1 ปี แต่ไม่เกิน 5 ปี			685,940.00
81.	ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการและบริหาร			1,285,443.06
	รวมทั้งสิ้น			33,111,715.84

หมายเหตุ 25 การอนุมัติรายงานการเงิน

รายงานการเงินนี้ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการนโยบายสภาองค์กรของผู้บริโภค เมื่อวันที่ 15 มกราคม

2567

b

159

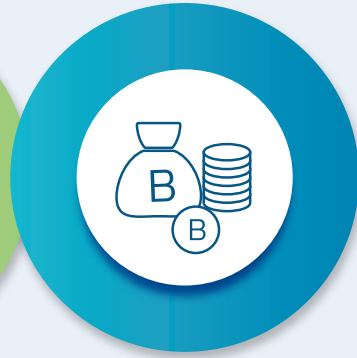
การใช้จ่ายงบประมาณ ประจำปีงบประมาณ 2566



5
แผนงาน



15
กิจกรรมหลัก



งบประมาณดำเนินงาน
222.0436
ล้านบาท

(จาก พ.ร.บ. งบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566
จำนวน 153.5559 ล้านบาท และจากทุนประเดิม 68.4877 ล้านบาท)

ผลการเบิกจ่าย 203.3669 ล้านบาท

(ข้อมูล ณ วันที่ 30 กันยายน 2566)



กลไกตรวจสอบการทำงานของสภาผู้บริโภคร

การดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ของสภาผู้บริโภคร ได้ยึดหลักการความโปร่งใส ตรวจสอบได้ และมีประสิทธิภาพในการทำงาน โดยได้ออกแบบกลไกในการปฏิบัติหน้าที่ในฐานะเป็นตัวแทนของผู้บริโภครที่มีความเป็นอิสระและตรวจสอบได้ ไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อนจากการปฏิบัติหน้าที่ในการทำงาน โดยมีกลไกการตรวจสอบการใช้จ่ายงบประมาณ 3 ส่วนที่สำคัญ ได้แก่

1. กลไกตรวจสอบการใช้งบประมาณจากภายนอกที่เป็นอิสระ

- การรายงานผลการดำเนินงานและการใช้จ่ายงบประมาณประจำปีต่อรัฐสภา ซึ่งได้ดำเนินการไปแล้วในทั้งสองปีที่ผ่านมา คือในปี พ.ศ. 2564-2565
- การรายงานการใช้จ่ายงบประมาณต่อสำนักปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี ทุกไตรมาส จากงบประมาณรายจ่ายงบกลาง รายการเงินสำรองจ่ายเพื่อกรณีฉุกเฉินหรือที่สนับสนุนการดำเนินงานของสภาผู้บริโภคร
- การสอบทานรายงานการเงินประจำปีจากผู้สอบบัญชีรับอนุญาตภายนอก ที่เป็นอิสระจากสภา โดยใช้รูปแบบรายงานการเงินและการบันทึกบัญชีตามหลักเกณฑ์ของกรมบัญชีกลาง

2. กลไกการตรวจสอบภายในที่เป็นอิสระ

- คณะอนุกรรมการตรวจสอบภายในจำนวน 3 คน โดยแต่งตั้งจากคณะกรรมการนโยบาย มีองค์ประกอบจากตัวแทนองค์กรภายนอก 2 คน และตัวแทนคณะกรรมการนโยบาย 1 คนเพื่อเชื่อมโยงการทำงาน
- การรับฟังความคิดเห็นประจำปีจากองค์กรสมาชิกและผู้บริโภคร ตามมาตรา 15 ซึ่งดำเนินการโดยสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า) ในปี 1 และปีที่ 2 ของการดำเนินงาน และดำเนินการโดยมหาวิทยาลัยรังสิตในปีที่ 3 (ปีปัจจุบัน)
- มาตรา 17 ของกฎหมายกำหนดให้ “สภาองค์กรของผู้บริโภครจัดให้มีการประเมินผลการดำเนินงานของสภาองค์กรของผู้บริโภครตามระยะเวลาที่สภาองค์กรของผู้บริโภครกำหนด แต่ต้องไม่เกิน 3 ปี การประเมินผลการดำเนินงานตามวรรคหนึ่งให้จัดทำโดยสถาบันและองค์กรที่เป็นกลางและความเชี่ยวชาญในด้านการประเมินผลการดำเนินงาน โดยมีการคัดเลือกตามวิธีการที่สภาองค์กรของผู้บริโภครกำหนด การประเมินผลการดำเนินงานของสภาองค์กรของผู้บริโภครจะต้องแสดงข้อเท็จจริงให้ปรากฏในด้านประสิทธิภาพ การพัฒนาสภา

องค์กรของผู้บริโภคร และการสนับสนุนจากประชาชนหรือในด้านอื่นตามที่สภาองค์กรของผู้บริโภครจะได้อำหนดเพิ่มเติมขึ้น” ดังนั้น ในปีงบประมาณ 2566 นี้สภาผู้บริโภครจึงได้ตั้งคณะกรรมการพิจารณาขอบเขตการประเมินผลการดำเนินงาน 3 ปี เพื่อวางกรอบแนวคิดการประเมินผลฯ จากนั้นได้ให้สถาบันเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDR) มาเป็นผู้ประเมินผลการดำเนินงาน ตามมาตรา 17 เนื้อหาการประเมินประกอบด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ขององค์กรในระบบนิเวศ (Ecosystem) และศึกษาห่วงโซ่การดำเนินงาน (Result Chain: RC) ของสภาผู้บริโภคร เพื่อให้การประเมินครอบคลุมทั้งด้านประสิทธิผล ด้านประสิทธิภาพ ด้านการพัฒนาสภาผู้บริโภคร และการสนับสนุนของประชาชน เพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะทางในการพัฒนาระดับคุณภาพการบริหารจัดการและการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิผล ประสิทธิภาพ และการบริหารจัดการที่ดี (ทั้งระยะสั้นและระยะยาว) อันจะส่งผลเป็นการสนับสนุนการพัฒนาระบบการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศ รวมทั้งเป็นการยกระดับให้สภาผู้บริโภครเป็นที่รู้จักและยอมรับทั้งในระดับประเทศและระดับสากล

- นอกจากนี้ สภาผู้บริโภครได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนกลยุทธ์ 5 ปี (พ.ศ. 2567-2571) โดยสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติและนโยบายรัฐบาลที่เกี่ยวข้อง ผ่านกระบวนการระดมความคิดเห็นจากสำนักงานส่วนกลางและหน่วยงานระดับพื้นที่เพื่อกำหนดสถานะ (Positioning) และแนวทาง (Guideline) การดำเนินงานในอนาคตของสภาผู้บริโภคร

3. กลไกการตรวจสอบภายในของสภาผู้บริโภคร

- คณะกรรมการนโยบาย
- คณะอนุกรรมการบริหาร
- คณะทำงานความเสี่ยงองค์กร
- คณะทำงานงบประมาณ
- คณะผู้บริหารสำนักงานสภาผู้บริโภคร
- เจ้าหน้าที่บัญชีการเงินที่เป็นอิสระ

รายงานผลการดำเนินงานของคณะอนุกรรมการตรวจสอบ ประจำปีงบประมาณ 2566 (1 ตุลาคม 65–30 กันยายน 66)

คณะกรรมการตรวจสอบสภาองค์กรของผู้บริโภค ประกอบด้วย นางเบญจวรรณ สร้างนิทร่า ประธานอนุกรรมการตรวจสอบ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จุมพล ชื่นจิตต์ศิริ และนางสาวอมรจิตต์ เอื้อวิบูลย์วิทย์ อนุกรรมการตรวจสอบ โดยมีเจ้าหน้าที่ตรวจสอบภายในปฏิบัติหน้าที่เลขานุการของคณะอนุกรรมการตรวจสอบตามคำสั่งแต่งตั้งเมื่อวันที่ 25 กรกฎาคม 2565 ปฏิบัติหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมาย จากคณะกรรมการนโยบายสภาองค์กรของผู้บริโภคและกฎบัตร ดังนี้

1. ผลักดันให้เกิดกระบวนการควบคุมภายใน กระบวนการบริหารความเสี่ยง รวมถึงการปฏิบัติตามข้อบังคับ ระเบียบ มุ่งเน้นการสร้างความตระหนักให้ผู้ปฏิบัติงานดำเนินการอย่างระมัดระวังรอบคอบ รวมถึงการทบทวน กฎ ระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานให้เหมาะสมตามบริบทขององค์กร

2. มอบนโยบายการยกระดับคุณภาพการตรวจสอบภายในโดยมุ่งเน้นการตรวจสอบให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลรวมถึงเพิ่มบทบาทการให้คำปรึกษาในขั้นตอนการปฏิบัติงานต่างๆ ตลอดจนการพัฒนาผู้ตรวจสอบภายใน และปรับปรุงกระบวนการตรวจสอบให้มีประสิทธิภาพ ผลการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ 2566 (1 ตุลาคม 2565 – 30 กันยายน 2566) คณะอนุกรรมการตรวจสอบมีการประชุมทั้งหมด 9 ครั้ง โดยกรรมการตรวจสอบทั้ง 3 ท่าน ได้เข้าร่วมการประชุมทุกครั้ง

สาระสำคัญในการปฏิบัติหน้าที่ของคณะอนุกรรมการตรวจสอบ

1. การพิจารณาแต่งตั้งผู้สอบบัญชีประจำปี พ.ศ. 2566

พิจารณาแต่งตั้งผู้สอบบัญชีประจำปี พ.ศ. 2566 ตามระเบียบคณะกรรมการนโยบายสภาองค์กรของผู้บริโภคว่าด้วยการตรวจสอบภายในของสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2565 ข้อ 13 (8) ประสานงานเกี่ยวกับผลการตรวจสอบบัญชีกับผู้สอบบัญชีและอาจเสนอแนะให้สอบทานหรือตรวจสอบรายการใดที่เห็นว่าจำเป็น รวมทั้งเสนอคำตอบแทนของผู้สอบบัญชีต่อคณะกรรมการ

2. การสอบทานรายงานทางการเงิน

คณะอนุกรรมการตรวจสอบได้พิจารณารายงานงบการเงินของสภาองค์กรของผู้บริโภคเป็นรายไตรมาส รายงานงบการเงินประจำปีงบประมาณ 2566 รายงานงบการเงินของสภาองค์กรของผู้บริโภค แสดงรายการงบการเงินเป็นไปตามมาตรฐานการบัญชีของบัญชีภาครัฐ คณะอนุกรรมการตรวจสอบได้พิจารณารายงานงบการเงินของสภาองค์กรของผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ 2566 ของผู้สอบบัญชีภายนอกเห็นควรให้นำข้อเสนอแนะของผู้สอบบัญชีภายนอกมาปรับปรุงการดำเนินงาน เพื่อให้รายงานงบการเงินถูกต้องมีความน่าเชื่อถือ

3. การสอบทานกระบวนการกำกับดูแล

คณะอนุกรรมการตรวจสอบได้สอบทานกระบวนการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามข้อบังคับ ระเบียบ กฎของสภาองค์กรของผู้บริโภคเพื่อให้เกิดความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อเสริมสร้างและสนับสนุนให้การดำเนินงานของสภาองค์กรของผู้บริโภคเป็นที่ยอมรับ เชื่อแก่บุคคลทั่วไป คณะอนุกรรมการตรวจสอบได้แสดงความเห็นอย่างเป็นอิสระ ไม่มีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ส่วนตัว ต่อผลประโยชน์ของสภาองค์กรของผู้บริโภค แสดงข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ คำแนะนำต่างๆ และเสนอรายงานผลการดำเนินงานเสนอต่อคณะกรรมการนโยบายสภาองค์กรของผู้บริโภคปีละ 2 ครั้งทุก 6 เดือน รวมถึงการรักษาความลับและการเปิดเผยข้อมูลต่าง ๆ

4. การกำกับดูแลงานตรวจสอบภายใน

4.1 คณะอนุกรรมการตรวจสอบได้กำกับดูแล

การปฏิบัติงานของหน่วยตรวจสอบภายใน ให้มีความเป็นอิสระ เพื่อให้การปฏิบัติงานในหน้าที่เหมาะสมกับหน้าที่ความรับผิดชอบ ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับงานตรวจสอบภายใน เพื่อให้การปฏิบัติงานตรวจสอบภายในบรรลุตามวัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายที่กำหนด และสนับสนุนให้ ผู้ตรวจสอบภายใน เข้ารับการฝึกอบรมงานด้านการตรวจสอบภายใน ด้านการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายใน เพื่อนำมาพัฒนางานตรวจสอบภายใน

4.2 คณะอนุกรรมการตรวจสอบได้พิจารณา รายงานผลการตรวจสอบภายในของหน่วยตรวจสอบภายในเป็นรายไตรมาสและพิจารณารายงานผลการตรวจสอบหน่วยงานเขตพื้นที่ ได้แก่หน่วยงานเขตพื้นที่ภาคอีสานและหน่วยงานเขตพื้นที่ภาคตะวันตกและได้มอบหมายให้ผู้ตรวจสอบภายในติดตามผลการดำเนินงานตามข้อเสนอแนะของคณะอนุกรรมการตรวจสอบและผู้ตรวจสอบภายในและรายงานต่อคณะอนุกรรมการตรวจสอบทราบ

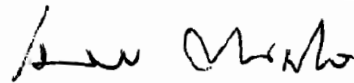
4.3 คณะอนุกรรมการตรวจสอบได้พิจารณา ทบทวนกฎบัตรของคณะอนุกรรมการตรวจสอบ สภาองค์กรของผู้บริโภคและกฎบัตรการตรวจสอบภายในของสภาองค์กรของผู้บริโภค เพื่อให้สอดคล้องกับขอบเขตความรับผิดชอบในการดำเนินงานของสภา โดยได้รับความเห็นชอบจากกรรมการและมีการสอบทานกฎบัตรปีละครั้ง

4.4 คณะอนุกรรมการตรวจสอบได้พิจารณา อนุมัติแผนการตรวจสอบภายในประจำปี พ.ศ. 2567 และแผนการปฏิบัติงานตรวจสอบภายในของหน่วยตรวจสอบภายใน โดยพิจารณาขอบเขตการปฏิบัติงาน หน้าที่ความรับผิดชอบ จริยธรรมการปฏิบัติงานตรวจสอบภายใน กำกับดูแลการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามแผนงานที่ได้อนุมัติไว้ และการรักษาคุณภาพงานตรวจสอบภายใน

4.5 คณะอนุกรรมการตรวจสอบได้พิจารณา กำหนดวาระการประชุมของคณะอนุกรรมการตรวจ

สอบสภาองค์กรของผู้บริโภค ปฏิทินการประชุมคณะอนุกรรมการตรวจสอบ ประจำปีงบประมาณ 2567 เพื่อที่คณะกรรมการตรวจสอบจะได้ใช้เวลาให้การประชุมและการทำงานของคณะกรรมการตรวจสอบ ให้มีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ในการกำกับดูแลการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ของสภาองค์กรของผู้บริโภค

โดยสรุปคณะอนุกรรมการตรวจสอบได้ปฏิบัติงานตามหน้าที่และความรับผิดชอบที่ได้ระบุไว้ในกฎบัตรของคณะอนุกรรมการตรวจสอบ โดยใช้ความรู้ความสามารถ ความระมัดระวังรอบคอบ และมีความเป็นอิสระ ตลอดจนให้ความเห็นและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติงาน คณะอนุกรรมการตรวจสอบมีความเห็นว่าการปฏิบัติงานของสภาองค์กรของผู้บริโภคเป็นไปตาม ข้อบังคับระเบียบ กฎของสภาองค์กรของผู้บริโภค



นางเบญจวรรณ สร้างนิทร
ประธานกรรมการ
คณะอนุกรรมการตรวจสอบสภาองค์กรของผู้บริโภค



เชื่อมั่นพลังของผู้บริโภค
เพราะหากรวมกันขึ้นมาต่อสู้แล้ว
ก็จะสามารถเปลี่ยนแปลงได้
แม้จะต่อสู้มาอย่างยาวนาน



คุณกัลยวรรณศรี ตั้งหวัง
ผู้เสียหายกรณีร้องเรียน
กระทะโคเรียคิงโซचनाเกินจริง

รายการเราไม่ได้บริโภคหน้าเป็นอาหาร กับตอน รวมพลังผู้บริโภค
สู้เพื่อการเปลี่ยนแปลง วันที่ 13 พ.ย. 2566

ภาคผนวก

- รายชื่อคณะกรรมการ อนุกรรมการ และคณะทำงาน
- คณะผู้บริหารและที่ปรึกษาสำนักงานสภาพัฒนาการของผูบริโภค
- สมาชิกสภาผูบริโภค ปี 2566
- หน่วยงานเขตพื้นที่และหน่วยงานประจำจังหวัด

คณะกรรมการนโยบาย สภาองค์กรของผู้บริโภค

ข้อมูล ณ วันที่ 30 กันยายน 2566



นางสาวบุญยืน ศิริธรรม
ประธาน



นายนิมิตร เทียนอุดม
รองประธาน



นางสาวพิมพ์วลี
นิศาวัฒน์นันท์
กรรมการ



นางบุพพันธ์ คำริตา
กรรมการ



นายปฎิวัติ เจลิ้มชาติ
กรรมการ



นางสาวสิรินภา
เพชรรัตน์
กรรมการ



รศ. ดร.เริ่งชัย
ตันสกุล
กรรมการ



นางสาวชลดา
บุญเกษม
กรรมการ



นางสาววิภารัตน์
พิพัฒน์เตชากร
กรรมการ



นายกิตชัย กิตติคุณ
กรรมการ



นายสมชาย
กระจ่างแสง
กรรมการ



นายกมล
กมลตระกูล
กรรมการ



บพ.อนุชา
เศรษฐเสถียร
กรรมการ



พศ. ดร.จุมพล
ชินจิตต์ศิริ
กรรมการ



ภก.ภาณุโชติ
ทองย้ง
กรรมการ



นางสาวสุรียรัตน์
ตรีมรรคา
กรรมการ



ดร.ไพบูลย์
ช่วงทอง
กรรมการ



นางสาวสุกัญญา
กลางณรงค์
กรรมการ



พศ.ประสาก มีแท้
กรรมการ



ดร.ดวงตา ตันโช
ที่ปรึกษาคณะกรรมการ
นโยบาย

คณะอนุกรรมการบริหาร

- | | |
|-------------------------------------|------------------|
| 1. นายนิมิตร์ เทียนอุดม | ประธานอนุกรรมการ |
| 2. ดร.ดวงตา ตันโซ | อนุกรรมการ |
| 3. นายชาญเชาวน์ ไชยานุกิจ | อนุกรรมการ |
| 4. นายเกรียงศักดิ์ วัชรนุกูลเกียรติ | อนุกรรมการ |
| 5. นายรชตะ อุ่นสุข | อนุกรรมการ |

คณะที่ปรึกษาสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค

- | | |
|--------------------------------|--------------------------------------|
| 1. ทพ.ศิริเกียรติ เหลียงกอบกิจ | ที่ปรึกษาฝ่ายบริหารสำนักงาน |
| 2. นางสาวสุวรรณา จิตประภัสสร | ที่ปรึกษาฝ่ายสื่อสารและประชาสัมพันธ์ |
| 3. ญ.เนตรนภิส สุขนวนิช | ที่ปรึกษาส่วนงานเทคโนโลยีและสารสนเทศ |

คณะอนุกรรมการ 8 ด้าน และคณะทำงาน 1 ด้าน

คณะอนุกรรมการด้านการเงินและการธนาคาร

- | | |
|--------------------------------|------------------|
| 1. นายกมล กมลตระกูล | ประธานอนุกรรมการ |
| 2. ญ.ชโลม เกตุจินดา | อนุกรรมการ |
| 3. นางนฤมล เมฆบริสุทธิ์ | อนุกรรมการ |
| 4. นางสาวอาจิน จุ่งลก | อนุกรรมการ |
| 5. นางสาวธารทิพย์ ศรีสุวรรณเกษ | อนุกรรมการ |
| 6. นายจิณณะ แยมอ่วม | อนุกรรมการ |
| 7. นางอรมนต์ จันทพันธ์ | อนุกรรมการ |
| 8. นางสาวมลฤดี ณิชากรพงศ์ | อนุกรรมการ |

คณะอนุกรรมการด้านบริการสาธารณะ พลังงาน และสิ่งแวดล้อม

- | | |
|--------------------------------|------------------|
| 1. ผศ.ประสพ มีแต่้ม | ประธานอนุกรรมการ |
| 2. นางสาวบุญยืน ศิริธรรม | อนุกรรมการ |
| 3. พ.ท. พญ.กมลพรรณ ชิวพันธ์ศรี | อนุกรรมการ |
| 4. นางสาวเพ็ญโฉม แซ่ตั้ง | อนุกรรมการ |

5. นางสาวจรรยา เสนพงศ์	อนุกรรมการ
6. นางสาวรสนา โตสิตระกูล	อนุกรรมการ
7. นายชาติ เจริญลาภนพรัตน์	อนุกรรมการ
8. รศ. ดร.เรียงชัย ตันสกุล	อนุกรรมการ

คณะอนุกรรมการด้านอสังหาริมทรัพย์และที่อยู่อาศัย

1. ผศ. ดร.จุมพล ชื่นจิตต์ศิริ	ประธานอนุกรรมการ
2. นางสาวสิรินนา เพชรรัตน์	อนุกรรมการ
3. นางสาวชนุช แสงแฉลง	อนุกรรมการ
4. นายสุนทร สุริโย	อนุกรรมการ
5. นางประจวบ ทิทอง	อนุกรรมการ
6. นางสาวสรณรัชฎ์ กาญจนะวณิชย์	อนุกรรมการ
7. นายเฉลิมพงษ์ กลัปดี	อนุกรรมการ
8. นางทรงศิริ จุมพล	อนุกรรมการ

คณะอนุกรรมการด้านบริการสุขภาพ

1. นางสาวสุรรัตน์ ตริมรรคา	ประธานอนุกรรมการ
2. นางบุพพัณฑ์ คำธิตา	อนุกรรมการ
3. นางกัลยพรรณ ดั่งหวัง	อนุกรรมการ
4. นางสาวสุภาวดี วิเวก	อนุกรรมการ
5. นายมนัส โกศล	อนุกรรมการ
6. ทพ.อรรถพร ลิ้มปัญญาเลิศ	อนุกรรมการ
7. นายสมชาย กระจ่างแสง	อนุกรรมการ
8. นางอาภรณ์ อะทาโส	อนุกรรมการ

169

คณะอนุกรรมการด้านสินค้าและบริการทั่วไป

1. ดร.ไพฑูลย์ ช่วงทอง	ประธานอนุกรรมการ
2. นางสาวพิมพ์วลี นิศาวัฒนานันท์	อนุกรรมการ
3. นางสาวทัศนีย์ แน่นอุดร	อนุกรรมการ
4. นางชุนทร ศรีเสาวชาติ	อนุกรรมการ
5. นายชัยภวิศร์ ธวัชชัยนันท์	อนุกรรมการ
6. ผศ. ดร.วีระพันธ์ รังสีจิตรประภา	อนุกรรมการ
7. ดร.สิวินีย์ สวัสดิ์อารี	อนุกรรมการ
8. ดร.สุทธิศักดิ์ ภัทรมานะวงศ์	อนุกรรมการ

คณะอนุกรรมการด้านการสื่อสาร โทรคมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศ

1. นางสาวสุภิญญา กลางณรงค์	ประธานอนุกรรมการ
2. นางสาวจุฑา สังขชาติ	อนุกรรมการ
3. ผศ. ดร.นคร เสรีรักษ์	อนุกรรมการ
4. รศ.รุจน์ โกมลบุตร	อนุกรรมการ
5. นายอาทิตย์ สุริยะวงศ์กุล	อนุกรรมการ
6. นางสาวชลดา บุญเกษม	อนุกรรมการ
7. นางสาวสุกรานต์ โจรนไพรวงศ์	อนุกรรมการ
8. นายวรพจน์ วงศ์กิจรุ่งเรือง	อนุกรรมการ

คณะอนุกรรมการด้านการขนส่งและยานพาหนะ

1. นพ.อนุชา เศรษฐเสถียร	ประธานอนุกรรมการ
2. นายปวิวัติ เฉลิมชาติ	อนุกรรมการ
3. นายสว่าง ศรีสม	อนุกรรมการ
4. ดร.สลิทธ ทองมีนสุข	อนุกรรมการ
5. นพ.ชนะพงศ์ จินวงษ์	อนุกรรมการ
6. นายฐิติพัฒน์ ไทยจงรักษ์	อนุกรรมการ
7. ดร.เจษฎา คำผอง	อนุกรรมการ
8. รศ. ดร.ชาติ เจริญลาภนพรัตน์	อนุกรรมการ

คณะอนุกรรมการด้านอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ

1. ภก.ภาณุโชติ ทองยัง	ประธานอนุกรรมการ
2. นายสมศักดิ์ ชมภูบุตร	อนุกรรมการ
3. นางสาวปรกชล อู๋ทรัพย์	อนุกรรมการ
4. นางสาวกรรณิการ์ กิจติเวชกุล	อนุกรรมการ
5. นายไพโรจน์ แก้วมณี	อนุกรรมการ
6. ผศ. ดร. ภาณุ.ยุพดี ศิริสินสุข	อนุกรรมการ
7. รศ. ดร. ภาณุ.จิราพร ลิ้มปานานนท์	อนุกรรมการ

คณะทำงานด้านการศึกษา ภายใต้คณะอนุกรรมการด้านสินค้าและบริการทั่วไป

1. ดร.คมเทพ ประภายนต์	ประธานอนุกรรมการ
2. รศ. ดร.เรียงชัย ตันสกุล	อนุกรรมการ
3. พ.ท. พญ.กมลพรรณ ชีวพันธ์ศรี	อนุกรรมการ
4. นางกมลทิพย์ ไบเงิน	อนุกรรมการ
5. นางรัชณี ธงไชย	อนุกรรมการ
6. ดร.สมชาย คุ่มพูล	อนุกรรมการ
7. นายสาโรช บุตรเนียร	อนุกรรมการ

คณะอนุกรรมการกลั่นกรองการดำเนินงานคดี

1. นายสมชาย หอมลออ	ประธานอนุกรรมการ
2. นายไพโรจน์ พลเพชร	อนุกรรมการ
3. ศ. ดร.นนทวัชร์ นวตระกูลพิสุทธิ	อนุกรรมการ
4. ผศ. ดร.พัชรวรรณ นุชประยูร	อนุกรรมการ
5. นายอิฐบูรณ์ อ้นวงษา	อนุกรรมการ

171

คณะอนุกรรมการตรวจสอบ

1. นางเบญจวรรณ สร้างนิทร	ประธานอนุกรรมการ
2. ผศ. ดร.จุมพล ชื่นจิตต์ศิริ	อนุกรรมการ
3. นางสาวอมรจิตต์ เอี้ยววิบูลย์วิทย์	อนุกรรมการ

คณะทำงานต่างๆ

คณะทำงานด้านกฎหมาย

1. นายไพโรจน์ พลเพชร	ประธานคณะทำงาน
2. นายพรหมมินทร์ หอมหวล	คณะทำงาน
3. นายไพโรจน์ แก้วมณี	คณะทำงาน
4. ผศ. ดร.พัชรวรรณ นุชประยูร	คณะทำงาน
5. นายสุรชัย ตรงงาม	คณะทำงาน

คณะทำงานงบประมาณ

- | | |
|------------------------------|----------------|
| 1. ดร.ดวงตา ตันโซ | ประธานคณะทำงาน |
| 2. นายศุภชัย งามศิริกุลเจริญ | คณะทำงาน |
| 3. นางอำนาจ แสงฉายเพียงเพ็ญ | คณะทำงาน |

คณะทำงานบริหารจัดการความเสี่ยง และประเมินระบบควบคุมภายใน

- | | |
|---|-------------------|
| 1. เลขานุการสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค | ที่ปรึกษาคณะทำงาน |
| 2. นายรชตะ อุ่นสุข | ที่ปรึกษาคณะทำงาน |
| 3. ทพ.ศิริเกียรติ เหลียงกอบกิจ | ประธานคณะทำงาน |
| 4. นางสุภาพร ถิ่นวัฒนากุล | รองประธานคณะทำงาน |
| 5. หัวหน้าฝ่ายงานนโยบายและนวัตกรรม | คณะทำงาน |
| 6. หัวหน้าฝ่ายสนับสนุนสมาชิกและองค์กรของผู้บริโภค | คณะทำงาน |
| 7. หัวหน้าฝ่ายคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค | คณะทำงาน |
| 8. หัวหน้าฝ่ายสื่อสารสาธารณะและประชาสัมพันธ์ | คณะทำงาน |
| 9. หัวหน้าฝ่ายบริหารสำนักงาน | คณะทำงาน |
| 10. หัวหน้าฝ่ายงานเลขานุการ | คณะทำงาน |

172

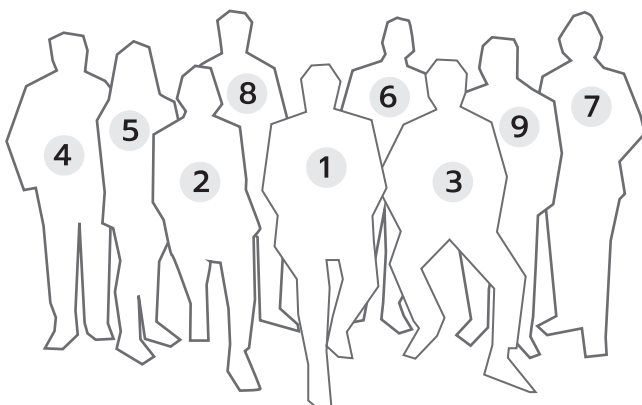
คณะทำงานพิจารณาขอบเขตการประเมิน ผลการดำเนินงาน 3 ปี และกรอบแนวคิดแผนแม่บท 5 ปี

- | | |
|-------------------------------------|----------------|
| 1. นพ.ประวิทย์ ลีสถาพรวงศา | ประธานคณะทำงาน |
| 2. นายประสงค์ เลิศรัตนวิสุทธิ์ | คณะทำงาน |
| 3. นางสุรางคณา วายุภาพ | คณะทำงาน |
| 4. ผศ. ดร.สมเกียรติ รุ่งเรืองวิริยะ | คณะทำงาน |
| 5. นางชโลม เกตุจินดา | คณะทำงาน |
| 6. นางสาวทัศนีย์ แน่นอุดร | คณะทำงาน |

คณะผู้บริหาร สำนักงานสภาผู้บริโภคร

1. นางสาวสารี อ๋องสมหวัง
2. นางสุภาพร ถิ่นวัฒนากุล
3. นายอิฐบูรณ์ อ้นวงษา
4. นายโสภณ หนูรัตน์
5. นางสาวมลฤดี โพธิ์อินทร์
6. นายพงศ์ธร จันทรศมี
7. นางสาวสถาพร อารักษ์วทนะ
8. นายณัฐวุฒิ ศรีคงจันทร์
9. นางสาวณัฐฉิญา ภูริยะพันธ์

เลขาธิการสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค
รองเลขาธิการสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค
รองเลขาธิการสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค
หัวหน้าฝ่ายคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค
รองหัวหน้าฝ่ายนโยบายและนวัตกรรม
หัวหน้าฝ่ายสนับสนุนสมาชิกและองค์กรของผู้บริโภค
หัวหน้าฝ่ายสื่อสารสาธารณะและประชาสัมพันธ์
หัวหน้าฝ่ายบริหารสำนักงาน
หัวหน้าฝ่ายงานเลขานุการ



สมาชิกสภาผู้บริโภค ปี 2566

แสดงตามภาคและหน่วยงานที่ดูแล

ภาค	จำนวนสมาชิก	จำนวน หน่วยงานเขตพื้นที่	จำนวน หน่วยงานประจำจังหวัด
เหนือ	95	1	5
กลาง	5	0	1
ใต้	39	1	3
ตะวันตก	33	1	3
ตะวันออกเฉียงเหนือ	81	1	2
กรุงเทพมหานคร	24	0	1
สำนักงานสภาฯ (ฝ่ายสนับสนุนฯ)	31	0	0
รวม	308	4	15

หมายเหตุ: การดูแลสมาชิกจะดำเนินงานภายใต้หน่วยงานประจำจังหวัด ซึ่งมีหน่วยงานเขตพื้นที่ดูแลอีกชั้นหนึ่ง และมีบางส่วนที่ดูแลโดยฝ่ายสนับสนุนสมาชิกและองค์กรผู้บริโภค สำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค (ส่วนกลาง)



รายชื่อสมาชิกสภาผู้บริโศค และที่อยู่ 308 องค์คกร

ภาคเหนือ:

สมาชิกที่อยู่ภายใต้การดูแลของหน่วยงานประจำจังหวัด

หน่วยงานประจำจังหวัดเชียงรราย (สมาคมประชาสังคคเพื่อการพัฒนา)

1) ศูนย์ค้คครองผู้บริโศคจังหวัดเชียงรราย	438-439 หมู่ที่ 19 ตำบลรอบเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงรราย 57000
2) สมาคคประชาสังคคเพื่อการพัฒนา	331/3 หมู่ที่ 19 ตำบลรอบเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงรราย 57000
3) ศูนย์ประสานงานบริการชุมชนแม่สรรวย	145 หมู่ที่ 11 ตำบลแม่สรรวย อำเภอแม่สรรวย จังหวัดเชียงรราย 57180
4) เครือข่ายแรงงานนอกระบบตำบลดอยงาม	129 หมู่ที่ 4 ตำบลดอยงาม อำเภอพาน จังหวัดเชียงรราย 57120
5) สถาบันการเรียนรู้เพื่อพัฒนาประชาสังคค เชียงรราย (สรปส.)	3 หมู่บ้านเหมืองหลวง หมู่ที่ 9 ตำบลป่าหุง อำเภอพาน จังหวัดเชียงรราย 57120
6) ศูนย์สุขภาพสานใจชุมชนตำบลแม่อ้อ	141 หมู่ที่ 6 ตำบลแม่อ้อ อำเภอพาน จังหวัดเชียงรราย 57120
7) สมาคคคนพิการทางการเคลื่อนไหว หรือร่างกายเชียงรราย	88/59 หมู่ที่ 6 ตำบลสันทราย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงรราย 57000
8) องค์คกรผู้บริโศคตำบลสันตีสูข จ. เชียงรราย	247 หมู่ที่ 8 ตำบลสันตีสูข อำเภอพาน จังหวัดเชียงรราย 57120
9) เครือข่ายเยาวชนค้คครองสิทธิผู้บริโศค ตำบลแม่ไร่	115/1 หมู่ที่ 7 ตำบลแม่ไร่ อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงรราย 57240
10) องค์คกรผู้บริโศคตำบลสันมะเค็ด	3 หมู่ที่ 5 ตำบลสันมะเค็ด อำเภอพาน จังหวัดเชียงรราย 57120
11) องค์คกรผู้บริโศคตำบลต้า	90 หมู่ที่ 11 ตำบลต้า อำเภอขุนตาล จังหวัดเชียงรราย 57340
12) องค์คกรผู้บริโศคอำเภอเวียงชัย	263 หมู่ที่ 3 ตำบลเวียงชัย อำเภอเวียงชัย จังหวัดเชียงรราย 57210

13) องค์การผู้บริโภคตำบลแม่ไร่	145 หมู่ที่ 7 ตำบลแม่ไร่ อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย 57240
14) เครือข่ายองค์กรผู้บริโภคจังหวัดเชียงราย	105/9 หมู่ที่ 1 ถนนเด่นห้า-ดงมะดะ ตำบลรอบเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย 57000
15) โครงการสตรีนานาชาติพันธุ์ จ.เชียงราย	71 หมู่ที่ 1 ซอย 7 ตำบลโป่งผา อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย 57130
16) เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคตำบลทรายขาว	9809 หมู่ที่ 12 ตำบลทรายขาว อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย 57120

หน่วยงานประจำจังหวัดลำพูน (ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค จังหวัดลำพูน)

17) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค จังหวัดลำพูน	9 ถนนรถแก้วตำบลในเมือง อำเภอเมืองลำพูน จังหวัดลำพูน 51000
18) กลุ่มเอมลิ้งสุขภาพจังหวัดลำพูน	111 หมู่ที่ 7 ตำบลลี่ อำเภอลี่ จังหวัดลำพูน 51110
19) เครือข่ายผู้ติดเชื้อเอชไอวี เอดส์ จังหวัดลำพูน	9 ถนนรถแก้วตำบลในเมือง อำเภอเมืองลำพูน จังหวัดลำพูน 51000
20) ฮ่วมใจหลายดอยจังหวัดลำพูน	48 หมู่ที่ 3 ตำบลทุ่งหัวช้าง อำเภอทุ่งหัวช้าง จังหวัดลำพูน 51160
21) กลุ่มช่วยเหลือเพื่อนชาวลี้	111 หมู่ที่ 7 ตำบลลี่ อำเภอลี่ จังหวัดลำพูน 51110
22) กลุ่มฟ้าหลังฝน	105 หมู่ที่ 4 ตำบลนาทราย อำเภอลี่ จังหวัดลำพูน 51110
23) เครือข่ายกะเหรียงเพื่อวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมจังหวัดลำพูน	99 หมู่ที่ 8 ตำบลทาภาศ อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน 51170

หน่วยงานประจำจังหวัดพะเยา (ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค จังหวัดพะเยา)

24) กลุ่มแฟกักริมน้ำตำบลแม่กา	245 หมู่ที่ 2 ตำบลแม่กา อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา 56000
25) กลุ่มผู้หญิงรักษาสุภาพตำบลบ้านใหม่	17/1 หมู่ที่ 3 ตำบลบ้านใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา 56000
26) กลุ่มฮักภูซาง	79 หมู่ที่ 6 ตำบลสบง อำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา 56110

27) กลุ่มคนสามวัยสานสายใยสุขภาพ	64 หมู่ที่ 6 ตำบลปง อำเภอบึง จังหวัดพะเยา 56140
28) เครือข่ายสตรีอำเภอภูพานยาว	59 หมู่ที่ 9 ตำบลดงเจน อำเภอภูพานยาว จังหวัดพะเยา 56000
29) กลุ่มผู้เสียหายเสาสัญญาณโทรศัพท์ตำบลน้ำแวน	260 หมู่ที่ 2 ตำบลน้ำแวน อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา 56110
30) เครือข่ายแรงงานนอกระบบตำบลแม่ลาว	215 หมู่ที่ 8 ตำบลแม่ลาว อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา 56110
31) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจังหวัดพะเยา	91 หมู่ที่ 2 ตำบลบ้านสันป่าม่วง อำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา 56000
32) ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน จังหวัดพะเยา	91 หมู่ที่ 2 ตำบลบ้านสันป่าม่วง อำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา 56000
33) เครือข่ายผู้หญิงรักษสุขภาพตำบลสันป่าม่วง	63 หมู่ที่ 6 ตำบลบ้านสันป่าม่วง อำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา 56000
34) คณะทำงานส่งเสริมบทบาทหญิงชาย ในการพัฒนา จังหวัดพะเยา	111 หมู่ที่ 6 ตำบลบ้านต๋อม อำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา 56000
35) กลุ่มขับเคลื่อนเด็กและเยาวชนอำเภอแม่ใจ	67 หมู่ที่ 1 ตำบลแม่ใจ อำเภอแม่ใจ จังหวัดพะเยา 56130
36) กลุ่มเยาวชนต้นกล้าบ้านต้า	104 หมู่ที่ 6 ตำบลบ้านต้า อำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา 56000
37) สถาบันพัฒนาชุมชนเข้มแข็งจังหวัดพะเยา	19 หมู่ที่ 8 ตำบลบ้านสันป่าม่วง อำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา 56000
38) กลุ่มสู่วิถีใหม่	61 หมู่ที่ 3 ตำบลหงส์หิน อำเภอจุน จังหวัดพะเยา 56150
39) ศูนย์องค์กรรวมอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา	269 หมู่ที่ 11 ตำบลบ้านต๋อม อำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา 56000
40) ชมรมผู้สูงอายุตำบลหนองหล่ม	103 วัดไชยมงคล หมู่ที่ 7 ตำบลหนองหล่ม อำเภอดอกคำใต้ จังหวัดพะเยา 56120
41) องค์กรน้ำกว๊านหลากสี	307/15 หมู่ที่ 1 ตำบลนาปรัง อำเภอบึง จังหวัดพะเยา 56140
42) ชมรมเพื่อนใจดอกคำใต้	225 หมู่ที่ 4 ตำบลดอนศรีชุม อำเภอดอกคำใต้ จังหวัดพะเยา 56120
43. กลุ่มสายธารน้ำใจตำบลหนองหล่ม	187 หมู่ที่ 5 ตำบลหนองหล่ม อำเภอดอกคำใต้ จังหวัดพะเยา 56120

44) กลุ่มบานบุรี	314 หมู่ที่ 10 ตำบลจิม อำเภอปง จังหวัดพะเยา 56140
45) มูลนิธิพะเยาเพื่อการพัฒนา	91 หมู่ที่ 2 ตำบลสันป่าม่วง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา 56000

หน่วยงานประจำจังหวัดลำปาง (ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค จังหวัดลำปาง)

46) กลุ่มแสงตะวัน	199 หมู่ที่ 1 ตำบลทุ่งงาม อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง 52210
47) กลุ่มชาววัง	362 หมู่ที่ 3 ตำบลวังเหนือ อำเภอวังเหนือ จังหวัดลำปาง 52140
48) ชมรมเพื่อนแก้ว	280 ถนนพหลโยธิน ตำบลหัวเวียง อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง 52000
49) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคตำบลเสริมซ้าย	265 หมู่ที่ 4 ตำบลเสริมซ้าย อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง 52210
50) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคตำบลแม่กัวะ	17 หมู่ที่ 4 ตำบลแม่กัวะ อำเภอสบปราบ จังหวัดลำปาง 52170
51) เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคอำเภอห้างฉัตร	93 หมู่ที่ 8 ตำบลเวียงตาล อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง 52190
52) เครือข่ายลำปางหนา	12/1 ถนนนาก่วมเหนือ ตำบลสบตุ๋ย อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง 52000
53) เครือข่ายผู้ติดเชื้อ เอชไอวีเอดส์ จังหวัดลำปาง	124/50 ถนนท่าครวน้อย ตำบลสบตุ๋ย อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง 52100
54) เครือข่ายผู้บริโภคมุสลิมจังหวัดลำปาง	289/3 หมู่ที่ 3 ตำบลท่าศาลา อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง 52130
55) ศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคคนพิการตำบลแม่กัวะ	138 หมู่ที่ 3 ตำบลแม่กัวะ อำเภอสบปราบ จังหวัดลำปาง 52170
56) ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคจังหวัดลำปาง	124/50 ถนนท่าครวน้อย ตำบลสบตุ๋ย อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง 52100
57) ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน จังหวัดลำปาง	124/50 ถนนท่าครวน้อย ตำบลสบตุ๋ย อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง 52100
58) กลุ่มทานตะวัน	289 หมู่ที่ 10 ตำบลแม่ทะ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง 52150
59) กลุ่มเยาวชนอาสาสมัครแม่ลำปาง	124/50 ถนนท่าครวน้อย ตำบลสบตุ๋ย อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง 52100

60) กลุ่มรวมน้ำใจ	230 หมู่ที่ 4 ตำบลหลวงเหนือ อำเภองาว จังหวัดลำปาง 52110
61) ชมรมพลังใหม่ ๒๐๐๑	195 หมู่ที่ 3 ตำบลวิเชตนคร อำเภอแจ้ห่ม จังหวัดลำปาง 52120
62) ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคตำบลต้นธงชัย	241 หมู่ที่ 12 ตำบลต้นธงชัย อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง 52000
63) ชมรมใจประสานใจ	374 หมู่ที่ 3 ตำบลเมืองปาน อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง 52240
64) กลุ่มเขลางค์เพื่อการพัฒนา	124/48 ถนนท่าครวน้อย ตำบลสบตุ๋ย อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง 52100
65) สถาบันธรรมาภิวัฒน์	75 หมู่ 2 ตำบลสบป่าด อำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง 52220

หน่วยงานประจำจังหวัดเชียงใหม่ (ศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชน จังหวัดเชียงใหม่)

66) เครือข่ายผู้ติดเชื้อเอชไอวี/เอดส์ จังหวัดเชียงใหม่	225 บ้านแม่ลอง ถนนฮอด-แม่สะเรียง หมู่ 1 ตำบลหางดง อำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ 50240
67) ชมรมอาสาสมัครดูแลผู้สูงอายุที่บ้าน (ช.อ.บ.) เขตเมืองเชียงใหม่	77/68 บ้านวนาลี ถนนชลประทาน ตำบลป่าตัน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50300
68) ชมรมผู้สูงอายุชุมชนบ้านใหม่	4 ถนนบ้านใหม่ ตำบลท่าศาลา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50000
69) ชมรมไชยปราการยิ้มสู้	42 หมู่ที่ 4 ตำบลปลงคำ อำเภอไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่ 50320
70) ศูนย์ประสานงานเครือข่ายแรงงานนอกระบบ เชียงใหม่	โครงการเชียงใหม่วิวเพลส 2 อาคาร B-04 ม. 1 ตำบลป่าแดด อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 40100
71) ชมรมโกลบอลแคมปัสเชียงใหม่	ห้อง 125 สถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50200
72) ชมรมใจเขาใจเรา	ร้านค้ารวมใจ บริเวณที่ว่าการอำเภอสันป่าตอง ตำบลยุหว่า อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ 50120
73) ชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดภัย จังหวัดเชียงใหม่	9/927 หมู่ที่ 1 ตำบลหนองหาร อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ 50290
74) คณะทำงานผักปลอดภัย บ้านห้วยงูกลาง	106/1 หมู่ 9 ตำบลสันทราย อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ 50110
75) มูลนิธิพัฒนาศักยภาพชุมชน North Net foundation	225/112 หมู่ที่ 5 ตำบลสันพระเนตร อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ 50210

76) ชมรมผู้ชิวัญตอยหลวง	285 บ้านดอน หมู่ที่ 2 ตำบลเชียงดาว อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ 50170
77) ศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชน จังหวัดเชียงใหม่	111 หมู่ที่ 5 ตำบลแม่เหียะ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50120
78) ชมรมเพื่อสุขภาพ ร.พ.ฝาง	2 บ้านต้นสำเนา หมู่ที่ 17 ตำบลสันทราย อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ 50110
79) เครือข่ายองค์กรชุมชนอำเภอจอมทอง	306 หมู่ที่ 4 ตำบลช่วงเปา อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ 51060
80) ชมรมผู้สูงอายุชุมชนหนองหอย	5 ซอย 1 ก. ถนนเกาะกลาง ตำบลหนองหอย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50000
81) เครือข่ายผู้ติดเชื้อ HIV/AIDS อำเภอดอยหล่อ	190 อาคารศูนย์การศึกษาอกระบบอำเภอดอยหล่อ หมู่บ้านสันหิน ถนนเชียงใหม่-ฮอด หมู่ 1 ตำบลดอยหล่อ อำเภอดอยหล่อ จังหวัดเชียงใหม่ 50160
82) ศูนย์ช่วยเหลือผู้หญิงและเด็กจังหวัดเชียงใหม่	51 ชุมชน 5 ธันวาคม ถนนวัวลาย ซอย 7 ตำบลหายยา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50100

สมาชิกที่อยู่ภายใต้การดูแลของหน่วยงานเขตพื้นที่ภาคเหนือ (ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจังหวัดพะเยา)

83) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคภาคประชาชน จังหวัดแม่ฮ่องสอน	158/1 หมู่ที่ 3 ตำบลปางหมู อำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน 58000
84) เครือข่าย PHA จังหวัดแพร่	172 ตำบลในเวียง อำเภอเมือง จังหวัดแพร่ 54000
85) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจังหวัดแพร่	172/32 ตำบลในเวียง อำเภอเมือง จังหวัดแพร่ 54000
86) เครือข่ายสตรีพิการ จังหวัดแพร่	1/2 ถนนร่องซ้อ ตำบลในเวียง อำเภอเมือง จังหวัดแพร่ 54000
87) สถาบันปุมพญา อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่	122/2 หมู่ที่ 5 ตำบลร่องกาศ อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่ 54130
88) กลุ่ม M โกศัยนคร จังหวัดแพร่	172/32 ถนนยันตรกิจโกศล ตำบลในเวียง อำเภอเมือง จังหวัดแพร่ 54000
89) คณะกรรมการเอดส์ ตำบลแม่ยาวฮ่อ	10 หมู่ที่ 1 ตำบลแม่ยาวฮ่อ อำเภอร้องกวาง จังหวัดแพร่ 54140
90) ชมรมผู้บริโภคจังหวัดอุตรดิตถ์	427/8 หมู่ที่ 6 ตำบลท่าเสา อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ 53000

91) กลุ่มเครือข่ายผู้ติดเชื้อเอชไอวี/เอดส์ จังหวัดน่าน	79 หมู่ที่ 10 บ้านน้ำครกใหม่ ตำบลกองควาย อำเภอเมือง จังหวัดน่าน 55000
92) องค์กรศูนย์การเรียนรู้ เพื่อเสริมสร้างศักยภาพชุมชน	105 หมู่ที่ 7 ตำบลไชยสถาน อำเภอเมือง จังหวัดน่าน 55000
93) กลุ่มดาวพระศุกรี	164 หมู่บ้านรัชดา หมู่ 11 ตำบลเปือ อำเภอเชียงกลาง จังหวัดน่าน 55160
94) กลุ่มแสงตะวัน	185 หมู่บ้านผาเวียง ถนนสา-น่าน้อย หมู่ที่ 5 ตำบลสัน อำเภอเวียงสา จังหวัดน่าน 55110
95) หน่วยรับเรื่องร้องเรียนอิสระ มาตรา ๕๐(๕) จังหวัดกำแพงเพชร	36 หมู่ที่ 16 ตำบลเทพนคร อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร 62000

ภาคกลาง:

สมาชิกที่อยู่ภายใต้การดูแลของหน่วยงานประจำจังหวัด

หน่วยงานประจำจังหวัดอยุธยา (ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจังหวัดพระนครศรีอยุธยา)

1) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	5/10 ตำบลทอรัตนไชย อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13000	181
2) ชมรมคนพิการตำบลเจ้าเจ็ด	70/4 หมู่ 17 ตำบลเจ้าเจ็ด อำเภอเสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13110	
3) ชมรมคนพิการตำบลสนามชัย	ศาลาประชาคม หมู่ที่ 7 ตำบลสนามชัย อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13190	
4) กลุ่มอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมสนามชัย - บ้านแปง	38 หมู่ที่ 7 ตำบลสนามชัย อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13190	
5) องค์กรการศึกษาเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต	4/7 หมู่ที่ 5 ตำบลเจ้าเจ็ด อำเภอเสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13110	

ภาคใต้:

สมาชิกที่อยู่ภายใต้การดูแลของหน่วยงานประจำจังหวัด

หน่วยงานประจำจังหวัดสงขลา (สมาคมผู้บริโภคสงขลา)

1) สมาคมผู้บริโภคสงขลา	2 ซอยหมู่บ้านไทยสมุทร ตำบลหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110
------------------------	--

2) เครื่องช่วยผู้บริโภครอำเภอหาดใหญ่	13/3 หมู่ที่ 1 ตำบลคลองอู่ตะเภา อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110
3) กลุ่มเครื่องช่วยผู้บริโภคร ต. คลองอู่ตะเภา อ. หาดใหญ่	13/3 หมู่ที่ 1 ตำบลคลองอู่ตะเภา อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110
4) เครื่องช่วยหลักประกันสุขภาพภาคประชาชน จังหวัดสงขลา	2 ซอยหมู่บ้านไทยสมุทร ตำบลหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110
5) เครื่องช่วยผู้บริโภครอำเภอรัตภูมิ	201 หมู่ที่ 11 ตำบลคูหาใต้ อำเภอรัตภูมิ จังหวัดสงขลา 90180
6) เครื่องช่วยผู้บริโภคร อำเภอนาหม่อม จังหวัดสงขลา	62/9 หมู่ที่ 1 ตำบลคลองหรีง อำเภอนาหม่อม จังหวัดสงขลา 90310
7) เครื่องช่วยผู้บริโภครอำเภอสตงพระ	49/1 หมู่ที่ 3 ตำบลวัดจันทร์ อำเภอสตงพระ จังหวัดสงขลา 90190
8) เครื่องช่วยผู้บริโภครอำเภอคลองหอยโข่ง จังหวัดสงขลา	34 หมู่ที่ 5 ตำบลโคกม่วง อำเภอคลองหอยโข่ง จังหวัดสงขลา 90230
9) เครื่องช่วยผู้บริโภครอำเภอเมืองสงขลา	131/1 ถนนไทรงาม ตำบลบ่อยาง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา 90000

หน่วยงานประจำจังหวัดสตงล (เครื่องช่วยคุ้มครองผู้บริโภครจังหวัดสตงล)

10) เครื่องช่วยคุ้มครองผู้บริโภครตำบลเกตรี	10 หมู่ที่ 3 ตำบลเกตรี อำเภอเมือง จังหวัดสตงล 91140
11) เครื่องช่วยคุ้มครองผู้บริโภครตำบลทุ่งหว้า	9/5 หมู่ที่ 4 ตำบลทุ่งหว้า อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตงล 91120
12) เครื่องช่วยคุ้มครองผู้บริโภครอำเภอทุ่งหว้า	3/1 หมู่ที่ 8 ตำบลทุ่งหว้า อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตงล 91120
13) เครื่องช่วยคุ้มครองผู้บริโภครตำบลนาทอน	อาคารอเนกประสงค์ หมู่ที่ 2 ตำบลนาทอน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตงล 91120
14) เครื่องช่วยคุ้มครองผู้บริโภครตำบลขนคลาน	157 หมู่ที่ 2 ตำบลขนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตงล 91120
15) ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน จังหวัดสตงล	องค์การบริหารส่วนตำบลละงู (หลังเก่า) หมู่ที่ 12 ตำบลละงู อำเภอละงู จังหวัดสตงล 91110
16) เครื่องช่วยคุ้มครองผู้บริโภครจังหวัดสตงล	371 หมู่ที่ 9 ตำบลละงู อำเภอละงู จังหวัดสตงล 91110
17) เครื่องช่วยคุ้มครองผู้บริโภครตำบลคลองขุด	556 หมู่ที่ 7 ตำบลคลองขุด อำเภอเมือง จังหวัดสตงล 91000

18) เครื่องขายผู้บริโภครออำเภอกวนโดน	138 หมู่ 4 ตำบลย่านซื่อ อำเภอกวนโดน จังหวัดสตูล 91160
19) เครื่องขายคัมครองผู้บริโภครอตำบลบ้านควน	70/1 หมู่บ้านลูโป๊ะบาต หมู่ที่ 1 ตำบลบ้านควน อำเภอเมือง จังหวัดสตูล 91140

หน่วยงานประจำจังหวัดสุราษฎร์ธานี (โครงการบริโภคสร้างสรรค์สุราษฎร์ธานี)

20) เครื่องขายผู้บริโภครออำเภอบ้านพิน	35 หมู่ที่ 2 ตำบลมะลวน อำเภอบ้านพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี 84133
21) ศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคอำเภอบ้านนาสาร	5/1 หมู่ที่ 9 ตำบลบ้านยาง อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี 84180
22) โครงการบริโภคสร้างสรรค์สุราษฎร์ธานี	180/3 หมู่ที่ 1 ถนนวัดโพธิ์-บางใหญ่ ตำบลมะขามเตี้ย อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี 84000
23) ศูนย์ประสานงานคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค อำเภอท่าฉาง	115/1 หมู่ที่ 4 ตำบลเขาถ่าน อำเภอท่าฉาง จังหวัดสุราษฎร์ธานี 84150
24) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคอำเภอไชยา	92 หมู่ 4 ตำบลโมถ่าย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี 84110
25) ชมรมแม่สีพันธุ์บันเทิง	119/6 หมู่ที่ 16 ตำบลทุ่งหลวง อำเภอเวียงสระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี 84190
26) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี	261 หมู่ที่ 4 ตำบลขุนทะเล อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี 84110
27) เครื่องขายจิตรอาสา เพื่อนช่วยเพื่อน	6 หมู่ที่ 2 ตำบลเคียนซา อำเภอเคียนซา จังหวัด สุราษฎร์ธานี 84260

183

สมาชิกที่อยู่ภายใต้การดูแลของหน่วยงานเขตพื้นที่ภาคใต้ (สมาคมผู้บริโภคสงขลา)

28) เครื่องขายผู้บริโภครอจังหวัดกระบี่	284 หมู่ 8 ตำบลทับปด อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ 81000
29) เครื่องขายผู้บริโภครออำเภออ่าวลึก จังหวัดกระบี่	38/10 หมู่ 3 ตำบลบ้านกลาง อำเภออ่าวลึก จังหวัดกระบี่ 81110
30) เครื่องขายผู้บริโภครออำเภอโคกโพธิ์	81 หมู่ที่ 7 ตำบลนาเกตุ อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี 94120
31) เครื่องขายคัมครองผู้บริโภครอตำบลปะกาฮะรัง	9/9 หมู่ที่ 8 ตำบลปะกาฮะรัง อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี 94000

32) สมาคมคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดปัตตานี	119/39 ซอยนิยมเก่า หมู่ที่ 11 ตำบลบานา อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี 94000
33) เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคอำเภอเมือง	14/91 หมู่ 7 ตำบลบานา อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี 94000
34) เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคตำบลสุระสมิแล	42/6 หมู่ 5 ตำบลสุระสมิแล อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี 94000
35) ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน อำเภอศรี จังหวัดชุมพร	363/1 (อาคารทันตกรรม รพสต. เขาทะลุ) หมู่ 6 ตำบลเขาทะลุ อำเภอศรี จังหวัดชุมพร 86130
36) ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน อ.เมือง จ.ชุมพร	7 หมู่ที่ 7 ตำบลวังไผ่ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร 86000
37) ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพและ คุ้มครองผู้บริโภค อ.ปะทิว 1	74/4 หมู่ที่ 7 ตำบลบางสน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร 86160
38) เครือข่ายสื่อสร้างสรรค์เพื่อผู้บริโภค “ปะทิวนิวส์”	74/12 หมู่ที่ 7 ตำบลบางสน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร 86160
39) เครือข่ายผู้บริโภคจังหวัดภูเก็ต	119/35 ซอย 3 หมู่ 8 ตำบลป่าคลอก อำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ต 83110

ภาคตะวันตก:

สมาชิกที่อยู่ภายใต้การดูแลของหน่วยงานประจำจังหวัด

หน่วยงานประจำจังหวัดกาญจนบุรี (ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคกาญจนบุรี)

1) กลุ่มคนรักสุขภาพบ้านเขาใหญ่	94/19 หมู่ 1 บ้านเขาใหญ่ ตำบลท่ามะขาม อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี 71000
2) เครือข่ายประชาชนคุ้มครองสิทธิ	47/1 บ้านท่าเสา หมู่ที่ 3 ตำบลท่าเสา อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี 71150
3) ศูนย์คุ้มครองสิทธิตำบลปากแพรก	132/56 หมู่ที่ 10 ตำบลปากแพรก อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี 71000
4) เครือข่ายพลังสังคม จังหวัดกาญจนบุรี	59 หมู่ที่ 13 ถนนเลาขวัญ-หนองปรือ ตำบลทุ่งกระบือ อำเภอเลาขวัญ จังหวัดกาญจนบุรี 71210
5) ศูนย์ประสานงานสิทธิชุมชน อำเภอสังขละบุรี	32 หมู่ที่ 1 ตำบลปรังเผล อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี 71240
6) กลุ่มคนรักสุขภาพเทศบาลเมืองกาญจนบุรี	289 ถนนเตาปูน ตำบลบ้านเหนือ อำเภอเมือง จังหวัด กาญจนบุรี 71000

7) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคตำบลหนองโรง	3/2 หมู่ที่ 1 ตำบลหนองโรง อำเภอพนมทวน จังหวัดกาญจนบุรี 71140
8) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคกาญจนบุรี	178/7 หมู่ที่ 11 ถนนพรางนิมิต-เลี้ยวเมือง ตำบลปากแพรก อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี 71000

หน่วยงานประจำจังหวัดสมุทรสงคราม (สมาคมพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคสมุทรสงคราม)

9) เครือข่ายองค์กรงดเหล้าจังหวัดสมุทรสงคราม	105/13 หมู่ที่ 2 ตำบลบางแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม 75000
10) ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชนภาคตะวันตก	105/16 หมู่ที่ 2 ตำบลบางแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม 75000
11) ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชนจังหวัดสมุทรสงคราม	2/71 หมู่ที่ 2 ตำบลบางแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม 75000
12) สมาคมผู้บริโภคภาคตะวันตก	105/16 หมู่ที่ 2 ตำบลบางแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม 75000
13) สมาคมพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคสมุทรสงคราม	105/13 หมู่ที่ 2 ตำบลบางแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม 75000

185

หน่วยงานประจำจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชนจังหวัดประจวบคีรีขันธ์)

14) ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชนจังหวัดประจวบคีรีขันธ์	1/56 หมู่บ้านเตชะนิ 5 ถนนมหาธาตุ ตำบลประจวบคีรีขันธ์ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77000
15) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคอำเภอเมืองประจวบคีรีขันธ์	352 ถนนเพชรเกษม ตำบลประจวบคีรีขันธ์ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77000
16) องค์กรคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคตำบลทองมงคลอำเภอบางสะพาน	160 หมู่ที่ 10 ตำบลทองมงคล อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77230
17) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคอำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์	260 หมู่ที่ 2 ตำบลหนองพลับ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77110
18) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคอำเภอบางสะพานจังหวัดประจวบคีรีขันธ์	95/1 หมู่ 3 ตำบลร่อนทอง อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77230
19) องค์กรคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคตำบลคลองวาฬ	201 หมู่ที่ 1 ตำบลคลองวาฬ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77000
20) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคอำเภอทับสะแกจังหวัดประจวบคีรีขันธ์	103 หมู่ที่ 10 ตำบลอ่างทอง อำเภอทับสะแก จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77130

21) องค์การคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ตำบลปากน้ำปราณ	23/11 หมู่ที่ 2 ตำบลปากน้ำปราณ อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77220
22) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคอำเภอกุยบุรี	135 หมู่ที่ 9 ตำบลสามกระชาย อำเภอกุยบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77150
23) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคอำเภอปราณบุรี	374 หมู่ที่ 7 ตำบลวังก้ง อำเภอปราณบุรี จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ 77120
24) องค์การคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคตำบลบ่อนอก	449 หมู่ที่ 9 ตำบลบ่อนอก อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77210
25) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคอำเภอสามร้อยยอด	29/5 หมู่ 3 ตำบลศิลาลอย อำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77180
26) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคอำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	147/1 หมู่ที่ 3 ตำบลข้างแรก อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77170

สมาชิกที่อยู่ภายใต้การดูแลของหน่วยงานเขตพื้นที่ภาคตะวันตก (สมาคมผู้บริโภคภาคตะวันตก)

27) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจังหวัดนครปฐม	19/43 ตำบลลำพญา อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม 73000
28) สหภาพความร่วมมือภาคประชาชน จังหวัดนครปฐม	19/43 ตำบลลำพญา อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม 73000
29) เครือข่ายองค์กรงดเหล้าจังหวัดนครปฐม	19/43 ตำบลลำพญา อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม 73000
30) ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน จังหวัดนครปฐม	19/43 ตำบลลำพญา อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม 73000
31) ชมรมเรารักแม่น้ำท่าจีนนครปฐม	97/1 หมู่ที่ 3 ตำบลคลองใหม่ อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม 73110
32) ศูนย์เพื่อผู้บริโภคจังหวัดสุพรรณบุรี	31/4 หมู่ที่ 3 ตำบลสนามชัย อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี 72000
33) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจังหวัดราชบุรี	65/255 ถนนคทาธร ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี 70000

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ:

สมาชิกที่อยู่ภายใต้การดูแลของหน่วยงานประจำจังหวัด

หน่วยงานประจำจังหวัดร้อยเอ็ด (ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชนจังหวัดร้อยเอ็ด)

1) ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคตำบลหัวโทน	214 หมู่ที่ 2 ตำบลหัวโทน อำเภอสุวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด 45130
2) ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคตำบลหนองใหญ่	101 หมู่ที่ 8 ตำบลหนองใหญ่ อำเภอศรีสมเด็จ จังหวัดร้อยเอ็ด 45000
3) ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน ตำบลกู่กาสิงห์	45 หมู่ที่ 2 ตำบลกู่กาสิงห์ อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด 45150
4) ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคตำบลโคกกล่าม	141 หมู่ที่ 6 ตำบลโคกกล่าม อำเภอจตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด 45180
5) ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคตำบลเทอดไทย	107 หมู่ที่ 8 ตำบลเทอดไทย อำเภอทุ่งเขาหลวง จังหวัดร้อยเอ็ด 45170
6) ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคตำบลเชียงใหม่	66 หมู่ 8 ตำบลเชียงใหม่ อำเภอโพธิ์ชัย จังหวัดร้อยเอ็ด 45230
7) ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคตำบลเมืองบัว	20 หมู่ที่ 1 ตำบลเมืองบัว อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด 45150
8) ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน ตำบลธงธานี	128 หมู่ที่ 3 ตำบลธงธานี อำเภอธวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด 45170
9) ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน จังหวัดร้อยเอ็ด	687 หมู่ที่ 16 ตำบลรอบเมือง อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด 45000
10) ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคตำบลนาใหญ่	60 หมู่ที่ 14 ตำบลนาใหญ่ อำเภอสุวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด 45000
11) ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคตำบลดงสิงห์	44 หมู่ที่ 7 ตำบลดงสิงห์ อำเภอจังหาร จังหวัดร้อยเอ็ด 45000
12) เครือข่ายผู้บริโภคจังหวัดร้อยเอ็ด	687 ถนนร้อยเอ็ด-วาปีปทุม หมู่ 16 ตำบลรอบเมือง อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด 45000
13) ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคอำเภอธวัชบุรี	51 หมู่ 1 ตำบลอู่เม่า อำเภอธวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด 45170
14) ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคตำบลท่าหาดยาว	35 หมู่ที่ 7 ตำบลท่าหาดยาว อำเภอโพนทราย จังหวัดร้อยเอ็ด 45240

หน่วยงานประจำจังหวัดขอนแก่น (ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชนจังหวัดขอนแก่น)

15) เครือข่ายองค์กรผู้บริโภค อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น	97 หมู่ที่ 14 บ้านโนนสูง ตำบลในเมือง อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น 40150
---	---

16) สมาคมผู้บริโภคจังหวัดขอนแก่น	86/5 ซอยวุฒาราม ถนนหน้าเมือง ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 40000
17) ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน จังหวัดขอนแก่น	686/5 ซอยวุฒาราม ถนนหน้าเมือง ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 40000
18) ชมรมชมรมอาสาสมัครเพื่อผู้บริโภค อำเภอชุมแพ	229 หมู่ 12 ตำบลวังหินลาด อำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น 40130
19) ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน (เครือข่ายผู้ติดเชื้อเอชไอวี/เอดส์) จังหวัดขอนแก่น	466 หมู่ 20 ซอยทหาร 1 ถนนกสิกรรมทุ่งสร้าง ตำบลศิลา อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 40000

สมาชิกที่อยู่ภายใต้การดูแลของหน่วยงานเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (สมาคมผู้บริโภคจังหวัดขอนแก่น)

20) ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน จังหวัดยโสธร	169 หมู่ที่ 3 ตำบลกำแพง อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดยโสธร 53140
21) เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค จังหวัดอุบลราชธานี	363 หมู่ที่ 10 ตำบลโนนผึ้ง อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี 34190
22) ชมรมเครือข่ายผู้รักสุขภาพ	4 ซอยขยายกรุง 36 ถนนขยายกรุง ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี 34000
23) ศูนย์นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาศักยภาพเด็ก และเยาวชน	63/28 ถนนสุขาอุปถัมภ์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี 34000
24) ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน เครือข่าย อสม. อำเภอวารินชำราบ	28 หมู่บ้านนิมิตใหม่พัฒนา ถนนศรีสะเกษ หมู่ที่ 6 ตำบลคำน้ำแซบ อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี 34190
25) ชมรมนักวิทย์ชุมชนเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค บ้านหนองลุมพุก หมู่ที่ 13	26 หมู่ที่ 13 บ้านหนองลุมพุก ตำบลนาม่วง อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี 41110
26) ชมรมนักวิทย์ชุมชนเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค บ้านโนนแสง หมู่ที่ 11	21 หมู่ที่ 11 บ้านโนนแสง ตำบลนาม่วง อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี 41110
27) ชมรมนักวิทย์ชุมชนเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค บ้านโนนทรายทอง	25 หมู่ที่ 9 ตำบลนาม่วง อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี 41110
28) ชมรมนักวิทย์ชุมชนเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค บ้านหนองลุมพุก หมู่ที่ 6	147 หมู่ที่ 6 บ้านหนองลุมพุก ตำบลนาม่วง อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี 41110
29) ชมรมนักวิทย์ชุมชนเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค หมู่ที่ 3 บ้านดอนม่วง	262 หมู่ที่ 3 บ้านดอนม่วง ตำบลนาม่วง อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี 41110
30) ชมรมนักวิทย์ชุมชนเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค บ้านเชียงกรม	227 หมู่ที่ 8 ตำบลนาม่วง อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี 41110

31) ชมรมอาสาสมัครแจ้งเตือนภัยและรับเรื่องร้องเรียน หมู่ที่ 5	101 หมู่ที่ 5 ตำบลนาม่วง อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี 41110
32) ชมรมนักวิทย์ชุมชนเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค บ้านนาม่วง หมู่ที่ 1	65 หมู่ที่ 1 ตำบลนาม่วง อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี 41110
33) ชมรมนักวิทย์ชุมชนเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค บ้านเชียงกรม หมู่ที่ 14	3 หมู่ที่ 16 บ้านเชียงกรมตำบลนาม่วง อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี 41110
34) ชมรมนักวิทย์ชุมชนเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค บ้านโนนสา หมู่ที่ 12	110 หมู่ที่ 12 ตำบลนาม่วง อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี 41110
35) ชมรมนักวิทย์ชุมชนเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค บ้านดอนค้อ หมู่ที่ 2	226 หมู่ที่ 2 ตำบลนาม่วง อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี 41110
36) ชมรมนักวิทย์ชุมชนเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค บ้านหนองหญ้ามา หมู่ที่ 7 ตำบลนาม่วง	124 หมู่ที่ 7 ตำบลนาม่วง อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี 41110
37) ชมรมชวานาเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ตำบลห้วยเหนือ	160 หมู่ที่ 13 ตำบลห้วยเหนือ อำเภอชูนันท์ จังหวัดศรีสะเกษ 33140
38) ชมรมชวานาเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ตำบลปรีอใหญ่	51/1 บ้านนาค้อ หมู่ที่ 20 ตำบลปรีอใหญ่ อำเภอชูนันท์ จังหวัดศรีสะเกษ 33140
39) ชมรมเกษตรอินทรีย์อาหารปลอดภัย ตำบลหนองฉลอง	86/2 หมู่ที่ 2 ตำบลปรีอใหญ่ อำเภอชูนันท์ จังหวัดศรีสะเกษ 33140
40) ชมรมชวานาเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ตำบลกันทรารมย์	131 หมู่ที่ 4 ตำบลหนองฉลอง อำเภอชูนันท์ จังหวัดศรีสะเกษ 33140
41) ชมรมเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคชุมชนโนนค้อ ตำบลโนนค้อ	14 หมู่ที่ 5 ตำบลโนนค้อ อำเภอโนนคูณ จังหวัดศรีสะเกษ 33250
42) ชมรมสภาองค์กรคุ้มครองผู้บริโภค บ้านร่องเก่าเหนือ ม.๑๕	25 หมู่ที่ 15 ตำบลโนนค้อ อำเภอโนนคูณ จังหวัดศรีสะเกษ 33250
43) ชมรมเครือข่ายหนองกุ้งคุ้มครองผู้บริโภค	76 หมู่ที่ 16 ตำบลหนองกุ้ง อำเภอโนนคูณ จังหวัดศรีสะเกษ 33250
44) ชมรมจิตอาสาคุ้มครองผู้บริโภคตำบลโพธิ์	45 หมู่ที่ 4 ตำบลโพธิ์ อำเภอโนนคูณ จังหวัดศรีสะเกษ 33250
45) โคกสะอาดร่วมใจคุ้มภัยผู้บริโภค	50 หมู่ที่ 6 ตำบลหนองกุ้ง อำเภอโนนคูณ จังหวัดศรีสะเกษ 33250
46) ชมรมเคียงคู่ ดูแลและใส่ใจคุ้มครองผู้บริโภค หนองมะเกลือ	191 หมู่ที่ 6 ตำบลโนนค้อ อำเภอโนนคูณ จังหวัดศรีสะเกษ 33250
47) ชมรมรวมใจรวมพลังคุ้มครองผู้บริโภค ตำบลบก	1 หมู่ที่ 16 ตำบลบก อำเภอโนนคูณ จังหวัดศรีสะเกษ 33250

48) ชาว กุง เก่า ช่ง ขาม ร่วมใจ	114 หมู่ที่ 13 ตำบลกุง อำเภอศีลาลาด จังหวัดศรีสะเกษ 33160
49) ตำบลยางชุมน้อยใส่ใจผู้บริโภค	8/5 หมู่ที่ 3 ตำบลยางชุมน้อย อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ 33190
50) ชมรมเครือข่ายบึงบอนเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค	ศาลาประชาคมหมู่บ้านบอน หมู่ 11 ตำบลบึงบอน อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ 33190
51) ชมรมเครือข่ายคอนกามเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค	หมู่ที่ 12 ตำบลคอนกาม อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ 33190
52) ชมรมคุ้มครองผู้บริโภค ตำบลโนนคูณ	โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลโนนคูณ หมู่ที่ 2 ตำบลโนนคูณ อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ 33190
53) องค์การผู้บริโภคด้านผักปลอดสารพิษในชุมชน	20 หมู่ 8 ตำบลกันทรอม อำเภอขุนหาญ จังหวัดศรีสะเกษ 33150
54) องค์การคุ้มครองผู้บริโภคตำบลบักตอง	233 หมู่ 2 ตำบลบักตอง อำเภอขุนหาญ จังหวัดศรีสะเกษ 33150
55) องค์การคุ้มครองผู้บริโภค เขต รพ.สต. ทับทิมสยาม 07	212 หมู่ที่ 15 ตำบลบักตอง อำเภอขุนหาญ จังหวัดศรีสะเกษ 33150
56) ชมรมเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคตำบลยางชุมน้อย	โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลยางชุมน้อย หมู่ที่ 8 ตำบลยางชุมน้อย อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ 33190
57) ผักปลอดสารอาหารปลอดภัย	72 หมู่ที่ 1 ตำบลสี อำเภอขุนหาญ จังหวัดศรีสะเกษ 33150
58) ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคตำบลลิ้นฟ้า	60 หมู่ที่ 7 ตำบลลิ้นฟ้า อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ 33190
59) ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคตำบลกุดเมืองฮาม	146 หมู่ที่ 1 ตำบลกุดเมืองฮาม อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ 33190
60) องค์การผู้บริโภคตำบลละลม	141 บ้านละลม หมู่ที่ 13 ตำบลละลม อำเภอภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ 33140
61) ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน ตำบลบ่อแก้ว	40 บ้านหนองท่อน หมู่ที่ 15 ตำบลบ่อแก้ว อำเภอวังหิน จังหวัดศรีสะเกษ 33270
62) ชมรมรวมพลังคุ้มครองผู้บริโภคตำบลโพธิ์	70 บ้านโพธิ์ หมู่ที่ 1 ตำบลโพธิ์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ 33000
63) องค์การคุ้มครองผู้บริโภคชุมชนบ้านโพธิ์น้อย	150 บ้านโพธิ์น้อย หมู่ 5 ตำบลกระหวาน อำเภอขุนหาญ จังหวัดศรีสะเกษ 33150
64) ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคตำบลชะยูง	46/1 บ้านชะยูง หมู่ที่ 1 ตำบลชะยูง อำเภออุทุมพรพิสัย จังหวัดศรีสะเกษ 33120

65) ศูนย์ประสานงานคุ้มครองผู้บริโภค หน่วยรับเรื่องร้องเรียน อำเภอปรางค์กู่	226/6 หมู่ที่ 12 ตำบลเมืองปัก อำเภอปรางค์กู่ จังหวัดนครราชสีมา 30150
66) ศูนย์คุ้มครองผู้บริโภค อำเภอหนองบุญมาก	36 หมู่ที่ 5 ตำบลบ้านใหม่ อำเภอหนองบุญมาก จังหวัดนครราชสีมา 30410
67) ศูนย์ประสานงานคุ้มครองผู้บริโภค หน่วยรับเรื่องร้องเรียน อำเภอประทาย	17/3 หมู่ที่ 3 ตำบลโคกกลาง อำเภอประทาย จังหวัดนครราชสีมา 30180
68) ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน อำเภอเมืองสุรินทร์	56 หมู่ 16 ตำบลนอกเมือง อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ 32000
69) ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพ ตำบลคอโค อำเภอเมืองสุรินทร์	297 หมู่ 4 ตำบลคอโค อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ 32000
70) ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน เทศบาลตำบลสังขะ	399/1 หมู่ 1 ตำบลสังขะ อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์ 32150
71) ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพ ตำบลโคกยาง อำเภอปราสาท จังหวัดสุรินทร์	151 หมู่ 10 ตำบลโคกยาง อำเภอปราสาท จังหวัดสุรินทร์ 32140
72) เครือข่ายตลาดนัดสีเขียวจังหวัดบุรีรัมย์	69 บ้านหนองมะค่า ตำบลบัวทอง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ 31000
73) ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพ ตำบลสระทอง	66 บ้านสระทองตำบลสระทอง อำเภอหนองหงส์ จังหวัดบุรีรัมย์ 31240
74) กลุ่มเพื่อนไดโนเสาร์	8012 หมู่ที่ 7 ตำบลโนนศิลา อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ 46140
75) องค์กรเครือข่ายเพื่อนกาฬสินธุ์	9 หมู่ที่ 7 นิคมสร้างตนเองลำปาว ตำบลนิคม อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ 46140
76) ชมรมเด็กเยาวชนสตรีห้วยโพธิ์ ห่วงใยใส่ใจผู้บริโภค	60 หมู่ที่ 3 ตำบลห้วยโพธิ์ อำเภอเมืองกาฬสินธุ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ 46000
77) กลุ่มเพื่อนคำม่วง	92 หมู่ที่ 10 โรงพยาบาลคำม่วง ตำบลทุ่งคล่อง อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ 46180
78) เครือข่ายวิทยุนักสื่อสารชุมชน เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค	206 หมู่ที่ 3 ถนนบ้านโนนยางตำบลเหล่าไธสง อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ 46110
79) ศูนย์บริการประชาชนตำบลสายนาวัง	103 หมู่ที่ 4 บ้านกุดตาไถ่ ตำบลสายนาวัง อำเภอนาคู จังหวัดกาฬสินธุ์ 46160
80) ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน จังหวัดกาฬสินธุ์ (ขบวนเครือข่ายผู้หญิงไทย)	44 หมู่ที่ 2 ตำบลสะอาดไชยศรี อำเภอดอนจาน จังหวัดกาฬสินธุ์ 46000
81) กลุ่มเพื่อนกมลาไสย/ฮ่องชัย	111 หมู่ที่ 11 ตำบลกมลาไสย อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ 46130

กรุงเทพมหานคร:

สมาชิกที่อยู่ภายใต้การดูแลของหน่วยงานประจำจังหวัด

หน่วยงานประจำจังหวัดกรุงเทพมหานคร (มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค)

1) มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค	4/2 ซอยวัดมนโยธิน แขวงถนนพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร 10400
2) มูลนิธิเข้าถึงเอดส์	48/283 ถนนรามคำแหง แขวงสะพานสูง เขตสะพานสูง กรุงเทพมหานคร 10240
3) เครือข่ายนักวิชาการเพื่อผู้บริโภค	1/135 หมู่บ้านเออร์เบ็นทาราเอสมาซิโต ซอยประชาอุทิศ 76 แขวงทุ่งครุ เขตทุ่งครุ กรุงเทพมหานคร 10140
4) ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคเขตหนองจอก	30/2 หมู่ที่ 2 แขวงโคกแฝด เขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร 10530
5) ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคเขตบางคอแหลม กรุงเทพมหานคร	193 ถนนพระราม 3 แขวงบางคอแหลม เขตบางคอแหลม กรุงเทพมหานคร 10120
6) ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคเขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร	67/46 ชุมชนพัฒนาหมู่บ้านเปรมวดี หมู่ที่ 12 ซอย 19 แยก 1 ถนนพุทธมณฑลสาย 3 แขวงศาลาธรรมสพน์ เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10170
7) กลุ่มไพรเวซี ไทยแลนด์ (Privacy Thailand)	52/588 ซอยจรัสสินทวงศ์ 96/1 ถนนจรัสสินทวงศ์ แขวงบางอ้อ เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร 10700
8) ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคเขตบางนา	888 ถนนสรรพาวุธ แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพมหานคร 10260
9) ศูนย์สิทธิผู้บริโภคเขตบางบอน	14/3 ถนนเอกชัย ซอยเอกชัย 133 แขวงบางบอน เขตบางบอน กรุงเทพมหานคร 10150
10) ศูนย์สิทธิผู้บริโภคเขตประเวศ	27/5 ถนนเฉลิมพระเกียรติ ร. 8 ซอย 39 แยก 1 แขวงหนองบอน เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร 10250
11) ศูนย์สิทธิผู้บริโภคเขตบางแค	3 ซอยศิริเกษม 19 แยก 4 แขวงบางไผ่ เขตบางแค กรุงเทพมหานคร 10160
12) ชมรมคุ้มครองผู้บริโภค กรุงเทพมหานคร เขตบางรัก	157 ซอยสองพระ แขวงมหาพฤฒาราม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 11500
13) ศูนย์สิทธิผู้บริโภคเขตบางกอกน้อย	319/1 ถนนจรัญสินทวงศ์ 3 แขวงบางขุนศรี เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร 10700
14) ศูนย์สิทธิผู้บริโภคเขตสะพานสูง	90 ซอยกรุงเทพกรีฑา 5 แขวงสะพานสูง เขตสะพานสูง กรุงเทพมหานคร 10240

15) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคแรงงานนอกระบบ ภาคกรุงเทพมหานคร	101/349 เคหะร่มเกล้าโซน 1 ซอยเคหะร่มเกล้า 15 ถนนร่มเกล้า แขวงคลองสองต้นนุ่น เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร 10520
16) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคเขตคลองสามวา	217 ชุมชนทุ่งสงทองพัฒนา ซอยลำมะเขือขึ้น 2 แขวง สามวาตะวันออก เขตคลองสามวา กรุงเทพมหานคร 10510
17) ศูนย์สิทธิผู้บริโภค เขตบึงกุ่ม	4/1107 ซอยนวมินทร์ 68 ถนนนวมินทร์ แขวงคลองกุ่ม เขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร 10230
18) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคเขตบางเขน	1227 เศรษฐกิจวรีย์ ซอยข้างศูนย์อาหารบางบัว ถนนพหลโยธิน แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร 10220
19) ศูนย์สิทธิผู้บริโภค เขตธนบุรี	89 ชุมชนแก้ววิทยา ซอยเจริญนคร 48 ถนนเจริญนคร แขวงสำเหร่ เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร 10600
20) ศูนย์สิทธิผู้บริโภค เขตทุ่งครุ	2/1 ชุมชนร่วมรัฐสามัคคี ซอยประชาอุทิศ 54 แยก 9 ถนนประชาอุทิศ แขวงทุ่งครุ เขตทุ่งครุ 10140
21) ศูนย์สิทธิผู้บริโภค เขตบางขุนเทียน	12 การเคหะโครงการ 3 ซอยพระรามที่ 2 ซอย 62 แยก 1-12 ถนนพระราม 2 หมู่ที่ 6 แขวงแสมดำ เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร 10150
22) ศูนย์สิทธิผู้บริโภค เขตพระนคร	158/6 ถนนลำพู แขวงวัดสามพระยา เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร 10200
23) ศูนย์สิทธิผู้บริโภค เขตราชบุรีบูรณะ	66 ชุมชนสุขสวัสดิ์ 60 ซอยสุขสวัสดิ์ แขวงราษฎร์บูรณะ เขตราชบุรีบูรณะ กรุงเทพมหานคร 10140
24) ศูนย์สิทธิผู้บริโภคเขตดอนเมือง	207 ถนนกำแพงเพชร 6 แขวงดอนเมือง เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร 10210

193

สมาชิกที่อยู่ภายใต้การดูแลของฝ่ายสนับสนุนสมาชิกและองค์กรของผู้บริโภค

1) เครือข่ายประชาชนปกป้องประเทศ	51 หมู่ที่ 17 หมู่บ้านวินด์มิลล์ ถนนบางนา-ตราด กม. 10 ตำบลบางพลีใหญ่ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10540
2) หน่วยรับเรื่องร้องเรียนอื่นที่เป็นอิสระจากผู้ถูกร้อง เรียนตามมาตรา ๕๐(๕) ฉะเชิงเทรา	333/3 หมู่ที่ 1 ตำบลพนมสารคาม อำเภพนมสารคาม จังหวัดฉะเชิงเทรา 24120
3) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจังหวัดฉะเชิงเทรา	333/3 หมู่ที่ 1 ตำบลพนมสารคาม อำเภพนมสารคาม จังหวัดฉะเชิงเทรา 24120
4) ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน จังหวัดฉะเชิงเทรา (ประเด็นคนพิการ)	6 หมู่ที่ 3 ตำบลหมอนทอง อำเภอบางน้ำเปรี้ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา 24150

5) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค อำเภอบางน้ำเปรี้ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา (ประเด็นคนพิการ)	14/1 หมู่ที่ 16 ตำบลโพรงอากาศ อำเภอบางน้ำเปรี้ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา 24150
6) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจังหวัดฉะเชิงเทรา อ. บางปะกง ประเด็นเด็กและเยาวชน	129/170 หมู่ที่ 3 ตำบลบางสมัคร อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา 24130
7) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา (ประเด็นคนพิการ)	54/37 หมู่ที่ 5 ตำบลท่าสะพาน อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา 24130
8) ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน จังหวัดฉะเชิงเทรา (อ.แปลงยาว) (ประเด็นเกษตรกร)	61/10 หมู่ที่ 9 ตำบลหัวสำโรง อำเภอแปลงยาว จังหวัดฉะเชิงเทรา 24190
9) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคอำเภอกองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา (ประเด็นเกษตรกร)	7/2 บ้านลาดปลาเค้า หมู่ที่ 2 ซอย 5 ตำบลคลองเขื่อน อำเภอกองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา 24000
10) ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน จังหวัดฉะเชิงเทรา	333/3 หมู่ที่ 1 ตำบลนครสวรรค์ อำเภอนวมสวรรค์ จังหวัดฉะเชิงเทรา 24120
11) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจังหวัดฉะเชิงเทรา (อำเภอรราชาสีน) (ประเด็นเด็กและเยาวชน)	114 หมู่ที่ 4 ตำบลดงน้อย อำเภอรราชาสีน จังหวัดฉะเชิงเทรา 24120
12) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค จังหวัดฉะเชิงเทรา (ประเด็นเกษตรกร)	36/1 หมู่ที่ 6 ตำบลแปลงยาว อำเภอแปลงยาว จังหวัดฉะเชิงเทรา 24190
13) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคอำเภอนวมสวรรค์ จังหวัดฉะเชิงเทรา (ประเด็นสตรี)	77/57 หมู่ที่ 2 ถนนเทศบาล 12 ตำบลนวมสวรรค์ อำเภอนวมสวรรค์ จังหวัดฉะเชิงเทรา 24120
14) ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน จังหวัดฉะเชิงเทรา (ประเด็นเกษตรกร)	11/3 หมู่ที่ 3 ตำบลท่าตะเกียบ อำเภอท่าตะเกียบ จังหวัดฉะเชิงเทรา 24160
15) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค จังหวัดฉะเชิงเทรา (ประเด็นคนพิการ)	23/3 หมู่ที่ 2 ตำบลบางขวัญ อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา 24000
16) ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน จังหวัดฉะเชิงเทรา (ประเด็นผู้สูงอายุ)	8 หมู่ที่ 3 ตำบลสาวชะโงก อำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา 24110
17) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค อำเภอท่าตะเกียบ จังหวัดฉะเชิงเทรา (ประเด็นเกษตรกร)	11/3 หมู่ที่ 3 ตำบลท่าตะเกียบ อำเภอท่าตะเกียบ จังหวัดฉะเชิงเทรา 24160
18) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ตำบลบางแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา	34 หมู่ที่ 10 ตำบลบางแก้ว อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา 24000
19) ศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคตำบลหนองหัว จังหวัดสระแก้ว	57 หมู่ที่ 16 ตำบลหนองหัว อำเภอเขาฉกรรจ์ จังหวัดสระแก้ว 27000
20) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจังหวัดสระแก้ว	171 หมู่ 8 ตำบลโคกสูง อำเภอโคกสูง จังหวัดสระแก้ว 27120
21) ศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคตำบลพระเพลิง	20 หมู่ที่ 7 ตำบลพระเพลิง อำเภอเขาฉกรรจ์ จังหวัดสระแก้ว 27000

22) ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพภาคประชาชน จังหวัดชลบุรี	3/16 หมู่ที่ 16 ตำบลบ้านปึก อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20130
23) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจังหวัดชลบุรี	3/16 หมู่ที่ 16 ตำบลบ้านปึก อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20130
24) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจังหวัดชลบุรี (ประเด็นเด็กและเยาวชน)	73/5 หมู่ 1 ซอย 2 ถนนมิตรสัมพันธ์ ตำบลอ่างศิลา อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20000
25) หน่วยรับเรื่องร้องเรียนที่เป็นอิสระจากผู้ถูกร้องเรียน 50(5) จังหวัดชลบุรี	เลขที่ 3/16 หมู่ที่ 6 ตำบลบ้านปึก อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20130
26) สมาคมคนพิการจันทบุรี	81/195 หมู่ที่ 4 ตำบลบางกะจะ อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี 22000
27) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค จ. สระบุรี	12 ซอย 10 ตำบลปากเพรียว อำเภอเมือง จังหวัดสระบุรี 18000
28) กลุ่มพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคจังหวัดสระบุรี	2 หมู่ที่ 7 ตำบลหนองกบ อำเภอหนองแซง จังหวัดสระบุรี 18170
29) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคประชาชนจังหวัดนนทบุรี	120/33 หมู่ที่ 9 ถนนกาญจนาภิเษก ตำบลบางรักพัฒนา อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี 11110
30) ประชาคมงดเหล้าจังหวัดนนทบุรี	118/7 หมู่ที่ 9 ถนนกาญจนาภิเษก ตำบลบางรักพัฒนา อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี 11110
31) ชมรมเมฆขาว	1-100 ถนนสุวรรณศร ตำบลนครนายก อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก 26000



หมายเหตุ ข้อมูลสมาชิกสภาองค์กรของผู้บริโภคที่เป็นปัจจุบันสามารถดูเพิ่มเติมได้ที่ <https://www.tcc.or.th/tcc-members/>

หน่วยงานเขตพื้นที่และ หน่วยงานประจำจังหวัด ปี 2566

หน่วยงานเขตพื้นที่

ที่	เขตพื้นที่	ชื่อองค์กร	ที่อยู่	โทรศัพท์ / อีเมล
1)	ภาคเหนือ	ศูนย์คุ้มครองสิทธิ ผู้บริโภคจังหวัดพะเยา	91 หมู่ที่ 2 ตำบลบ้านสันป่าม่วง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา 56000	08-4948-9285/ tcc-northern@tcc.or.th
2)	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	สมาคมผู้บริโภค จังหวัดขอนแก่น	685/5 ซอยวุฒาราม ถนนหน้าเมือง ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 40000	098-9033-3388/ tcc-northeast@tcc.or.th
3)	ภาคตะวันตก	สมาคมผู้บริโภค ภาคตะวันตก	105/16 หมู่ที่ 2 ตำบลบางแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม 75000	083-469-4466/ tcc-western@tcc.or.th
4)	ภาคใต้	สมาคมผู้บริโภค สงขลา	2 ซอยหมู่บ้านไทยสมุทร ตำบลหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110	08-9734-2298/ tcc-southern@tcc.or.th

196

หน่วยงานประจำจังหวัดภาคเหนือ

ที่	จังหวัด	ชื่อองค์กร	ที่อยู่	โทรศัพท์
1)	เชียงราย	สมาคมประชาสังคม เพื่อการพัฒนา	438-439 หมู่ 19 ตำบลรอบเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย 57000	0-5360-0416, 06-3481-4665
2)	เชียงใหม่	ศูนย์คุ้มครองสิทธิ ผู้บริโภคภาคประชาชน จังหวัดเชียงใหม่	111 หมู่ที่ 5 ตำบลแม่เหียะ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50100	08-9633-1638
3)	ลำพูน	ศูนย์คุ้มครองสิทธิ ผู้บริโภคจังหวัดลำพูน	9 ถนนรถแก้ว ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน 51000	0-5356-1137, 06-2703-0201
4)	ลำปาง	ศูนย์พิทักษ์สิทธิ ผู้บริโภคจังหวัดลำปาง	124/50 ถนนท่าครวน้อย ตำบลสบตุ๋ย อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง 52100	08-3152-9524
5)	พะเยา	ศูนย์คุ้มครองสิทธิ ผู้บริโภคจังหวัดพะเยา	91 หมู่ที่ 2 ตำบลบ้านสันป่าม่วง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา 56000	08-4804-6444

หน่วยงานประจำจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ที่	จังหวัด	ชื่อองค์กร	ที่อยู่	โทรศัพท์
6)	ร้อยเอ็ด	ศูนย์ประสานงาน หลักประกันสุขภาพ ประชาชนจังหวัดร้อยเอ็ด	687 หมู่ที่ 16 ตำบลรอบเมือง อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด 45000	08-0015-9440
7)	ขอนแก่น	ศูนย์ประสานงาน หลักประกันสุขภาพ ประชาชนจังหวัดขอนแก่น	686/5 ซอยวุฒาราม ถนนหน้าเมือง ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 40000	09-9461-2333, 09-5658-8351

หน่วยงานประจำจังหวัดภาคตะวันตก

ที่	จังหวัด	ชื่อองค์กร	ที่อยู่	โทรศัพท์
8)	กาญจนบุรี	ศูนย์คุ้มครองสิทธิ ผู้บริโภคกาญจนบุรี	178/7 หมู่ที่ 11 ถนนพูนงามนิมิต- เลียงเมือง ตำบลปากแพรก อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี 71000	08-7064-4370
9)	สมุทรสงคราม	สมาคมพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค จังหวัดสมุทรสงคราม	105/13 หมู่ที่ 2 ตำบลบางแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม 75000	08-4291-0809
10)	ประจวบคีรีขันธ์	ศูนย์ประสานงาน หลักประกันสุขภาพประชาชน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	1/56 หมู่บ้านเตชินี 5 ถนนมหาราช ตำบลประจวบคีรีขันธ์ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77000	08-0788-8554, 06-1562-0166

197

หน่วยงานประจำจังหวัดภาคใต้

ที่	จังหวัด	ชื่อองค์กร	ที่อยู่	โทรศัพท์
11)	สุราษฎร์ธานี	โครงการบริโภคสร้างสรรค์ สุราษฎร์ธานี	180/3 หมู่ที่ 1 ถนนปทุมพร ตำบลมะขามเตี้ย อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี 84000	08-0522-3222
12)	สงขลา	สมาคมผู้บริโภคสงขลา	1427 ถนนเพชรเกษม ตำบลหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110	08-9734-2298
13)	สตูล	เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค จังหวัดสตูล	371 หมู่ที่ 9 ตำบลละงู อำเภอละงู จังหวัดสตูล 91110	09-5016-0084

หน่วยงานประจำจังหวัดภาคกลาง

ที่	จังหวัด	ชื่อองค์กร	ที่อยู่	โทรศัพท์
14)	พระนครศรีอยุธยา	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	5/10 ถนนโรจนะ ตำบลหอรัตนไชย (เชิงสะพานนเรศวรฝั่งเกาะเมืองอยุธยา ขาออก) อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13000	09-4535-1628, 08-1919-2062, 08-1851-2003

กรุงเทพมหานคร

ที่	จังหวัด	ชื่อองค์กร	ที่อยู่	โทรศัพท์
15)	กรุงเทพมหานคร	มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค	4/2 ซอยวัฒนโยธิน แขวงพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร 10400	0-2248-3734 ถึง 7



หมายเหตุ ข้อมูลหน่วยงานเขตพื้นที่ที่เป็นปัจจุบัน
สามารถดูเพิ่มเติมได้ที่ <https://www.tcc.or.th/tcc-zone/>



หมายเหตุ ข้อมูลหน่วยงานประจำจังหวัดที่เป็นปัจจุบัน
สามารถดูเพิ่มเติมได้ที่ <https://www.tcc.or.th/tcc-agency/>

แผนที่สำนักงานสภาผู้บริโภครวม

สำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค
 เลขที่ 110/1 ซอยลาดพร้าว 26 แยก 1-2
 ถนนลาดพร้าว แขวงจอมพล
 เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900
 โทร. 0 2239 1839

สถานที่จอดรถ
 ท่านที่นำรถมา สามารถ
 จอดรถได้ที่ ศูนย์การค้า
 เดอะ บาซาร์ รัชดาภิเษก

Google Maps ค้นคำว่า
สภาองค์กรของผู้บริโภค
 หรือ Scan QR Code ด้านล่าง

วิธีเดินทางมาสภาฯ

- M** **จากรถไฟฟ้าใต้ดิน** ——— ออกจาก MRT ประตูนู 1 เลี้ยวซ้าย 60 เมตร ไปซอยลาดพร้าว 26 ถึง 7-11 ปากซอย เลี้ยวซ้ายเข้าซอยมาประมาณ 340 เมตร เลี้ยวขวา ไปตามทาง 100 เมตร จนถึง แยก 1-2 เลี้ยวขวา สำนักงานจะอยู่ทางขวามือ
- M** **จากรถไฟฟ้าสายสีเหลือง** ——— ออกจากประตู 4 (อาคารจอดแล้วจร) ลงลิฟท์ไปที่ Supermarket ชั้นใต้ดิน เดินข้ามมา MRT สายสีน้ำเงิน ออกประตูที่ 1 เลี้ยวซ้าย 60 เมตร ไปซอยลาดพร้าว 26 ถึง 7-11 ปากซอย เลี้ยวซ้ายเข้าซอยมาประมาณ 340 เมตร เลี้ยวขวา ไปตามทาง 100 เมตร จนถึง แยก 1-2 เลี้ยวขวา สำนักงานจะอยู่ทางขวามือ
- P** **จากที่จอดรถศูนย์การค้า เดอะ บาซาร์** ——— จากที่จอดรถด้านหลัง ออกมาตามถนน 80 เมตร ถึงซอยลาดพร้าว 26 แยก 1-2 เลี้ยวขวา ไปตามทาง 100 เมตร สำนักงานจะอยู่ทางขวามือ
- รถ** **จากรถประจำทาง ปอ. 44 / ปอ. 145 / 44 / 92 / 96 / 122 / 145 / 182** เดินไปซอยลาดพร้าว 26 ถึง 7-11 ปากซอย เลี้ยวซ้ายเข้าซอยมาประมาณ 340 เมตร เลี้ยวขวา ไปตามทาง 100 เมตร จนถึง แยก 1-2 เลี้ยวขวา สำนักงานจะอยู่ทางขวามือ



รายงานประจำปี 2566
สภาองค์กรของผู้บริโภค
Annual Report 2023
Thailand Consumers Council

พิมพ์ครั้งที่ 1: มิถุนายน 2567

ISBN 978-616-94228-3-9

จัดพิมพ์และเผยแพร่โดย

สภาองค์กรของผู้บริโภค

เลขที่ 110/1 ซอยลาดพร้าว 26 แยก 1-2 ถนนลาดพร้าว
แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900
โทรศัพท์ 0-2239-1839 อีเมล : contact@tcc.or.th
www.tcc.or.th



แบบสำรวจความพึงพอใจ
ต่อรายงานประจำปี 2566
สภาองค์กรของผู้บริโภค



ดาวน์โหลด
หนังสือเล่มนี้ได้ที่นี่



สภาองค์กรของผู้บริโภค

คือสภาของประชาชน
ใช้ภาษีของประชาชน
เพิ่มอำนาจต่อรองให้ผู้บริโภค
เป็นประโยชน์กับทุกฝ่าย



สภาผู้บริโภค
1502
โทรเลย เพื่อนพร้อมเคลียร์



tccthailand



@tccthailand

สำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค
เลขที่ 110/1 ซอยลาดพร้าว 26 แยก 1-2 ถนนลาดพร้าว
แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900
www.tcc.or.th