



รายงานประจำปี ๒๕๖๕

สภาองค์กรของผู้บริโภค
Thailand Consumers Council

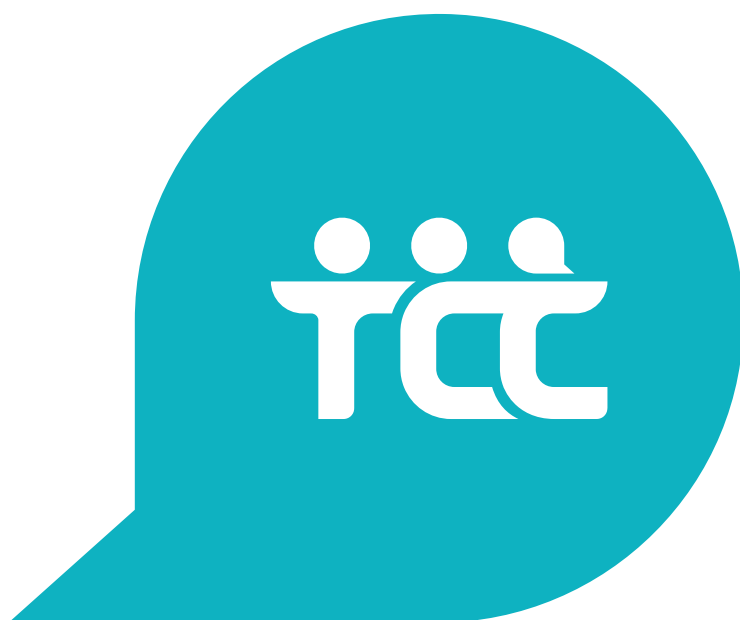


สภาองค์กรของผู้บริโภค

- เป็นองค์กรตามเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญตั้งแต่ปี 2540 ถึงรัฐธรรมนูญปัจจุบัน
- จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562
- ทำหน้าที่เป็นผู้แทนของผู้บริโภคทุกคน ทุกด้าน เบื้องต้นกำหนดไว้ 8 ด้านและมีอำนาจในการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค
- มีความอิสระในการปฏิบัติหน้าที่

ให้สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี
เสนอต่อคณะรัฐมนตรี จัดสรรเงินอุดหนุนเป็นรายปี
เป็นการว่า야ขาดให้แก่สภาองค์กรของผู้บริโภคตามที่เสนอขอ





สารบัญ

วิสัยทัศน์ พันธกิจ ยุทธศาสตร์.....	4
สารจากรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี.....	7
สารจากปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี.....	9
สารจากประธานสภาองค์กรของผู้บริโภค.....	11
สารจากเลขาธิการสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค.....	13
สารจากหน่วยงานประจำจังหวัด-หน่วยงานเขตพื้นที่.....	15
บทสรุปผู้บริหาร.....	16
Executive Summary.....	19
ส่วนที่ 1: วันที่ผู้บริโภคอยู่ยาก คือโจทย์ที่ท้าทาย.....	23
ประชาชนได้อะไรจากสภาองค์กรของผู้บริโภค.....	24
การเป็นที่พึ่งของผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง ควรเป็นอย่างไร?.....	25
แผนปฏิบัติงานประจำปี 2565 เพื่อบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์.....	27
ส่วนที่ 2: แนวรุก แนวรับ และแนวร่วม.....	33
แนวรุก : จัดเต็ม เดินหน้าปกป้องประโยชน์ผู้บริโภค.....	34
แนวรับ : รับทุก(ข)ปัญหาของผู้บริโภค.....	41
แนวร่วม: พลังหน่วยงานประจำจังหวัดรวมพลังองค์กรสมาชิก.....	47
ส่วนที่ 3: ผลการดำเนินงาน ตอบโจทย์ความต้องการที่จับต้องได้.....	59
ผลการดำเนินงานปี 2565.....	60
ปัญหา และอุปสรรค.....	81
ความเหมือนและความต่างระหว่าง สคบ. และสภาองค์กรของผู้บริโภค.....	83
ส่วนที่ 4: จากก้าวแรก สู่ข้อเสนอประเด็น.....	87
ข้อเสนอในการคุ้มครองผู้บริโภค 8 ด้าน.....	88
ส่วนที่ 5: รายงานทางการเงิน.....	109
รายงานของผู้สอบบัญชีรับอนุญาต.....	110
สรุปข้อมูลสำคัญทางการเงินและงบประมาณ.....	144
ภาคผนวก.....	147

วิสัยทัศน์ พันธกิจ ยุทธศาสตร์

วิสัยทัศน์

เป็นผู้แทนของผู้บริโภคทุกด้าน
เพื่อคุณภาพชีวิตของทุกคน

พันธกิจ

1. คัดกรองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค
ทุกคนทุกด้าน
2. เสนอแนะนโยบายและมาตรการ
เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค
3. สนับสนุนสมาชิก องค์กรของผู้บริโภค
และผู้บริโภค ให้รักษาประโยชน์ของผู้บริโภค
ให้ได้รับความเชื่อถือ
4. สร้างวัฒนธรรมและมุมมองใหม่ว่า
การคุ้มครองผู้บริโภคเป็นประโยชน์กับทุกฝ่าย
5. สนับสนุนให้เกิดการบริโภคที่ยั่งยืน
และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ยุทธศาสตร์

2

พัฒนา เสนอแนะ
และผลักดันนโยบาย
และมาตรการเพื่อการ
คุ้มครองผู้บริโภค

4

สื่อสารเพื่อการคุ้มครอง
ผู้บริโภค

1

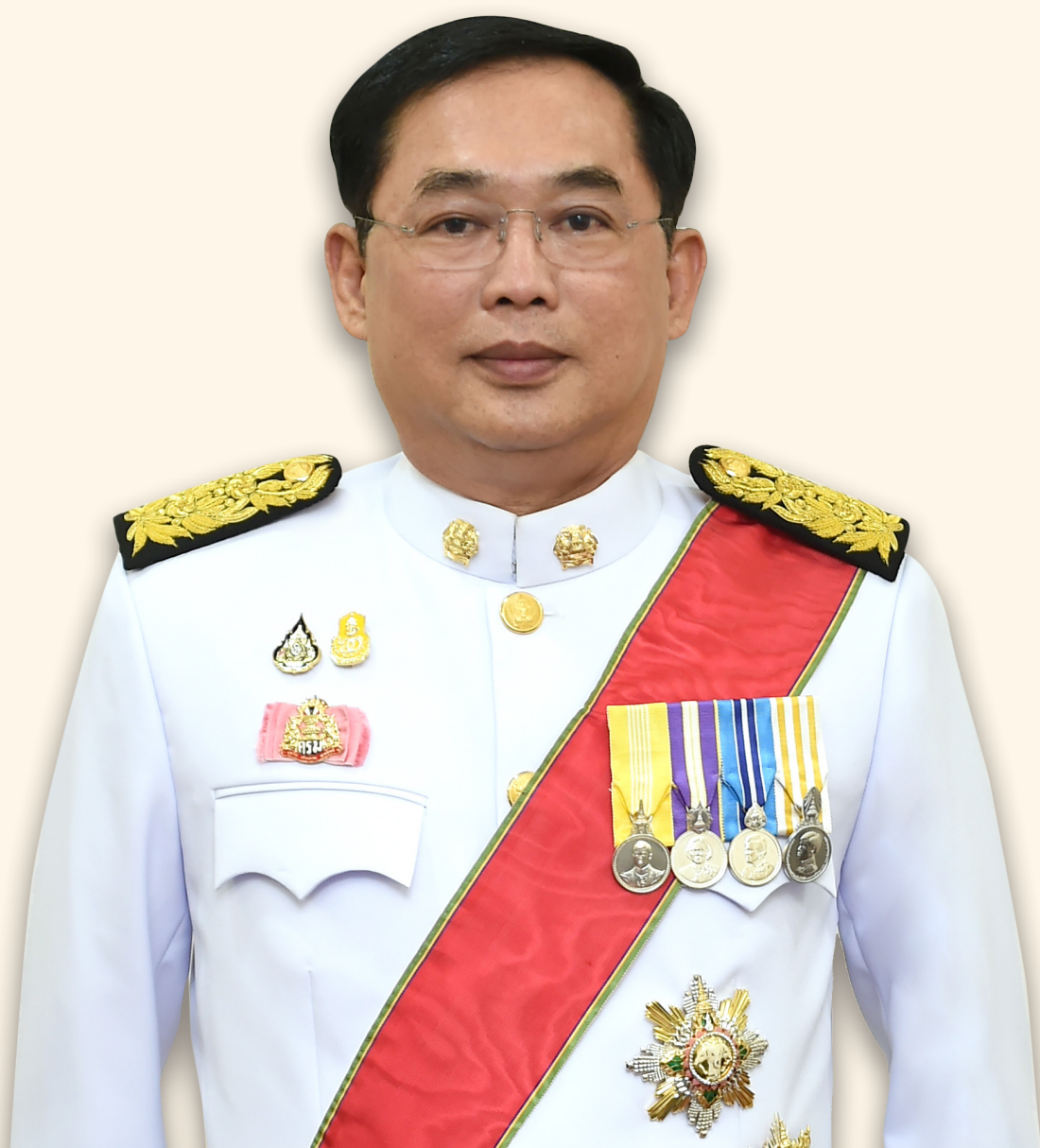
สนับสนุนและดำเนินการ
คุ้มครองและพิทักษ์สิทธิ
ของผู้บริโภคทุกด้าน

3

สนับสนุนและสร้างความ
เข้มแข็งผู้บริโภคและ
องค์กรของผู้บริโภค

5

พัฒนากลไกสภาองค์กร
ของผู้บริโภคและ
หน่วยงาน
ประจำจังหวัด



“

ประเทศไทยเป็นประเทศแรกในอาเซียนที่มีการจัดตั้ง
องค์กรของผู้บริโภค กำเนิดจากภาคประชาชน
และมุ่งมั่นที่จะทำเพื่อผู้บริโภค ประชาชนทุกคน

”

สารจากรัฐมนตรี ประจำสำนักนายกรัฐมนตรี

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดต่อเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และภาวะเศรษฐกิจโลกที่ถดถอย ประกอบกับประชาชนคนไทยยังต้องรับมือกับภัยจากสังคมที่ปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก ด้วยอิทธิพลของเทคโนโลยีที่ก้าวเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต (Social Disruption) เช่น ภัยออนไลน์จากการซื้อสินค้าและบริการ SMS หลอกลวง แอ็กคอลเซ็นเตอร์ มีจฉาชีพ หรือการหลอกเปิดบัญชีม้า เป็นต้น ซึ่งถือได้ว่าเป็นภาระที่ประชาชนต้องแบกรับอย่างหลีกเลี่ยงมิได้ แต่ในความโชคร้ายจากสถานการณ์ต่าง ๆ ยังมีความโชคดีซ่อนอยู่ นั่นคือ การที่ประเทศไทยเป็นประเทศแรกในอาเซียนที่มีการจัดตั้งองค์กรของผู้บริโภค ซึ่งเป็นองค์กรที่เกิดจากภาคประชาชน และมุ่งมั่นที่จะทำเพื่อผู้บริโภค ประชาชนทุกคน การเกิดขึ้นและมีอยู่ของสภาองค์กรของผู้บริโภค ถือเป็น “กลไก” หรือ “นวัตกรรม” หนึ่งที่จะสามารถช่วยแก้ปัญหาของผู้บริโภคที่ทุกวินาทีอาจจะกำลังมีผู้ได้รับความเสียหายจากการซื้อสินค้าและบริการ การพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคไปพร้อม ๆ กับการสร้างความเข้มแข็งให้กับภาคประชาชน จึงนับว่าเป็นภารกิจที่สำคัญของทุกหน่วยงาน

ความทุกข์ร้อนของผู้บริโภคนับเป็นภารกิจอันใหญ่หลวงที่ต้องอาศัยความร่วมมือในการดำเนินงาน เชื่อมโยงข้อมูลจากหลายฝ่าย เพื่อที่จะสามารถมองเห็นปัญหาในภาพรวมของประเทศและแก้ไขปัญหา ดังกล่าวอย่างครอบคลุม ซึ่งในปี พ.ศ. 2565 ได้เห็นการทำงานร่วมกันระหว่างสภาองค์กรของผู้บริโภค กับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ รวมถึงสำนักงานตำรวจแห่งชาติ ฯลฯ จึงหวังเป็นอย่างยิ่งว่า “สภาองค์กรของผู้บริโภค” จะเป็นอีกหนึ่งกำลังสำคัญของประเทศที่จะช่วยพิทักษ์และคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยทุกคน ให้ได้รับความเป็นธรรมในการซื้อสินค้าและบริการ อีกทั้งยังนับว่าเป็น “องค์กรใหม่” ที่จะสามารถเป็นที่พึ่ง เป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความหวังและพลังที่เข้มแข็งให้กับผู้บริโภคไทยต่อไป

ทั้งนี้ ขอส่งพลังใจให้พี่น้องชาวสภาองค์กรของผู้บริโภค ทั้งส่วนกลาง และที่กระจายตัวอยู่ตามภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศไทย ผู้ซึ่งเปรียบเสมือน “มดงาน” คอยให้คำปรึกษา แก้ปัญหาให้แก่ผู้บริโภค ขอให้พวกท่านจงมุ่งมั่นและศรัทธาที่จะร่วมกันสร้างสังคมที่น่าอยู่ เดินหน้าอย่างเต็มกำลังเพื่อผู้บริโภค ภายใต้อำนาจหน้าที่แห่งพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 สืบไป



(นายอนุชา นาคาศัย)

รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี



“

สภาองค์กรของผู้บริโภค ดำเนินงานเพื่อประโยชน์ของประชาชน
จะทำหน้าที่ได้อย่างเต็มที่ และเป็นไปตามเจตนารมณ์ของกฎหมาย
ในฐานะตัวแทนของประชาชนที่จะคุ้มครองผู้บริโภคในด้านต่าง ๆ
เพื่อปกป้องการเอาเปรียบจากผู้ประกอบธุรกิจ
ก่อให้เกิดสังคมที่ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

”

สารจากปลัด สำนักนายกรัฐมนตรี

เจตนารมณ์ของกฎหมายที่ต้องการให้สิทธิของผู้บริโภคได้รับการคุ้มครองภายใต้รัฐธรรมนูญ และการมีส่วนร่วมของประชาชน องค์กรของผู้บริโภคได้มีการรวมกลุ่มกันก่อให้เกิดการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค ภายใต้พระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 ตั้งแต่วันที่ 9 ธันวาคม 2563 ตลอดระยะเวลาการดำเนินงานที่ผ่านมาสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีได้ทำหน้าที่ประสานความร่วมมือกับสภาองค์กรของผู้บริโภค โดยจัดให้มีการประชุมร่วมกันทุกไตรมาสเพื่อรับฟังความคิดเห็นและการให้ความช่วยเหลือสนับสนุนในด้านต่าง ๆ ด้วยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าสภาองค์กรของผู้บริโภค ซึ่งดำเนินงานเพื่อประโยชน์ของประชาชน จะทำหน้าที่ได้อย่างเต็มที่ และเป็นไปตามเจตนารมณ์ของกฎหมายในฐานะตัวแทนของประชาชนที่จะคุ้มครองผู้บริโภคในด้านต่าง ๆ เพื่อป้องกันการเอารัดเอาเปรียบจากผู้ประกอบธุรกิจ ก่อให้เกิดสังคมที่ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีจะยังคงเป็นหน่วยงานที่มุ่งมั่นสนับสนุนการดำเนินงานของสภาองค์กรของผู้บริโภคในการดำเนินการให้ความคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคให้บรรลุตามเจตนารมณ์ที่บัญญัติไว้ในพระราชบัญญัตินี้ต่อไป

ด้วยวิสัยทัศน์ของสภาองค์กรของผู้บริโภคที่กำหนดว่า “เป็นผู้แทนของผู้บริโภคทุกด้าน เพื่อคุณภาพชีวิตของทุกคน” กระผมจึงขออาราธนาอำนาจคุณพระศรีรัตนตรัยและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทั้งหลาย อวยพรให้สภาองค์กรของผู้บริโภคประสบความสำเร็จในการทำหน้าที่ตามเจตนารมณ์ที่ได้กำหนดภายใต้กฎหมายฉบับนี้ สามารถแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนและตอบสนองความต้องการของประชาชนในด้านการคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างตรงจุดและรวดเร็ว เป็นที่พึงพอใจของประชาชนสืบไป



(นายธีระพงษ์ วงศ์ศิวัชโรจน์)
ปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี



“

สภาองค์กรของผู้บริโภค มีความมุ่งมั่นที่จะสร้างความเปลี่ยนแปลง
อย่างสร้างสรรค์และเท่าทันความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม
และเทคโนโลยีที่รุดหน้าในทุกด้าน เพื่อยกระดับงานคุ้มครองผู้บริโภค
ลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมและยกระดับคุณภาพชีวิต
ของประชาชนอย่างยั่งยืนในอนาคต

”

สารจากประธาน สภาองค์กรของผู้บริโภค

เป็นที่ประจักษ์แล้วว่าสังคมไทยในปัจจุบันอยู่ในภาวะการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินชีวิต ทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคมอย่างมหาศาล อันเกิดจากการไหลบ่าของเทคโนโลยีที่ทันสมัยและรวดเร็ว ตั้งแต่ การซื้อของออนไลน์ไร้พรมแดน ตลอดจนการทำธุรกรรมการเงินด้วยสกุลเงินดิจิทัลในโลกเสมือนจริงที่เริ่ม เข้ามามีบทบาทแทนการใช้สกุลเงินทั่วไป รวมถึงแนวคิดในการทำธุรกิจของผู้ประกอบการ และทัศนคติ การบริโภคของคนยุคใหม่ที่แปรผันตามวิถีธุรกิจหรือบริการที่หลากหลายซับซ้อนมากขึ้น ซึ่งนอกจากจะ เป็นผลดีให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้นแล้ว ในทางกลับกันก็มีผลเสียให้เกิดกระบวนการหลอกลวง ฉ้อโกง เอาเปรียบผู้บริโภคทุกระดับเพิ่มมากขึ้น ซึ่งถือเป็นความท้าทายสำคัญในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค ของสภาองค์กรของผู้บริโภคเสมอมา

“สภาองค์กรของผู้บริโภค” ถือเป็นกลไกหนึ่งของสังคมไทยในการทำหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภค มีการออกแบบการทำงานโดยเปิดให้องค์กรที่มีประสบการณ์ทำงานคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศเข้าร่วมเป็นสมาชิกและทำงานร่วมกัน อันเป็นการช่วยเหลือประชาชน โดยประชาชน เพื่อประชาชนอย่างแท้จริง ซึ่งตลอดระยะเวลาสองปีนับแต่สภาองค์กรของผู้บริโภคถูกจัดตั้งขึ้น มีผลงาน ที่ประสบผลสำเร็จเป็นที่ประจักษ์ เข้าถึงปัญหาผู้บริโภคในระดับพื้นที่ผ่านองค์กรของผู้บริโภค รับเรื่อง ร้องเรียน โกล่เกลี่ย และผลักดันปัญหาจนนำไปสู่ข้อเสนอนโยบาย รวมถึงการพัฒนากลไกในการคุ้มครอง ผู้บริโภคร่วมกับหน่วยงานรัฐ ตลอดจนส่งเสริมการศึกษา วิจัย และเผยแพร่ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับ การคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อส่งเสริมให้ผู้บริโภคตระหนักรู้และได้รับการคุ้มครองตามสิทธิของตน

อย่างไรก็ตาม สังคมมีความคาดหวังอย่างเต็มเปี่ยมว่าสภาองค์กรของผู้บริโภคจะสามารถขยาย ศักยภาพเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้บริโภคทั่วประเทศเท่าทันกับความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว สามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างสัมฤทธิ์ผลด้วยตนเอง ตลอดจนสร้างองค์ความรู้ให้ผู้บริโภคไม่ตกเป็นเหยื่อ กระบวนการหลอกลวงของมิจฉาชีพที่มักใช้วิถีบริโภคยุคโลกไร้พรมแดน เช่น แก๊งคอลเซ็นเตอร์ เอสเอ็มเอส หลอกลวง หรือกลโกงในรูปแบบต่าง ๆ ควบคู่ไปกับงานคุ้มครองผู้บริโภค ปัญหาพื้นฐานในการใช้สินค้า หรือบริการอื่น ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้บริโภคไม่ถูกเอาเปรียบและผ่านวิกฤติต่าง ๆ ที่ยังคงเป็น ปัญหาของประเทศไทยในปัจจุบันไปได้

สภาองค์กรของผู้บริโภค มีความมุ่งมั่นที่จะสร้างความเปลี่ยนแปลงอย่างสร้างสรรค์และเท่าทัน ความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีที่รุดหน้าในทุกด้าน เพื่อยกระดับงานคุ้มครอง ผู้บริโภค ลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม และยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนอย่างยั่งยืนในอนาคต



(นางสาวบุญยืน ศิริธรรม)
ประธานสภาองค์กรของผู้บริโภค



“

สภาองค์กรของผู้บริโภค คือ สภาของประชาชน
ใช้เงินภาษีของประชาชน
เพื่อปกป้องผลประโยชน์ของประชาชนและผู้บริโภค

”

สารจากเลขาธิการสำนักงาน สภาองค์กรของผู้บริโภค

เป็นเรื่องยากในการจัดลำดับความสำคัญของผู้บริโภค เพราะปัญหาผู้บริโภคมีมากมาย หลายด้าน ทั้งส่วนบุคคล ผลประโยชน์สาธารณะ ลึก กว้าง ตรงไปตรงมาและซับซ้อน ปีที่ผ่านมาสภาองค์กรของผู้บริโภคได้ทำหน้าที่ในการรักษาผลประโยชน์ของผู้บริโภคหลายด้านที่สำคัญ ไม่ว่าจะเป็นการให้คำแนะนำ การเจรจาไกล่เกลี่ย และการฟ้องคดีให้กับผู้บริโภค มีมูลค่าสูงถึง 222 ล้านบาท มากกว่างบประมาณที่สภาองค์กรของผู้บริโภคใช้จ่ายในปี 2565 จำนวน 188 ล้านบาท

หากพิจารณางานด้านแนวรุกที่สภาองค์กรของผู้บริโภคดำเนินการ จะเห็นได้ว่าการผลักดันให้เกิดการแก้ไขป้องกันด้วยการทำข้อเสนอนโยบายในกิจการที่เกี่ยวกับผู้บริโภค ที่ทำให้เกิดการส่งต่อ “เสียงของผู้บริโภค” ไปถึงระดับนโยบาย เช่น การที่ประชาชนร่วมเสนอและผลักดันให้มีนโยบายบริการขนส่งสาธารณะทั่วประเทศให้มีค่าใช้จ่ายไม่เกินร้อยละ 10 ของรายได้ขั้นต่ำ รวมถึงการเสนอให้ป้องกันการผูกขาดที่เกิดการควบรวมกิจการโทรคมนาคมที่อาจจะทำให้ผู้บริโภคที่ใช้บริการโทรศัพท์มือถือกว่า 80 ล้านเลขหมายอาจต้องจ่ายค่าบริการเพิ่มมากขึ้นถึงร้อยละ 244

การดำเนินการกิจอย่างต่อเนื่องของสภาองค์กรของผู้บริโภคจึงนำมาสู่การวิพากษ์วิจารณ์ว่า สภาองค์กรของผู้บริโภคเป็นหน่วยงานระดับชาติที่ใช้กลยุทธ์แบบ “มวยวัด” ที่มีกิจกรรมแบบภาคประชาชน ด้วยการยื่นหนังสือประท้วง อำนาจความสะดวกการจัดชุมนุมผู้บริโภค การรณรงค์ในสื่อต่าง ๆ ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ได้ว่าในความเป็นจริง สภาองค์กรของผู้บริโภค คือ สภาของประชาชน ใช้เงินภาษีของประชาชน เพื่อปกป้องผลประโยชน์ของประชาชนและผู้บริโภค ที่ล้วนเป็นไปตามเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญ และพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562

นับเป็นความท้าทายของสภาองค์กรของผู้บริโภคที่ต้องทำให้เกิดการ “รู้จัก” ปัญหาของผู้บริโภคที่ต้องแก้ไขจนถึงต้นตอของปัญหา “รู้จริง” ในสิ่งที่นำเสนอโดยมีข้อมูลและหลักฐานที่สนับสนุนอย่างครบถ้วน และ “รู้ใจ” เหมือนเพื่อนที่คบกันมานาน ให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ โดยมีเครื่องมือที่เข้าถึงง่าย มีการสื่อสารอย่างฉับไวเพื่อร่วมกันผลักดันนโยบายอย่างเต็มกำลัง นำไปสู่การยกระดับคุณภาพชีวิตของทุกคน



(นางสาวสารี อ๋องสมหวัง)

เลขาธิการสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค



งานสร้างการมีส่วนร่วมก็มีความสำคัญ
ไม่น้อยไปกว่าเทคโนโลยีดิจิทัล
เพราะเป็นหัวใจของการขับเคลื่อน
งานคุ้มครองผู้บริโภคในเชิงนโยบาย
เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต 'ส่งเสริมการบริโภคและการ
ผลิตอย่างมีความรับผิดชอบ'

สารจากหน่วยงานประจำจังหวัด หน่วยงานเขตพื้นที่ สภาองค์กรของผู้บริโภค

ในปี 2565 ที่ผ่านมา “หน่วยงานประจำจังหวัด” มีความมุ่งมั่นและให้ความสำคัญกับการปฏิบัติภารกิจคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคอย่างเต็มศักยภาพ จนสามารถเสนอนโยบายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับจังหวัดให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการปรับปรุง แก้ไขเพื่อประโยชน์ของผู้บริโภคหลายด้าน อาทิ ด้านการเงินและการธนาคาร ด้านสินค้าและบริการ และด้านอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ ฯลฯ รวมทั้งสนับสนุนและดำเนินการตรวจสอบ ติดตาม เฝ้าระวังสถานการณ์ปัญหาสินค้าและบริการ แจ้งหรือโฆษณาข่าวสาร เตือนภัยเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่อาจกระทบต่อสิทธิของผู้บริโภค หรืออาจก่อให้เกิดความเสียหาย หรือเกิดความเสื่อมเสียแก่ผู้บริโภคในระดับจังหวัด ซึ่งสามารถแก้ไขปัญหาและคุ้มครองสิทธิให้กับผู้บริโภคในพื้นที่จากการรับเรื่องร้องเรียนกว่า 6,000 เรื่อง นับเป็นความสำเร็จของหน่วยงานประจำจังหวัดที่ทุ่มเทสรรพกำลัง แรงกาย แรงใจ

สำหรับ “หน่วยงานเขตพื้นที่” ถือว่าเป็นกลไกสำคัญในการทำงานคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคเช่นเดียวกับหน่วยงานประจำจังหวัด ภารกิจที่สำคัญ อาทิ สนับสนุนและสร้างความเข้มแข็งให้หน่วยงานประจำจังหวัด สมาชิก และองค์กรของผู้บริโภคให้สามารถจัดตั้งสถานะองค์กรของผู้บริโภคได้ นอกจากนี้ หน่วยงานเขตพื้นที่จะทำหน้าที่ในการเชื่อมประสานการทำงานคุ้มครองผู้บริโภค และขับเคลื่อนงานคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคในระดับภูมิภาค ระหว่างสภาองค์กรของผู้บริโภคกับหน่วยงานประจำจังหวัด องค์กรสมาชิก ตลอดจนเครือข่ายองค์กรผู้บริโภคระดับภูมิภาค เพื่อให้เกิดการทำงานที่หนุนเสริม และเชื่อมร้อยการทำงานคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคให้มีความครอบคลุมพื้นที่อย่างเป็นระบบ ทั้งในระดับประเด็น และระดับจังหวัดให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ความท้าทายที่สำคัญของหน่วยงานประจำจังหวัด และหน่วยงานเขตพื้นที่ คือ กระแสการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดิจิทัลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค จะต้องเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับปัญหาผู้บริโภคเหล่านี้อย่างไร ขณะเดียวกันงานสร้างการมีส่วนร่วมก็มีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าเทคโนโลยีดิจิทัล เพราะเป็นหัวใจของการขับเคลื่อนงานคุ้มครองผู้บริโภคในเชิงนโยบาย เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต ‘ส่งเสริมการบริโภคและการผลิตอย่างมีความรับผิดชอบ’ คือ ผู้บริโภคได้รับการคุ้มครอง ผู้ประกอบการมีความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศในภาพรวมต่อไป

หน่วยงานประจำจังหวัด - หน่วยงานเขตพื้นที่
สภาองค์กรของผู้บริโภค

บทสรุปผู้บริหาร

ในปีงบประมาณ 2565 สภาองค์กรของผู้บริโภคได้ดำเนินการตามวัตถุประสงค์ และอำนาจหน้าที่ที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 พร้อมทั้งเร่งกระบวนการคุ้มครองผู้บริโภคให้ครบทุกมิติ หลังจากเริ่มต้นงานในปีแรกเมื่อเดือนมิถุนายน 2564 ด้วยการวางรากฐาน ‘การสร้างผู้บริโภครู้เท่าทัน’ ในหลายพื้นที่ มีจำนวนองค์กรสมาชิกทั่วประเทศเพิ่มขึ้นจาก 151 องค์กร เป็น 269 องค์กร โดยมี 39 จังหวัด ที่มีองค์กรสมาชิก ขับเคลื่อนการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง

โดยภาพรวมสภาองค์กรของผู้บริโภค ได้มีการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภคตามวัตถุประสงค์ และตัวชี้วัดที่กำหนดไว้ในแผนงาน สามารถแบ่งการทำงานเป็น 3 ระดับที่สำคัญ ได้แก่ 1) งานคุ้มครองผู้บริโภคระดับประเทศ ด้วยการจัดทำข้อเสนอนโยบายต่อคณะรัฐมนตรี หรือเสนอต่อหน่วยงานของรัฐ ตามอำนาจที่กำหนดไว้ในกฎหมาย 2) งานเตือนภัยเพื่อป้องกันปัญหาการละเมิดสิทธิผู้บริโภค หรือเผยแพร่ข้อมูลให้ผู้บริโภคเท่าทันปัญหาที่เกิดขึ้น 3) งานคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคกับกลุ่มปัญหาเฉพาะ และช่วยเหลือเฉพาะรายต่อผู้ที่ได้รับความเสียหาย โดยมีแนวทางแก้ปัญหาทั้งการให้คำแนะนำ ให้ความช่วยเหลือคำปรึกษา ช่วยเจรจาไกล่เกลี่ยในฐานะผู้แทนผู้บริโภค และฟ้องร้องดำเนินคดีแทนผู้บริโภค

งานคุ้มครองผู้บริโภคระดับประเทศที่ร่วมมือกับองค์กรสมาชิก นักวิชาการ เครือข่ายต่าง ๆ เพื่อป้องกันปัญหาผลกระทบต่อผู้บริโภค ผ่านการจัดทำข้อเสนอของสภาองค์กรของผู้บริโภคที่ได้ดำเนินการในรอบปีที่สำคัญ ได้แก่ ข้อเสนอต่อคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) คือ การเสนอให้ กสทช. ไม่อนุญาตให้ควบรวมธุรกิจระหว่างบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัท โทเทิลแอนด์เสิร์ช คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) ซึ่งการควบรวมครั้งนี้ จะนำไปสู่การผูกขาดในกิจการโทรคมนาคม ขัดต่อเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญ ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคทั่วประเทศที่เป็นเจ้าของเลขหมายมากกว่า 80 ล้านเลขหมาย ทำให้ผู้บริโภคต้องจ่ายค่าบริการเพิ่มสูงขึ้นระหว่างร้อยละ 12 ถึงร้อยละ 244 ยิ่งไปกว่านั้น การผูกขาดเจ้าของค่ายมือถือสองค่ายใหญ่จากสามค่าย จะทำให้ผู้บริโภคหมดอำนาจการต่อรอง และไม่มีทางเลือก คนจนหรือผู้ที่อยู่อาศัยในพื้นที่ห่างไกลจะเข้าไม่ถึงบริการ ซึ่งต่อมาสภาองค์กรของผู้บริโภคในฐานะตัวแทนผู้บริโภคได้ดำเนินการฟ้องร้องกรรมการและสำนักงาน กสทช. ต่อศาลปกครองจากการมีมติที่เปิดทางให้เกิดการควบรวม

ในส่วนของข้อเสนอต่อกระทรวงพลังงาน สภาองค์กรของผู้บริโภคเสนอให้กระทรวงมีมาตรการกำกับราคาน้ำมันที่เป็นธรรม จัดการแก้ปัญหาค่าขนส่งเทียม และจัดเก็บภาษีลากลอยกับโรงกลั่นน้ำมัน เสนอให้คณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน (กกพ.) มีข้อเสนอต่อคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ (กพช.) ยุติการอนุมัติรับซื้อไฟฟ้าจากโรงไฟฟ้าใหม่เข้าระบบ ชะลอการตัดสินใจที่เกี่ยวข้องกับการรับซื้อไฟฟ้าพลังงานน้ำจากประเทศลาว และโครงการก๊าซธรรมชาติ LNG Terminal เนื่องจากประเทศไทยกำลังประสบปัญหาพลังงานสำรองล้นระบบเกินความจำเป็น และเป็นต้นเหตุสำคัญของปัญหาค่าไฟฟ้าแพงในปัจจุบัน ตลอดจนมีข้อเสนอให้กระทรวงมหาดไทยลดอุปสรรคของผู้บริโภคในการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ และผลักดันให้คิดค่าไฟฟ้าแบบหักลบกลบหน่วยตามจริง (Net metering) พร้อมสนับสนุนเครือข่ายในการเสนอ (ร่าง) กฎหมายอากาศสะอาดให้ประชาชนร่วมลงชื่อสนับสนุน เพื่อคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคที่จะได้อยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดี

ในส่วนของข้อเสนอต่อสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) และกรมอนามัย ขอให้มีการควบคุมกำกับการใช้กัญชาในอาหาร หลังกัญชาถูกปลดล็อกออกจากบัญชียาเสพติดในเดือนมิถุนายน 2565 ที่ทำให้กัญชาสามารถนำมาเป็นส่วนผสมของอาหารได้ แต่ประกาศควบคุมกัญชากัญชาที่ใช้กับอาหารและเพื่อสันถนาการยังไม่มี การบังคับใช้ ทำให้ผู้บริโภคโดยเฉพาะเด็กได้รับผลกระทบต่อสุขภาพ ต้องรับการรักษาในโรงพยาบาลหลังรับประทาน

อาหาร ขนม เครื่องดื่มที่ไม่มีการแจ้งว่ามีส่วนผสมของกัญชา รวมทั้ง ห้ามมิให้มีอาหารผสมกัญชาจำหน่ายผ่านตู้อัตโนมัติ (Vending Machine)

นอกจากนี้ สภาองค์กรของผู้บริโภคยังรณรงค์ให้เห็นความสำคัญของบริการขนส่งมวลชน ที่ควรเป็นบริการสาธารณะจำเป็นขั้นพื้นฐาน “ทุกคนขึ้นได้ทุกวัน” โดยมีเป้าหมายทั่วประเทศให้กำหนดราคาค่าบริการที่ขึ้นได้ทุกวันไม่เกินร้อยละ 10 ของรายได้ขั้นต่ำของผู้บริโภค และขอให้รัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนให้ประชาชนใช้บริการขนส่งมวลชนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี เพื่อลดการใช้พลังงาน ลดปัญหาฝุ่น PM 2.5 ที่ทำลายคุณภาพชีวิตประชาชน

สภาองค์กรของผู้บริโภคได้เตือนภัยประชาชนถึงอุบัติเหตุทางรถยนต์ ที่ทำให้สูญเสียชีวิตทั้งที่สามารถหลีกเลี่ยงได้ ด้วยการเปิดเผยรายงานการเสียชีวิตของผู้ใช้รถยนต์ในระหว่างเกิดอุบัติเหตุจากสาเหตุถุงลมนิรภัยเข้าใส่ผู้ขับขี่ จากสาเหตุการสูญเสียนี้ สภาองค์กรของผู้บริโภคจึงได้รณรงค์ให้ประชาชนที่เป็นเจ้าของรถที่ติดตั้งถุงลมนิรภัยเข้ารับบริการเปลี่ยนถุงลมนิรภัยที่ศูนย์บริการของรถยนต์ยี่ห้อต่าง ๆ ที่ได้ติดตั้งถุงลมนิรภัยที่ออกจำหน่ายไปก่อนหน้านี้ การรณรงค์ครั้งนี้ทำให้มีผู้บริโภคนำรถเข้าเปลี่ยนแปลงถุงลมแล้วเกือบ 90,000 คัน อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันยังมีรถยนต์บนท้องถนนประมาณ 600,000 คันที่ยังไม่ได้รับการเปลี่ยนถุงลมนิรภัย สภาองค์กรของผู้บริโภคมีความมุ่งมั่นที่จะรณรงค์เตือนภัยต่อไปอย่างต่อเนื่อง โดยได้รับความร่วมมือจากบริษัทรถยนต์ สมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งกรมการขนส่งทางบก สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค และผู้ว่าราชการจังหวัดไม่น้อยกว่า 33 จังหวัด สนับสนุนการเตือนภัยครั้งนี้

ในส่วนงานคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคกับกลุ่มปัญหาเฉพาะที่สำคัญ อาทิ ปัญหาการกู้เงินจากสถาบันการเงิน มีสัญญาที่ไม่เป็นธรรมและเอาเปรียบผู้บริโภค ไม่ส่งมอบเอกสารคู่สัญญา เสนอขายประกันฟวงโดยไม่ให้สิทธิผู้บริโภคในการปฏิเสธ การออกเงินกู้ไม่เต็มจำนวน การคิดค่าธรรมเนียมผิดกฎหมาย ที่สภาองค์กรของผู้บริโภคเข้าไปแก้ปัญหา เสนอมาตรการแก้ไข รวมทั้งเตือนภัยต่อผู้บริโภค ด้านกระแสการลงทุนเงินดิจิทัลคริปโทเคอร์เรนซี (Cryptocurrency) ที่ทำให้ผู้ลงทุนไทยตื่นตัวไปร่วมลงทุนในรูปแบบใหม่ ที่ซื้อขายเงินดิจิทัลในมูลค่าสูงได้บนจอมือถือ ซึ่งได้สร้างผลกำไรอย่างงดงาม จนกระทั่งปลายปี 2565 ที่บริษัทตัวกลางซื้อขายสินทรัพย์ดิจิทัลประกาศระงับการถอนเงินบาท และเงินคริปโทเคอร์เรนซีในประเทศไทยชั่วคราว ทำให้เกิดความเสียหายต่อนักลงทุนไทยมากมาย ครั้งนั้นสภาองค์กรของผู้บริโภคได้ดำเนินการช่วยเหลือผู้บริโภคกว่า 30,000 คน พร้อมทั้งให้ข้อมูลเตือนภัยต่อนักลงทุนถึงความเสี่ยงสูงในระบบที่ยังไม่มีการกำกับดูแลที่ชัดเจน

การสนับสนุนและสร้างความเข้มแข็งสมาชิก หน่วยงานประจำจังหวัด และหน่วยงานเขตพื้นที่ ประชาชนสามารถร้องเรียนปัญหาผู้บริโภคผ่านหน่วยงานประจำจังหวัดทั้ง 14 แห่ง ซึ่งกระจายตัวอยู่ตามภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศไทย ได้แก่ สตูล เชียงราย ลำปาง ฉะเชิงเทรา กรุงเทพมหานคร พะเยา สุราษฎร์ธานี ลำพูน สงขลา ประจวบคีรีขันธ์ เชียงใหม่ กาญจนบุรี ร้อยเอ็ด และสมุทรสงคราม มี 5 หน่วยงานเขตพื้นที่ในพื้นที่ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นหน่วยสนับสนุนในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค นอกจากนี้สภาองค์กรของผู้บริโภคได้สนับสนุนให้สมาชิกและองค์กรผู้บริโภค จำนวน 267 องค์กร จากทั้งหมด 269 องค์กร จัดทำโครงการในการรักษาประโยชน์ของผู้บริโภคในพื้นที่ของตนเอง ในประเด็นสำคัญของพื้นที่ หรือปัญหาเกี่ยวกับสินค้าและบริการบนออนไลน์ เฝ้ารอ / เตือนภัยสินค้า และบริการขนส่งและยานพาหนะที่ปลอดภัย อาหาร ยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพ นับเป็นการพัฒนาศักยภาพสมาชิกและเครือข่ายองค์กรของผู้บริโภคในจังหวัดต่าง ๆ ให้สามารถคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง

โดยภาพรวม สภาองค์กรของผู้บริโภคได้ให้ความช่วยเหลือผู้บริโภคที่ถูกละเมิดสิทธิจำนวนทั้งสิ้น 14,941 เรื่อง สามารถยุติปัญหาร้องเรียนได้จำนวน 13,617 เรื่อง หรือคิดเป็นร้อยละ 91.14 ของข้อร้องเรียนทั้งหมดผ่านศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคแบบเบ็ดเสร็จ (One-stop Service) ทั้งที่สำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภคและหน่วยงานประจำจังหวัดของสภาองค์กรของผู้บริโภค ประเมินมูลค่าความช่วยเหลือที่ผู้บริโภคได้รับการชดเชยจำนวน 286.41 ล้านบาท ขณะที่การดำเนินการของสภาองค์กรของผู้บริโภคตลอดปี 2565 ใช้งบประมาณจำนวน 188 ล้านบาท ทั้งนี้ สภาองค์กรของผู้บริโภคจัดให้มีทุนความสนับสนุนการฟ้องคดีเพิ่มขึ้นจากจำนวน 44 คน เป็น 74 คน

หากมองภาพรวมของการคุ้มครองผู้บริโภค จะเห็นได้ว่าการช่วยเหลือผู้บริโภคในกลุ่มเฉพาะปัญหา และรายบุคคล สภาองค์กรของผู้บริโภคยังได้ดำเนินการที่ทำให้เกิดการคุ้มครองผู้บริโภคที่ครอบคลุมประชาชนทั้งประเทศ ในหลายกรณีที่เป็นผลงานที่ไม่อาจประเมินมูลค่าได้ เนื่องจากการแก้ไขความเสียหาย หรือการป้องกันความเสียหาย ที่จะเกิดขึ้น ทำให้ผู้บริโภคทั้งประเทศได้รับการคุ้มครองการแก้ไขหรือปรับปรุงนโยบาย กฎระเบียบ หรือแนวปฏิบัติ ที่สภาองค์กรของผู้บริโภคนำเสนอต่อหน่วยงานของรัฐ เมื่อได้รับการแก้ไขจะช่วยเพิ่มเติมการคุ้มครองให้ครบในทุกมิติ

ในส่วนของปัญหาการดำเนินงาน สภาองค์กรของผู้บริโภคพบว่าแม้หน่วยงานรัฐหลายแห่งตอบรับข้อเสนอแนะ การแก้ไขปรับปรุงนโยบายและกฎระเบียบที่ก่อให้เกิดผลดีต่อผู้บริโภคทันตาเห็น แต่ยังมีบางหน่วยงานรัฐที่ไม่ตอบสนอง ต่อหนังสือที่สภาองค์กรของผู้บริโภคทำเป็นทางการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหนังสือที่มีข้อเสนอแนะต่อมาตรการ แนวปฏิบัติ หรือระเบียบของหน่วยงาน ที่ยังเป็นอุปสรรคต่อการคุ้มครองผู้บริโภค ในส่วนของข้อเสนอแนะนโยบายที่ได้รับการตอบสนอง จากคณะรัฐมนตรีพบว่าบางส่วนยังเป็นอุปสรรคต่อการสัมฤทธิ์ผล เนื่องจากคณะรัฐมนตรีไม่ใช้หน่วยปฏิบัติการ จึงได้ ส่งต่อหนังสือของสภาองค์กรของผู้บริโภคไปยังหน่วยงานระดับกระทรวงเพื่อดำเนินการ แต่บางหน่วยงานอาจจะยังให้ ความสำคัญต่อข้อเสนอแนะของสภาองค์กรของผู้บริโภคไม่มากเท่าที่ควร หรือยังไม่สามารถดำเนินการตามข้อเสนอแนะนโยบาย หรือมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคของสภาองค์กรของผู้บริโภคได้ ด้านประชาชนทั่วไป พบว่าบางกลุ่มยังมีความสับสนระหว่าง สภาองค์กรของผู้บริโภค และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) เนื่องจากยังไม่ทราบถึงความแตกต่าง หรือจุดแข็งจุดอ่อนของแต่ละองค์กร

อย่างไรก็ตาม สิ่งที่เป็นอุปสรรคใหญ่ของสภาองค์กรของผู้บริโภคคือการไม่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณตาม แผนงานในปีงบประมาณ 2565 และ 2566 ทำให้ขาดความต่อเนื่องของการดำเนินงานคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค และไม่สามารถสนับสนุนสมาชิกให้รักษาประโยชน์ของผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง

ดังนั้น สภาองค์กรของผู้บริโภค จึงขอเสนอต่อคณะรัฐมนตรีให้มีมติในการสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินงาน ของสภาองค์กรของผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องทุกปี อย่างน้อยในอัตราไม่น้อยกว่า 5 บาทต่อหัวประชากร หรือประมาณ 350 ล้านบาทต่อปี เพื่อให้เป็นไปตามเจตนารมณ์รัฐธรรมนูญฉบับปัจจุบันและกฎหมายจัดตั้ง ซึ่งต้องการ ให้สภาองค์กรของผู้บริโภค มีความเป็นอิสระในการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งจะช่วยให้งานคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชน สามารถดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่อง



Executive Summary

In the 2022 fiscal year, Thailand Consumers Council (TCC) had carried out tasks to meet its goals under the authority stated in the Establishment of the Consumer Organization Council Act B.E. 2562 (2019) as well as accelerated consumer protection process in all aspects since its establishment in June 2021 by laying the foundation for consumer literacy cultivation in various parts of the country.

At present, the number of TCC's members throughout Thailand has increases from 151 to 269 organizations, with members in 39 provinces continuously active in consumer protection work.

Thailand Consumers Council has provided solutions to consumer problems following its objectives and indicators. TCC's works can be classified into three major levels: 1) Consumer protection at the national level through recommendations to the Cabinet on policies that will prevent recurring problems as well as recommendations to relevant government agencies for updates or amendments of existing practices or regulations. 2) Precautionary work by keeping consumers well informed, and 3) Protection of consumer rights at the individual and issue-based group level. TCC offers advice, assistance, counseling, as well as mediation and prosecution on behalf of consumers.

TCC's consumer protection works at the national level engaging member organizations, academics, and networks to safeguard against consumer problems in this fiscal year involve several major issues: The Council asked the Office of the National Broadcasting and Telecommunications Commission (NBTC) to reject the merger between True Corporation Public Company Limited and Total Access Communication Public Company Limited which could lead to a monopoly in the telecommunication market. Not only did it violate Thai Constitution, but the deal would also mean the owners of more than 80 million mobile numbers could see their monthly service fees increased by 12 to 244 percent. More importantly, the duopoly would leave consumers with no power and no choice. The under privileged or those living in rural areas would have trouble accessing telecom service. TCC later filed a complaint against the NBTC and its board members with the Administrative Court for their decision to allow the merger.

In its proposal to the Ministry of Energy, TCC called for a fair regulation of oil prices, an investigation into suspicious "transportation cost", and the collection of windfall tax from oil refinery business. TCC also asked the Energy Regulatory Commission, under the National Energy Policy Council, to terminate the approval of electricity purchase from new power plants, delay the decisions to buy electricity from hydropower plants in Laos and pause the development of a new LNG Terminal. Thailand is having an oversupply of reserved energy which is the main reason behind expensive electricity bills. The Council also urged the Ministry of Interior to remove obstacles faced by consumers who want to install solar panels at home and called for the adoption of net metering billing system. TCC also supported the petition for the Clean Air draft law to protect consumers's right for a healthy environment.

To the Food and Drug Administration and the Department of Health, TCC petitioned for the regulations of cannabis use in food after it was removed from the narcotics list in June 2022. Because

cannabis was allowed in food products before the law on the use of cannabis in food and for recreational purposes could come into effect, there were cases of consumers, especially young children, being hospitalized after unknowingly consuming food or drinks that contain cannabis. TCC also called for the ban on the sale of food products containing cannabis in vending machines.

Moreover, TCC has campaigned for public transportation to be the basic service that “everyone can take every day”, with the ideal fare of less than 10 percent of the minimum wage throughout the country. TCC also demanded a government policy to promote the use of public transport as part of the effort to cut down energy use and reduce the amount of PM 2.5 that pollutes the air and destroys quality of life.

The Council also warned citizens of avoidable fatal road accidents by publishing a report on the death of a road accident victim caused by metal shrapnel from a defective Takata air bag. Following the report, TCC urged the owners of vehicles with Takata air bags to bring their cars in for air bag replacement at the service center for free. Almost 90,000 cars have been serviced but there are about 600,000 vehicles which have not had the air bags replaced. TCC is determined to continue this safety campaign with the support and cooperation from car companies, Thai Automotive Industry Association, and government agencies such as Department of Land Transport, the Office of Consumer Protection Board (OCPB), and the governors of at least 33 provinces.

TCC has helped consumers with financial issues such as unfair credit contracts, absence of loan agreements, ‘compulsory’ purchase of insurance policy, deduction in the amount borrowed, and illegal fees. TCC proposed solution measures as well as gave warnings to consumers. With the trend in digital investment, a lot of Thai consumers have invested in Crypto currency platforms via digital technology that allowed high value trading. At the end of 2022, the dealer suspended the withdrawal of Thai baht and Crypto currency, causing huge losses to the Thai investors. TCC has helped more than 30,000 of these cases and published warnings against high-risk investment without clear government regulations.

Regarding support and empowerment of members and network organizations, consumers can now file their complaints with the 14 provincial units located in different parts of Thailand (Chiang Mai, Chiang Rai, Lampang, Lamphun, Payao, Roi-et, Chachoengsao, Bangkok, Kanchanaburi, Samut Songkram, Prachuab Khirikhan, Surathani, Songkla, and Satun). There are also five regional offices to facilitate consumer protection work in the north, south, east, west, and northeast of the country. TCC has also supported 267 out of its 269 members and consumer organizations on consumer protection

projects in their areas based on local issues, online shopping, vehicles and transportation, food, or drug and health products.

Overall, there were 14,941 complaint cases filed with the one-stop-service centers at the Council and its provincial units. The Council has resolved 13,617 cases or 91.14 percent with total compensation value of 286.41 million baht, using operational budget of 188 million baht. The number of lawyers has also increased from 44 to 74.

Besides assisting individuals to solve their own problems, TCC also works to advance consumers interests at the national level. In many cases, it is not possible to assess the monetary value of the work done to rectify damages or prevent future losses.

The amendments or updates of policies, regulations, or practices proposed to government agencies by TCC undoubtedly promote consumer protection in all dimensions. These works are valuable to consumers despite having no financial value.

In terms of its challenges, TCC found that even though several government agencies changed their policies or regulations following TCC's proposal and improved consumers rights immediately, some agencies have not responded, especially when TCC's formal letters involve recommendations on measures, practices, or regulations that may hinder consumer protection effort. Besides, some proposals that were approved by the Cabinet have not yet been implemented because the Cabinet is not an operational unit. The matters had to be forwarded to the ministerial offices. Some of them do not take TCC's proposals seriously while some are not able to follow through with the proposed changes. For the public, TCC found that some consumers are confused about the roles of TCC and Office of the Consumer Protection Board (OCPB), not knowing the difference between the two organizations.

A major obstacle faced by TCC is the absence of financial support for the planned activities in 2022 and 2023 fiscal years, resulting in the lack of continuity in consumer protection work and the lack of financial support for TCC's member organizations to advance consumers interests in their provinces.

TCC would like to call for the Cabinet's resolution to grant annual budget for its civil operations to protect consumer rights, at the rate of 5 baht per capita or a total of 350 million baht per year. This is to ensure independence in consumer protection stated in the Constitutions (B.E. 2540 and B.E. 2550) and the Establishment of the Consumer Organization Council Act B.E. 2562 (2019). This allows consumers to be protected and defend their rights continuously.

ความเห็นผู้บริโภครู้ค่าบริการของ หน่วยงานประจำจังหวัดพะเยา



ขอบคุณที่เข้ามาช่วยเหลือ ทำให้ได้รับรู้ถึงสิทธิที่เรามี
และควรจะได้รับ... ประทับใจที่ศูนย์คุ้มครองสิทธิ
ผู้บริโภคจังหวัดพะเยา เข้ามาเป็นธุระในการเรียกร้อง
สิทธิให้ น้อง ๆ พุดจาดี และเป็นกันเอง ช่วยเหลือ
ติดตามเรื่องให้อยู่เสมอ



นายสุพจน์ บุญวงศ์

ผู้ร้องทุกข์ประเด็นถุงลมนิรภัยภายในรถยนต์กระบะ
จังหวัดพะเยา

ส่วนที่ 1

วันที่ผู้บริโภครออยู่ยาก คือโจทย์ที่ท้าทาย

- ประชาชนได้อะไรจากสภาองค์กรของผู้บริโภค
 - การเป็นที่พึ่งของผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง
ควรเป็นอย่างไร?
- แผนปฏิบัติงานประจำปี 2565
เพื่อบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์

ประชาชนได้อะไร จากสภาองค์กรของผู้บริโภค



สภาองค์กรของผู้บริโภค รับเรื่องร้องเรียนทั้งสิ้น

14,941 เรื่อง ในปี 2565

มูลค่าที่ผู้บริโภคได้รับการชดเชยเป็นเงิน **286.41 ล้านบาท**
ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการ **เฉลี่ยร้อยละ 74**



ผ่าน ศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคแบบเบ็ดเสร็จ
จำนวน **8,356 เรื่อง**

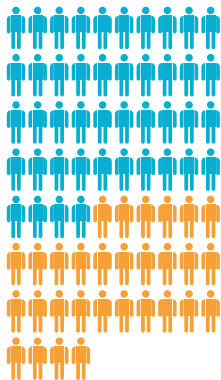
- ดำเนินการแก้ไขจนได้ข้อยุติ **7,854 เรื่อง** คิดเป็น ร้อยละ **93**
- มูลค่าที่ผู้บริโภคได้รับการชดเชยคิดเป็นเงิน **222.21 ล้านบาท**
- ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการ **ร้อยละ 73**



ผ่าน **หน่วยงานประจำจังหวัด**
รับเรื่องร้องเรียนทั้งสิ้น **6,585 เรื่อง**

- ดำเนินการแก้ไขจนได้ข้อยุติ **5,763 เรื่อง** คิดเป็น ร้อยละ **87**
- มูลค่าที่ผู้บริโภคได้รับการชดเชยคิดเป็นเงิน **64.20 ล้านบาท**
- ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการ **ร้อยละ 80**

ทนายความด้านคดีผู้บริโภค เพิ่มจาก **44 คน** เป็น **74 คน** เพื่อสนับสนุนการฟ้องคดี



ดำเนินคดีเพื่อคุ้มครอง
สิทธิผู้บริโภค ทั้งสิ้น **19 คดี**
มูลค่าความเสียหาย
จำนวน **70.45 ล้านบาท**

ชนะคดีช่วยเหลือผู้บริโภค
ที่ถูกสหกรณ์ออมทรัพย์
แห่งประเทศไทยฟ้อง
ทำให้ผู้บริโภคไม่ต้องชำระเงิน
โดยไม่เป็นธรรม
มากถึง **2,077,267 บาท**

ชนะคดี บริษัท อีซีโฮม
(ประเทศไทย) จำกัด
สามารถช่วยเหลือผู้บริโภค
ได้เป็นเงิน **324,461 บาท**

44 > 74

สามารถร้องเรียนกับหน่วยงานเขตพื้นที่ หน่วยงานประจำจังหวัด และสมาชิก

มีหน่วยงานเขตพื้นที่ **5 เขต** หน่วยงานประจำจังหวัด **14 จังหวัด**
และองค์กรสมาชิก **269 องค์กร** ใน **39 จังหวัดทั่วประเทศ**

สนับสนุนทุนให้สมาชิก และองค์กรของผู้บริโภค
เพื่อดำเนินโครงการรักษาประโยชน์ของผู้บริโภค
จำนวน **267 โครงการ**

เตือนภัยผู้บริโภคกว่า **22 ล้านคน** ใน **33 จังหวัด** กรณีถูกลมนิรภัย ไม่ปลอดภัย

โดยได้รับความร่วมมือจากผู้ว่าฯ 33 จังหวัด ประชาสัมพันธ์ให้
ประชาชนและเจ้าของรถยนต์รุ่นที่เข้าข่ายมีถูกลมนิรภัยเข้ารับ
การเปลี่ยนถูกลมนิรภัย โดยมีผู้บริโภคทั่วประเทศนำรถเข้าเปลี่ยน
ถูกลมนิรภัยแล้วเกือบ **90,000 คัน**

สื่อสารสาธารณะเพื่อการคุ้มครอง ผู้บริโภค ทั้งหมด **253 เรื่อง**

มีผู้เข้าถึงข้อมูล **9,381,892 ครั้ง**
สื่อมวลชนนำไปเผยแพร่ต่อ **1,467 ครั้ง**
มูลค่าประชาสัมพันธ์ประมาณ **178.38 ล้านบาท**

ผลักดันข้อเสนอแนะต่อแนวปฏิบัติ กฎระเบียบ และนโยบายภาครัฐ ในประเด็น **8 ด้าน** จำนวน **25 เรื่อง**

สู่ **19 หน่วยงาน** โดยเป็นข้อเสนอแนะ **21 เรื่อง**
ความเห็นต่อการออกกฎหมาย **4 เรื่อง**

การเป็นที่พึ่งของผู้บริโภค ได้อย่างแท้จริง ควรเป็นอย่างไร?

ผู้ทรงคุณวุฒิท่านหนึ่งกล่าวไว้ว่า
‘..มีความยากลำบากนานัปการในการขับเคลื่อน
ทางสังคมที่ผ่านมา จนก่อเกิดสภาพองค์กรของผู้บริโภคขึ้น
เป็นองค์กรภาคประชาชนที่มีผู้บริโภคเป็นศูนย์กลาง
แต่สิ่งที่ยากกว่า คือ การทำให้สภาพองค์กรของผู้บริโภค
สามารถเป็นที่พึ่งของผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง..’

ในวันที่ประชาชนอยู่ยาก เพราะการเอาเปรียบผู้บริโภคเกิดขึ้นรวดเร็ว ซับซ้อน ขยายวงกว้าง ขณะที่วิกฤติค่าครองชีพพลิกชีวิตคนจำนวนมาก จาก “ผู้ฝาก” เป็น “ผู้กู้” สถาบันการเงินในชั่วข้ามคืน อีกทั้งต้องเผชิญหน้าภัยมีฉฉาชีพไซเบอร์ที่สร้างความเดือดร้อนทุกหย่อมหญ้า

การจะเป็นที่พึ่งของผู้บริโภคอย่างแท้จริงได้ จึงต้องเป็นผู้ที่สามารถเข้าไป “นั่งอยู่ในใจของผู้บริโภค” รับรู้ถึงความเจ็บปวด ทุกข์ร้อนจากการโดนเอาเปรียบ โดนโกง โดยระบบที่ไม่เป็นธรรม และปัญหาเรื้อรังสะสมของผู้บริโภคที่ไม่เคยได้รับการแก้ไขจากภาครัฐและเอกชนมานานแรมปี รวมถึงการที่ผู้บริโภคจำนวนมาก ถอดใจจากการร้องเรียนที่มีระบบซับซ้อนและซ้ำซ้อน ทำให้ผู้บริโภคต้องเดินทางไปยื่นเรื่องเดียวกัน กับหลาย ๆ หน่วยงาน ซึ่งท้ายที่สุดก็ไม่สามารถให้คำตอบที่น่าพึงพอใจได้

การออกแบบการทำงานของสภาองค์กรของผู้บริโภค จึงเป็นภาพจำลองการให้บริการในฐานะของผู้ที่ทำหน้าที่คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคที่ได้รับความเสียหาย ปัจจุบัน เหยี่ยวความเสียหายที่เกิดขึ้นแล้วในอดีต และป้องกันความเสียหายต่อผู้บริโภคที่จะเกิดขึ้น

ในอนาคต อีกทั้งคุ้มครองสิทธิในประชากรทุกกลุ่มที่รวมถึงกลุ่มด้อยโอกาส เช่น แรงงาน กลุ่มเปราะบาง เช่น คนวัยเกษียณ ผู้ที่เจ็บป่วย ผู้พิการ ให้ได้รับโอกาสในสังคมในฐานะผู้บริโภคประชาชนชาวไทย ได้อย่างเท่าเทียมกัน ตามสิทธิทางรัฐธรรมนูญ

จากการติดตามปัญหาอย่างใกล้ชิด ทำให้สภาองค์กรของผู้บริโภคเข้าใจถึงต้นตอของปัญหาตั้งแต่เรื่องใหญ่ ๆ ที่อยู่ในกระแสสังคม ไปจนถึงเรื่องเล็ก ๆ ที่อยู่นอกสายตาสาธารณะ โดยให้ความสำคัญเท่า ๆ กัน และดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เช่น กรณีการคัดค้านการควมรวมกิจการโทรคมนาคมมูลค่านับแสนล้าน ที่กระทบต่อประชากร 68 ล้านคน กับกรณีอุบัติเหตุรถโรงเรียนในชนบทที่ทำให้เด็กคนหนึ่งเสียชีวิต ซึ่งสภาองค์กรของผู้บริโภคได้เข้าไปดำเนินการทั้งสองกรณี เพราะมองว่าการดำเนินการป้องกันการผูกขาดของค่ายมือถือ ช่วยให้ผู้ใช้บริการมือถือไม่ถูกเอาเปรียบ ขณะที่การแก้ไขปัญหาอุบัติเหตุรถโรงเรียน เมื่อประสบความสำเร็จจะนำไปสู่ระบบรถโรงเรียนที่เป็นมาตรฐานสากล ที่จะทำให้เด็กในวัยเรียนได้รับการคุ้มครองในการเดินทางไปโรงเรียนได้อย่างเท่าเทียมกันทั่วประเทศ

การผลักดันไม่ให้อำนาจของรัฐบาลลงนามในข้อตกลงต่างประเทศ (CPTPP) ก่อนเปิดให้มีการพิจารณาผลได้ผลเสียกับกลุ่มผู้บริโภค เกษตรกร ในด้านการรักษาพยาบาล ความหลากหลายทางอาหาร และราคาขาย เป็นเรื่องที่สภาองค์กรของผู้บริโภคให้ความสำคัญเท่า ๆ กับกรณีผู้เสียหายที่เกิดจากการชอปปิงออนไลน์ หรือการตกเป็นเหยื่อมิจฉาชีพแก๊งคอลเซ็นเตอร์

นอกจากนี้ ยังมีการผลักดันประเด็นที่จะกระทบต่อการใช้ชีวิตของผู้บริโภคในมิติต่าง ๆ เช่น การผลักดันให้ผู้ป่วยฉุกเฉินที่ถูกดูแลโดยระบบคัดกรองของสิทธิผู้ป่วยฉุกเฉินวิกฤติ หรือ “สิทธิยูเซป (UCEP)” ให้ได้รับสิทธิการรักษาฉุกเฉิน แม้จะอยู่ในเกณฑ์สีเหลือง จะทำให้สามารถรักษาชีวิตผู้ป่วยได้เพิ่มอีกเป็นจำนวนมาก รวมถึงการเสนอเรื่องเพื่อดูเหมือนเป็นเรื่องเล็ก ๆ ที่ผลักดันให้ สปสช. ให้ “ผ้าอนามัย” เป็นสิทธิประโยชน์ในระบบบัตรทอง ซึ่งสิ่งนี้ ทำให้สตรีที่เป็นประชากรครึ่งประเทศได้รับประโยชน์

หรือกรณีที่มีรถยนต์กว่าหกแสนคันที่วิ่งอยู่บนท้องถนน ติดตั้งถุงลมนิรภัยชำรุดบกพร่องที่อาจทำให้ผู้ขับขี่เสียชีวิตได้จากอุบัติเหตุเล็ก ๆ เพราะเมื่อถุงลมนิรภัยชำรุดระเบิดจะทำให้เศษโลหะกระเด็นออกมาสามารถทำอันตรายถึงชีวิตได้ ซึ่งสภาองค์กรของผู้บริโภคได้เริ่มรณรงค์ขอความร่วมมือจากทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหลังจากการร้องเรียนเพียงกรณีเดียวที่นำมาสู่การเปลี่ยนถุงลมนิรภัยอันตรายออกจากรถยนต์เกือบ 90,000 คัน ภายใน 1 ปี ที่อาจถือว่าสามารถป้องกันชีวิตผู้ขับขี่เกือบ 90,000 ชีวิต

รวมถึงการขับเคลื่อนประเด็นที่กระทบต่อกลุ่มคนที่ถูกกลืนในสังคม เช่น การสร้างความตระหนักให้สังคมเห็นคุณค่าผู้ที่อยู่ในวัยเกษียณ ซึ่งปัจจุบันได้รับเงินบำนาญสูงสุดเพียง 1,000 บาท ทั้งที่ในความเป็นจริงแล้ว คนกลุ่มนี้ควรได้รับเงินบำนาญอย่างน้อยที่สุด 3,000 บาทต่อเดือน เพื่อที่จะสามารถพึ่งพาตนเองได้ในเศรษฐกิจยุคปัจจุบัน เพราะเขาคือผู้ทำงานเสียภาษีในฐานะผู้มีเงินได้ และในฐานะผู้บริโภค

เหล่านี้ คือการให้ความสำคัญในทุกเรื่องราวของปัญหาผู้บริโภค ด้วยการมีอนุกรรมการประเด็น คือ ด้านการเงิน และการธนาคาร การ และยานพาหนะ อสังหาริมทรัพย์และที่อยู่อาศัย อาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ บริการสุขภาพ สินค้าและบริการทั่วไป การสื่อสารโทรคมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านบริการสาธารณะ พลังงาน และสิ่งแวดล้อม เกิดจากการออกแบบสภาองค์กรของผู้บริโภคให้เกิดความสมดุลในการดูแลทุกสถานการณ์ปัญหา และเรื่องราวในทุกภาคส่วน ทั้งในระดับแนวราบ คือ การแก้ไขปัญหาให้เกิดการเยียวยาจากระบบที่มีอยู่ และแนวดิ่ง ซึ่งก็คือการวิเคราะห์ปัญหาและนำไปสู่ข้อเสนอในการแก้ไขระบบระเบียบราชการที่ล้าหลัง ซึ่งหากมีการปรับแก้เพียงค่าเดียว หรือวลีเดียว ก็จะทำให้เกิดการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ หรือข้อเสนอในการแก้ไขกฎหมายที่ขัดแย้งตัว ไม่ยืดหยุ่นกับสถานการณ์วิกฤติ ตลอดจนการชงข้อเสนอไปสู่นโยบายของรัฐบาลให้ปรับความสมดุลระหว่างความสำคัญของการเติบโตภาคเศรษฐกิจกับการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตประชาชน

ด้วยการออกแบบเพื่อเกิดประสิทธิผลดังกล่าว สภาองค์กรของผู้บริโภคจึงมีศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคแบบเบ็ดเสร็จ ที่ดำเนินการรับเรื่องร้องเรียนแบบครบวงจร เพื่อแก้ไขปัญหาให้ผู้บริโภคจุดเดียวตั้งแต่ต้นจนจบ มีหน่วยงานประจำจังหวัด ขยายศูนย์รับเรื่องร้องเรียนไปสู่ภูมิภาคในแทบทุกพื้นที่ทั่วประเทศ มีการระดมสมองผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการหลากหลายสาขาและหลายสถาบันการศึกษา เข้ามาร่วมเสนอแนะมุมมองที่หลากหลายตามเวทีเสวนาในวาระหลัก และวาระฉุกเฉินต่าง ๆ มีเจ้าหน้าที่หน่วยงานหลัก ๆ ร่วมคิด ร่วมวางแผน กำหนดกฎหมาย หรือสร้างกติกาใหม่ที่สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงทางสังคม ทั้งนี้ ยังมีการเผยแพร่ข่าวจากฝ่ายสื่อสารองค์กรที่กระจายข้อมูล รวมทั้งการเตือนภัยต่อผู้บริโภคในทุกช่องทาง โดยระบบข่าวสารออนไลน์และระบบเอกสารข้อมูล ทั้งนี้รวมถึงการเปิดให้มีการร้องเรียนทั่วประเทศแบบทันทีทั้งที่ด้วยระบบร้องเรียนออนไลน์ และการแก้ปัญหาผ่านระบบนั้นเช่นกัน

จะเห็นว่า การเป็นที่พึ่งที่แท้จริงของผู้บริโภคได้นั้น คือ ความเป็นหนึ่งเดียวกับผู้บริโภค จับความรู้สึกและเข้าใจปัญหาผู้บริโภคที่แตกต่างกันไปตามบริบทแวดล้อมและกรอบของกฎหมาย เสนอวิธีแก้ไขปัญหาที่ไม่ได้เน้นการเยียวยาต่อปัจเจกมากไปกว่าการสร้างกติกาใหม่ ที่ให้ผู้บริโภคทั่วประเทศได้รับการคุ้มครองอย่างเท่าเทียมและทั่วถึง ท้ายที่สุด คือ การปูทางสร้างพลังผู้บริโภคที่ยั่งยืน ที่ผู้บริโภคยืนหยัดปกป้องตนเองและชุมชนได้ หรือการพึ่งตนเองได้ในที่สุด

แผนปฏิบัติงานประจำปี 2565 เพื่อบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์

บนเส้นทางก่อสร้างองค์กรที่มีประชาชนเป็นศูนย์กลาง ในปีงบประมาณ 2565 การทำหน้าที่ในฐานะ ‘ผู้แทนของผู้บริโภค’ เพื่อปกป้องและพิทักษ์สิทธิในทุกด้าน แม้เป็นเพียงการก้าวสู่ปีที่สองของการดำเนินงานของสภาองค์กรของผู้บริโภค หากในทางปฏิบัตินับเป็นการดำเนินการเต็มศักยภาพปีแรกเท่านั้น สภาองค์กรของผู้บริโภคจึงวางแผนการดำเนินงานด้วยการปรับยุทธศาสตร์แผนปฏิบัติงาน 5 ปี ให้ตอบโจทย์ความท้าทายของสถานการณ์ที่ผันผวนทางสังคมหลังโรคระบาดโควิด 19 ที่ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภค และแนวโน้มเรื่องร้องเรียนที่เพิ่มมากขึ้นจากการละเมิดสิทธิผู้บริโภค และมีอาชีพออนไลน์ เพื่อก้าวข้ามอุปสรรคของการบริหารองค์กรช่วงเริ่มต้น

ทั้งนี้ สภาองค์กรของผู้บริโภคได้กำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์การทำงานเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคตาม 5 ยุทธศาสตร์ กล่าวคือ 1) ยุทธศาสตร์การสนับสนุนและดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภคและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคทุกด้าน 2) ยุทธศาสตร์การพัฒนา เสนอแนะและผลักดันนโยบายมาตรการเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค 3) ยุทธศาสตร์การสนับสนุนและสร้างความเข้มแข็งผู้บริโภคและองค์กรของผู้บริโภค 4) ยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค และ 5) ยุทธศาสตร์การพัฒนากลไกสภาองค์กรของผู้บริโภคและหน่วยงานประจำจังหวัด โดยครอบคลุมงานคุ้มครองผู้บริโภคทุกด้าน ได้แก่ ด้านการเงินและการธนาคาร ด้านการขนส่งและยานพาหนะ ด้านอสังหาริมทรัพย์และที่อยู่อาศัย ด้านอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ ด้านบริการสุขภาพ ด้านสินค้าและบริการทั่วไป ด้านการสื่อสาร โทรคมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านบริการสาธารณะ พลังงาน และสิ่งแวดล้อม รวมถึงด้านการศึกษา ที่เป็นประเด็นเพิ่มเติมที่สำคัญในปีนี้



สำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค โดยฝ่ายคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค ฝ่ายนโยบายและนวัตกรรม ฝ่ายสนับสนุนสมาชิกและองค์กรของผู้บริโภค ฝ่ายสื่อสารสาธารณะและประชาสัมพันธ์ ฝ่ายงานเลขานุการ และฝ่ายบริหารสำนักงาน ร่วมกับหน่วยงานเขตพื้นที่ และหน่วยงานประจำจังหวัด ดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการ 5 แผนงาน ให้บรรลุเป้าหมาย ดังต่อไปนี้

1. แผนสนับสนุนและดำเนินการคุ้มครอง และพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค

การดำเนินการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค ประกอบด้วย 3 แผนงานย่อย ได้แก่ **แผนงานคุ้มครองผู้บริโภคแบบเบ็ดเสร็จ และการไกล่เกลี่ยของสภาองค์กรของผู้บริโภค** โดยดำเนินการสนับสนุนให้ **‘ศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคแบบเบ็ดเสร็จ’** สามารถรับเรื่องร้องเรียนปัญหาการละเมิดสิทธิผู้บริโภคได้อย่างสะดวก เข้าถึงได้หลากหลายช่องทางผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล โดยไม่ลืมนำพัฒนาช่องทางโทรศัพท์ ซึ่งจะช่วยให้อาสาสมัครที่ผู้เสียหาย สามารถให้คำปรึกษา ช่วยเจรจา และไกล่เกลี่ยให้ปัญหายุติโดยเร็วที่สุด รวมถึงการนำข้อมูลปัญหาเหล่านี้ เสนอต่อหน่วยงานที่รับผิดชอบ ให้เกิดการแก้ไขปัญหายั่งยืนในเชิงนโยบายด้วย **แผนงานตรวจสอบติดตาม เฝ้าระวังสถานการณ์ผู้บริโภค** โดยประสานเครือข่ายนักวิชาการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทดสอบสินค้าและบริการในชีวิตประจำวัน หาสารพิษตกค้างที่เป็นอันตราย และตรวจคุณภาพตามอ้างอิงโฆษณา เพื่อนำไปเป็นข้อมูลเผยแพร่ให้ผู้บริโภคตระหนักถึงพิษภัย และใช้เป็นแหล่งข้อมูลเบื้องต้นสำหรับการผลักดันให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องบังคับใช้กฎหมายกับผู้เอาเปรียบผู้บริโภคต่อไป และ **แผนงานสนับสนุนการฟ้องคดีเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค** ในฐานะที่สภาองค์กรของผู้บริโภคเป็นตัวแทนของผู้บริโภค จึงต้องสร้างนักกฎหมายและทนายความด้านสิทธิผู้บริโภค เพื่อทำงานด้านคุ้มครองผู้บริโภคอย่างทันสถานการณ์



2. แผนพัฒนานโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค

การพัฒนานโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นงานข้อมูลที่สภาองค์กรของผู้บริโภคศึกษา รวบรวม และจัดทำเป็นข้อเสนอต่อรัฐบาล หน่วยงานภาครัฐ รวมถึงผู้ประกอบการธุรกิจ เพื่อให้มีการแก้ไข หรือบังคับใช้กฎหมาย หรือดำเนินการที่เป็นการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างกว้างขวาง ประกอบด้วย 3 แผนงานย่อย ได้แก่ **แผนงานพัฒนานโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค** นำประเด็นปัญหาที่ได้รับร้องเรียนมาประมวลผล ศึกษาเพิ่มเติม และจัดทำข้อเสนอให้เกิดการแก้ไขปัญหาอย่างยั่งยืน โดยร่วมมือกับหน่วยงานรัฐ เอกชน และองค์กรของผู้บริโภค **แผนงานศึกษาวิจัยเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค** ที่ครอบคลุมงานคุ้มครองผู้บริโภคทั้ง 8 ด้าน ได้แก่ การรับรู้เรื่องสิทธิและการใช้สิทธิของผู้บริโภค และการพัฒนาวัฒนธรรมคุ้มครองผู้บริโภคโดยภาคประชาชน และ **แผนงานรายงานการกระทำ หรือละเลยการกระทำด้านการคุ้มครองผู้บริโภค** ด้วยการประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูลจากการร้องเรียน รายงานต่อรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงเผยแพร่สู่สาธารณะต่อไป

3. แผนสนับสนุนหน่วยงานประจำจังหวัด และองค์กรของผู้บริโภค

การสนับสนุนหน่วยงานประจำจังหวัดและองค์กรของผู้บริโภคประกอบด้วย 4 แผนงานย่อย เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับสมาชิกและองค์กรของผู้บริโภค ในภูมิภาคต่าง ๆ และเสริมศักยภาพให้กับผู้บริโภค

ในระดับจังหวัด ได้แก่ แผนงานส่งเสริมและพัฒนาหน่วยงานเขตพื้นที่ หน่วยงานประจำจังหวัด สมาชิก และองค์กรของผู้บริโภค โดยการสนับสนุนให้หน่วยงานประจำจังหวัดสามารถทำภารกิจร่วมกับผู้บริโภคได้อย่างเต็มความสามารถ แผนงานสนับสนุนการบริหารงานหน่วยงานประจำจังหวัด เพื่อขยายฐานสมาชิกด้วยการร่วมพัฒนาศักยภาพขององค์กรของผู้บริโภคในพื้นที่ ให้มีคุณสมบัติและมีสถานะความเป็นองค์กรของผู้บริโภค (อกผ.1) รวมถึงสนับสนุนทุนสำหรับทำโครงการคุ้มครองผู้บริโภคให้กับสมาชิกและองค์กรของผู้บริโภคในพื้นที่ แผนงานพัฒนากลไกสภาองค์กรของผู้บริโภค ผูกอบรมเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานของหน่วยงานเขตพื้นที่ และหน่วยงานประจำจังหวัด เพื่อเพิ่มความรู้ ความเข้าใจ ในประเด็นการคุ้มครองผู้บริโภค และถอดบทเรียนการทำงานของหน่วยงานประจำจังหวัด และหน่วยงานเขตพื้นที่เพื่อหาแนวปฏิบัติที่เหมาะสมสำหรับสภาองค์กรของผู้บริโภคต่อไป และ แผนงานประชุมสามัญประจำปี สมาชิก และรับฟังความคิดเห็นเพื่อเสนอแนะต่อการคุ้มครองผู้บริโภค จัดประชุมใหญ่ประจำปี เพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคจากสมาชิก และองค์กรของผู้บริโภค

4. แผนสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

การสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคหรืออาจเรียกว่า แผนงานประชาสัมพันธ์สภาองค์กรของผู้บริโภค ต่อสาธารณะ ประกอบด้วย การรายงานผลการดำเนินงานแต่ละด้าน งานรณรงค์ งานแถลงข่าว รวมถึงงานแจ้งข่าวสาร ข้อมูลเพื่อเตือนภัย เพื่อให้สภาองค์กรของผู้บริโภคเป็นที่รู้จักต่อสาธารณะมากขึ้น ซึ่งมี 2 แผนงานย่อย ได้แก่ แผนงานเผยแพร่ความรู้และรณรงค์การพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค ผลิตเนื้อหา และเผยแพร่ต่อสาธารณะ ทั้งช่องทางออนไลน์ และออฟไลน์ และ แผนงานพัฒนาระบบเทคโนโลยีเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค พัฒนาระบบ

เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อเพิ่มช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลให้สามารถเข้าถึงประชาชนวงกว้างทุกกลุ่มทุกวัย ยกกระดับองค์กรสภาองค์กรของผู้บริโภคให้เข้ากับยุคสมัยและอำนวยความสะดวกต่อกระบวนการร้องทุกข์ของผู้บริโภคอีกด้วย

5. แผนบริหารจัดการสำนักงานและพัฒนา ศักยภาพสภาองค์กรของผู้บริโภค

การบริหารจัดการสำนักงานและพัฒนา ศักยภาพสภาองค์กรของผู้บริโภคเป็นแผนงานเพื่อบริหารงานที่สำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภคที่ส่วนกลาง และบริหารบุคคลากร แผนงานประจำปี และงบประมาณของสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค หน่วยงานเขตพื้นที่ หน่วยงานประจำจังหวัด รวมถึงเครือข่าย ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย 3 แผนงานย่อย กล่าวคือ แผนงานบริหารจัดการสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค ได้แก่ งานด้านบริหารบุคคลากร ด้วยการแก้ไขและจัดทำข้อบังคับ ระเบียบตามแผนงาน มาตรฐานการประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีของผู้ปฏิบัติงาน รวมถึงงานด้านกฎระเบียบต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการดำเนินงานของสภาองค์กรของผู้บริโภค ให้สอดคล้องกับธรรมชาติขององค์กรที่รับงบประมาณจากรัฐบาล และต้องคุ้มครองผู้บริโภคอย่างเข้มแข็งไปพร้อมกัน และงานด้านการเงิน ด้วยการจัดทำคู่มือการบัญชี-การเงิน และคู่มือการจัดซื้อจัดจ้าง แผนพัฒนาศักยภาพเจ้าหน้าที่สำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค ได้แก่ การจัดการอบรมให้กับเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานของสภาองค์กรของผู้บริโภค ทั้งในสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค หน่วยงานเขตพื้นที่ และหน่วยงานประจำจังหวัด และ แผนงานประเมินผล ได้แก่ การตรวจสอบบัญชีการเงิน ตรวจสอบการใช้เงินขององค์กรผู้บริโภคที่ได้รับเงินสนับสนุนโครงการ และการติดตามผลการปฏิบัติงานตามแผนที่กำหนดไว้

จะเห็นได้ว่า แผนงานย่อยต่าง ๆ ถูกออกแบบสำหรับการเติบโตขององค์กรในปีที่ 2 และรับมือกับสังคมดิจิทัลที่ปัญหาที่มีความซับซ้อนและเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว งานคุ้มครองผู้บริโภค เพิ่มช่องทางรับเรื่องร้องเรียน เพิ่มนักกฎหมายเพื่อรองรับปัญหาเรื่องร้องเรียนที่มีความหลากหลาย และจำนวนที่ถาโถมเข้ามามากขึ้น งานสนับสนุนเครือข่าย ขยายออกจากสมาชิก ไปสู่การเพิ่มศักยภาพให้กับองค์กรของผู้บริโภคอื่น ๆ เพื่อกระจายต่อไปยังผู้บริโภคให้ทั่วถึงในทุกพื้นที่ รวมถึงงานพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบาย ที่ทำงานเชิงรุกร่วมกับคณะอนุกรรมการนโยบายทั้ง 8 ด้าน นักวิชาการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค เครือข่ายภาคี และการศึกษาวิจัยประเด็นงานคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคอย่างยั่งยืนต่อไป



ความเห็นผู้บริโภครีบบริการของ หน่วยงานประจำจังหวัดลำปาง



ผมมีความประทับใจ ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคจังหวัดลำปาง
ที่ช่วยเหลือ และแก้ไขปัญหาให้ผมได้ทันที่ โดยเฉพาะ
เจ้าหน้าที่รับเรื่องร้องเรียนและหัวหน้าศูนย์ฯ ลำปางที่คอย
ช่วยเหลือ และแนะนำตลอดเวลาจนได้เงินที่ซื้อสินค้าคืน
โดยใช้เวลาไม่ถึง 1 อาทิตย์

นายจักรกฤษณ์ โนชัย

ผู้ร้องเรียนประเด็นซื้อสินค้าไม่ได้คุณภาพต้องการเคลมสินค้าใหม่
จังหวัดลำปาง



ความเห็นผู้บริโภครีบบริการของ หน่วยงานประจำจังหวัดกาญจนบุรี



ถ้าไม่มีหน่วยงานนี้ก็คงจะเป็นคนไม่มี
บัตร (ประชาชน) ไปจนตาย

นางสาวสายพิน จันทรอุดม

ผู้ร้องเรียนประเด็นคนไทยไร้สิทธิสถานะทางทะเบียน
ไม่สามารถเข้าถึงสวัสดิการพื้นฐานแห่งรัฐ
จังหวัดกาญจนบุรี

ส่วนที่ 2

แนวรุก แนวรับ และแนวร่วม

- แนวรุก: จัดเต็ม
เดินหน้าปกป้องประโยชน์ผู้บริโภคร
- แนวรับ: รับทุก(ข)ปัญหาของผู้บริโภคร
- แนวร่วม: พลังหน่วยงานประจำจังหวัด
รวมพลังองค์กรสมาชิก

แนวรุก: จัดเต็ม เดินหน้าปกป้อง ประโยชน์ผู้บริโภค

ในปีงบประมาณ 2565 สภาองค์กรของผู้บริโภค ได้ดำเนินงานแนวรุกในหลาย ๆ ด้านที่เป็นการป้องกัน ผู้บริโภคจากการโดนละเมิดสิทธิ หรือจากอันตราย ที่อาจเกิดขึ้น ซึ่งงานแนวรุกรวมถึงการเสนอโยบายต่อ หน่วยงานรัฐตลอดจนคัดค้านการตัดสินใจครั้งสำคัญ ๆ ของเจ้าหน้าที่รัฐที่จะมีผลต่อผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง ในอนาคต หนึ่งในงานสำคัญที่สภาองค์กรของผู้บริโภค ได้แจ้งเตือนผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับผู้บริโภคต่อหน่วยงาน ของรัฐ คือ การควบรวมบริษัทโทรคมนาคมยักษ์ใหญ่ สองบริษัท ซึ่งการควบรวมนี้จะนำไปสู่การผูกขาดในกิจการ สัญญาณคลื่นความถี่หรือสัญญาณมือถือที่จะสร้างความเสียหายให้กับผู้บริโภคอย่างถ้วนหน้า เนื่องจากสัญญาณ มือถือกลายเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญในการสื่อสารของ ประชาชน การควบรวมจะทำให้ผู้บริโภคหมดอำนาจ ต่อรองต้องมีภาระค่าใช้จ่ายสูง และเป็นการกระทำที่ขัด รัฐธรรมนูญอีกด้วย ซึ่งสภาองค์กรของผู้บริโภคได้ยื่นหยุด คัดค้านการควบรวมมาโดยตลอด จนได้นำเรื่องขึ้นฟ้องร้อง ต่อศาลปกครองในที่สุด อีกบทบาทหน้าที่ที่เป็นความ มุ่งมั่นในการดำเนินการของสภาองค์กรของผู้บริโภค คือ การเตือนภัยประชาชนให้ตระหนักถึงภัยใกล้ตัวที่ไม่อาจ มองเห็น โดยการเตือนภัยครั้งสำคัญในปี 2565 นี้ คือ การเตือนประชาชนถึงอันตรายของถุงลมนิรภัยชำรุดที่ ประกอบอยู่ในรถหลายยี่ห้อหลายรุ่นที่วิ่งอยู่ทั่วประเทศ กว่า 680,000 คัน ซึ่งทำให้ผู้ขับขี่รถยนต์เสียชีวิต ไปแล้วถึงสามรายจากเหตุถุงลมทำงานบกพร่องระหว่าง เกิดอุบัติเหตุ โดยสภาองค์กรของผู้บริโภคได้รณรงค์ ให้เจ้าของรถนำรถมาเปลี่ยนถุงลมชำรุดอย่างต่อเนื่อง โดยมีเป้าหมายให้รถทุกคันทั่วประเทศที่มีถุงลมชำรุดนี้ ติดอยู่ ได้รับการเปลี่ยนถุงลมชำรุดออกให้หมดภายใน หนึ่งถึงสองปี



หยุด! เสี่ยงชีวิต
ขับรถมีถุงลมนิรภัยชำรุดอาจตายได้

สแกนนี้เพื่อตรวจสอบยี่ห้อ และรุ่นรถยนต์
ที่ต้องเข้ารับการเปลี่ยนถุงลมนิรภัยใหม่

#เปลี่ยนถุงลมหรือยัง

เปลี่ยนฟรี ไม่มีค่าใช้จ่าย

สภาองค์กรของผู้บริโภค | tccthailand | tcc.thailand | www.tcc.or.th

ทำไมต้องเปลี่ยน ถุงลมนิรภัย ?

ตั้งแต่ประมาณ พ.ศ. 2541 มีผู้เสียชีวิตจากเหตุถุงลมนิรภัยภาคใต้ระเบิด ในหลายประเทศทั่วโลก และได้มีการเรียกคืนรถจำนวนเกือบ 100 ล้านคัน เพื่อเปลี่ยนถุงลมนิรภัยตั้งแต่ปี 2551 โดยรถยนต์ 8 ยี่ห้อที่ต้องเข้ารับการเปลี่ยนถุงลมนิรภัย ได้แก่

HONDA ฮอนด้า	BMW บีเอ็มดับเบิลยู	NISSAN นิสสัน	TOYOTA โตโยต้า
MAZDA มาสด้า	CHEVROLET เชvrolet	Ford ฟอร์ด	

นอกจากนี้ ล่าสุดยังพบข้อมูลในต่างประเทศว่ามีรถยนต์อื่น ๆ ที่พบปัญหา การชำรุดบกพร่องของถุงลมนิรภัยภาคใต้ เช่น

TESLA เทสลา	VW โฟล์คสวาเกน	AUDI อวดี	Mercedes-Benz เมอร์เซเดส-เบนซ์	LEXUS เล็กซัส
AGORA อาทอร์	Subaru ซูบารุ	Land Rover แลนด์โรเวอร์		

สแกนนี้เพื่อตรวจสอบยี่ห้อ และรุ่นรถยนต์
ที่พบปัญหาการชำรุดบกพร่องทั้งหมด

#เปลี่ยนถุงลมหรือยัง

ทำไมจึงต้องคัดค้านการควบรวม “ทรู - ดีแทค”

เหตุผลที่สภาองค์กรของผู้บริโภคคัดค้านการควบรวม ธุรกิจระหว่างค่ายมือถือสองค่าย ทรูและดีแทค หรือระหว่าง บริษัท ทรูคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และ บริษัท โทเทิ่ล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) หรือดีแทค นั้นไม่ใช่เพียงเพราะไม่เห็นด้วยกับการตีลธุรกิจมูลค่านับแสนล้านบาท แต่ตลนี้เป็นตลเดิมพันอนาคตผู้บริโภค และการคุ้มครองผู้บริโภคในหลายมิติ ตั้งแต่การที่ผู้บริโภคต้องมีภาระค่าใช้จ่ายสูงขึ้น การสูญเสียอำนาจการต่อรองและทางเลือก การผูกคืบ

tcc

5

เหตุผลที่ต้องคัดค้าน

ทรู | ดีแทค

1



ทางเลือกน้อยลง

จาก 3 รายใหญ่ เหลือเพียง 2 ราย

2



เสี่ยงต่อการผูกขาดโครงสร้าง

ผู้บริโภคเข้าถึงบริการได้ยากขึ้น คุณภาพอาจลดลง และอาจเกิดการผูกขาดทางเศรษฐกิจดิจิทัล

3



ค่าบริการจะแพงขึ้น

ถ้ามีการแข่งขันกันตามกลไกตลาดปกติ
ค่าบริการจะเพิ่มขึ้น 7 – 10%
แต่ในกรณีนี้ที่ตกลงแบ่งสัดส่วนผู้ใช้บริการ
เราอาจต้องจ่ายค่าบริการเพิ่มขึ้นถึง 66 – 120%

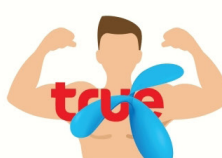
4



การควบรวม อาจจะขัดกับกฎหมาย 4 ฉบับ

- รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560
- กฎหมายประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2544
- พ.ร.บ.คุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522
- พ.ร.บ. แข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560

5



อาจจะเกิดอำนาจเหนือตลาด

ถ้าควบรวมสำเร็จ
จะมีส่วนแบ่งตลาดถึง 52%

[f](#) สภาองค์กรของผู้บริโภค
 [t](#)
[LINE](#)
[tccthailand](#)

www.tcc.or.th

[02-239-1839](tel:02-239-1839)

ด้วยการผูกขาดของทุนใหญ่เข้าไปครอบครองกิจการที่เป็นปัจจัยหลัก ๆ ในการดำรงชีวิตของประชาชน การละเมิดกติการะบอบตลาดเสรีของประเทศ การทำหน้าที่ของกรรมการองค์กรอิสระที่ขัดต่อรัฐธรรมนูญ ไปจนถึงความจริงที่ว่า การรุดหน้าของเทคโนโลยีสื่อสารยุคใหม่ จะทั้งคนจนและคนชายขอบไว้ข้างหลัง

สภาองค์กรของผู้บริโภคได้ส่งสัญญาณให้สาธารณชนรับรู้เกี่ยวกับอันตรายของการควบรวมค่ายมือถือสองค่ายทรู-ดีแทค ตั้งแต่เริ่มมีข่าวการเจรจาตกลงควบรวมในเดือนพฤศจิกายน 2564 เรื่อยมาจนถึงปลายปี 2565 โดยชี้ให้เห็นถึงผลร้ายที่จะเกิดขึ้นหลังจากการควบรวมที่จะมีต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ และต่อผู้บริโภค ซึ่งเป็นการใช้ข้อมูลจากนักวิชาการด้านเศรษฐศาสตร์ รวมถึงผลการศึกษาวิจัยของคณะอนุกรรมการของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) 4 ชุด และผลการศึกษาจากคณะที่ปรึกษาต่างประเทศที่ กสทช. ตั้งขึ้นเพื่อศึกษาผลกระทบของการควบรวมนี้ นอกจากผลกระทบด้านลบด้านเศรษฐกิจไทยและการคุ้มครองผู้บริโภค นักวิชาการด้านกฎหมายยังได้ชี้ชัดว่า การควบรวมนี้ขัดต่อเจตนารมณ์รัฐธรรมนูญ และกฎหมายหลัก ๆ ด้านกิจการโทรคมนาคม ซึ่งโดยรวมชี้เจตนารมณ์ให้เจ้าหน้าที่ของรัฐที่ทำหน้าที่กำกับดูแลกิจการนี้ปกป้องผลประโยชน์ของประชาชนโดยไม่ให้เกิดการผูกขาด

อย่างไรก็ตาม เมื่อการดำเนินการเพื่อควบรวมบริษัททั้งสองได้มีความคืบหน้าไปจนกระทั่งนำเรื่องดังกล่าวเข้าพิจารณาในที่ประชุมคณะกรรมการ กสทช. ชุดใหม่ ผลของการพิจารณา คือ การมีมติ “รับทราบ” โดยไม่มีมติอนุญาตหรือไม่อนุญาตให้ควบรวม แม้มีการกำหนดให้เป็นอำนาจของ กสทช. ไว้ในกฎหมายสภาองค์กรของผู้บริโภคจึงทำหน้าที่เป็นตัวแทนผู้บริโภคฟ้องกรรมการ กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ต่อศาลปกครองขอให้เพิกถอนมติ กสทช. ซึ่งเป็นอำนาจที่พระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 มอบให้สภาองค์กรของผู้บริโภค

การดำเนินการอย่างต่อเนื่องของสภาองค์กรของผู้บริโภคจนถึงการฟ้องร้องนั้น เนื่องจากกรณีนี้เป็นความ

เสียหายต่อสังคมไทยในหลายมิติ โดยในมิติแรก คือ การควบรวมนี้จะส่งผลกระทบต่อภาระรายจ่ายของผู้บริโภคอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ผลการศึกษาทั้งในและต่างประเทศระบุตรงกันว่า การควบรวมสองค่ายมือถือใหญ่ในตลาดที่มีรายใหญ่ครองอยู่สามค่าย จะทำให้การแข่งขันลดลง และนำไปสู่การร่วมมือกันในการทำธุรกิจระหว่างสองค่ายที่ครองตลาดหรือเรียกสั้น ๆ ว่า เกิดการ “ฮั้ว” ในธุรกิจคลื่นความถี่ ที่ผู้ประกอบการใช้อำนาจเหนือตลาดกำหนดราคาเพื่อสร้างผลกำไรในการทำธุรกิจแบบเบ็ดเสร็จที่จะทำให้ผู้บริโภคมีภาระค่าใช้จ่ายสูงขึ้นระหว่างร้อยละ 7 - 10 หากมีการแข่งขันกันตามกลไกตลาด ร้อยละ 66 - 120 หากมีการแบ่งสัดส่วนผู้ใช้บริการค่าใช้จ่ายจะสูงขึ้น และร้อยละ 12 - 244 หากเป็นการฮั้วสมบูรณแบบ ซึ่งภาวะอำนาจเหนือตลาด หรือผูกขาดนี้จะเกิดขึ้นติดต่อกันอย่างน้อย 10 ปี เนื่องจากการเกิดคู่แข่งรายที่สามในสัดส่วนผู้ใช้บริการที่ใกล้เคียงกับรายใหญ่นั้นมีโอกาสน้อยมากเนื่องจากต้นทุนสูง และความเสี่ยงในฐานะคู่แข่งหน้าใหม่ที่สูงมากเช่นกัน

มิติที่สอง การควบรวมครั้งนี้ได้ส่งสัญญาณอันตรายต่อภาคประชาชนและเศรษฐกิจของประเทศเป็นครั้งที่สอง ในประเด็นการมีอำนาจเหนือตลาดของทุนใหญ่ที่รุกคืบจากกิจการค้าปลีกเข้ามาในกิจการคลื่นความถี่ ซึ่งทั้งสองกิจการนี้ เป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิตของคนในยุคปัจจุบันที่พึ่งพาสินค้าอุปโภคบริโภค และบริการคลื่นความถี่ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร เมื่อธุรกิจใดสามารถกุมอำนาจเหนือตลาดได้ ผู้บริโภคจะขาดอำนาจการต่อรองและทางเลือกที่เคยมีมาก่อนก็แทบจะไม่เหลืออีกต่อไป ทำให้ผู้ประกอบการรายเล็กไม่มีโอกาสเติบโต เมื่อผู้ประกอบการมีน้อยราย โอกาสที่เศรษฐกิจของประเทศจะเจริญเติบโตจึงเป็นไปได้ยาก

มิติที่สาม คือ การเคารพกติกาการค้าในระบบตลาดเสรีที่เป็นระบบที่ประเทศไทยใช้อยู่ การปล่อยให้เกิดการผูกขาดในธุรกิจใหญ่ที่เป็นผลประโยชน์สาธารณะนั้น เป็นการดำเนินการที่ผิดกติกาตลาดเสรี และสร้างความไม่เป็นธรรม ในช่วงกว่าหนึ่งปีที่ผ่านมา สภาองค์กรของผู้บริโภคในฐานะผู้แทนผู้บริโภคตามกฎหมายได้ทำหน้าที่เฝ้าระวังและพิทักษ์ผลประโยชน์สาธารณะของผู้บริโภคทั่วประเทศ โดยเฉพาะการปกป้องระบบการค้าเสรี

ขณะที่หน่วยงานของรัฐที่มีหน้าที่กำกับดูแลกิจการโทรคมนาคม คือ กสทช. ซึ่งต้องดำเนินการเพื่อให้กิจการโทรคมนาคมเป็นตลาดที่มีการแข่งขันสูงเพื่อประโยชน์สาธารณะ เป็นไปตามกติกาตลาดเสรีและเป็นธรรม แต่การดำเนินการที่เปิดทางให้เกิดการควบรวมของสองค่ายมือถือซึ่งส่งผลให้มีส่วนแบ่งตลาดเกินกว่าครึ่งหนึ่งนั้น ผิดกติกาตลาดเสรีอย่างชัดเจน

มิติที่สี่ สภาองค์กรของผู้บริโภคพบว่ากรรมการ กสทช. ผู้ที่ลงมติ “รับทราบ” ไม่เปิดให้มีการลงมติอนุญาตหรือไม่อนุญาตให้เกิดการควบรวมค่ายมือถือ ทรู-ดีแทค เป็นการไม่เคารพต่อเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2560 มาตรา 60 ที่ได้กำหนดให้ “...ทรัพยากรคลื่นความถี่เป็นสมบัติของชาติ... ต้องเป็นไปเพื่อประโยชน์สูงสุดของประชาชน... องค์กรที่เกิดตามมาตรานี้ต้องจัดให้มีมาตรการป้องกันมิให้มีการแสวงหาผลประโยชน์จากผู้บริโภค หรือสร้างภาระแก่ผู้บริโภค...” ซึ่งเห็นได้ชัดว่าการเปิดทางให้มีการควบรวมค่ายมือถือ ทั้งที่มีแนวโน้มจะเกิดการผูกขาดทางการค้า และสร้างภาระค่าใช้จ่ายให้ผู้บริโภคของกรรมการ กสทช. นั้น ขัดเจตนารมณ์ตามรัฐธรรมนูญ ซึ่งเป็นหนึ่งในเหตุผลที่สภาองค์กรของผู้บริโภคในฐานะตัวแทนผู้บริโภคฟ้องร้องกรรมการ กสทช. ต่อศาลปกครอง

มิติที่ห้า คือ การต่อสู้เพื่อสิทธิการเข้าถึงคลื่นความถี่ที่เป็นสมบัติของชาติ โดยประชาชนเป็นเจ้าของนั้น สภาองค์กรของผู้บริโภคมองเห็นว่า การควบรวมครั้งนี้กำลังจะละเมิดสิทธิดังกล่าวของผู้บริโภคโดยเฉพาะในกลุ่มคนยากจน และกลุ่มพลเมืองชายขอบ จากผลการศึกษานักวิจัยด้านเศรษฐศาสตร์ที่มีชื่อเสียงในต่างประเทศ ชี้ว่าการควบรวมครั้งนี้จะทำให้บริการคลื่นความถี่มีราคาที่สูงขึ้นในเขตเมือง เพื่อประโยชน์ทางธุรกิจและกลุ่มคนเมืองที่มีรายได้สูงซึ่งเป็นการสร้างกำไรให้กับผู้ประกอบการเป็นจำนวนมาก ในขณะที่กลุ่มคนจนอาจไม่มีทุนทรัพย์เพียงพอที่จะเข้าถึงบริการดังกล่าว เช่นเดียวกับผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ตามชนบทหรือตามชายขอบ เนื่องจากการลงทุนโครงสร้างเครือข่ายในพื้นที่ห่างไกลอาจไม่ได้ผลตอบแทนคุ้มค่าเท่ากับการลงทุนในเขตเมืองที่ร่ำรวย แต่สิทธิการใช้คลื่นความถี่นั้นเป็นสิทธิตามรัฐธรรมนูญ ประชาชนทุกคนควรต้องได้รับ

อย่างเท่าเทียม การแข่งขันที่สมบูรณ์แบบ ที่มีคู่แข่งหลายเจ้าจะเปิดทางให้กลุ่มคนเหล่านี้ได้เข้าถึงสัญญาณคลื่นความถี่ได้อย่างเท่าเทียมกับกลุ่มคนเมือง

มิติสุดท้ายของการคัดค้านการควบรวมครั้งนี้ คือ การติดตามการทำหน้าที่ของกรรมการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และการส่งเสริมสิทธิเสรีภาพของประชาชน สภาองค์กรของผู้บริโภคพบว่ามีความย้อนแย้งในบทบาท กับหน้าที่ของผู้ที่ได้รับคัดเลือกมาทำหน้าที่นี้ 2 ท่าน ซึ่งเป็นกรรมการ กสทช. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และด้านการส่งเสริมสิทธิเสรีภาพของประชาชน โดยที่ผ่านมา กรรมการทั้งสองท่านมีตำแหน่งโดยตรงในการคุ้มครองผู้บริโภคและส่งเสริมสิทธิของประชาชน แต่กลับไม่เปิดโอกาสรับฟังความเห็นจากสภาองค์กรของผู้บริโภคและภาคประชาชน อีกทั้งยังเป็นกรรมการสองคน ที่ออกเสียง “รับทราบ” ในที่ประชุมพิจารณากรณีควบรวม จากกรรมการ กสทช. ทั้งหมดห้าคน จนกลายเป็นมติ กสทช. เปิดทางให้เกิดการควบรวมที่จะนำไปสู่การผูกขาดในกิจการโทรคมนาคม เป็นการกระทำที่มีลักษณะเอื้อต่อกลุ่มทุนที่มีตำแหน่งหน้าที่ในการปกป้องประชาชนดังกล่าว เป็นหนึ่งในเหตุผลที่สภาองค์กรของผู้บริโภคเห็นว่าทั้งสองเป็นผู้ที่ไม่เหมาะสมในการดำรงตำแหน่งที่มีภารกิจสำคัญในเรื่องนี้

ไม่ว่าการดำเนินการคัดค้านที่ต่อเนื่องและยาวนาน ต่อกรณีการควบรวมสองค่ายมือถือ ทรู-ดีแทค จะส่งผลอย่างไรในอนาคต แต่สิ่งที่สภาองค์กรของผู้บริโภคได้แสดงออกแล้ว คือ การทำหน้าที่ตัวแทนผู้บริโภคในการส่งเสียงคัดค้านการเคลื่อนไหวทางธุรกิจ และการดำเนินงานภาครัฐ เพื่อที่จะปกป้องผลกระทบต่อผู้บริโภคในระยะยาว ปกป้องหลักการที่ต้องยึดมั่นในเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญ รวมทั้งป้องกันการละเมิดสิทธิความเท่าเทียมของประชาชนเจ้าของทรัพยากรคลื่นความถี่ และการรักษาไว้ซึ่งกติกาตลาดเสรีที่เป็นธรรม ในระบบประชาธิปไตย



ถุงลมนิรภัยที่ (ไม่) ปลอดภัย

จะเป็นยังไงเมื่ออุปกรณ์ความปลอดภัย อย่าง ‘ถุงลมนิรภัย’ กลายเป็นวัตถุอันตราย ที่คร่าชีวิตคนทั่วโลกกว่า 30 ราย

โดยปกติแล้ว เมื่อเกิดอุบัติเหตุทางรถยนต์ ถุงลมนิรภัยจะพองขึ้นเพื่อป้องกันไม่ให้ตัวผู้ขับขี่กระแทกกับพวงมาลัย หรือส่วนอื่น ๆ ของรถ แต่ถุงลมนิรภัยที่ทำงานผิดพลาดนั้น จะสร้างแรงดันอากาศที่มากเกินไป จนทำให้ถุงลมนิรภัยระเบิด และมีชิ้นส่วนของรถและถุงลมกระเด็นใส่ผู้ขับขี่หรือผู้โดยสารเบาะหน้า

...นั่นคือสิ่งที่เกิดขึ้นกับถุงลมนิรภัยยี่ห้อ ‘ทาคาตะ’ (Takata) ที่ได้รับการติดตั้งไปกับรถยนต์หลายยี่ห้อที่ขายในประเทศไทยรุ่นปี 2541 - 2558

ย้อนรอย ‘ทาคาตะ’ ระเบิดเวลาในคราบถุงลมนิรภัย

ในปี 2541 บริษัทผลิตชิ้นส่วนรถยนต์จากประเทศญี่ปุ่นชื่อว่า “ทาคาตะ” เป็นผู้ผลิตถุงลมนิรภัยมากที่สุดในอันดับ 2 ของโลก รถยนต์หลากหลายยี่ห้อนำไปเป็นชิ้นส่วนประกอบในรถยนต์รุ่นต่าง ๆ แต่ต่อมา ในปี 2551 บริษัทฮอนด้า มอเตอร์ (Honda Motor) ได้เรียกคืนรถยนต์ฮอนด้าแอคคอร์ด (Honda Accord) และฮอนด้าซีวิค (Honda Civic) รุ่นปี 2544 กว่า 4,000 คันทั่วโลก เนื่องจากพบปัญหาว่า ถุงลมนิรภัยของทาคาตะอาจมีแรงดันมากเกินไป จนทำให้ถุงลมแตก และมีชิ้นส่วนของรถออกมาทำอันตรายต่อผู้ขับขี่ได้

จนกระทั่งในปี 2552 ก็มีข่าวผู้เสียชีวิต 2 รายในสหรัฐอเมริกา ซึ่งสาเหตุการเสียชีวิตของทั้งคู่เกิดจากเศษโลหะที่กระเด็นออกมาจากการระเบิดของถุงลมในรถฮอนด้า แอคคอร์ด รุ่นปี 2544 เหตุการณ์ดังกล่าวนำไปสู่การฟ้องร้องบริษัทฮอนด้า และทาคาตะ ที่ศาลได้ตัดสินให้ญาติของผู้เสียชีวิตได้รับเงินชดเชยจำนวน 3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ประมาณ 91 ล้านบาท)

ข้อมูลจากเว็บไซต์ carbuzz¹ ระบุว่าตั้งแต่ปี 2552 จนถึงปัจจุบันมีผู้เสียชีวิตจากการระเบิดของถุงลมนิรภัยทาคาตะแล้ว 36 ราย ทั้งนี้ ระหว่างปี 2551 จนถึงปัจจุบัน มีการเรียกคืนรถจำนวนเกือบ 100 ล้านคันทั่วโลกเพื่อเปลี่ยนถุงลมนิรภัย และนอกจากฮอนด้า แล้วยังมีรถยนต์อีกหลายยี่ห้อที่ประกาศเรียกคืนรถยนต์เพื่อเปลี่ยนถุงลมนิรภัย เช่น โตโยต้า (Toyota) นิสสัน (Nissan) มาสด้า (Mazda) บีเอ็มดับเบิลยู (BMW) มิตซูบิชิ (Mitsubishi) ซูบารุ (Subaru) และฟอร์ด (Ford) เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ทั่วโลกยังมีรถยนต์อีกจำนวนไม่น้อยที่ยังไม่ได้เข้ารับการเปลี่ยนถุงลมนิรภัยที่มีปัญหาดังกล่าว และแน่นอนว่า ในประเทศไทยเองรถยนต์ที่ติดตั้งถุงลมอันตรายดังกล่าว ยังคงวิ่งอยู่บนท้องถนนด้วยเช่นกัน

สถานการณ์เรียกคืนรถยนต์ที่ติด ‘ถุงลม (ไม่) นิรภัย’ ในไทย

สภาองค์กรของผู้บริโภค เริ่มเข้ามาผลักดันเรื่องการเรียกคืนรถยนต์ที่ติดตั้งถุงลมนิรภัยทาคาตะอย่างจริงจังในช่วงปลายเดือนเมษายน 2565 เนื่องจากมีเหตุการณ์ถุงลมนิรภัยยี่ห้อทาคาตะระเบิดระหว่างอุบัติเหตุรถยนต์จนส่งผลให้มีผู้เสียชีวิต โดยสภาองค์กรของผู้บริโภคยังได้จัดแถลงข่าวร่วมกับกรมการขนส่งทางบก และสมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย ในวันที่ 10 พฤษภาคม 2565 เพื่อเร่งให้บริษัทรถยนต์เรียกคืนรถยนต์เพื่อเปลี่ยนถุงลมอันตราย

¹ <https://carbuzz.com/news/the-latest-takata-airbag-fatality-involves-a-chrysler-300>

ย้อนเส้นทาง... **รถรงค์เปลี่ยนดงลมนิรภัย** **ทาคาตะ** **ttc** สภาองค์กรของผู้บริโภค
Thailand Consumers Council

21 เม.ย. 65 สภาองค์กรของผู้บริโภคได้รับทราบว่ามีเหตุดงลมนิรภัยยี่ห้อทาคาตะระเบิดและส่งผลให้มีผู้เสียชีวิต (สมุทรปราการ)

9 พ.ค. 65 ส่งหนังสือถึง สคบ. ขอให้จัดการสินค้าที่ไม่ปลอดภัยจากการณั้ดังกล่าว

10 พ.ค. 65 จัดงานแถลงข่าวร่วมกับ กรมการขนส่งทางบกและสมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย

9 มิ.ย. 65 ส่งหนังสือถึง 8 บริษัทรถยนต์ สอบถามแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภคหลังการขาย

4 ก.ค. 65 ได้รับข้อมูลเพิ่มเติม กรณีมีผู้เสียชีวิตเพิ่มจากดงลมนิรภัยระเบิด (จันทบุรี)

26 ก.ค. 65 ออกข่าวกระตุ้นเตือนให้ผู้บริโภคนำรถยนต์ไปเปลี่ยนดงลมนิรภัย

4 ส.ค. 65 เข้าพบเลขาธิการ สคบ. และมีข้อเสนอแนะถึง สคบ. เรื่องแนวทางการเรียกคืนดงลมนิรภัย

5 ส.ค. 65 ออกข่าวกระตุ้นเตือนให้ผู้บริโภคนำรถยนต์ไปเปลี่ยนดงลมนิรภัย

7 ส.ค. 65 ได้รับข้อมูลเพิ่มเติม กรณีมีผู้ได้รับบาดเจ็บจากดงลมนิรภัยระเบิด (กรุงเทพฯ)

22 ส.ค. 65 สคบ. แจ้งผลการดำเนินการกรณีการเรียกคืนดงลมนิรภัยยี่ห้อทาคาตะ ของ 8 บริษัท

มีรถยนต์ที่ต้องเข้ารับการเปลี่ยนดงลมนิรภัยอีกมากกว่า 680,000 คัน



<https://bit.ly/3d008a>

ปัจจุบันยังเหลือรถยนต์ที่ยังไม่ได้เปลี่ยนดงลมนิรภัยอีกมากกว่า 610,000 คัน

ข้อมูล ณ วันที่ 1 ธันวาคม 2565

สแกนที่นี้เพื่อตรวจสอบยี่ห้อ และรุ่นรถยนต์ที่ต้องเข้ารับการเปลี่ยนดงลมนิรภัยใหม่

#เปลี่ยนดงลมหรือยัง

เปลี่ยนฟรี ไม่มีค่าใช้จ่าย

และให้เจ้าของรถยนต์ตรวจเช็ครุ่นรถตนเองว่าเป็นรุ่นรถที่มีดงลมดังกล่าวติดตั้งหรือไม่ เพื่อนำรถเข้ามารับบริการเปลี่ยนดงลมอันตรายออก

ก่อนหน้านี้ ในช่วงปี 2561 เมื่อเหตุการณ์เรียกคืนในต่างประเทศเพื่อเปลี่ยนดงลมที่เป็นอันตราย กรมการขนส่งทางบกได้ตรวจสอบข้อมูลในประเทศ และพบรถที่มีดงลมนิรภัยบกพร่องติดตั้งในรถยนต์ที่จำหน่ายในประเทศจำนวนทั้งสิ้น 1,725,816 คัน กรมการขนส่งทางบกจึงร่วมกับสมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยประชาสัมพันธ์ให้เจ้าของรถยนต์นำรถไปเปลี่ยนชุด

ดงลมนิรภัยได้ฟรี โดยไม่มีค่าใช้จ่าย ทำให้สามารถแก้ไขชุดดงลมนิรภัยไปได้กว่า 1 ล้านคัน แต่ยังคงเหลือรถที่ยังไม่ได้เปลี่ยนดงลมนิรภัยอีกมากกว่า 680,000 คัน ที่ยังมีการใช้งานบนท้องถนน จนกระทั่งเกิดกรณีการเสียชีวิตเพราะดงลมนิรภัยระเบิดหลังอุบัติเหตุ ทำให้มีเศษโลหะกระเด็นใส่ผู้ขับขี่จนเสียชีวิต สภาองค์กรของผู้บริโภคได้เร่งผลักดันให้มีการรณรงค์โดยมีเป้าหมายให้รถยนต์ทุกคันในประเทศที่ติดตั้งดงลมอันตราย และยังมีการใช้งานได้รับการเปลี่ยนดงลมโดยเร็วที่สุดเพื่อป้องกันเหตุเสียชีวิตและบาดเจ็บ

สำหรับรถยนต์ 8 ยี่ห้อที่ต้องเข้ารับการเปลี่ยนดงลมนิรภัย ได้แก่ รถยนต์ยี่ห้อ เชฟโรเลต (รุ่นปี 2007 - 2015) ปีเอ็มดับบลิว (รุ่นปี 1998 - 2018) ฟอรัค (รุ่นปี 1998 - 2014) ฮอนด้า (รุ่นปี 1998 - 2014) มาสด้า (รุ่นปี 2004 - 2014) มิตซูบิชิ (รุ่นปี 2005 - 2015) นิสสัน (รุ่นปี 2000 - 2014) และ โตโยต้า (รุ่นปี 2001 - 2014)

หลังการแถลงข่าวไม่นาน พบว่ามีผู้บริโภคนำรถเข้ารับการเปลี่ยนดงลมนิรภัยแล้วประมาณ 10,000 ราย ทำให้ยังเหลือรถยนต์อีกกว่า 670,000 คัน ที่ยังไม่ได้เข้ารับการเปลี่ยนดงลมนิรภัย และในระหว่างนั้นสภาองค์กรของผู้บริโภคได้รับการร้องเรียนจากเจ้าของรถยนต์ที่นำรถเข้าไปเปลี่ยนดงลมอันตรายออก พบว่าค่ายรถยนต์

บางแห่ง เปลี่ยนให้เฉพาะฝั่งที่นั่งผู้ขับขี่ฝั่งเดียว หรือมีชื่อ และทะเบียนที่ได้บันทึกไว้ว่าได้รับการเปลี่ยนแล้ว ทั้ง ๆ ที่ ยังไม่ได้รับการเปลี่ยน สภาองค์กรของผู้บริโภคจึงได้ ติดต่อประสานงานกับค่ายรถยนต์และเข้าไปแก้ปัญหา ให้กับผู้บริโภค

ต่อมา สภาองค์กรของผู้บริโภคได้ผลักดันให้กลุ่ม นิรภัยยี่ห้อฮาคาตะ เข้าไปอยู่ในข่ายสินค้าที่ไม่ปลอดภัย ที่ก่อให้เกิดอันตรายถึงชีวิต เพื่อให้มีมาตรการคุ้มครอง ผู้บริโภคต่อสินค้าชิ้นนี้อย่างเข้มข้นและต่อเนื่อง ด้วยการ สื่อสารประชาสัมพันธ์เรื่องการเปลี่ยนถุงลมนิรภัยให้ ผู้บริโภคได้รับรู้เป็นระยะ ผ่านช่องทางต่าง ๆ ของสภา องค์กรของผู้บริโภค รวมทั้งได้ติดตามแนวทางการ ประชาสัมพันธ์ของบริษัทรถยนต์ทั้ง 8 ยี่ห้อและพบ ปัญหาในการประชาสัมพันธ์ทั้งเรื่องการแสดงข้อมูลที่ หายาก ขั้นตอนในการตรวจสอบเลขรถที่มีความซับซ้อน รวมถึงการประชาสัมพันธ์ที่ไม่ต่อเนื่อง ซึ่งทำให้ผู้บริโภค ไม่ทราบข้อมูลข่าวสารดังกล่าว

จากการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง สำนักงานคณะ กรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ได้ตอบรับข้อเสนอ ของสภาองค์กรของผู้บริโภคในการผลักดันให้ค่ายรถยนต์ 8 ค่ายที่ขายรถยนต์รุ่นต่าง ๆ ที่ติดตั้งถุงลมนิรภัยยี่ห้อ ฮาคาตะเร่งทำการรณรงค์เชิงรุกผ่านระบบข้อมูลของค่าย รถยนต์ ให้เจ้าของรถยนต์นำรถเข้ามารับบริการเปลี่ยน ถุงลมนิรภัย และทำรายละเอียดขั้นตอนการดำเนินการ เรียกรถยนต์คืนเพื่อเปลี่ยนถุงลมนิรภัยแล้วส่งรายงาน ต่อ สคบ. ทุกเดือน

ต่อมาภายหลัง สภาองค์กรของผู้บริโภคยังได้รับ ข้อมูลเพิ่มเติมอยู่เป็นระยะ ๆ เกี่ยวกับกรณีผู้บริโภค ได้รับบาดเจ็บจากเหตุถุงลมนิรภัยระเบิด โดยเท่าที่ทราบ ข้อมูล ปัจจุบันในประเทศไทยมีผู้เสียชีวิตจากถุงลมนิรภัย ระเบิด 3 ราย บาดเจ็บอีก 3 ราย และคาดว่าอาจมี อีกหลายกรณีที่เสียชีวิตจากถุงลมนิรภัยระเบิด แต่ถูก วินิจฉัยว่าเสียชีวิตจากความรุนแรงของอุบัติเหตุ²

สภาองค์กรของผู้บริโภคจึงได้ทำข้อเสนอแนะ ไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมการขนส่งทางบก สมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ และกรมประชาสัมพันธ์ ในเรื่องการกำกับดูแลรวมถึงการทำความเข้าใจกับ บริษัทรถยนต์เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลและเรียกคืน รถยนต์ ขณะเดียวกันก็ประสานงานถึงผู้ประกอบการ รถยนต์จากเดิม 8 บริษัท เพิ่มเป็น 16 บริษัท เพื่อขอ ความร่วมมือในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารแก่ ผู้บริโภคในการเรียกคืนรถยนต์ที่มีปัญหาถุงลมนิรภัย

จากการสืบค้นในเว็บไซต์ consumerreports ทำให้พบข้อมูลเพิ่มเติมว่า มีรถยนต์อีกหลายยี่ห้อที่ถูก เรียกคืนเพื่อรับการเปลี่ยนถุงลมนิรภัย ซึ่งเป็นยี่ห้อที่ นอกเหนือจาก 8 ยี่ห้อที่กรมการขนส่งเคยประกาศ เช่น จากัวร์ (Jaguar) แลนด์โรเวอร์ (Land Rover) ซูบารุ (Subaru) เทสลา (Tesla) โฟล์คสวาเกน (Volkswagen) อวดี (Audi) เมอร์เซเดส-เบนซ์ (Mercedes-Benz) และเล็กซัส (Lexus) เป็นต้น

ในที่สุด จากการผลักดันมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค กรณีถุงลมนิรภัยยี่ห้อฮาคาตะ เป็นสินค้าไม่ปลอดภัย ของสภาองค์กรของผู้บริโภค ก็ได้รับการตอบรับจาก ผู้ประกอบการและหน่วยงานภาครัฐในการรณรงค์มากขึ้น อย่างเห็นผล

ทั้งนี้ การผลักดันให้เกิดความร่วมมือและการ แลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างภาคธุรกิจกับภาครัฐ รวมถึง การกระตุ้นให้ผู้ประกอบการหันมาให้ความสำคัญกับ เรื่องการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคทำให้จำนวนรถยนต์ที่ยัง ไม่ได้เปลี่ยนถุงลมนิรภัยอันตรายออก ลดลงจาก 680,000 คัน ในเดือนพฤษภาคม 2565 จนปลายปีงบประมาณ 2565 เหลือรถยนต์เกือบ 600,000 คัน ที่ยังไม่ได้นำมารับ บริการ ซึ่งถือเป็นความสำเร็จอีกขั้นหนึ่งของการทำงาน คุ้มครองผู้บริโภค **อย่างไรก็ตาม การเรียกคืนรถยนต์ที่ ติดตั้งถุงลมนิรภัยที่เป็นประเด็นที่ยังต้องผลักดันและ ประชาสัมพันธ์กันต่อไป โดยมีเป้าหมายว่า ‘รถยนต์ ทุกคันในประเทศไทยที่ติดตั้งถุงลมนิรภัยยี่ห้อ ฮาคาตะ (Takata) จะต้องได้เข้ารับการเปลี่ยนถุงลม’**

² https://www.tcc.or.th/04112565_tccnews_airbag/ และ https://www.tcc.or.th/29112565_airbag_news/

แนวรับ : รับทุก(ข)ปัญหาของผู้บริโภค

โจทย์ในการแก้ปัญหาของผู้บริโภคในยุคเทคโนโลยีล้ำหน้า ผลิตภัณฑ์ล้ำจินตนาการ บริการที่ล้ำความคาดหมาย เป็นโจทย์ซับซ้อนที่สภาองค์กรของผู้บริโภคต้องตีให้แตก แก้ไขให้ถูกจุด และที่สำคัญคือความรวดเร็วที่ต้องทันเหตุการณ์ ก่อนที่ความเสียหายจะสร้างปัญหารุนแรงต่อผู้บริโภค จึงต้องมีการออกแบบการทำงานทั้งแนวรุก แนวรับ และแนวร่วม เมื่อผู้บริโภคได้รับความเสียหายตรงหน้า จึงมาสู่แนวรับเพื่อดูแลและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค คือ ศูนย์คุ้มครองผู้บริโภค แบบเบ็ดเสร็จ และหน่วยงานประจำจังหวัดที่เป็นจุดรวมการรับเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคทุกกลุ่มปัญหา โดยที่ผู้บริโภคสามารถร้องเรียนได้อย่างเบ็ดเสร็จตั้งแต่เริ่มต้นจนจบที่จุดเดียว โดยไม่ต้องไปร้องเรียนหลายหน่วยงานไม่ว่าจะเป็นปัญหาในด้านใดด้านหนึ่งหรือหลายด้าน ทั้งนี้ แม้ว่าการแก้ไขปัญหาละเมิดสิทธิผู้บริโภคที่ร้องเรียนผ่านสภาองค์กรของผู้บริโภค จะเป็นการแก้ไขปัญหาลักษณะการทำงานเชิงรับ แต่เมื่อประมวลปัญหาร้องเรียนทั้งหมดและวิเคราะห์สาเหตุชัดเจนแล้ว สภาองค์กรของผู้บริโภคจะนำผลการวิเคราะห์ไปขับเคลื่อนงานเชิงรุกเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นซ้ำซาก ทั้งโดยการแจ้งเตือนภัยสินค้าหรือบริการที่ละเมิดสิทธิผู้บริโภคอย่างเท่าทันสถานการณ์ รวมถึงพัฒนาและผลักดันข้อเสนอเชิงนโยบาย/กฎหมายหรือมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับประเทศ นอกจากนี้สภาองค์กรของผู้บริโภคยังมีบทบาทกระตุ้นและติดตามให้หน่วยงานรัฐบังคับใช้กฎหมาย และดำเนินการตามอำนาจหน้าที่ที่มีอยู่อย่างจริงจัง ซึ่งเป็นงานเชิงรุกของสภาองค์กรของผู้บริโภคเพื่อป้องกันและจัดการไม่ให้ปัญหานั้น ๆ ลุกلامขยายตัวออกไปจนยากต่อการแก้ไข

แก้ปัญหาเรื่องร้องเรียนให้จบครบในคราวเดียว

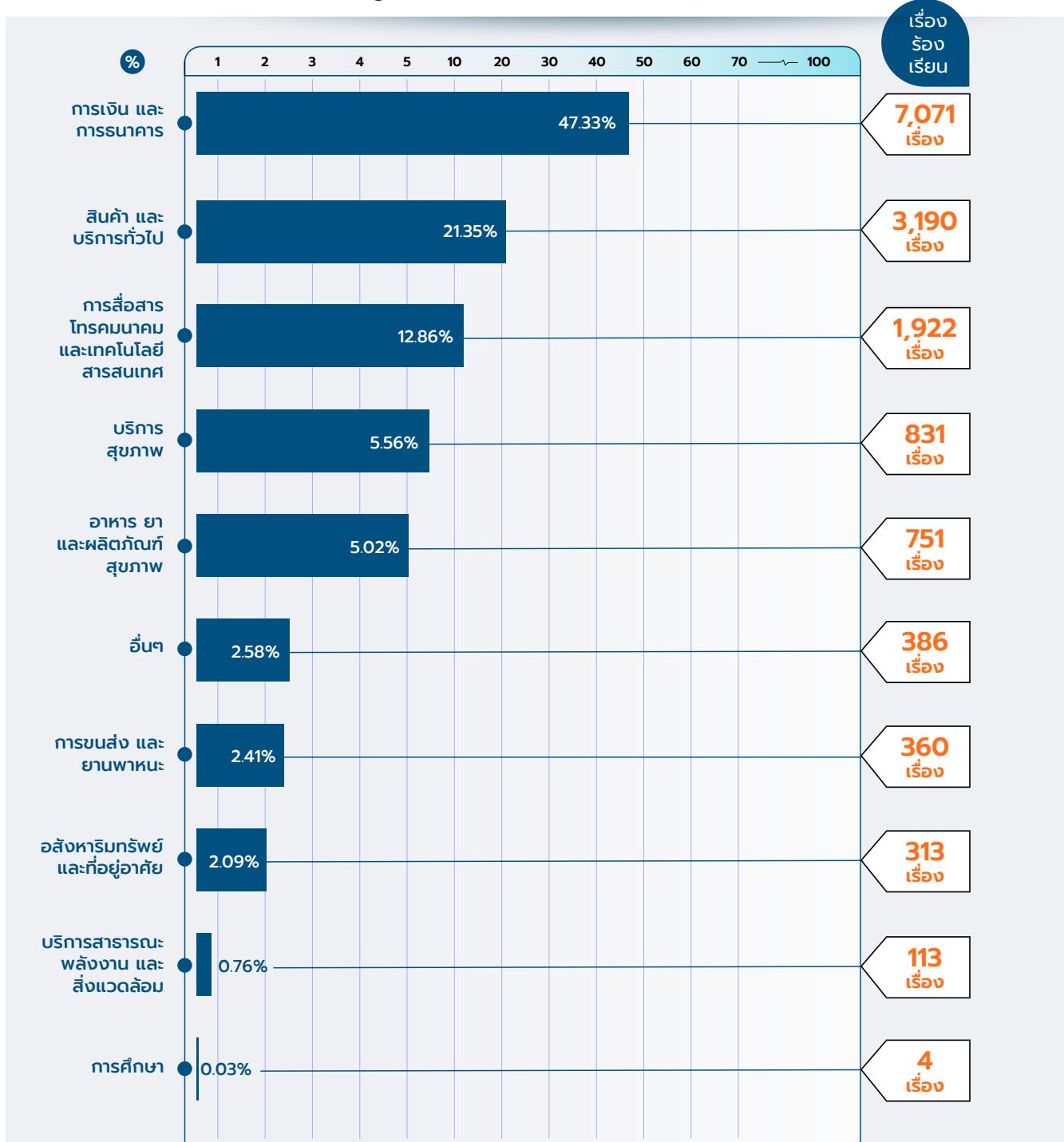
สภาองค์กรของผู้บริโภค วางเป้าหมายการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนให้เป็นบริการแบบ “จบครบในคราวเดียว” (One-Stop Service) เพื่อลดภาระของผู้บริโภค กล่าวคือ ผู้บริโภคไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทางไปร้องเรียนหรือติดตามเรื่องร้องเรียน/ร้องทุกข์กับหน่วยงานที่ดูแลผู้บริโภคที่มีอยู่หลายหน่วยงาน หรือในบางกรณี ต้องประสบปัญหาข้อจำกัดด้านอำนาจหน้าที่ทำให้หน่วยงานรับเรื่องร้องเรียนไม่สามารถคลี่คลายปัญหาให้กับผู้บริโภคได้ จำเป็นต้องส่งต่อหน่วยงานอื่น สภาองค์กรของผู้บริโภคได้เข้ามาแก้ไขปัญหาดังกล่าวโดยการจัดระบบรับเรื่องร้องเรียนให้ผู้บริโภคเข้าถึงได้สะดวก และเข้าไปดำเนินการอย่างเหมาะสมเพื่อสามารถยุติปัญหาได้โดยเร็วที่สุด

ยุติเรื่องร้องเรียนได้กว่าร้อยละ 90

ในปีงบประมาณ 2565 สภาองค์กรของผู้บริโภคได้รับเรื่องร้องเรียนทั้งสิ้น 14,941 เรื่อง สามารถเจรจาไกล่เกลี่ยได้สำเร็จจำนวน 13,617 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 91.14 ของเรื่องร้องเรียนทั้งหมด โดยมูลค่าที่ผู้บริโภคได้รับการชดเชยคิดเป็นเงินทั้งสิ้น 286.41 ล้านบาท จำแนกเป็นเรื่องร้องเรียนผ่านศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคแบบเบ็ดเสร็จที่สำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภคจำนวน 8,356 เรื่อง ซึ่งยุติเรื่องสำเร็จจำนวน 7,854 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 93.99 คิดเป็นมูลค่าที่ผู้บริโภคได้รับการชดเชยเป็นเงิน 222.21 ล้านบาท และการรับเรื่องร้องเรียนผ่านหน่วยงานประจำจังหวัด 13 แห่ง จำนวนทั้งสิ้น 6,585 เรื่อง ซึ่งยุติเรื่องสำเร็จจำนวน 5,763 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 87.52 นับเป็นมูลค่าที่ผู้บริโภคได้รับการชดเชยเป็นเงินจำนวน 64.20 ล้านบาท

จากปัญหาที่ผู้บริโภคร้องเรียนทั้งหมด พบว่าปัญหาที่มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง คือ ด้านการเงินและการธนาคาร จำนวน 7,071 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 47.33 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นปัญหาผู้ประกอบการปฏิเสธการจ่ายค่าสินไหมของกรมธรรม์ประกันโควิด หรือจ่ายค่าสินไหมล่าช้า อันดับที่สอง คือ ด้านสินค้าและบริการทั่วไปจำนวน 3,190 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 21.35 ปัญหาส่วนใหญ่ ได้แก่ การซื้อบริการบัตรคอนเสิร์ต แต่ไม่ได้จัดงานตามวันเวลาที่แจ้งและไม่คืนเงินให้ผู้บริโภค และปัญหาซื้อสินค้าออนไลน์แล้วได้สินค้าไม่ตรงกับโฆษณาและคืนสินค้าไม่ได้ และอันดับที่สาม คือ ปัญหาด้านการสื่อสาร โทรคมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศจำนวน 1,922 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 12.86 เช่น การส่งข้อความสั้น (เอสเอ็มเอส) หลอกหลวง การแนบลิงก์ที่มีไวรัสเข้าไปขโมยข้อมูลส่วนบุคคล โทรศัพท์หลอกให้โอนเงิน และอินเทอร์เน็ตมีมาตรฐานและความเร็วที่ไม่ตรงกับโฆษณา เป็นต้น จากข้อมูลดังกล่าว จะเห็นได้ว่า ในปี 2565 ที่สถานการณ์โควิด 19

แผนภูมิแสดงจำนวนเรื่องร้องเรียนแต่ละด้าน ที่สภาองค์กรของผู้บริโภคได้รับในปีงบประมาณ 2565



เรื่องร้องเรียนทั้งหมด **14,941** เรื่อง

เริ่มผ่อนคลาย แต่ความทุกข์ส่วนใหญ่ของผู้บริโภคยังคงมาจากผลกระทบสถานการณ์โรคระบาดนี้

จากการประเมินผลการดำเนินงาน พบว่าเงื่อนไขที่จะทำให้เรื่องร้องเรียนยุติลงได้โดยเร็ว ประกอบด้วย 3 ปัจจัย คือ 1) เจ้าหน้าที่ที่มีประสิทธิภาพการทำงานรับเรื่องร้องเรียน 2) ผู้บริโภคให้ความร่วมมือในการดำเนินการร้องเรียน และ 3) การได้รับความร่วมมืออย่างต่อเนื่องจากหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง อาจกล่าวได้ว่า **ความทุกข์ของผู้บริโภคจะหมดไปจากการทำงานร่วมกันอย่างมีความรับผิดชอบของทุกฝ่าย** ทั้งเจ้าหน้าที่สภาองค์กรของผู้บริโภค หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง และที่สำคัญคือตัวผู้บริโภคที่ประสบปัญหาเองด้วย

สำหรับเงื่อนไขที่ส่งผลให้ไม่สามารถยุติปัญหาเรื่องร้องเรียนได้โดยเร็ว นั้น มาจากปัจจัยพื้นฐานในกระบวนการแก้ไขปัญหา ไม่ว่าจะเป็นการไกล่เกลี่ยหรือฟ้องคดีที่ต้องใช้ระยะเวลาในการดำเนินการ ทั้งการรวบรวมข้อมูล หลักฐาน รวมถึงสืบพยานในเบื้องต้น และหากต้องนำเข้าสู่กระบวนการทางคดีจะต้องใช้เวลามากขึ้นไปอีก **จึงเป็นบทเรียนให้กับผู้บริโภคว่า ต้องเก็บหลักฐานในการทำธุรกรรมไว้อย่างดี** เพื่อปกป้องสิทธิของตนเอง หากมีความจำเป็นเกิดขึ้น

ประมวลปัญหาร้องเรียน เป็นข้อเสนอเชิงรุก

จากปัญหาร้องเรียนมากที่สุดในปี 2565 คือ ปัญหาการเคลมเงินประกันจากกรมธรรม์เกี่ยวกับโควิด 19 ที่ไม่เป็นไปตามสัญญา มีจำนวนมากถึง 6,529 เรื่อง ด้วยจำนวนผู้ประสบปัญหาลักษณะเดียวกันจำนวนมากเช่นนี้ สภาองค์กรของผู้บริโภคจึงจัดทำหนังสือแจ้งไปยังบริษัทประกันภัย และสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) ที่เป็นหน่วยงานกำกับดูแลบริษัทประกันภัย เพื่อเร่งรัดการจ่ายเงินค่าสินไหมทดแทนให้ผู้บริโภคที่มีกรมธรรม์พร้อมกันนั้น สภาองค์กรของผู้บริโภคก็ได้ทำงานสื่อสารให้สังคมรับรู้เพื่อสร้างแรงกดดัน ซึ่งช่วยให้ผู้บริโภคจำนวนมากได้รับค่าสินไหมตามสัญญาในคราวเดียวกัน

นอกจากนี้ สภาองค์กรของผู้บริโภค ยังได้ประมวลข้อมูลจากเรื่องที่มีการร้องเรียน นำมาพัฒนาเป็นชุดความรู้ และเสนอเป็นมาตรการป้องกันและคุ้มครองผู้บริโภคในหลายประเด็น ยกตัวอย่างเช่น กรณีการให้บริการ

สินเชื่อบ้านและที่ดินที่ไม่ชัดเจน ซึ่งเกิดจากการทำสัญญาที่ไม่เป็นธรรมและเอาเปรียบผู้บริโภคของบริษัท ศรีสวัสดิ์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัท ศรีสวัสดิ์ พาวเวอร์ 2014 จำกัด สภาองค์กรของผู้บริโภคได้จัดแถลงข่าวเพื่อสร้างการรับรู้และเท่าทันธุรกิจสินเชื่อดังกล่าวต่อสาธารณะ และแจ้งไปยังสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ให้พิจารณาตรวจสอบและดำเนินการตามกฎหมาย โดยทาง สคบ. ได้แจ้งให้ทั้ง 2 บริษัทเข้าพบ เพื่อชี้แจงข้อเท็จจริงและตรวจสอบสัญญากู้ยืมเงินที่ทำกับผู้บริโภคและจากกรณีนี้ สภาองค์กรของผู้บริโภคได้ทำข้อเสนอส่งให้กระทรวงการคลัง และธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ในการกำกับดูแลธุรกิจสินเชื่อบ้านและที่ดินไม่ชัดเจนอย่างจริงจัง ทั้งเรื่องสัญญาต้องเป็นไปตามมาตรฐาน ความถูกต้องของการโฆษณา การให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรม ตามมาตรฐานทางจริยธรรมของบริษัท รวมไปถึงการห้ามขายประกันพ่วงด้วย

กรณีเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับภัยคุกคามทางออนไลน์ เช่น บริการส่งข้อความสั้น (เอสเอ็มเอส) เพื่อหลอกลวงการให้เงินกู้ออนไลน์ที่ผิดกฎหมาย การพนันออนไลน์ เป็นต้น ที่มีจำนวนมากและได้ร้องเรียนมายังมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค (มพบ.) ซึ่งเป็นหน่วยงานประจำจังหวัดกรุงเทพมหานครของสภาองค์กรของผู้บริโภค มพบ. จึงจัดตั้งช่องทางร้องเรียนทางไลน์ เพื่อรับร้องเรียนกรณีนี้โดยเฉพาะ และนำข้อมูลทั้งหมดมาสังเคราะห์จัดทำข้อเสนอไปยังคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ให้ดำเนินการบล็อกเอสเอ็มเอส ที่มีเนื้อหาหลอกลวงทั้งหมด และเอาผิดบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายมือถือที่เข้าข่ายการเอาเปรียบผู้บริโภค หากไม่สามารถบล็อกเอสเอ็มเอสหลอกลวงได้

นอกจากนี้ สภาองค์กรของผู้บริโภคได้ลงนามในบันทึกข้อตกลงด้วยความร่วมมือในการดำเนินคดี และประสานข้อมูลเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคจากการซื้อขายออนไลน์กับ สคบ. สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กรมบังคับคดี สำนักงานตำรวจแห่งชาติ และศาลยุติธรรม ซึ่งศาลยุติธรรมได้มีการตั้งแผนกคดีซื้อขายออนไลน์ในศาลแพ่งเพื่ออำนวยความสะดวกผู้บริโภคอีกด้วย

จากการร้องเรียนของผู้บริโภค สภาองค์กรของ

ผู้บริโภคได้พัฒนาและเผยแพร่ชุดความรู้เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถคุ้มครองสิทธิของตนเองได้ อาทิ 1) ต้องการยกเลิกการทำประกันภัย หลังจากพบว่าถูกหลอกทำประกันภัยทางโทรศัพท์ 2) วิธีสังเกตมิฉฉฉฉ หลอกลงทุนออนไลน์ 3) โอนเงินผิดบัญชีต้องทำอะไร 4) จอจ้อบ้าน แต่ “กูไม่ผ่าน” เงินที่จ่ายต้องคืน 5) การขอยกเลิกสัญญาเมื่อผู้รับเหมาใช้วัสดุผิดแบบ และ 6) ลูกเสียชีวิตหลังคลอด เรียกร้องอะไรได้บ้าง เป็นต้น

การยุติเรื่องร้องเรียนของ สภาองค์กรของผู้บริโภค

แนวทางและกระบวนการดำเนินการ เพื่อยุติเรื่องร้องเรียนของสภาองค์กรของผู้บริโภค คือ การเข้าไปช่วยผู้ร้องเรียนให้สามารถเจรจาไกล่เกลี่ยกับผู้ถูกร้อง และหาข้อตกลงร่วมกันให้ได้ ตัวอย่างแนวทางการยุติเรื่องร้องเรียนของสภาองค์กรของผู้บริโภค มีกรณีแนวทางที่สามารถนำไปปรับใช้กับปัญหาลักษณะเดียวกันในอนาคต ดังนี้

- **กรณีโรงพยาบาลรักษาไม่ได้มาตรฐาน** มารดาของผู้ร้องเรียนเข้ารับการรักษาที่โรงพยาบาลราชพิพัฒน์ เพราะบาดเจ็บจากการหกล้ม และต้องรับการรักษาต่อเนื่องหลายครั้ง แต่อาการไม่หายขาด จนกระทั่งครั้งหลังสุด มารดากลับบ้านทั้งที่มีเข็มน้ำเกลือติดอยู่ที่แขน

เมื่อได้รับร้องเรียนกรณีดังกล่าว สภาองค์กรของผู้บริโภคได้ทำหนังสือถึงโรงพยาบาลแห่งนั้น เพื่อขอให้โรงพยาบาลปฏิบัติตามมาตรฐานการดูแลผู้ป่วย ซึ่งได้รับการตอบกลับจากโรงพยาบาลว่าได้ตรวจรักษามารดาของผู้ร้องเรียนใหม่อีกครั้งแล้ว และในส่วนของกรณีเข็มน้ำเกลือที่แขนผู้ป่วยนั้น คณะกรรมการบริหารจัดการความเสี่ยงของโรงพยาบาลกำลังสอบสวนและแก้ไขเชิงระบบให้ตามที่ร้องเรียน

ในกรณีนี้ ผู้ร้องเรียนแจ้งว่าเข้ารับการรักษาโดยใช้สิทธิบัตรทอง สภาองค์กรของผู้บริโภคจึงได้สำเนาหนังสือถึงสำนักหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ (สปสช.) เพื่อขอให้ สปสช. ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพมาตรฐานการบริการของโรงพยาบาลเพื่อให้เกิดการพัฒนาและผู้ป่วยได้รับการบริการที่มีคุณภาพ ซึ่ง สปสช. ได้มีหนังสือแจ้งผลการตรวจสอบว่าโรงพยาบาลอาจให้การดูแลรักษาผู้ป่วยไม่เป็นไปตามมาตรฐานการให้บริการสาธารณสุขที่กำหนดไว้ จึงเสนอเรื่องต่อคณะกรรมการควบคุมคุณภาพและมาตรฐานบริการสาธารณสุขให้พิจารณาต่อไป ในกรณีนี้ สภาองค์กรของผู้บริโภคได้แนะนำให้ผู้ร้องเรียนยื่นเรื่องขอรับเงินช่วยเหลือและเยียวยา เพราะได้รับความเสียหายจากการบริการของโรงพยาบาลดังกล่าวตามสิทธิได้ไม่เกิน 100,000 บาท

- **กรณีสัญญาซื้อกองทุน** ผู้ร้องเรียนได้ยื่นเรื่องร้องเรียนว่า ได้ทำสัญญาซื้อกองทุนกับธนาคารกสิกรไทย โดยมีความประสงค์จะซื้อกองทุนที่มีความเสี่ยงต่ำ แต่เจ้าหน้าที่ธนาคารทำงานผิดพลาดด้วยการซื้อกองทุนที่ตนไม่ประสงค์ซื้อ จนทำให้เกิดภาวะขาดทุน ผู้ร้องเรียนจึงต้องการให้ธนาคารคืนเงินให้ครบตามจำนวน 18,000,000 บาท ซึ่งลงทุนซื้อกองทุนไป



สภาองค์กรของผู้บริโภค ได้ประสานกับธนาคารแห่งนั้น เพื่อให้ดำเนินการแก้ไขปัญหาให้กับผู้ร้องเรียน และประสานไปยังสำนักงานใหญ่ของธนาคาร เพื่อแจ้งพฤติกรรมของพนักงานธนาคารที่แก้ไขพอร์ตการลงทุนโดยไม่แจ้งให้ลูกค้าทราบ และไม่แก้ไขปัญหาเมื่อลูกค้าแจ้งเรื่องดังกล่าว ราวหนึ่งเดือนหลังจากดำเนินการ ธนาคารแจ้งการคืนเงินให้กับผู้ร้องเรียน และขอให้ทางสภาองค์กรของผู้บริโภคยุติเรื่องร้องเรียน

• **กรณีถูกบีบบังคับให้ซื้อสินค้า** ผู้ร้องเรียนตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวจากบูธในห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่ง พนักงานชี้แจงราคาตามแพ็คเกจจำนวน 6,375 บาท แต่ขณะที่เลือกชมผลิตภัณฑ์ พนักงานได้ชักชวนให้ซื้อผลิตภัณฑ์ชนิดอื่น ๆ และให้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์พร้อมนำบัตรเครดิตไปรูดซื้อเพิ่มอีกจำนวน 99,999 บาท รวมเป็นเงิน 106,374 บาท ซึ่งผู้ร้องเรียนเห็นว่าเป็นการบีบบังคับให้ผู้ร้องซื้อโดยไม่ยินยอม

สภาองค์กรของผู้บริโภคได้ประสานบริษัทผลิตภัณฑ์ เพื่อให้แก้ไขปัญหกับผู้บริโภค โดยจัดให้มีการเจรจาไกล่เกลี่ย ซึ่งได้ข้อตกลงให้ผู้ร้องคืนสินค้าบางส่วน และบริษัทคืนเงินเข้าบัตรเครดิตตามจำนวนเงินที่ถูกหว่านล้อมบังคับซื้อ

• **กรณีลี้ภัยลอบหนีในไอศกรีมและเข้าสู่ร่างกาย** มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค (มพบ.) ได้รับเรื่องร้องเรียน ว่าผู้ร้องได้ซื้อไอศกรีมยี่ห้อสวนสวรรค์ สาขาโลตัสพระราม 1 เมื่อทานแล้ว พบพลาสติกและซิลยางที่เสื่อมคุณภาพปนในไอศกรีม และหลุดเข้าไปในทางเดินอาหาร เกิดอาการระคายเคือง แสบ และเจ็บปวดตามลำตัว จึงเข้ารับการรักษาที่โรงพยาบาล ซึ่งแพทย์แนะนำให้รื้อร่างกายขับถ่ายออกมาเอง ผู้ร้องจึงจำเป็นต้องพักรักษาตัว เพราะเป็นไข้ป่วยจากอาการเจ็บป่วยนี้เป็นระยะเวลา 11 วัน สูญเสียรายได้ประมาณ 2-3 แสนบาท ผู้ร้องเรียนได้ส่งหนังสือเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนไปยังตัวแทนบริษัทไอศกรีม แต่ตัวแทนบริษัทตอบกลับว่ายินยอมจ่ายเงินจำนวน 20,000 บาทเป็นค่ารักษาพยาบาล และปฏิเสธการจ่ายค่าชดเชยรายได้

มพบ. ได้ติดต่อบริษัทประกันภัยในฐานะผู้รับประกันภัยของบริษัทผู้ผลิตไอศกรีมเพื่อนัดเจรจา โดยผู้แทนบริษัทประกันภัยของบริษัทไอศกรีม ได้ตกลงจ่ายค่าเสียหายแก่ผู้ร้องเรียนเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 40,000 บาท ผู้ร้องเรียนตกลงรับข้อเสนอดังกล่าว

• **กรณีบริษัทสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ไม่ทำตามสัญญา** มีผู้ร้องเรียนต่อหน่วยงานประจำจังหวัดเชียงรายว่า เป็นผู้ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์กับบริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงราย วงเงินกู้ 204,200 บาท โดยผ่อนชำระเป็นรายเดือนเดือนละ 5,445 บาท ในสัญญาระบุการผ่อนชำระจำนวน 60 งวด ผู้ร้องเรียนได้ชำระเป็นรายเดือนจนครบ 60 งวด และรอการโอนกรรมสิทธิ์ แต่บริษัทกลับแจ้งว่า สัญญาที่ทำไว้ คือ 66 งวด ต้องชำระให้ครบถึงจะโอน

หน่วยงานประจำจังหวัดเชียงราย ได้รวบรวมเอกสารหลักฐาน ทารื้อกับทนายความ และออกหนังสือแจ้งบริษัทฯ โดยยืนยันตามเอกสารหลักฐานการเช่าซื้อที่ผู้ร้องเรียนมีอยู่ ต่อมาได้รับแจ้งจากผู้ร้องเรียนว่าได้รับใบคู่มือจดทะเบียนเพื่อโอนกรรมสิทธิ์จากบริษัทฯ แล้ว เรื่องร้องเรียนนี้จึงยุติลง



• **กรณีการเคลมประกันภัยล่าช้า** หน่วยงานประจำจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้รับเรื่องร้องเรียนว่าไม่ได้รับการชดเชยค่าเสียหายจากบริษัท อาคเนย์ประกันภัย จำกัด กรณีรถยนต์หลุดโค้งพุ่งชนบ้านจนได้รับความเสียหายจำนวนมาก จึงขอให้ช่วยดำเนินการเพื่อให้มีการชดเชยความเสียหายแก่ผู้ร้องเรียน

หน่วยงานประจำจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้ทำหนังสือขอความร่วมมือจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) สาขาประจวบคีรีขันธ์ ให้ช่วยดำเนินการติดตามบริษัทดังกล่าวมาชดเชยค่าเสียหายให้กับผู้ร้องเรียน ซึ่ง คปภ. สาขาประจวบคีรีขันธ์ ได้ประสานกับบริษัทดังกล่าว และเร่งรัดจนทางบริษัทติดต่อผู้ร้องขอชดเชยความเสียหายให้จำนวน 220,000 บาท

• **กรณีขอคืนค่าคอร์สทรีตเมนต์ใบหน้า** ผู้ร้องเรียนได้ร้องเรียนผ่านมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค และหน่วยงานประจำจังหวัดสงขลา รับเรื่องร้องเรียนต่อเพราะเหตุเกิดในจังหวัดสงขลา โดยผู้ร้องเรียนระบุว่า ได้ตกลงซื้อคอร์สทรีตเมนต์ใบหน้ากับคลินิกเสริมความงาม “เดอะชาร์ส คลินิก” ที่จัดบูธขายสินค้าในห้างสรรพสินค้าเซนทรัล เฟสติวัล อำเภอหาดใหญ่ หลังจากทำทรีตเมนต์ ผู้ร้องเรียนพบว่าผิวหนังเกิดผดผื่น วันถัดมาผู้ร้องเรียนจึงไปที่คลินิกเสริมความงามแห่งนั้นเพื่อขอคืนเงินค่าคอร์ส จำนวน 15,000 บาท แต่ทางคลินิกปฏิเสธ

หน่วยงานประจำจังหวัดสงขลา จึงส่งเรื่องร้องเรียนไปยังห้างสรรพสินค้าแห่งนั้น ให้จัดการแก้ไขปัญหาให้กับผู้ร้องเรียน เนื่องจากห้างดังกล่าวเป็นเจ้าของสถานที่ให้เช่าเปิดคลินิก ในขณะเดียวกันผู้ร้องเรียนได้ร้องเรียนไปที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) จังหวัดสงขลาด้วย แต่เมื่อ สคบ. จัดการไกล่เกลี่ยออนไลน์ก็ไม่เกิดข้อยุติเพราะคู่กรณีไม่เข้ามาเจรจา และพบว่าบันทึกการเจรจาไกล่เกลี่ยมีข้อเท็จจริงที่คลาดเคลื่อน หน่วยงานประจำจังหวัดสงขลา จึงทำหนังสือโต้แย้งบันทึกข้อเท็จจริงการไกล่เกลี่ยครั้งนั้น ต่อมามีการไกล่เกลี่ยโดยคณะกรรมการ สคบ. จังหวัดสงขลา หน่วยงานประจำจังหวัดสงขลาจึงเข้าไปช่วยผู้ร้องในการไกล่เกลี่ยครั้งนี้ ทั้งด้านข้อมูลหลักฐานและข้อกฎหมายจนคู่กรณียินยอมที่จะจ่ายเงินคืนแก่ผู้ร้องเรียนจำนวน 13,330.30 บาท

• กรณีการแบ่งค่าสินไหมทดแทนจากรถโดยสาร

ประจำทางประสบอุบัติเหตุ หน่วยงานประจำจังหวัดร้อยเอ็ดได้รับเรื่องร้องเรียน ว่าลูกสาวของผู้ร้องได้ประสบอุบัติเหตุเสียชีวิตที่จังหวัดสระบุรีจากการโดยสารรถโดยสารประจำทางของ บริษัท สหพันธ์ร้อยเอ็ดทัวร์ จำกัด สายกรุงเทพ-สุพรรณภูมิ และมีปัญหาเรื่องการแบ่งค่าสินไหมทดแทน เนื่องจากผู้ร้องได้รับแจ้งว่าจะได้รับค่าสินไหมจากบริษัท อลิอันซ์ อยุธยา ประกันภัย จำนวน 1,100,000 บาท และได้โอนเข้าบัญชีของตนแล้ว จำนวน

600,000 บาท แต่ส่วนที่เหลือโดนอายัดไว้ เนื่องจากอดีตสามีของลูกสาวที่หย่าร้างไปแล้ว ได้เรียกร้องส่วนแบ่งจากเงินสินไหม โดยอดีตสามีได้ส่งจดหมายแจ้งไปยังผู้ร้อง ว่าให้แบ่งเงินสินไหมก้อนแรก จำนวน 300,000 บาทภายใน 3 วัน ถ้าไม่แบ่งก็จะดำเนินคดี และผู้ร้องมีหนังสือไปยังบริษัทประกันภัย เพื่อเรียกร้องสิทธิขอรับส่วนแบ่ง โดยแจ้งสิทธิความเป็นบิดาของผู้เสียชีวิต บริษัทประกันภัย จึงระงับการจ่ายในส่วนที่สองอีก 500,000 บาท

หน่วยงานประจำจังหวัดร้อยเอ็ด ได้ขอคำปรึกษาจากทนายประจำหน่วย และทีมทนายจากสภาองค์กรของผู้บริโภค ต่อมาได้นัดหมายผู้ร้องเพื่อรวบรวมเอกสารหลักฐาน พร้อมทั้งหารือกับทนายประจำหน่วยเพื่อหาแนวทางแก้ไขปัญหา โดยได้พาผู้ร้องเข้าพบขอคำปรึกษาจากอัยการจังหวัด จากนั้นหน่วยงานประจำจังหวัดร้อยเอ็ด ได้ทำหนังสือเชิญผู้เกี่ยวข้องทั้ง 3 ฝ่ายที่มีข้อพิพาท เพื่อเข้าสู่กระบวนการไกล่เกลี่ย

ผลการไกล่เกลี่ยข้อพิพาททั้ง 3 ฝ่าย คือ ผู้คัดค้านเรียกร้องสิทธิความเป็นบิดาของผู้เสียชีวิต ซึ่งขอส่วนแบ่งเป็นจำนวนเงิน 300,000 บาทนั้น ผู้ร้องยินยอมจ่ายเงินให้แก่ผู้คัดค้านนี้ จำนวน 90,000 บาท ซึ่งผู้คัดค้านยินยอมยกคำร้องคัดค้านต่อบริษัทประกันภัย ทำให้บริษัทประกันภัยพร้อมจ่ายเงินสินไหมส่วนที่เหลือให้กับผู้ร้อง ครบตามสิทธิทั้งหมดเป็นเงิน 1,100,000 บาท โดยคู่กรณีได้จัดทำบันทึกข้อตกลง และลงลายมือรับรอง ณ สำนักงานอัยการจังหวัดร้อยเอ็ด



แนวร่วม : พลังหน่วยงานประจำจังหวัด รวมพลังองค์กรสมาชิก

การคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทย มีหน่วยงานภาครัฐทำหน้าที่อยู่หลายหน่วยงาน ตามขอบเขตอำนาจหน้าที่ที่กฎหมายกำหนด เช่น สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) คุ้มครองผู้บริโภคในประเด็นอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์เสริมอาหารต่าง ๆ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ดูแลการคุ้มครองผู้บริโภคที่ไม่มีหน่วยงานหรือองค์กรของรัฐอื่นได้รับผิดชอบ แต่ด้วยความเป็นหน่วยงานรัฐ การคุ้มครองผู้บริโภคที่ต้องประสานงาน หรือเร่งรัดหน่วยงานรัฐด้วยกันจึงเป็นไปได้ยาก เมื่อประสบปัญหาถูกเอาเปรียบ ประชาชนที่หวังพึ่งพาจึงไม่ได้รับการคุ้มครองทันเวลา การเกิดขึ้นของสภาองค์กรของผู้บริโภคซึ่งเป็นการรวมตัวขององค์กรของผู้บริโภคทั่วประเทศ จึงเป็นการปิดจุดอ่อนงานคุ้มครองผู้บริโภคแบบเดิมสู่กลไกงานคุ้มครองผู้บริโภคโดยภาคประชาชนด้วยตัวเอง เพื่อปกป้องสิทธิประโยชน์ของผู้บริโภคทุกคนครอบคลุมทุกด้าน มุ่งสู่การมีคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชน

สภาองค์กรของผู้บริโภคได้จัดตั้งหน่วยงานเขตพื้นที่รับผิดชอบงานคุ้มครองผู้บริโภคระดับภูมิภาค และมีหน่วยงานประจำจังหวัดรับผิดชอบงานคุ้มครองผู้บริโภคในจังหวัด โดยหน่วยงานประจำจังหวัดทำหน้าที่สร้างพลังเครือข่ายองค์กรของผู้บริโภคสนับสนุนการรวมตัวและช่วยเหลือองค์กรของผู้บริโภค รวมถึงเสริมศักยภาพให้ผู้ปฏิบัติงานคุ้มครองผู้บริโภคในระดับจังหวัดให้สามารถแก้ไขเรื่องร้องเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และขยายขอบเขตงานคุ้มครองผู้บริโภคให้ครอบคลุมทุกด้าน นับเป็นการสร้างกลไกการทำงานแบบใหม่ในงานคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชนอย่างแท้จริง

เสริมพลังเครือข่าย สร้างทักษะงานคุ้มครองผู้บริโภคทุกด้าน

เมื่อจังหวัดใดจังหวัดหนึ่งมีองค์กรของผู้บริโภคที่เป็นสมาชิกสภาองค์กรของผู้บริโภคไม่น้อยกว่า 5 องค์กร โดยมีการเลือกตั้งที่มีคุณสมบัติตามที่กำหนดและเป็นที่ยอมรับของสมาชิกสภาองค์กรของผู้บริโภคในจังหวัด จะได้รับการพิจารณาจากคณะกรรมการนโยบายสภาองค์กรของผู้บริโภค (กนย.) เพื่อมอบหมายให้ทำหน้าที่เป็น ‘หน่วยงานประจำจังหวัด’ มีภารกิจประสานเครือข่ายภาคีงานคุ้มครองผู้บริโภคภายในจังหวัด และเป็นกลไกพื้นที่ในการทำงานร่วมกับสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค เพื่อเป็นตัวแทนของผู้บริโภคทุกด้าน ดำเนินงานคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว เท่าทันสถานการณ์ และสอดคล้องกับบริบทพื้นที่ที่แตกต่างกันในแต่ละจังหวัด เนื่องจากหน่วยงานประจำจังหวัด สามารถประสานความร่วมมือ เสนอแนะ หรือเร่งรัดหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ให้ดำเนินการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในพื้นที่ได้อย่างรวดเร็ว

ทั้งนี้ หน่วยงานประจำจังหวัดจะมีบทบาทหน้าที่ร่วมกับสภาองค์กรของผู้บริโภค เพื่อช่วยให้สมาชิกและองค์กรของผู้บริโภคในจังหวัดได้รับการพัฒนาทักษะและเพิ่มพูนความรู้ รวมถึงเสริมศักยภาพในงานคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้แกนนำขององค์กรสมาชิกและเจ้าหน้าที่รุ่นใหม่ ๆ ของหน่วยงานประจำจังหวัดสามารถดำเนินงานคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคได้อย่างมืออาชีพ

นอกจากนั้น หน่วยงานประจำจังหวัดยังมีการกิจสำคัญในการทำงานร่วมกับสภาองค์กรของผู้บริโภค เพื่อเสริมศักยภาพและสนับสนุนให้องค์กรของผู้บริโภคในแต่ละจังหวัด มีโอกาสได้พัฒนาและยกระดับมาตรฐาน



• เครือข่ายผู้บริโภค อ. ควนเนียง จ. สงขลา จัดประชุมเครือข่ายอำเภอควนเนียง ฝึกกระบวนการวิเคราะห์ปัญหาร้องเรียนผู้บริโภคในพื้นที่ และเตรียมความพร้อมในการเป็นหน่วยรับเรื่องร้องเรียน

การดำเนินงานขององค์กรเพื่อให้มีคุณสมบัติและองค์ประกอบครบถ้วนในการยื่นขอจดทะเบียนสถานะความเป็นองค์กรของ ผู้บริโภคเพื่อให้สามารถขึ้นทะเบียน ออก.3 เลื่อนสถานะเป็นองค์กรของผู้บริโภคได้ตามกฎหมาย ซึ่งจะช่วยให้มีสิทธิ สมัครเข้าเป็นสมาชิกสภาองค์กรของผู้บริโภคต่อไป หน่วยงานประจำจังหวัดจึงมีบทบาทสำคัญร่วมกับสภาองค์กรของ ผู้บริโภคในการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับองค์กรของผู้บริโภค พร้อม ๆ กับเสริมพลังเครือข่ายผู้บริโภคและภาคี เพื่อสามารถทำหน้าที่คุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคในพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในปี 2565 ซึ่งเป็นปีที่สองบนเส้นทางก่อร่างสร้างรากฐานที่แข็งแกร่งให้กับสภาองค์กรของผู้บริโภค หน่วยงาน ประจำจังหวัดที่เกิดขึ้นแล้ว 14 แห่ง ได้ทำหน้าที่เป็นศูนย์รวมแห่งพลังของผู้บริโภคในระดับจังหวัด ซึ่งได้สะสม ประสพการณ์ ความเชี่ยวชาญ ให้ความพร้อมที่จะก้าวไปสู่การเป็นองค์กรมืออาชีพ เพื่อสนับสนุนสมาชิก องค์กรน้องใหม่ และองค์กรที่มีประสบการณ์น้อยกว่า ให้สามารถขับเคลื่อนงานคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคในพื้นที่ได้อย่างเข้มแข็ง นับเป็นอีกหนึ่งกลไกการทำงานร่วมกับสภาองค์กรของผู้บริโภค ภายใต้โครงสร้างใหญ่ที่มีหน่วยงานเขตพื้นที่ของสภาองค์กร ของผู้บริโภค ใน 5 เขต และองค์กรของผู้บริโภค 269 องค์กร ครอบคลุม 39 จังหวัด โดยมีสำนักงานสภาองค์กรของ ผู้บริโภคในส่วนกลาง ทำหน้าที่ให้การสนับสนุนและเสริมสร้างศักยภาพที่จำเป็นอย่างต่อเนื่อง





ผลงานเด่นของหน่วยงานประจำจังหวัด

หน่วยงานประจำจังหวัด ได้รับงบประมาณสนับสนุนด้านบุคลากรและการบริหารจัดการสำนักงานจำนวนหนึ่งจากสภาองค์กรของผู้บริโภค เพื่อให้สามารถปฏิบัติการกิจกรรมและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคในฐานะตัวแทนสภาองค์กรของผู้บริโภคและในฐานะตัวแทนผู้บริโภคด้วย ตัวอย่างผลงานเด่นของหน่วยงานประจำจังหวัดในปีงบประมาณ 2565 มีดังต่อไปนี้

- **การจัดทำข้อเสนอให้กับหน่วยงานของรัฐในระดับจังหวัด** เป็นงานเชิงรุกเพื่อยุติปัญหาของผู้บริโภคที่เกิดขึ้นซ้ำซาก และหน่วยงานประจำจังหวัดจำเป็นต้องขอความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยการทำข้อตกลงร่วมกัน การปรับแก้และการบังคับใช้กฎหมาย หรือเร่งรัดการดำเนินการตามหน้าที่ เพื่อช่วยให้ปัญหาของผู้บริโภคยุติลงโดยเร็ว ยกตัวอย่างเช่น

หน่วยงานประจำจังหวัดร้อยเอ็ด ขับเคลื่อนประเด็นการใช้ยาปฏิชีวนะในฟาร์มปศุสัตว์ โดยจัดทำบันทึกข้อตกลงในการขับเคลื่อนการดำเนินงานร่วมกับหน่วยงานรัฐในระดับจังหวัด รวมถึงจัดทำแนวทางกำกับการใช้ยาปฏิชีวนะในการเลี้ยงสัตว์ พัฒนาศักยภาพผู้ปฏิบัติงาน และเจ้าของฟาร์ม และเฝ้าระวังเชิงเนื้อ/เนื้อสัตว์ในฟาร์ม

หน่วยงานประจำจังหวัดลำปาง ได้เฝ้าระวังผลิตภัณฑ์น้ำดื่มที่ปลอดภัยจากตู้หยอดเหรียญ และทำงานร่วมกับองค์กรส่วนปกครองท้องถิ่น (อปท.) จำนวน 9 แห่ง โดยมีเป้าหมายที่สำคัญ คือ การผลักดันให้ อปท. มีเทศบัญญัติในการควบคุมกิจการที่อันตรายต่อสุขภาพ (ตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญ) ในปีงบประมาณ 2565 มีเทศบาลที่ประกาศใช้เทศบัญญัติในการควบคุมกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ (ตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญ) จำนวน 3 แห่ง และอีก 6 เทศบาลกำลังยกร่างเทศบัญญัติ และจัดทำกระบวนการต่าง ๆ ก่อนที่จะประกาศใช้ต่อไป

หน่วยงานประจำจังหวัดสตูล ได้กำหนดประเด็นขับเคลื่อน ‘การติดป้ายราคาสินค้าและบริการ’ โดยเสนอให้พาณิชย์จังหวัดสตูล ทำงานร่วมกับตลาดนัดต่าง ๆ ในพื้นที่ ติดตั้งป้ายประชาสัมพันธ์กฎหมายว่าด้วยเรื่องป้ายราคาและร่วมกับ อปท. ไปตรวจสอบตลาดนัด และทำความเข้าใจกับเจ้าของตลาดนัดในประเด็นการติดป้ายราคาของแม่ค้าในตลาดนัด

- **การตรวจสอบ ติดตาม เฝ้าระวัง แจ้งเตือนภัยสินค้าหรือบริการที่อาจกระทบต่อสิทธิของผู้บริโภคหรืออาจก่อให้เกิดความเสียหายหรือเกิดความเสียหายแก่ผู้บริโภคในระดับจังหวัด** เป็นงานเชิงป้องกัน และติดต่อการรู้เท่าทันผู้ประกอบการให้กับผู้บริโภคโดยการให้ข้อมูลที่ทันต่อสถานการณ์ ได้แก่

หน่วยงานประจำจังหวัดกรุงเทพมหานคร ร่วมกับนักวิชาการ ได้ทดสอบสินค้าในท้องตลาด 3 ชนิด คือ สารทาลาทในกล่องบรรจุภัณฑ์พลาสติกใส่อาหาร สารเคมีเกษตรตกค้างในส้มและน้ำส้มในภาชนะบรรจุพลาสติก และการทดสอบอะครีลาไมด์ในกาแฟ และได้นำผลการทดสอบรายงานต่อสาธารณะ และจัดทำเป็นสื่อเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ของมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค นิตยสารฉลาดซื้อ และสื่อกระแสหลัก

หน่วยงานประจำจังหวัดพะเยา ได้ขอความร่วมมือสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดพะเยา เพื่อแจ้งเตือนภัยยาจุดกันยุงที่มีฉลากภาษาจีน เพราะเป็นสินค้าที่ไม่ได้รับอนุญาต และเป็นสินค้าที่มีส่วนผสมของสารเคมีกำจัดแมลงกลุ่มไพรีทรอยด์ ซึ่งเป็นวัตถุอันตรายและยังไม่ได้รับการขึ้นทะเบียนจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) และให้แกนนำผู้บริโภคเฝ้าระวังในพื้นที่ของตนเอง หากพื้นที่ใดพบสินค้าต้องห้ามดังกล่าว ให้แจ้งเรื่องมายังหน่วยงานประจำจังหวัด เพื่อแจ้งหน่วยงานที่รับผิดชอบดำเนินการต่อไป

หน่วยงานประจำจังหวัดฉะเชิงเทรา ได้สำรวจสถานการณ์ปัญหาผู้บริโภคในประเด็นสินค้าและบริการต่าง ๆ ในจังหวัดจำนวน 3 ครั้ง โดยเฉพาะการซื้อขายสินค้าและบริการออนไลน์ในสถานการณ์โควิด 19 ซึ่งปัญหาที่พบมาก ได้แก่ สินค้าหรือบริการที่ได้รับไม่ตรงตามโฆษณา ค่าจัดส่งแพงเกินไป และผู้จัดส่งไม่อนุญาตให้เปิดเช็คสินค้าก่อนจ่ายเงินหรือเซ็นรับ ดังนั้น หน่วยงานประจำจังหวัดฉะเชิงเทรา จึงได้แจ้งเตือนภัยผ่านเพจเฟซบุ๊กของหน่วยงานฯ เช่น พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ชื้อขายออนไลน์อย่างไรไม่ให้ถูกโกง ประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันที่สามารถเช็คเบอร์มิจากซีพีได้ และแจ้งเตือนกลลวงโจรออนไลน์ เป็นต้น

หน่วยงานประจำจังหวัดเชียงใหม่ ได้เฝ้าระวังผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เป็นอันตรายในชุมชน และตรวจพบว่า ‘ยาพิษเส้นตรงแดง’ มีสารสเตียรอยด์ จึงร่วมมือกับสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ และแกนนำในพื้นที่ ให้ข้อมูลเตือนภัยกับประชาชน และได้ประชาสัมพันธ์แจ้งเตือนผู้บริโภคผ่านสื่อท้องถิ่น และเว็บไซต์ของสภาองค์กรของผู้บริโภคด้วย หลังจากนั้น สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ได้แถลงข่าวร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) และกองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค (บก.ปคบ.) ว่าได้เข้าไปทำลายแหล่งผลิตยาที่มีสารสเตียรอยด์แล้ว



- การรายงานการกระทำหรือการละเลยการกระทำอันมีผลกระทบต่อสิทธิของผู้บริโภค เป็นการจัดทำรายงานเพื่อเสนอต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ดำเนินการแก้ไขเชิงนโยบายต่อไป โดยในปี 2565 มีการดำเนินการในเรื่องนี้ของหลายหน่วยงานประจำจังหวัด ได้แก่

หน่วยงานประจำจังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้ร่วมมือกับเครือข่ายองค์กรของผู้บริโภคในจังหวัด เฝ้าระวังปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคและจัดทำรายงานสถานการณ์ของปัญหาจากการซื้อสินค้าออนไลน์ ในประเด็นการซื้อสินค้าแล้วไม่ได้รับสินค้า ซึ่งการร้องเรียนของผู้บริโภคในกรณีนี้มีความซับซ้อนยุ่งยาก และยังเกี่ยวพันกับความผิดเรื่องการโฆษณาเกินจริง เป็นต้น ซึ่งถือว่าเป็นการละเมิดสิทธิผู้บริโภค โดยข้อมูลจากรายงานดังกล่าว ได้นำไปพัฒนาเป็นข้อเสนอเชิงนโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับจังหวัดและนำเสนอต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป

หน่วยงานประจำจังหวัดกรุงเทพมหานครและเครือข่าย ได้ร่วมกันสำรวจตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญจำนวน 1,530 ตู้ในพื้นที่ 33 เขต พบว่าร้อยละ 90 ไม่มีใบอนุญาต จึงรายงานต่อหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องและผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร เพื่อขอให้เร่งดำเนินการตรวจสอบตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญที่ไม่ปฏิบัติตามมาตรฐาน และให้ดำเนินการทางกฎหมายกับผู้ประกอบธุรกิจที่กระทำผิด รวมถึงการออก ‘ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่อง ควบคุมการประกอบกิจการตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญ’ เพื่อกำหนดหลักเกณฑ์การทำธุรกิจการติดตั้งตู้น้ำดื่มและให้กำหนดบทลงโทษด้วย

หน่วยงานประจำจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้ร่วมมือกับวิทยาลัยเทคนิคประจวบคีรีขันธ์ เก็บรวบรวมข้อมูลการร้องเรียนด้านอสังหาริมทรัพย์และที่อยู่อาศัย โดยจัดทำเป็นรายงานสถานการณ์ผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรรที่หลีกเลี่ยงการดำเนินการตามกฎหมายการจัดสรรที่ดิน พร้อมทั้งเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาและจัดทำมาตรการเชิงรุกต่อประเด็นที่เกิดขึ้น ไปยังผู้ว่าราชการจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อเสนอให้ดำเนินการปกป้องและคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคที่ไม่ได้รับความเป็นธรรม จากการดำเนินธุรกิจที่มุ่งหาแต่ผลประโยชน์และกำไรสูงสุดของผู้ประกอบธุรกิจบ้านจัดสรรที่ไม่ดำเนินการธุรกิจอย่างถูกต้องตามกฎหมาย

- การสนับสนุนการรวมตัวและช่วยเหลือองค์กรของผู้บริโภคภายในจังหวัดเพื่อรักษาประโยชน์ของผู้บริโภค การกึ่งในปี 2565 ส่วนใหญ่เป็นงานเสริมศักยภาพ และสร้างความเข้มแข็งให้กับสมาชิกและองค์กรของผู้บริโภค มีการดำเนินการในเรื่องนี้ของหลายหน่วยงานประจำจังหวัด ได้แก่

หน่วยงานประจำจังหวัดเชียงใหม่ ได้จัดประชุมชี้แจงการดำเนินงานตามภารกิจของหน่วยงานประจำจังหวัดให้องค์กรสมาชิกรับทราบอย่างต่อเนื่อง และมีการทำแผนการดำเนินงานร่วมกันด้วย นอกจากนี้ ได้จัดอบรมพัฒนาศักยภาพองค์กรสมาชิก เรื่องการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค และสนับสนุนให้องค์กรสมาชิกเขียนโครงการเพื่อขอรับการสนับสนุนงบประมาณจากสภาองค์กรของผู้บริโภคได้จำนวน 17 โครงการ

หน่วยงานประจำจังหวัดกาญจนบุรี ได้อบรมพัฒนาศักยภาพประเด็นการรับเรื่องร้องเรียน แก่แกนนำองค์กรสมาชิก ให้สามารถรับและแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนได้ และอบรมพัฒนาศักยภาพการใช้สื่อออนไลน์เพื่อสนับสนุนการคุ้มครองผู้บริโภคให้กับแกนนำองค์กรสมาชิก นอกจากนี้ ยังจัดเวทีความร่วมมือกับหน่วยงานในพื้นที่ ซึ่งช่วยให้องค์กรสมาชิกและองค์กรของผู้บริโภคเป็นที่รู้จักของหน่วยงาน องค์กรชุมชน และผู้นำในพื้นที่

หน่วยงานประจำจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้จัดประชุมทำความเข้าใจกับองค์กรสมาชิกในบทบาทหน้าที่การรับเรื่องร้องเรียน ระเบียบการเงิน และการจัดทำแผนดำเนินงานที่ชัดเจน เพื่อให้มีความสามารถในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในระดับจังหวัดได้ และหน่วยงานประจำจังหวัดยังทำหน้าที่เป็น “พี่เลี้ยง” ให้กับองค์กรสมาชิกให้สามารถดำเนินงานรับเรื่องร้องเรียนได้ โดยการให้คำปรึกษา ติดตาม หนุนเสริม และประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรสมาชิก

• **การร่วมมือกับองค์กรสมาชิกและองค์กรของผู้บริโภคอื่นในจังหวัดจัดตั้งสภาผู้บริโภคจังหวัด** โดยให้หน่วยงานประจำจังหวัดทำหน้าที่เป็นเลขานุการผลการดำเนินงานในปี 2565 พบว่าหน่วยงานประจำจังหวัดส่วนใหญ่สามารถจัดตั้งสภาผู้บริโภคระดับจังหวัดได้ ยกเว้น 2 แห่ง คือ กาญจนบุรีและสมุทรสงคราม เนื่องจากเพิ่งก่อตั้งหน่วยงานประจำจังหวัดในช่วงปลายปีงบประมาณ 2565 ตัวอย่างการจัดตั้งและการดำเนินงานของสภาองค์กรของผู้บริโภคในระดับจังหวัด ได้แก่

หน่วยงานประจำจังหวัดร้อยเอ็ด มีการจัดตั้ง ‘สภาผู้บริโภคจังหวัดร้อยเอ็ด’ โดยมีการจัดประชุมจำนวน 6 ครั้ง มีมติรับรองการประชุมหลายประเด็น เช่น คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการสภาผู้บริโภคจังหวัดร้อยเอ็ด และการรับรองแผนงานขับเคลื่อนนโยบายสาธารณะในระดับจังหวัด 3 ประเด็น คือ ประเด็นการใช้ยาปฏิชีวนะในฟาร์มการเกษตร ประเด็นยาปลอดภัยในชุมชน และประเด็นบริการสุขภาพ (กรณีคนไทยไร้สิทธิ) เป็นต้น

หน่วยงานประจำจังหวัดสงขลา ได้จัดตั้ง ‘สภาเครือข่ายองค์กรผู้บริโภคจังหวัดสงขลา’ ซึ่งมีสมาชิกของสภาองค์กรของผู้บริโภค และองค์กรของผู้บริโภคที่ยัง

ไม่เป็นสมาชิกแต่มีบทบาทดำเนินงานในพื้นที่ เข้าร่วมเป็นสมาชิกเพื่อร่วมพัฒนาสภาผู้บริโภคจังหวัดสงขลาให้เป็นพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และพัฒนาประเด็นงานคุ้มครองผู้บริโภคในจังหวัดสงขลา โดยมีกำหนดการประชุมร่วมกันทุก 3 เดือน

หน่วยงานประจำจังหวัดพะเยา ได้จัดตั้ง ‘สภาผู้บริโภคจังหวัดพะเยา’ และมีการประชุมเพื่อแลกเปลี่ยนประเด็นปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคในจังหวัดอย่างต่อเนื่อง ซึ่งพบว่าเรื่องที่มีการร้องเรียนมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ด้านการเงินและการธนาคาร ด้านสินค้าและบริการ และด้านอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ จึงได้แจ้งเตือนผู้บริโภคผ่านช่องทางของสภาผู้บริโภคจังหวัดพะเยา หน่วยงานประจำจังหวัด กลุ่มแกนนำ และสื่อประชาสัมพันธ์ของจังหวัด เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคได้มากที่สุด และมีการจัดตั้งคณะทำงานคุ้มครองผู้บริโภค 5 ด้าน ได้แก่ 1) คณะทำงานด้านการเงินและการธนาคาร 2) คณะทำงานด้านการขนส่งและยานพาหนะ 3) คณะทำงานด้านอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ 4) คณะทำงานด้านสินค้าและบริการทั่วไป และ 5) คณะทำงานด้านบริการสุขภาพ เพื่อพัฒนาแนวทางคุ้มครองผู้บริโภคในแต่ละด้านอย่างเข้มข้น

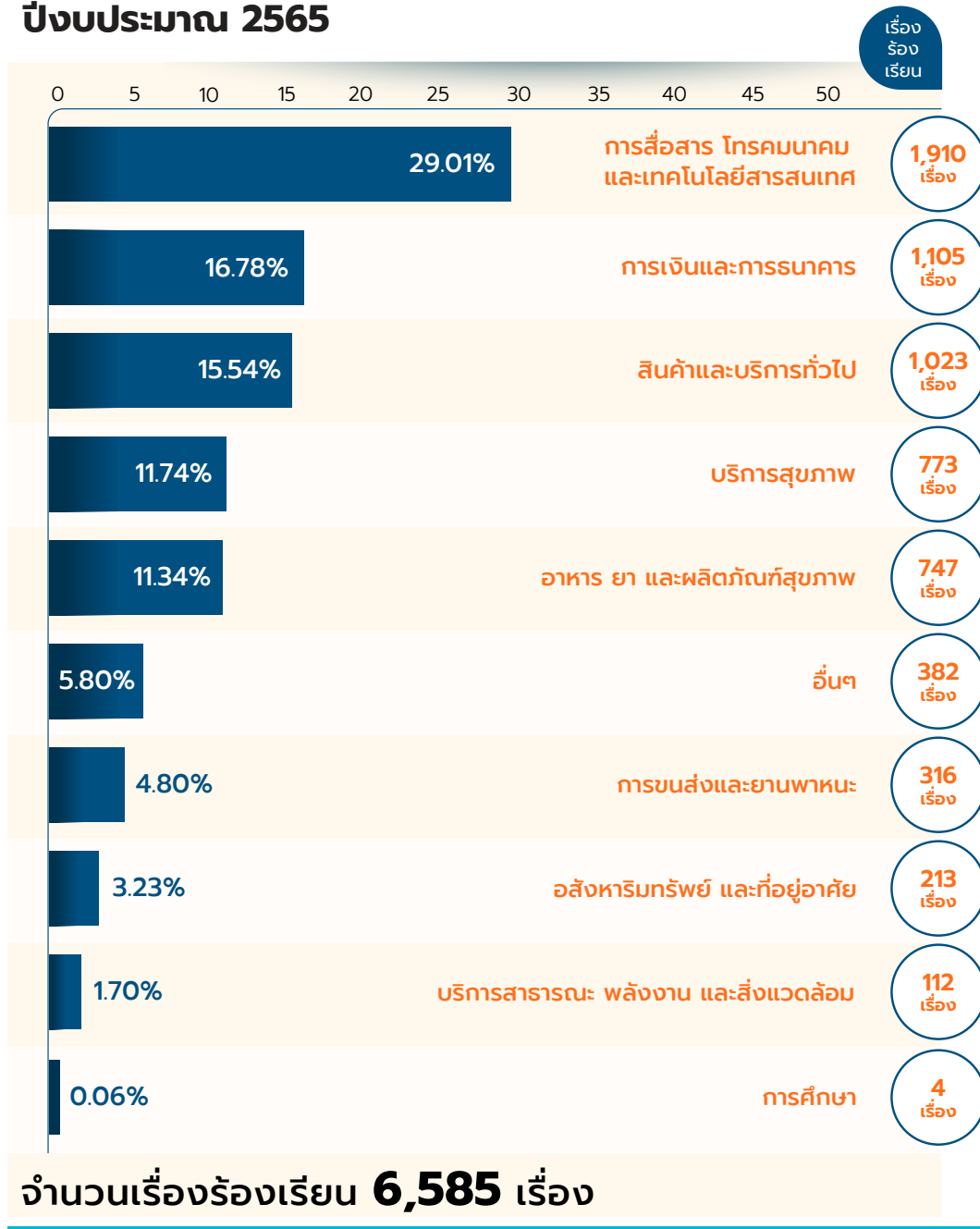
• **การรับเรื่องร้องเรียน หรือไกล่เกลี่ยข้อพิพาทเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค** เป็นงานช่วยเหลือผู้บริโภคที่พบปัญหาการละเมิดสิทธิ และต้องการการแก้ไขโดยเร็วที่สุด ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของงานคุ้มครองผู้บริโภค

หน่วยงานประจำจังหวัด 14 แห่ง และองค์กรสมาชิกจำนวน 269 องค์กร ที่กระจายอยู่ทั่วประเทศ ใน 39 จังหวัด มีภารกิจพื้นฐาน คือ การรับเรื่องร้องเรียน และดำเนินการแก้ไขปัญหา รวมถึงช่วยไกล่เกลี่ยเพื่อให้ผู้บริโภคที่ประสบปัญหาได้รับการเยียวยาหรือชดเชยโดยเร็ว โดยหน่วยงานประจำจังหวัด จะมีทนายความที่พร้อมช่วยเหลือผู้บริโภคด้วยการให้คำปรึกษา และแนะนำประเด็นทางกฎหมายที่เกี่ยวข้อง หรือในบางเรื่องที่มีการรับเรื่องเรียนไว้แล้ว ทนายความร่วมกับเจ้าหน้าที่หน่วยงานประจำจังหวัด จะให้คำปรึกษา และดำเนินการเจรจาไกล่เกลี่ยให้กับผู้ร้องเรียนด้วย

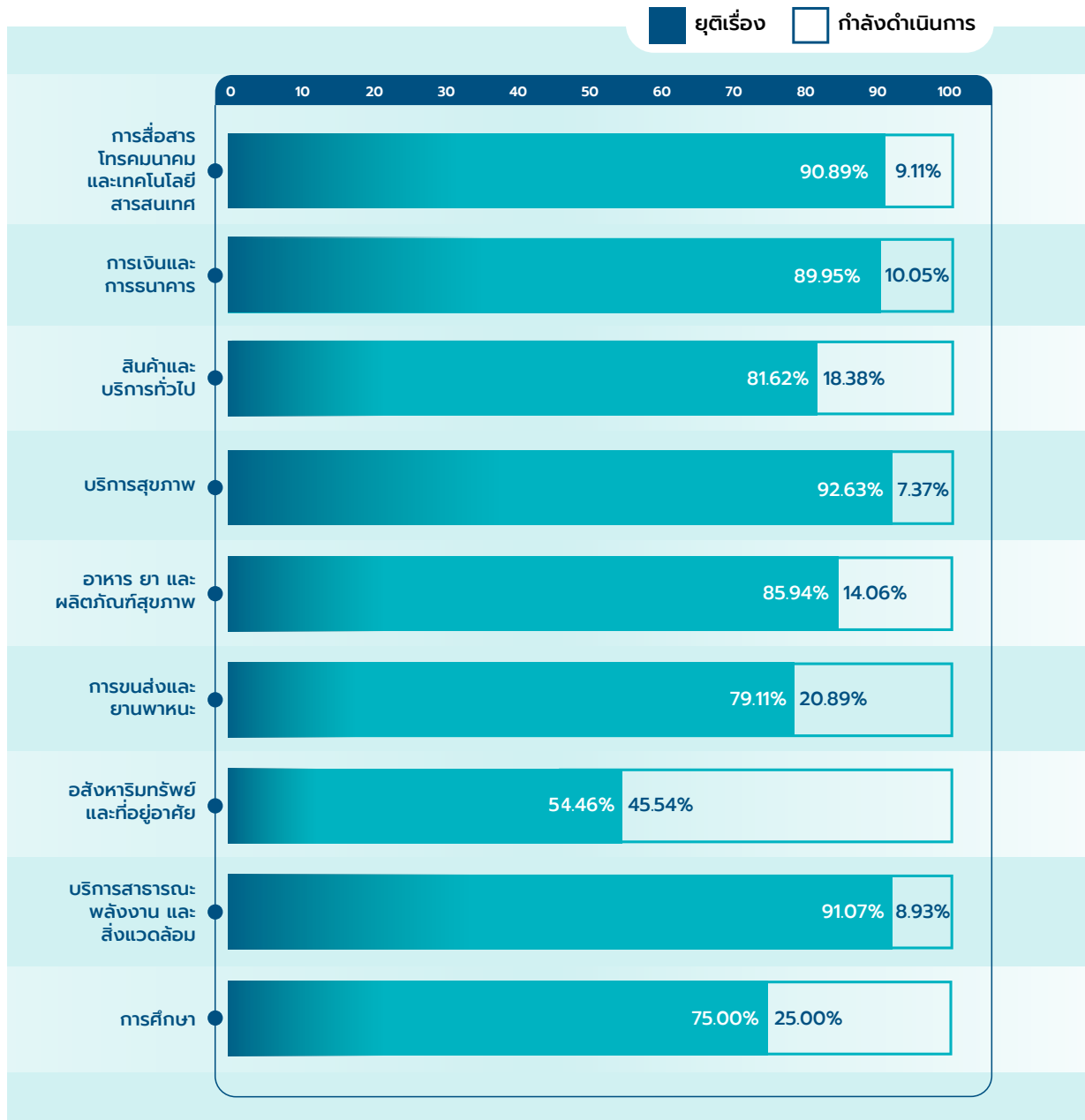
ในปี 2565 หน่วยงานประจำจังหวัดและองค์กรสมาชิกสภาองค์กรของผู้บริโภค ได้รับเรื่องร้องเรียน

ทั้งหมด 6,585 เรื่อง โดยสามารถยุติเรื่องได้รวม 5,763 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 87.5 โดยเรื่องร้องเรียนด้านบริการสุขภาพ สามารถยุติได้มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการสื่อสาร โทรมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศ และอันดับสาม คือ ด้านการเงินและการธนาคาร สำหรับเรื่องร้องเรียนที่ยังไม่สามารถยุติได้มีจำนวน 822 เรื่อง โดยเป็นการร้องเรียนด้านอสังหาริมทรัพย์และที่อยู่อาศัยมากที่สุด รองลงมาคือด้านการศึกษา และอันดับสาม คือ ด้านการขนส่งและยานพาหนะ

แผนภูมิแสดงจำนวนเรื่องร้องเรียนแต่ละด้าน โดยหน่วยงานประจำจังหวัดและสมาชิกสภาองค์กรของผู้บริโภค ปีงบประมาณ 2565



แผนภูมิแสดงร้อยละของเรื่องร้องเรียนที่ยุติได้ โดยหน่วยงานประจำจังหวัดและสมาชิกสภาองค์กรของผู้บริโภค ปีงบประมาณ 2565



• การดำเนินคดีในนามของสภาองค์กรของผู้บริโภค เมื่อได้รับความเห็นชอบจากที่ประชุมสภาจังหวัดตามที่กำหนดในหมวดว่าด้วยการฟ้องคดีเว้นแต่หน่วยงานประจำจังหวัดนั้นเป็นองค์กรที่ได้รับการแต่งตั้งโดยคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคให้ดำเนินคดีแทนผู้บริโภคได้

กรณีเรื่องร้องเรียนที่ไม่สามารถไกล่เกลี่ยได้ หน่วยงานประจำจังหวัดสามารถพิจารณาหรือนำเรื่องเข้าสู่ที่ประชุมสภาองค์กรของผู้บริโภคระดับจังหวัดเพื่อลงมติว่าเรื่องร้องเรียนนั้นสมควรที่จะดำเนินคดีหรือไม่ ถ้ามีมติเห็นชอบให้ดำเนินคดีก็จะส่งเรื่องมายังสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภคสนับสนุนทนายความเพื่อการฟ้องคดีในนามสภาองค์กรของผู้บริโภค โดยเลขธิการสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภคจะมีการมอบหมายให้หัวหน้าฝ่ายคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคนำเสนอต่อคณะกรรมการกลั่นกรองการดำเนินคดีที่ได้รับการแต่งตั้งจากคณะกรรมการนโยบายเป็นผู้พิจารณามีมติอนุมัติคดี เสนอแนะทนายความผู้รับผิดชอบคดี และกำหนดค่าตอบแทนการดำเนินคดี และแจ้งต่อเลขธิการสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภคเพื่อพิจารณาแต่งตั้งทนายความเพื่อดำเนินคดีต่อไป ซึ่งมีตัวอย่างการดำเนินคดีในนามสภาองค์กรของผู้บริโภค ในปี 2565 ดังนี้

หน่วยงานประจำจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค (มพบ.) ได้ฟ้องบริษัทสายการบินไทยแอร์เอเชีย เอ็กซ์ในนามสภาองค์กรของผู้บริโภค เนื่องจากมีผู้บริโภคที่ได้อัปโหลดโดยสารของบริษัทฯ ต่อมาเมื่อถึงวันเดินทาง บริษัทฯ ได้ยกเลิกเที่ยวบินดังกล่าว ผู้บริโภคจึงติดต่อขอคืนค่าโดยสาร แต่บริษัทฯ ไม่ยอมคืนค่าโดยสารให้แก่ผู้บริโภค ผู้บริโภคจึงได้มาร้องเรียนต่อ มพบ. เพื่อขอให้ดำเนินคดีกับบริษัทฯ แทนผู้บริโภค มพบ. จึงส่งเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคดังกล่าวไปยังสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค และคณะกรรมการกลั่นกรองคดี ได้มีมติเห็นด้วยกับ มพบ. ที่จะดำเนินคดีกับบริษัทฯ แทนผู้บริโภค และมอบอำนาจให้ มพบ. เป็นผู้ฟ้องและดำเนินคดีนี้แทน โดยมีผู้เสียหาย 11 ราย

อีกกรณีหนึ่งคือ มพบ. ในฐานะหน่วยงานประจำจังหวัดกรุงเทพมหานคร ได้รับเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภคจำนวนมากว่าได้รับความเดือดร้อนเสียหายจากการซื้อที่นอนยางพารา หมอนยางพารา ผ้าปูที่นอน กล่องรองเท้า ในเพจเฟซบุ๊กของผู้ถูกร้องเรียน เมื่อผู้บริโภคโอนเงินให้ผู้ถูกร้องเรียนแล้ว ผู้ถูกร้องเรียนไม่ส่งสินค้าให้ผู้บริโภคตามที่แจ้งไว้ และผู้ถูกร้องเรียนไม่ยอมคืนเงินค่าสินค้าเมื่อผู้บริโภคทวงถาม ผู้บริโภคจึงได้มาร้องเรียนต่อ มพบ. ให้ดำเนินคดีแทนผู้บริโภค และ มพบ. เห็นว่าข้อพิพาทดังกล่าวเป็นการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค และเห็นสมควรที่จะดำเนินคดี จึงได้ส่งเรื่องร้องเรียนไปยังสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค และสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภคมีมติเห็นด้วย และมอบอำนาจให้ มพบ. เป็นผู้ฟ้องและดำเนินคดีนี้แทนผู้บริโภค คดีนี้อยู่ระหว่างการดำเนินคดี มีผู้เสียหายจำนวน 120 ราย รวมมูลค่าความเสียหายจำนวน 583,379.47 บาท

หน่วยงานประจำจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้จัดประชุมสภาองค์กรผู้บริโภคจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อให้ความเห็นชอบและลงมติในการฟ้องคดีแทนผู้บริโภค ที่มาร้องเรียนด้านอสังหาริมทรัพย์และที่อยู่อาศัย “โครงการ Goodhouse Huahin” และที่ประชุมลงมติเป็นเอกฉันท์เห็นควรเสนอต่อสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภคเพื่อดำเนินการสนับสนุนทนายความเพื่อการฟ้องคดีต่อไป ซึ่งอยู่ระหว่างดำเนินการนำเรื่องเสนอต่อคณะกรรมการกลั่นกรองการดำเนินคดีเพื่อพิจารณาเสนอแนะทนายความผู้รับผิดชอบคดี และกำหนดค่าตอบแทนการดำเนินคดี ก่อนที่จะแจ้งต่อเลขธิการสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภคเพื่อพิจารณาแต่งตั้งทนายความเพื่อดำเนินคดีต่อไป



ความเห็นผู้บริโภครีบบริการของ ศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคแบบเบ็ดเสร็จ



ค้นหาแนวทางการขอเงินคืนผ่านทางเว็บไซต์พันทิป ทำให้เจอกระทู้ว่า 'ให้ร้องเรียนมาที่สภาองค์กรของผู้บริโภคได้เงินแน่นอน ติดต่อตามเรื่องรวดเร็ว' เดิมทีคิดว่าหน่วยงานการรับเรื่องร้องเรียนลักษณะนี้ไม่น่าจะจัดการเรื่องเช่นนี้ได้ แต่ความเป็นจริงแล้วไม่เป็นเช่นนั้น มีการติดต่อประสานงานแก้ไขปัญหามา ติดตามการคืนเงินรวดเร็ว ขอเป็นกำลังใจให้เจ้าหน้าที่ในการทำงานต่อไป



นางสาววรินทร์ลดา แสงโสภา

ผู้ร้องเรียนประเด็นซื้อตั๋วโดยสารผ่านตัวแทนจำหน่ายแต่ไม่ได้รับสินค้า
กรุงเทพมหานคร

ความเห็นผู้บริโภครีบต่อการบริการของ ศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคแบบเบ็ดเสร็จ



จากคำแนะนำของเจ้าหน้าที่รัฐที่ดีคนหนึ่งว่าเรื่องราวของดิฉันเกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค จากประสบการณ์การติดต่อหน่วยงานที่ทำหน้าที่คล้ายๆ กันมาก่อน ดิฉันขอเรียนตามตรงว่าไม่ได้คาดหวังอะไรมาก แต่ก็ดำเนินการเพื่อการเรียนรู้ของตนเองเป็นสำคัญ แต่เมื่อโทรศัพท์เข้ามาโดยบังเอิญที่เช้าว้นนั้น ดิฉันถึงกับประหลาดใจ คุณภาพของการพูดคุยความใส่ใจต่อปัญหาของประชาชน รวมทั้งท่าทีในการยื่นมือเข้ามาช่วยเป็นไปในเชิงรุก ดิฉันรู้สึกที่บ้านเมืองเรายังมีความหวังขึ้นมาทันที ซึ่งเป็นความรู้สึกทางจิตใจที่มีประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับผู้พิเคราะห์ปัญหาทั้งหลาย มากราบภายหลังว่าดิฉันโชคดีมากที่คุณภักทรกรเป็นผู้รับโทรศัพท์ของดิฉันในวันนั้น ขอแสดงความชื่นชมและขอบคุณมาอีกครั้ง ณ ที่นี้

ดิฉันขออวยพรให้สภากองคกรของผู้บริโภคเจริญเติบโตมีกำลังในการคุ้มครองผู้บริโภคคู่กับสังคมไทยอย่างยั่งยืน และขอให้ศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคแบบเบ็ดเสร็จมีเหตุปัจจัยบริบูรณ์ให้สามารถรักษาคุณภาพการดำเนินงานได้อย่างน่าภาคภูมิใจเสมอ



ดร.สุทริลักษณ์ สมิตะสิริ

ผู้ขอคำปรึกษาประเด็นข้อกฎหมายด้านประกันภัย
จังหวัดนครปฐม

ความเห็นผู้บริโภครีบบริการของ หน่วยงานประจำจังหวัดกรุงเทพมหานคร



เจ้าหน้าที่รับฟังรายละเอียดของเหตุการณ์
และความต้องการความช่วยเหลือ รวมถึงให้คำแนะนำ
ที่มีประโยชน์ อีกทั้งมีนักกฎหมายที่ให้คำปรึกษาได้
มีการดำเนินการที่ไม่ยุ่งยากต่อผู้ร้องเรียน
ทางมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค ช่วยประสานงานกับคู่กรณีให้
และผ่านไปด้วยดี พร้อมขอเรียกร้องได้ถูกรับฟัง
และมีการแก้ไขผลิตภัณฑ์ให้ปลอดภัยขึ้น

พ.ญ.สายพิน หัตถิรัตน์

ผู้ร้องเรียนประเด็นได้รับบาดเจ็บจากการ
เปิดกล่องผลิตภัณฑ์ที่ประกอบไม่เหมาะสมจนเอ็นนิ้วขาด
กรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 3

ผลการดำเนินงาน ตอบโจทยความต้องการ ที่จับต้องได้

- ผลการดำเนินงานปี 2565
- ปัญหา และอุปสรรค
- ความเหมือนและความต่าง
ระหว่าง สคบ. และสภาองค์กรของผู้บริโภค

ผลการดำเนินงาน ปี 2565

ภายใต้ภาวะเศรษฐกิจซบเซา สินค้าและบริการขึ้นราคา ประชาชนมีกำลังซื้อน้อยลง และพฤติกรรมผู้บริโภคที่ตอบสนองแพลตฟอร์มดิจิทัลอย่างรวดเร็วจากการพัฒนาเทคโนโลยี ส่งผลให้ประชาชนต้องเผชิญความเสี่ยงจากการถูกเอาเปรียบ หลอกลวง และละเมิดสิทธิอย่างง่ายดายเป็นวงกว้าง สภาองค์กรของผู้บริโภควางแผนปฏิบัติงานปี 2565 และดำเนินการด้วยงบประมาณรายจ่ายคงเหลือจากเงินอุดหนุนเบื้องต้นปี 2564 วงเงินงบประมาณทั้งสิ้นจำนวน 188 ล้านบาท สามารถดำเนินการให้ผู้บริโภคที่ประสบปัญหาและเข้ามาร้องเรียนได้รับการเยียวยาโดยรวมคิดเป็นมูลค่าถึง 286.41 ล้านบาท รวมถึงการยับยั้งเหตุละเมิดสิทธิ ด้วยการเฝ้าระวังและแจ้งเตือนภัยอย่างทันสถานการณ์ป้องกันความ

เสียหายให้กับผู้บริโภคอีกนับมูลค่าไม่ได้

นอกจากงานปกป้องและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของงานคุ้มครองผู้บริโภคแล้ว สำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค หน่วยงานเขตพื้นที่ และหน่วยงานประจำจังหวัด ให้ความสำคัญกับงานเฝ้าระวังเตือนภัยผ่านการสื่อสารสาธารณะ จัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อจัดการกับปัญหาซ้ำซาก ทั้งนี้ ได้ให้ความสำคัญเป็นพิเศษกับงานขยายกลไก และสร้างความเข้มแข็งให้กับสมาชิกและเครือข่ายภาคี ด้วยการสร้างคน สร้างความรู้ และสร้างเครือข่ายการทำงานใหม่ ๆ เพื่อทำงานให้เท่าทันสถานการณ์สังคมอย่างมีประสิทธิภาพ

1. งานคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค

การคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค ทุกคน ทุกด้าน คือ เสาหลักต้นแรกของการสร้างฐานงานคุ้มครองผู้บริโภคให้มั่นคง ฝ่ายคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคในสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค มีศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคแบบเบ็ดเสร็จ ทำหน้าที่รับเรื่องร้องเรียนและรับแจ้งเบาะแส ซึ่งสามารถเข้าถึงได้ทุกช่องทางการสื่อสารเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค โดยให้ความสำคัญที่กระบวนการเอาเปรียบต้องยุติลงโดยเร็วที่สุด และผู้บริโภคต้องสูญเสียน้อยที่สุด หากไม่สามารถไกล่เกลี่ยยุติปัญหา สภาองค์กรของผู้บริโภคจะสนับสนุนและให้ความช่วยเหลือในการฟ้องคดีต่อไปด้วย สำหรับงานเชิงรุก สภาองค์กรของผู้บริโภคได้ร่วมมือกับนักวิชาการ ทดสอบสินค้าและบริการเพื่อเป็นข้อมูลแก่ผู้บริโภคในการเลือกสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน เฝ้าระวังสถานการณ์ผู้บริโภคแจ้งเตือนภัยสินค้าและบริการที่กระทบสิทธิผู้บริโภค ช่วยให้ผู้บริโภคเท่าทันต่อปัญหา ไม่โดนหลอกลวง อย่างไรก็ตาม ช่วงเริ่มต้นสร้างองค์กรในปีที่ 2 นี้ สภาองค์กรของผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพบุคลากรเป็นพิเศษ ทั้งนักกฎหมาย หนายความ และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติการคุ้มครองผู้บริโภค

1.1 ศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคแบบเบ็ดเสร็จ

‘ศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคแบบเบ็ดเสร็จ’ (One-stop Service) ในสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค นอกจากจะทำหน้าที่รับเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภคที่ถูกละเมิดสิทธิทุกด้าน โดยออกแบบให้เป็นศูนย์บริการครบวงจร เพื่อลดภาระของผู้บริโภคในการติดต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องแล้ว ยังมีงานรับแจ้งเบาะแสการละเมิดสิทธิผู้บริโภคด้วย ทั้งนี้ การแจ้ง

เบาและไม่ถึงเป็นการร้องเรียนที่ต้องเข้าสู่กระบวนการจัดการเรื่องร้องทุกข์ตามระเบียบของสภาองค์กรของผู้บริโภค แต่การแจ้งเบาะแสอาจนำไปสู่การแก้ปัญหาและการผลักดันเชิงนโยบายต่อไป การแจ้งเบาะแสนี้ เป็นช่องทางสำหรับผู้ที่ไม่เห็นปัญหา ต้องการเห็นการแก้ปัญหา โดยอาจไม่แสดงตัวตนก็ได้

ในปีงบประมาณ 2565 ศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคแบบเบ็ดเสร็จของสภาองค์กรของผู้บริโภค ได้รับเรื่องร้องเรียนจำนวนทั้งสิ้น 8,356 เรื่อง สามารถแก้ไขปัญหาระหว่างผู้บริโภคและผู้ประกอบธุรกิจ จนได้ข้อยุติจำนวน 7,854 เรื่อง หรือคิดเป็นร้อยละ 92.69 จากเรื่องร้องเรียนทั้งหมด คิดเป็นมูลค่าที่ผู้บริโภคได้รับการชดเชยเป็นเงินถึง 222.21 ล้านบาท สร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคที่ได้รับความช่วยเหลือเป็นอย่างมาก การช่วยให้ข้อพิพาทของผู้บริโภคจำนวนมากยุติลงโดยเร็ว ไม่เป็นคดีความสู่ศาล ส่งผลให้คดีในศาลลดจำนวนลงเกิดประโยชน์แก่กระบวนการยุติธรรมของรัฐในภาพรวมได้อีกด้วย

ตารางแสดงจำนวนเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภค จำแนกตามประเภทเรื่องร้องเรียน ศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคแบบเบ็ดเสร็จ สำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ 2565

ประเภทเรื่องร้องเรียน	จำนวน (เรื่อง)	คิดเป็น (ร้อยละ)	ยุติ (เรื่อง)	รอดำเนินการ (เรื่อง)
1) การเงินและการธนาคาร	5,966	71.40	5,711	255
2) สินค้าและบริการทั่วไป	2,167	25.93	1,978	189
3) อสังหาริมทรัพย์และที่อยู่อาศัย	100	1.20	76	24
4) การขนส่งและยานพาหนะ	58	0.69	40	18
5) บริการสุขภาพ	44	0.53	37	7
6) การสื่อสาร โทรคมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศ	12	0.14	6	6
7) อาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ	4	0.05	3	1
8) บริการสาธารณะ พลังงาน และสิ่งแวดล้อม	4	0.05	2	2
9) อื่นๆ	1	0.01	1	0
รวม	8,356		7,854	502

เมื่อจำแนกเรื่องร้องเรียนตามประเด็นการคุ้มครองผู้บริโภคทุกด้านพบว่า ปัญหาด้านการเงินการธนาคารถูกร้องเรียนมากที่สุด ได้แก่ กรณีผู้บริโภคถูกยกเลิกกรมธรรม์ประกันสุขภาพจากโควิด 19 บริษัทไม่จ่ายค่าสินไหม หรือจ่ายค่าสินไหมล่าช้า เป็นต้น อันดับที่สองคือด้านสินค้าและบริการทั่วไป เช่น การซื้อบริการบัตรคอนเสิร์ต แต่ผู้จัดไม่สามารถจัดงานคอนเสิร์ตได้เพราะสถานการณ์โรคระบาด และไม่สามารถคืนเงินให้ผู้ซื้อได้ และอันดับที่สามคือด้านอสังหาริมทรัพย์ และที่อยู่อาศัย เป็นต้น

ศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคแบบเบ็ดเสร็จ มีกระบวนการดำเนินการ 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การเจรจาประสานงานกับผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 2) การไกล่เกลี่ย และ 3) การฟ้องคดี โดยมีเป้าหมายให้การดำเนินการต่อข้อร้องเรียนนั้น ๆ ยุติในขั้นตอนการเจรจาประสานงานและขั้นตอนการไกล่เกลี่ยเป็นสำคัญ และเพื่อให้ผู้บริโภคที่ประสบปัญหา สามารถติดต่อศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคแบบเบ็ดเสร็จได้อย่างสะดวกที่สุด จึงเปิดให้ผู้บริโภคติดต่อศูนย์ฯ ได้หลายช่องทาง อาทิ โทรศัพท์ อีเมล เว็บไซต์ ทวิตเตอร์ ไลน์ออฟฟิเชียลแอคเคาท์ และเฟซบุ๊ก

สำหรับระบบไกล่เกลี่ยข้อพิพาทออนไลน์ สภาองค์กรของผู้บริโภคประยุกต์ใช้โปรแกรมซูม เพื่อสนับสนุนผู้บริโภคในการไกล่เกลี่ย และมีการพัฒนาโปรแกรมการประชุมออนไลน์ (E-meeting) ของสำนักงานมาสนับสนุนระบบไกล่เกลี่ยข้อพิพาทบนออนไลน์ทดแทน



www.facebook.com/tccthailand



@tccthailand



twitter.com/tccthailand



www.tcc.or.th



complaint@tcc.or.th



0-2239-1839

1.2 การฟ้องคดี และกนวยความคดียุติบริภค

การดำเนินการและสนับสนุนการฟ้องคดี รวมไปถึงการให้ความช่วยเหลือในการดำเนินคดีเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค และประโยชน์สาธารณะยังคงจำเป็นอย่างยิ่ง แม้ว่าสภาองค์กรของผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับการยุติปัญหาร้องเรียนในขั้นตอนการเจรจาและไกล่เกลี่ยก็ตาม เพราะหลายกรณีผู้ร้องและคู่กรณีไม่สามารถยุติปัญหาได้จากการเจรจาไกล่เกลี่ย

สภาองค์กรของผู้บริโภคดำเนินคดีเพื่อคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคทั้งสิ้น 19 คดี ประกอบด้วย การเป็นโจทก์ฟ้องคดีแทนผู้บริโภค ได้แก่ คดีการผิดสัญญาให้บริการทางการแพทย์ คดีถูกริบเงินค่างวดเงินจองกรณีผู้บริโภคซื้อบ้านแต่ยังไม่ผ่าน รวมถึงคดีสายการบินไม่คืนเงินกรณียกเลิกเที่ยวบินช่วงระบดของโควิด 19 และการให้ความช่วยเหลือผู้บริโภคที่ถูกฟ้องจากการใช้สิทธิในฐานะผู้บริโภค เช่น กรณีผู้บริโภคถูกฟ้องให้รับผิดชอบในสัญญาเช่าซื้อสังหาริมทรัพย์และใช้ข้อสัญญาไม่เป็นธรรม โดยมีผู้เสียหายจำนวนมาก สภาองค์กรของผู้บริโภคได้จัดตั้งทีมทนายเพื่อรับผิดชอบและเตรียมการฟ้องร้อง เพราะผู้ประกอบการกักตุนของว่างของกฎหมายในการเอาเปรียบผู้บริโภคด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมหรือคดีของผู้บริโภคซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ในองค์กรสมาชิกของสภาองค์กรของผู้บริโภค ถูกฟ้องคดีอาญาในข้อหาแจ้งความเท็จจากการใช้สิทธิดำเนินคดีแบบกลุ่ม สภาองค์กรของผู้บริโภคเห็นว่าเป็นคดีการฟ้องปิดปาก จึงให้ความช่วยเหลือคดี และจัดทำเป็นประเด็นสาธารณะ

การให้คำปรึกษา การไกล่เกลี่ย รวมถึงการฟ้องคดีละเมิดสิทธิต่าง ๆ นั้น ต้องการนักกฎหมายและทนายความที่มีความรู้ในกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคโดยตรง ปี 2565 นี้ สภาองค์กรของผู้บริโภค มีทนายความผู้มีความเชี่ยวชาญคดีคุ้มครองผู้บริโภคด้านต่าง ๆ ที่พร้อมช่วยเหลือผู้บริโภคทั่วทุกภูมิภาค ขึ้นทะเบียนจำนวนรวมทั้งสิ้น 74 คน รวมถึงมีการจัดอบรมทักษะการไกล่เกลี่ยให้แก่เจ้าหน้าที่และปฏิบัติงานของสภาองค์กรของผู้บริโภค เพื่อสนับสนุนงานคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิ โดยมีการจัดอบรม 2 รุ่น มีผู้ผ่านการอบรมคิดเป็นร้อยละ 81.15

1.3 การตรวจสอบ แจ้งเตือนภัย และเฝ้าระวังสถานการณ์ผู้บริโภค

ในสภาวะที่การเอาเปรียบผู้บริโภคเกิดขึ้นกับสินค้าและบริการในชีวิตประจำวัน อาจเกิดจากความตั้งใจ และ/หรือไม่ตั้งใจของผู้ประกอบการ เช่น กระบวนการผลิตทางการเกษตรเสี่ยงต่อการปนเปื้อนสารเคมีจากปุ๋ยและยา โรงงานอุตสาหกรรม มีแนวโน้มลดต้นทุนและเร่งผลิตสินค้าให้ทันความต้องการของตลาดจนละเลยมาตรฐานบังคับ รวมถึงผู้ประกอบการรายย่อยที่เลือกวัตถุดิบราคาถูกเพราะต้องการลดต้นทุน การทำงานเชิงรุกเพื่อปกป้องสิทธิผู้บริโภคนี้ไม่เพียงเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคเท่านั้น แต่ยังเป็นผลดีและสร้างความน่าเชื่อถือต่อผู้ประกอบการด้วย

การทดสอบสินค้าและบริการ คือ การทำงานเชิงรุกเพื่อป้องกันปัญหาการละเมิดสิทธิผู้บริโภคในการซื้อสินค้าและบริการประจำวัน โดยสภาองค์กรของผู้บริโภค ร่วมกับศูนย์ทดสอบฉลาดซื้อ มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค ในฐานะหน่วยงานประจำจังหวัดกรุงเทพมหานคร สถาบันแห่งชาติเพื่อการพัฒนาเด็กและครอบครัว มหาวิทยาลัยมหิดล และศูนย์วิจัยเพื่อสร้างเสริมความปลอดภัยและป้องกันการบาดเจ็บในเด็ก ภาควิชากุมารเวชศาสตร์ คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามาธิบดี ได้สุ่มเลือกสินค้าและบริการที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ไปทดสอบหาสารเคมีอันตรายต่อผู้บริโภคหากเลือกอุปโภคหรือบริโภคสินค้านั้น อาทิ กล่องพลาสติกบรรจุอาหารร้อน สัม และน้ำส้มในภาชนะบรรจุปิดสนิท

ผลการตรวจสอบแสดงให้เห็นว่า พบสารเคมีไม่พึงประสงค์มากบ้างน้อยบ้าง และพบผลิตภัณฑ์ไม่ได้มาตรฐานอุตสาหกรรมตามกฎหมายกำหนดด้วย สภาองค์กรของผู้บริโภคได้ใช้รายงานผลการตรวจสอบนี้ ประสานงานและยื่นข้อเสนอไปยังผู้ประกอบการ เพื่อขอความร่วมมือ โดยให้ระมัดระวังในกระบวนการผลิตอาหารและเครื่องดื่ม ดัดป้ายแสดงที่มาของผลิตผลทางการเกษตร และเข้มงวดกับการผลิตสินค้าให้ได้มาตรฐานตามกฎหมายกำหนด เป็นต้น เป็นการป้องกันการเอาเปรียบผู้บริโภค และช่วยให้ผู้บริโภคมีคุณภาพชีวิตที่ดีแล้ว ยังเป็นการสร้างวัฒนธรรมใหม่ในการคุ้มครองผู้บริโภคโดยผู้ประกอบการเองด้วย เนื่องจากไม่มีผู้ประกอบการใด ต้องการเป็นศัตรูกับลูกค้าของตัวเอง นอกจากนี้ ยังจัดทำข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อจัดทำมาตรการบังคับสำหรับสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพอนามัยประชาชนโดยตรง เช่น หน้ากากอนามัย และดำเนินการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจังอีกด้วย

นอกจากนี้ยังร่วมกับสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ทดสอบประสิทธิภาพระบบห้ามล้อของรถจักรยานยนต์ 7 รุ่น ได้แก่ Demon GPX, Suzuki Skydrive, Honda Wave, Yamaha Finn, Honda MSX, Yamaha QBIX และ Suzuki Smash อีกทั้งร่วมกับศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ เพื่อออกแบบ พัฒนาเกณฑ์ประเมิน และทดสอบหมวกนิรภัยรถจักรยานยนต์ที่จำหน่ายในท้องตลาด อีกด้วย

ข้อมูลจากการทดสอบสินค้า การแฉเบาะแส รวมทั้งปัญหาจากเรื่องร้องเรียน จะถูกนำมาเป็นชุดความรู้ในการผลิตสื่อในประเด็นต่าง ๆ อาทิ การยกเลิกประกันภัย ซึ่งถูกหลอกทำประกันภัยทางโทรศัพท์ วิธีสังเกตมีฉลากผิดพลาดออนไลน์ โอนเงินผิดบัญชีต้องทำอะไร จอซื้อบ้านแต่ ‘กูไม่ผ่าน’ เงินที่จ่ายต้องคืน การยกเลิกสัญญาเมื่อผู้รับเหมาใช้วัสดุผิดแบบ ลูกเสียชีวิตหลังคลอดเรียกอะไรได้บ้าง เว็บเพจปลอมหลอกสมัครงาน และ Car seat เช็กให้ติก่อนซื้อ เป็นต้น จำนวนกว่า 30 เรื่อง เพื่อแจ้งเตือนภัยและรณรงค์สร้างการตระหนักรู้ให้กับผู้บริโภคนั่นเอง

2. งานผลักดันประเด็นปัญหาสู่การแก้ไขเชิงนโยบาย

ช่วงต้นปีงบประมาณ 2565 ประชาชนชาวไทยต้องเผชิญกับภาวะเศรษฐกิจซบเซา อันเป็นผลจากสถานการณ์โควิด 19 ที่ต่อเนื่อง สินค้าและบริการในชีวิตประจำวัน อาทิ งบประมาณสำเร็จรูป เนื้อสัตว์ ผักผลไม้ ขึ้นราคาโดยอ้างเหตุต้นทุนที่สูงขึ้น เหล่านี้ ส่งผลกระทบต่อประชาชนผู้มีรายได้น้อยอย่างรุนแรง ขณะเดียวกัน กลุ่มประชาชนผู้มีกำลังซื้อต้องพบกับความเสี่ยงต่อการเลือกลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลที่เรียกว่า การเทรดคริปโตเคอร์เรนซี หรือ ‘ต้องเล่นคริปโท’ ตามกระแส ทั้ง ๆ ที่การกำกับดูแลจากหน่วยงานตรวจสอบของภาครัฐยังครอบคลุมไม่ทั่วถึง

การเอาเปรียบผู้บริโภค หลายกรณีเกิดจากโครงสร้างทางสังคมและเศรษฐกิจที่เอื้ออำนวย การแก้ไขปัญหาก็ต้องอาศัยอำนาจรัฐบาลแทรกแซงหรือใช้มาตรการบังคับ เพื่อป้องกันความเดือดร้อนของผู้บริโภคที่จะเกิดขึ้น การผลักดันประเด็นการละเมิดสิทธิผู้บริโภคไปแก้ไขในระดับนโยบายและมาตรการทางกฎหมายจึงสำคัญและจำเป็น

การขับเคลื่อนงานคุ้มครองผู้บริโภคบนฐานข้อมูล เป็นแนวคิดในการบริหารจัดการสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภคให้ทันสมัย เพื่อตอบสนองต่อสถานการณ์สังคมอย่างเท่าทัน และช่วยยุติปัญหาการละเมิดสิทธิผู้บริโภคอย่างยั่งยืนบนข้อมูลที่ครบถ้วน เป็นเหตุเป็นผล และเชื่อถือได้ นอกจากนี้ ยังสามารถใช้ข้อมูลดังกล่าวเป็นคลังสมองของการออกแบบขับเคลื่อนกิจกรรมคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีของทุกคนอีกด้วย ดังนั้นงานข้อมูลและงานศึกษาวิจัยนี้ จึงทำงานร่วมกับผู้เชี่ยวชาญซึ่งร่วมเป็นคณะอนุกรรมการทั้ง 8 ด้าน และเครือข่ายนักวิชาการ

2.1 การผลักดันนโยบาย และจัดทำข้อเสนอต่อมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค

การจัดทำและยื่นข้อเสนอต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อแก้ไขปัญหาผู้บริโภคให้ตรงจุด การรณรงค์สร้างความตระหนักรู้กับสาธารณะ และการตอบโต้ต่อเหตุการณ์สำคัญ ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อประชาชนในภาพรวม เป็นงานเชิงรุกที่ต้องใช้ข้อมูลจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ครอบคลุมงานทุกด้านและสามารถยุติปัญหาต่อผู้บริโภคให้เร็วที่สุด สภาองค์กรของผู้บริโภคใช้รูปแบบที่หลากหลายในการทำงานเชิงรุกนี้

การจัดทำข้อเสนอ ฝ่ายนโยบายและนวัตกรรม สำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค ร่วมกับคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคทั้ง 8 ด้าน และคณะทำงานด้านการศึกษา ได้วิเคราะห์ข้อมูลจากการทำงาน และผลักดันข้อเสนอแนะต่อแนวปฏิบัติ กฎระเบียบ และนโยบายต่อหน่วยงานภาครัฐ 19 หน่วยงาน เป็นจำนวน 25 เรื่อง โดยเป็นข้อเสนอแนะ 21 เรื่อง เป็นการเสนอออกกฎหมาย 4 เรื่อง

สภาองค์กรของผู้บริโภคได้คัดเลือกผลงานเด่นบางเรื่องจากการประชุมพิจารณาของอนุกรรมการชุดต่าง ๆ ในการดำเนินการเชิงรุกตลอดปีงบประมาณ 2565 เพื่อนำเสนอ ดังต่อไปนี้

ด้านการเงินและการธนาคาร

- ในช่วงต้นปี 2565 ขณะที่สถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ “โควิด 19” บริษัทประกันภัยเริ่มเปิดขายประกัน “เจอ จ่าย จบ” จนกระทั่งเมื่อประมาณกลางปี 2564 การระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทยรุนแรงขึ้นบางช่วงมีผู้ติดเชื้อมากกว่า 20,000 รายต่อวัน ทำให้ผู้ซื้อประกันที่ติดเชื้อโควิด แต่อาการไม่หนักอยู่ในระบบแยกกักตัวที่บ้าน มีปัญหาไม่สามารถเคลมประกันได้ อนุกรรมการด้านการเงินและการธนาคารจึงเสนอต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) ให้บริษัทประกันภัยคุ้มครองผู้เอาประกันที่รักษาตัวในระบบแยกกักตัวที่บ้านให้สามารถเคลมเงินประกันได้ ซึ่งต่อมาบริษัทประกันภัยประกาศเลิกกิจการ ซึ่งทำให้ผู้มาร้องเรียนกรณีเคลมประกันโควิดตามกรมธรรม์ที่ซื้อไว้ไม่ได้ เป็นจำนวนมากถึง 5,708 กรณี ศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคแบบเบ็ดเสร็จได้ส่งหนังสือให้บริษัทประกันภัย และ คปภ. เร่งรัดให้บริษัทประกันภัยจ่ายเงินค่าสินไหมทดแทนกับผู้บริโภคที่มีกรมธรรม์ ช่วยให้ผู้บริโภคจำนวนมากได้รับเงินค่าสินไหมตามสัญญาประกันในที่สุด

- ท่ามกลางกระแสการลงทุนในสกุลเงินคริปโตเคอร์เรนซี ในช่วงเดือนมีนาคม 2565 สภาองค์กรของผู้บริโภคได้จัดกิจกรรมเสวนาออนไลน์ในวันสิทธิผู้บริโภคสากล 2565 ภายใต้หัวข้อ ‘สิทธิผู้บริโภค เมื่อเผชิญหน้ากับภัยคุกคามทางการเงินออนไลน์’ รวมทั้งข้อควรระวังในการลงทุนดังกล่าว แต่ต่อมาในเดือนกรกฎาคม 2565 บริษัท ซิปเม็กซ์ (Zipmex) ประเทศไทยที่เปิดทำการลงทุนผ่านทางดิจิทัลได้ระงับการถอนเงินบาทและเงินคริปโตชั่วคราว ส่งผลให้เกิดความโกลาหลในหมู่นักลงทุน ซึ่งสภาองค์กรของผู้บริโภคได้จับตาความเคลื่อนไหวดังกล่าว จึงส่งหนังสือถึงคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (กสท.) เสนอให้มีการออกเกณฑ์กำกับดูแลบริการสินทรัพย์ดิจิทัลต่างประเทศที่ให้บริการในประเทศไทยให้ครอบคลุมทั้งระบบและให้อยู่ภายใต้กฎหมายไทย ซึ่งในเดือนสิงหาคม 2565 บริษัท ซิปเม็กซ์ ประเทศไทยได้ส่งตัวแทนพบสภาองค์กรของผู้บริโภค พร้อมกับแจ้งมาตรการชดเชยเยียวยาให้กับลูกค้าคนไทยร้อยละ 60 ด้วยการคืนสินทรัพย์ดิจิทัล โดยที่เหลืออีกร้อยละ 40 จะมีการเร่งรัดลูกค้าที่ค้างชำระและเร่งระดมทุนใหม่เพื่อชำระลูกค้าที่ตกค้าง

- กรณีที่มีแอปพลิเคชันเงินกู้เถื่อนหลอกลวงผู้บริโภค ในเดือนมกราคม 2565 อนุกรรมการการเงินและการธนาคารได้ทำข้อเสนอทางแก้ปัญหาให้แก่หน่วยงานรัฐ 4 แห่ง คือ ธนาคารแห่งประเทศไทย คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม สำนักงานตำรวจแห่งชาติ และบริษัท กูเกิล (ประเทศไทย) จำกัด ขอให้มีการมาตรการช่วยเหลือผู้บริโภคด้านการเข้าถึงข้อมูลที่สำคัญเพื่อการเท่าทันให้สร้างมาตรการกำกับดูแลอย่างเข้มข้น ให้มีระบบตรวจสอบ เฝ้าระวัง ให้ดำเนินคดีต่อผู้กระทำผิด และมีนโยบายคัดกรองแอปพลิเคชันเงินกู้ที่มีมาตรฐาน เป็นต้น

ด้านการขนส่งและยานพาหนะ

• แนวคิดที่บอกว่า ค่ารถไฟฟ้าขนส่งมวลชนในเมืองหลวงควรมีราคาไม่เกินร้อยละ 10 ของค่าแรงขั้นต่ำของเมืองนั้น ๆ เป็นแนวคิดที่เป็นสากลเกิดขึ้นในเมืองใหญ่ ๆ ทั่วโลกที่ทำให้ทุกคนในสังคมสามารถใช้รถไฟฟ้าขนส่งมวลชนในชีวิตประจำวันได้ทุกวัน สภาองค์กรของผู้บริโภคเสนอแนะแนวคิดนี้ เพื่อให้ผู้สัญจรในกรุงเทพฯ สามารถใช้รถไฟฟ้าในการเดินทางได้ ทุกคนทุกวัน ต่อมานายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ได้ประกาศราคารถไฟฟ้าสายสีเขียวที่ 59 บาท ซึ่งสภาองค์กรของผู้บริโภคยังยืนยันราคาค่าโดยสารร้อยละ 10 ของค่าแรงขั้นต่ำ ขอให้กำหนดราคาค่าบริการส่วนต่อขยายที่ 15 บาทตลอดสาย เมื่อรวมเส้นทางหลักแล้วไม่เกิน 44 บาท ขอให้ออกตราสารหนี้เพื่อแปลงสินทรัพย์เป็นหลักทรัพย์ (Securitization) นำมาชำระหนี้ค่าง่าย และขอให้ตั้งคณะทำงานในกรณีดังกล่าวที่มีตัวแทนจากผู้บริโภค

• มุลนิธิเพื่อผู้บริโภค ในฐานะหน่วยประจำจังหวัดของสภาองค์กรของผู้บริโภค ได้เสนอต่อผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปัญหาเรื่องรถเมล์ในกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นผลจากการศึกษาที่ชี้ให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการรถเมล์พบปัญหารถเมล์น้อย รอนาน บางพื้นที่ไม่มีเส้นทางรถเมล์ ต้องต่อสายหลายทอด ไม่มีความปลอดภัย สภาพทรุดโทรม ป้ายรถเมล์ใช้งานไม่ได้จริง ทั้งนี้รวมถึงการขนส่งทางเรือที่มีปัญหาเช่นกัน จึงมีข้อเสนอให้เพิ่มจำนวนรถเมล์ ใช้ตัวใบเดียวในทุกระบบ สร้างจุดเชื่อมต่อการเดินทาง ป้ายรถเมล์มีข้อมูล และมีความสว่าง ทางเท้าสะดวกปลอดภัย

• กรณีรถรับส่งนักเรียนเกิดอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นมากหลังโรงเรียนเปิดภาคเรียน ทำให้เกิดการบาดเจ็บจี้รณรงค์ให้สร้างมาตรฐานความปลอดภัยรถรับส่งนักเรียนด้วยการสร้างกลไกการจัดการและมาตรฐานเพื่อจูงใจให้ผู้ให้บริการรถรับส่งนักเรียนปลอดภัย ต่อมาในเดือนกันยายน มีกรณีที่เกิดนักเรียนถูกลืมไว้ในรถรับส่งทำให้เสียชีวิต ซึ่งมีกรณีเช่นเดียวกันนี้เกิดขึ้นเฉลี่ยมากถึงปีละหนึ่งกรณีภายใน 5 - 6 ปีที่ผ่านมา สภาองค์กรของผู้บริโภคจึงเสนอแนะให้สร้างระบบการจัดการรถรับส่งนักเรียนปลอดภัย กำหนดบทบาทโรงเรียนมีส่วนสร้างมาตรฐานความปลอดภัย และให้กระทรวงศึกษาปรับปรุงระเบียบข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

ด้านสาธารณสุขและที่อยู่อาศัย

• มุลนิธิเพื่อผู้บริโภค ในฐานะหน่วยประจำจังหวัดของสภาองค์กรของผู้บริโภค ได้เสนอต่อผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร เรื่องปัญหาผังเมืองของกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นผลจากการศึกษาที่ชี้ให้เห็นว่า มีการละเมิดพระราชบัญญัติควบคุมอาคารที่เกิดจากความละเลยของเจ้าหน้าที่ กทม. ปลอมให้มีการก่อสร้างโครงสร้างใหญ่ ๆ ที่ผิดกฎหมาย และไม่มีการรับฟังความคิดเห็นของชุมชนก่อนอนุญาตให้ก่อสร้าง

ด้านอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ

• กรณีที่รัฐบาลไทยยื่นหนังสือขอเข้าร่วมเจรจาความตกลงที่ครอบคลุมและก้าวหน้าสำหรับหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิก (CPTPP) ซึ่งความตกลงนี้จะมีผลกระทบต่องานเกษตรกรรม และผู้บริโภคทั่วประเทศ ที่เกิดจากการผูกขาดเมล็ดพันธุ์ การเปิดตลาดนำเข้าสินค้าเกษตรจากต่างประเทศให้มากกว่าที่เป็นอยู่ กระทบต่อระบบหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าที่จะถูกจำกัดจากมาตรการต่าง ๆ ในข้อตกลง และการเข้าถึงยาของประชาชนเมื่อข้อตกลงนี้มีข้อผูกมัดเรื่องสิทธิบัตรยาทำให้ค่ายาในประเทศมีราคาสูง และรัฐบาลไม่สามารถสนับสนุนองค์การเภสัชกรรมให้ปฏิบัติพันธกิจส่งเสริมการเข้าถึงยาและความมั่นคงทางยาของประเทศได้ อีกทั้งผู้บริโภคอาจได้รับอันตรายจากผลิตภัณฑ์ที่มีหรือปนเปื้อนสารตัดแต่งพันธุกรรม (GMO) และการปนเปื้อนสารเร่งเนื้อแดงในเนื้อหมูและเครื่องในหมู รวมถึงผลกระทบต่อการกำหนดนโยบายด้านสาธารณสุข สังคม สิ่งแวดล้อม และผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับผู้บริโภคอีกหลายด้าน สภาองค์กรของผู้บริโภคจึงได้ยื่นหนังสือไปถึงคณะรัฐมนตรีให้ชะลอการลงนาม โดยให้ข้อคิดเห็นว่าขณะนี้ยังไม่มีผลการประเมินผลได้ผลเสียที่จะเกิดจากการร่วมลงนามข้อตกลงดังกล่าว จึงขอให้รัฐบาลศึกษาผลกระทบอย่างละเอียดและเป็นปัจจุบัน พร้อมกับการตรวจสอบการรับฟังความคิดเห็นของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงมหาดไทย และกระทรวงพาณิชย์ว่า ให้ข้อมูลประชาชนอย่างครบถ้วนหรือไม่

• การปลดล็อกกัญชาจากบัญชียาเสพติดในเดือนมิถุนายน ที่ทำให้กัญชาสามารถนำมาใช้เป็นยา เครื่องสำอาง และสำคัญที่สุด คือ ส่วนผสมของอาหาร เครื่องดื่ม และขนม ได้สร้างปัญหาเมื่อระบบการเฝ้าระวังและกำกับดูแลกัญชา

- ยังไม่มีผลทำให้ผู้บริโภคที่ไม่ต้องการใช้กฎหมายมีปัญหาด้านสุขภาพเมื่อบังเอิญบริโภคอาหาร เครื่องดื่ม และขนมที่มีส่วนผสมของกัญชาโดยที่ไม่มีฉลากระบุ โดยเฉพาะเมื่อมีเด็กจำนวนหนึ่งที่ต้องเข้ารักษาพยาบาลจากเหตุดังกล่าว สภาองค์กรของผู้บริโภคจึงเสนอหน่วยงานในกระทรวงสาธารณสุข กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ออกมาตรการจำกัดอายุผู้ซื้อต้องมากกว่า 20 ปี และมาตรการเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคด้วยการห้ามจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของกัญชาในเครื่องขายอาหารอัตโนมัติ ในร้านค้าออนไลน์ที่ไม่สามารถยืนยันอายุผู้ซื้อ ต้องมีการวิจัยปริมาณส่วนผสมของกัญชาที่เหมาะสม ไม่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค โดยเฉพาะเด็ก สตรีมีครรภ์ และเยาวชน รวมถึงให้มีการติดตามตรวจสอบการบริโภคอย่างเป็นระบบ

- หลังจากที่มีกระแสข่าวการปนเปื้อนสารเคมีในไส้กรอก และเนื้อหมูแช่ฟอร์มาลีน สภาองค์กรของผู้บริโภคได้เรียกร้องให้มีการตรวจเข้มสารเคมีที่ปนเปื้อนในอาหาร ในโรงงานผลิตอาหาร ชำแหละเนื้อสัตว์ และร้านอาหาร และให้มีการเฝ้าระวังอย่างเป็นระบบ

ด้านบริการสุขภาพ

- จากการศึกษาพบว่า มีประชาชนที่ควรได้รับการรักษาฉุกเฉินวิกฤติทั่วประเทศมากกว่าหนึ่งล้านสองแสนคน ภายใน 72 ชั่วโมงภายใต้โครงการผู้ป่วยฉุกเฉินวิกฤติ หรือสิทธิยูเซป (UCEP) แต่มีเพียงหนึ่งแสนหนึ่งหมื่นคนที่ถูกประเมินว่าเข้าเกณฑ์ดังกล่าว ซึ่งเป็นสาเหตุจากหลักเกณฑ์และเงื่อนไขของยูเซปไม่ชัดเจน หรือครอบคลุมเพียงพอ สภาองค์กรของผู้บริโภคร่วมกับสำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ (สปสช.) จึงร่วมกันมีข้อเสนอให้ปรับเกณฑ์ให้สอดคล้องกับความเป็นจริงด้วยการลดเกณฑ์จากสีแดงเป็นสีเหลือง เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ป่วยที่อยู่ในภาวะฉุกเฉินวิกฤติได้รับการบริการดังกล่าว

- ภายใต้นโยบายรัฐบาล ผู้ที่ติดเชื้อโควิดจะได้รับการรักษาฟรีจากทุกสถานพยาบาลทั่วประเทศ อย่างไรก็ตาม ยังมีผู้ป่วยโควิดถูกคิดค่ารักษาพยาบาล สภาองค์กรของผู้บริโภคยืนยันสิทธิพื้นฐานนี้ประชาชนต้องได้รับฟรี และรณรงค์ให้ประชาชนทั่วไปได้รับทราบสิทธินี้

- เมื่อแพทย์สภาเปิดช่องให้มีการอบรมผ่าตัดความงามระยะสั้นในสถานเสริมสวยได้ ด้วยการจัดทำร่างข้อบังคับจริยธรรมเสริมสวยของแพทย์สภาในขณะที่กรณีร้องเรียนเรื่องการผ่าตัดเสริมสวยที่ต่ำกว่ามาตรฐานกำลังสร้างปัญหาด้านความปลอดภัยต่อผู้รับบริการ สภาองค์กรของผู้บริโภคจึงจัดเวทีวิจารณ์แพทย์สภาจากกรณีดังกล่าว โดยมีแพทย์วิชาชีพเสริมสวยได้ร่วมให้ความเห็น ต่อมาแพทย์สภาจึงได้ถอนร่างนี้ออกไปเนื่องจากตระหนักถึงความปลอดภัยของผู้บริโภค

ด้านสินค้าและบริการทั่วไป

- จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ส่งผลให้เกิดปัญหาการยกเลิกเที่ยวบิน และมีผู้ที่ไม่ได้รับเงินคืนจากการซื้อตั๋วเครื่องบินล่วงหน้า จากสายการบินของไทย ทั้งในเส้นทางในประเทศและระหว่างประเทศเป็นจำนวนมาก ซึ่งมูลนิธิเพื่อผู้บริโภคในฐานะหน่วยงานประจำจังหวัดกรุงเทพมหานคร สภาองค์กรของผู้บริโภค ได้รับเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภคไม่น้อยกว่า 100 ราย จึงมีข้อเสนอแนะถึงกระทรวงคมนาคม สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้ปรับปรุงมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค ที่ใช้บริการสายการบินของไทย ในเส้นทางการบินระหว่างประเทศ

- เข้าร่วมประชุมเพื่อให้ความเห็น เรื่อง ‘ร่างกฎหมายลำดับรองซึ่งออกตามความในมาตรา 123 แห่งพระราชบัญญัติจราจรทางบก พ.ศ. 2522 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 13)’ เกี่ยวกับประเด็นที่มุ่งนิรภัยสำหรับเด็ก และที่มุ่งพิเศษสำหรับเด็ก เพื่อป้องกันอันตรายรวมถึงวิธีการป้องกันอันตรายในกรณีที่เกิดอุบัติเหตุ รวมถึงเข้าร่วมสัมมนาทางวิชาการ ‘ทิศทางการพัฒนากฎหมายจราจรทางบก เพื่อสร้างกลไก การบังคับใช้ที่มีประสิทธิภาพ’ กับสำนักงานตำรวจแห่งชาติ

- ข้อเสนอกรณีหน้ากากอนามัยแบบใช้ครั้งเดียว ชนิดระดับการป้องกันการใช้งานด้านการแพทย์ทั่วไป ด้านการแพทย์ศัลยกรรม และ N 95 เมื่อปี 2564 ได้รับการตอบสนองจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ในการตรวจสอบและดำเนินคดีเกี่ยวกับการโฆษณาเครื่องมือการแพทย์ทางแพลตฟอร์มอีมาร์เก็ตเพลส การโฆษณาโดยไม่ได้รับอนุญาต

รวมถึงสร้างเครือข่ายความร่วมมือการตรวจสอบกับหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคได้ใช้สินค้าที่มีมาตรฐานและความปลอดภัย

ด้านสื่อสาร โทรคมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศ

• จากกรณีที่บริษัทค้ามือถือยี่ห้อสองในสาม มีเจตนารวมบริษัทเมื่อปลายปีพฤษภาคม 2564 สภาองค์กรของผู้บริโภคได้ออกมาคัดค้านการรวมบริษัททั้งสอง เนื่องจากจะทำให้ตลาดโทรคมนาคมอยู่ในสภาพไม่มีการแข่งขัน เข้าข่ายการผูกขาด ทำให้ผู้บริโภคเสียประโยชน์ระยะยาว ซึ่งการคัดค้านได้รับการสนับสนุนจากนักวิชาการด้านเศรษฐศาสตร์ ที่แสดงความคิดเห็นด้านผลกระทบต่อผู้บริโภคและเศรษฐกิจของประเทศจะแย่ และนักวิชาการด้านกฎหมายที่ชี้ให้เห็นว่า คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ต้องทำหน้าที่ตามกฎหมายด้วยการอนุญาตหรือไม่อนุญาตควบรวม และชี้ว่าการควบรวมครั้งนี้ขัดต่อรัฐธรรมนูญ การต่อสู้ทางความคิดในการจัดเสวนาอย่างต่อเนื่องจนทำให้สุดท้าย ก่อนที่คณะกรรมการ กสทช. ลงมติ “รับทราบ” ที่ไม่เป็นการอนุญาตหรือไม่อนุญาต ทำให้สภาองค์กรของผู้บริโภคในฐานะตัวแทนผู้บริโภคตามกฎหมายได้ฟ้องกรรมการผู้ลงมติดังกล่าวต่อศาลปกครองขอให้เพิกถอนมติ

ด้านบริการสาธารณะ พลังงาน และสิ่งแวดล้อม

• มีการจัดทำข้อเสนอต่อคณะรัฐมนตรี กระทรวงพลังงาน และหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ให้ยุติการอนุมัติรับซื้อไฟฟ้าจากโรงไฟฟ้าใหม่เข้าระบบเพื่อลดภาระค่าไฟฟ้าที่ประชาชนต้องจ่ายเพิ่มจากปัจจุบัน ยุติการสร้างโรงไฟฟ้าขนาดใหญ่ โดยให้มุ่งเน้นการจัดการพลังงานไฟฟ้าแบบอัจฉริยะทดแทน ชะลอการรับซื้อไฟฟ้าจากต่างประเทศทั้งหมด ทบทวนการทำแผนพัฒนากำลังการผลิตไฟฟ้าของประเทศไทย โดยให้คำนึงถึงการมีส่วนร่วมจากภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องรวมถึงกลุ่มผู้บริโภค และทบทวน ปรับปรุงต้นแบบสัญญาซื้อขายไฟฟ้า รวมถึงข้อเสนอต่อกระทรวงพลังงาน คณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน (กกพ.) และกระทรวงมหาดไทย เรื่องการพัฒนาโครงการ โซลาร์ภาคประชาชนโดยให้ใช้มาตรการคิดราคารับซื้อไฟฟ้าแบบหักลบกลบหน่วยตามจริง (Net metering)

ด้านการศึกษา

• เมื่อมีเด็กนักเรียนชั้น ม. 3 ช่างตัวตายจากสาเหตุไม่มีเงินจ่ายค่าเล่าเรียน สภาองค์กรของผู้บริโภคตั้งคำถามที่ว่า พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติกำหนดว่ารัฐต้องจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานไม่น้อยกว่า 12 ปี อย่างทั่วถึงและไม่เก็บค่าใช้จ่าย ทำให้ไม่เจียวยังเกิดเหตุสุดโต่งเช่นนี้ เหตุเป็นเพราะโรงเรียนสามารถเก็บค่าเรียนพิเศษสำหรับหลักสูตรเสริมต่าง ๆ ได้ และหากเด็กนักเรียนไม่สามารถจ่ายค่าเรียนได้ก็ไม่อาจจบการศึกษา จึงเสนอให้กระทรวงศึกษาบังคับใช้กฎหมายเรียนฟรี 12 ปี โดยคณะอนุกรรมการได้ส่งหนังสือถึงกระทรวงศึกษาธิการขอให้ยกเลิกประกาศเรื่อง “การจัดเก็บเงินบำรุงการศึกษาของสถานศึกษา” เนื่องจากเป็นช่องทางให้โรงเรียนเรียกเงินจากหลักสูตรเสริมต่าง ๆ ได้

2.2 งานวิจัยและนวัตกรรมเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

การพัฒนานโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค ต้องการหลักฐานเชิงประจักษ์ ถือเป็นข้อมูลที่จำเป็นและสำคัญในการทำข้อเสนอแนะนโยบายเพื่อขับเคลื่อนงานคุ้มครองผู้บริโภค ดังนั้นงานศึกษาวิจัย การรวบรวมข้อมูลที่จำเป็นเพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้น นอกจากจะสำคัญสำหรับการจัดทำข้อเสนอแนะแล้ว ยังสำคัญสำหรับการให้ความรู้แก่สาธารณะด้วยงานศึกษาวิจัยที่ได้ดำเนินการในปีงบประมาณ 2565 มีจำนวน 3 โครงการ ดังนี้

1) โครงการวิจัยการจัดทำตัวชี้วัดการคุ้มครองผู้บริโภคไทย และรายงานสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภคตามตัวชี้วัด มีวัตถุประสงค์เพื่อจัดทำตัวชี้วัดการคุ้มครองผู้บริโภคสำหรับประเทศไทยที่สอดคล้องกับระดับสากล และจัดทำรายงานสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภคตามตัวชี้วัดที่ได้พัฒนาขึ้น

2) โครงการวิจัยศึกษาความเป็นไปได้ของการจัดตั้งกองทุนบำนาญพื้นฐานแห่งชาติ และการวิเคราะห์ผลกระทบของการจัดสรรเงินบำนาญประชาชนที่มีต่อเศรษฐกิจและสังคม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้

ของการจัดสรรเงินบำนาญประชาชนในการสนับสนุนการจัดตั้งกองทุนบำนาญพื้นฐานแห่งชาติ วิเคราะห์ผลกระทบเชิงบวกของการจัดสรรเงินบำนาญประชาชนที่มีต่อเศรษฐกิจและสังคม และเป็นข้อมูลสนับสนุนในการจัดตั้งกองทุนบำนาญพื้นฐานแห่งชาติต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

3) โครงการวิจัยติดตามนโยบายกำกับดูแลประโยชน์ของผู้บริโภคและการศึกษาความรู้เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคไทย โดยมีการศึกษาในประเด็นต่าง ๆ เช่น ธรรมชาติของกองทุนวิจัยและพัฒนาการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ เงื่อนไขและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคกรณีการรวบรวมทรู - ดีแทค และปฏิรูปกฎหมายการแข่งขันทางการค้า เป็นต้น เพื่อนำผลการศึกษามาพัฒนาข้อเสนอแนะนโยบายและมาตรการเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคบนฐานงานศึกษาทางวิชาการของสภาองค์กรของผู้บริโภค รวมถึงสื่อสารองค์ความรู้สู่สาธารณะ

2.3 การรายงานการกระทำหรือการละเลยการกระทำด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

ตามพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มาตรา 14 (3) กำหนดให้สภาองค์กรของผู้บริโภคมีอำนาจดำเนินการ ‘รายงานการกระทำหรือละเลยการกระทำอันมีผลกระทบต่อสิทธิผู้บริโภค ไปยังหน่วยงานของรัฐหรือหน่วยงานอื่นที่รับผิดชอบและเผยแพร่ให้ประชาชนทราบ’ โดยปีงบประมาณ 2565 สภาองค์กรของผู้บริโภคได้มีการดำเนินการที่เกี่ยวข้องหลายประเด็น แต่ที่สำคัญมีดังนี้

1. ฝ่ายคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค

ฝ่ายคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคได้รายงานการเสียชีวิตครั้งแรกของผู้ใช้รถยนต์จากถุงลมนิรภัยยี่ห้อทาคาตะ (Takata) และเผยแพร่ให้ผู้บริโภคได้รับทราบครั้งแรกเมื่อวันที่ 27 ตุลาคม 2565 พร้อมเรียกร้องให้คณะกรรมการความปลอดภัย สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคใช้อำนาจตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มาตรา 29/6 ประกอบ มาตรา 29/1 ให้ดำเนินการประกาศกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการในการดำเนินการเรียกคืนถุงลมนิรภัยที่เป็นสินค้าอันตรายต่อผู้บริโภคโดยเร็ว โดยทางคณะกรรมการว่าด้วยความปลอดภัยได้จัดประชุมและได้ดำเนินการให้บริษัทรถยนต์จัดทำแผนการเรียกคืนถุงลมนิรภัย และสภาองค์กรของผู้บริโภคได้มีการรณรงค์อย่างต่อเนื่อง ทำให้มีผู้บริโภคนำรถเข้าเปลี่ยนแปลงถุงลมแล้วเกือบ 90,000 คัน นับถึงปลายปีงบประมาณ 2565 ยังมีรถยนต์ในท้องถนนประมาณ 600,000 คัน โดยได้รับความร่วมมือจากบริษัทรถยนต์ สมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งกรมการขนส่งทางบกสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) และผู้ว่าราชการจังหวัดไม่น้อยกว่า 33 จังหวัด สนับสนุนการเตือนภัยเรื่องนี้อย่างต่อเนื่อง จากกรณีดังกล่าวข้างต้นจึงถือได้ว่าถุงลมทาคาตะนั้นเป็นสินค้าอันตรายที่มีผลทำให้บุคคลถึงแก่ความตาย

ดำเนินการรายงานการละเมิดสิทธิต่อกระทรวงการคลัง ธนาคารแห่งประเทศไทย กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม และ สคบ. เรื่องการกู้ยืมเงินโดยนำโฉนดที่ดินมาเป็นประกันในกรณีของบริษัท ศรีสวัสดิ์ พาวเวอร์ 2014 จำกัด โดยทางสภาองค์กรของผู้บริโภคได้เสนอให้กระทรวงการคลังและธนาคารแห่งประเทศไทยเข้ากำกับดูแลการประกอบธุรกิจให้สินเชื่อที่มีโฉนดที่ดินเป็นหลักประกันโดยไม่มีการจดจำนอง เช่นเดียวกับการกำกับสินเชื่อที่มีทะเบียนรถเป็นหลักประกัน โดยทางกระทรวงการคลังได้แจ้งหนังสือกลับมาที่สภาองค์กรของผู้บริโภคว่า จะรวบรวมข้อเท็จจริงเพิ่มเติมเพื่อพิจารณาข้อเสนอของสภาองค์กรของผู้บริโภคต่อไป แต่ธนาคารแห่งประเทศไทยนั้นยังไม่มีการแจ้งกลับอย่างเป็นทางการมายังสภาองค์กรของผู้บริโภคแต่อย่างใด และได้ขอให้ทางกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมดำเนินการตรวจสอบโฆษณาของบริษัท ศรีสวัสดิ์ พาวเวอร์ 2014 จำกัด ว่ามิได้ดำเนินการตามที่บริษัทโฆษณาซึ่งอาจเข้าข่ายการนำข้อมูลอันเป็นเท็จซึ่งกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมได้ประสานงานกับทาง สคบ. เพื่อให้ดำเนินการต่อไป ในส่วนของ สคบ. ทางสภาองค์กรของผู้บริโภคได้ขอให้ตรวจสอบการประกอบธุรกิจของ บริษัท ศรีสวัสดิ์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัท ศรีสวัสดิ์ พาวเวอร์ 2014 จำกัด และบริษัทในเครือขายของบริษัท ศรีสวัสดิ์ คอปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่อาจเข้าข่ายฝ่าฝืน ข้อ 3 แห่งประกาศคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา เรื่อง ให้ธุรกิจการให้กู้ยืมเงินเพื่อผู้บริโภคเป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญา พ.ศ. 2565 และมาตรา 4 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ที่มีได้ให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภคอย่างถูกต้อง

ชัดเจนเพียงพอเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สินค้าของบริษัทฯ ว่าหากทำสัญญาจะมีการเรียกเก็บค่าประเมินทรัพย์สินได้แจ้งการหักเงินใช้จ่ายต่าง ๆ ให้ผู้บริโภคทราบว่าได้รับเงินไม่เต็มจำนวนที่ยื่นขอกู้จนทำให้ผู้บริโภคไม่ได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา อีกทั้งในการโฆษณาของบริษัทฯ ยังอาจเป็นการฝ่าฝืนมาตรา 22 เนื่องจากได้โฆษณาโดยใช้ข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคและเกินความจริง โดย สคบ. ได้ดำเนินการตรวจสอบตามที่สภาองค์กรของผู้บริโภคแจ้งเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

รวมถึงรายงานการละเมิดสิทธิผู้บริโภคต่อ สคบ. จากกรณีที่ผู้บริโภคได้เข้าทำสัญญาเช่าซื้อสังหาริมทรัพย์ที่มีข้อสัญญาไม่เป็นธรรมกับ บริษัท อีซีโฮม (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อให้ดำเนินการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคให้ได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา รวมทั้งสร้างความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อธุรกิจเช่าซื้อสังหาริมทรัพย์ จึงเสนอให้คณะกรรมการว่าด้วยสัญญาพิจารณากำหนดให้ธุรกิจเช่าซื้อสังหาริมทรัพย์เป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญา อาศัยอำนาจตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มาตรา 35 ทวิ ประกอบกับมาตรา 3 มาตรา 4 และมาตรา 5 แห่งพระราชกฤษฎีกากำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการในการกำหนดธุรกิจที่ควบคุมสัญญาและลักษณะของสัญญา พ.ศ. 2542 โดยทาง สคบ. ยังไม่ได้แจ้งกลับมาทางสภาองค์กรของผู้บริโภคแต่อย่างใด

2. ฝายนโยบายและนวัตกรรม

อนุกรรมการด้านอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ ได้จัดทำรายงานด้านความปลอดภัย จำนวน 2 ประเด็น พร้อมเผยแพร่ให้ประชาชนทราบ ดังนี้

2.1 รายงานการละเมิดสิทธิผู้บริโภค ต่อกรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) กระทรวงสาธารณสุข ให้ดำเนินการตามกฎหมายในการควบคุมการปลูกและการจำหน่ายสับปะรดสีชมพูตัดต่อพันธุกรรม (GMO) ในประเทศไทย พร้อมปิดการโฆษณาการขายสินค้าดังกล่าวทุกช่องทางของตลาดออนไลน์ในการควบคุม เนื่องจากเป็นสินค้าต้องห้าม ที่ห้ามนำเข้าตามพระราชบัญญัติกักพืช พ.ศ. 2507 (ฉบับที่ 10 พ.ศ. 2553)

โดยกรมวิชาการเกษตร ได้แจ้งผลการดำเนินการดังนี้ 1) ประสานกรมศุลกากร และด่านอาหารและยา เข้มงวดในการตรวจสอบเฝ้าระวังการนำเข้า และจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ให้ผู้โดยสารขาเข้าทราบ 2) ประสานกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมให้นำการโฆษณาจำหน่ายออกจากสื่อออนไลน์ ส่วน อย. ได้ตอบผลการดำเนินการ ดังนี้ 1) ได้แจ้งให้ด่านอาหารและยาทุกแห่งเฝ้าระวังการนำเข้า 2) อยู่ระหว่างการออกประกาศ 2 ฉบับ เรื่อง อาหารที่ได้จากสิ่งมีชีวิตดัดแปลงพันธุกรรม และเรื่องการแสดงฉลากอาหารที่ได้จากสิ่งมีชีวิตดัดแปลงพันธุกรรม ให้ครอบคลุมอาหารทุกชนิดที่ผ่านการประเมินความปลอดภัยแล้ว ปัจจุบันประกาศทั้ง 2 ฉบับมีผลใช้บังคับแล้ว

2.2 การควบคุมการกำกับฉลากผลิตภัณฑ์อาหารต่างประเทศที่นำเข้ามาจำหน่ายในราชอาณาจักรไทย จากการเฝ้าระวังร้านนำเข้าสินค้า ร้านหวังจังหวัง และร้าน JidubanG Market มีการจำหน่ายอาหารไม่แสดงฉลากเป็นภาษาไทย เป็นการจำหน่ายอาหารเข้าข่ายการกระทำความผิดตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 367 พ.ศ. 2557 เสนอต่อเลขาธิการ อย. เพื่อให้ตรวจสอบร้านดังกล่าว อย. ได้ตอบกลับผลการตรวจสอบที่ได้เข้าตรวจสอบสถานที่จำหน่ายพบการแสดงฉลากที่ไม่ถูกต้องจริง การกระทำความผิดดังกล่าวเข้าข่ายฝ่าฝืนประกาศซึ่งออกตามมาตรา 6 (10) มีโทษตามมาตรา 51 แห่งพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 ต้องระวางโทษปรับไม่เกินสามหมื่นบาท ซึ่ง อย. ได้ดำเนินการตามกฎหมายกับผู้จำหน่ายอาหารทั้ง 2 แห่งแล้ว

3. การรายงานการศึกษาการละเมิดสิทธิผู้บริโภคและปัญหาการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค

ในการทำรายงานการศึกษาการละเมิดสิทธิผู้บริโภคและปัญหาการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ซึ่งจัดทำโดยนายไพศาล ลิ้มสถิตย์ ผลการศึกษาพบว่า การรายงานการกระทำหรือละเลยการกระทำอันมีผลกระทบต่อสิทธิของผู้บริโภค ที่เสนอไปยังหน่วยงานของรัฐหรือหน่วยงานอื่นที่รับผิดชอบเพื่อประสานงานให้มีการดูแลผู้บริโภคที่ได้รับความเสียหายหรือถูกละเมิดสิทธิและเผยแพร่ให้ประชาชนทราบ ได้มีข้อมูลเรื่องราวร้องเรียนของผู้บริโภคในช่วงปีงบประมาณ 2565 ที่ส่งมายังสภาองค์กรของผู้บริโภค จำนวน 14,941 เรื่อง ส่วนใหญ่เป็นเรื่องร้องเรียนมายังสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค พบว่า

มีการร้องเรียนด้านการเงินและการธนาคารมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านสินค้าและบริการทั่วไป ด้านการสื่อสารโทรคมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านบริการสุขภาพตามลำดับ

การใช้สิทธิผู้บริโภคตามกฎหมายไทยมีขอบเขตจำกัดหลายประการ กล่าวคือ การเรียกร้องสิทธิหรือการเยียวยาความเสียหายตามกฎหมาย จะเป็นไปตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคเฉพาะด้านที่กำหนดไว้ หรือเป็นไปตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ในกรณีที่ไม่มีกฎหมายเฉพาะ แต่ก็ยังมีกรณีที่ไม่สามารถเยียวยาผู้เสียหายได้ เช่น กรณีการหลอกลวงทางออนไลน์ หรือกรณีแก๊งคอลเซ็นเตอร์ การให้ข้อมูลความรู้แก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับรูปแบบการหลอกลวงต่าง ๆ น่าจะมีความเหมาะสม กรณีการซื้อขายสินค้าหรือบริการออนไลน์หรือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีจุดอ่อนหลายประการ บางกรณีไม่สามารถนำกฎหมายปัจจุบันที่เกี่ยวข้องมาปรับใช้ได้เหมาะสมทันการณ์ จึงอาจมีความจำเป็นที่จะมีการเสนอมาตรการหรือกฎหมายเฉพาะในเรื่องนี้เหมือนในต่างประเทศ สิทธิผู้บริโภคสากล 8 ประการของ “สหพันธ์ผู้บริโภคสากล” (Consumers International) เป็นเรื่องที่มีความสำคัญ แต่ก็อาจมีเนื้อหาบางประการที่ควรปรับปรุง โดยภาครัฐควรนำ “แนวปฏิบัติว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคของสหประชาชาติ” (United Nations Guidelines for Consumer Protection) มาพิจารณาปรับปรุงกฎหมายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคในด้านต่าง ๆ

กรณีข้อเสนอด้านนโยบายของสภาองค์กรของผู้บริโภคพบว่า กลุ่มองค์กรผู้บริโภคหรือคนในชุมชนที่อาจได้รับผลกระทบจากแผนงาน โครงการของภาครัฐที่จะส่งผลกระทบต่อประชาชน มักจะขาดการมีส่วนร่วมในกระบวนการกำหนดนโยบายในภาครัฐ หรือมิได้รับฟังความเห็นจากตัวแทนกลุ่มผู้บริโภคหรือผู้มีส่วนได้เสียตามขั้นตอนที่โปร่งใส กล่าวคือ มิได้ปฏิบัติตามสิทธิที่จะได้รับการรับฟัง ในบางกรณีเป็นกรณีที่น่าสงสารผลกระทบต่อชุมชนอย่างร้ายแรง ได้แก่ ผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติ คุณภาพสิ่งแวดล้อม สุขภาพ อนามัย คุณภาพชีวิต หรือส่วนได้เสียสำคัญอื่นใดของประชาชนหรือชุมชน หรือสิ่งแวดล้อมอย่างรุนแรง อาจถือว่าหน่วยงานบางแห่งมิได้ปฏิบัติตามมาตรา 58 ของรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2560 หรือเป็นกรณีที่น่าจะไม่ปฏิบัติตามมาตรา 56 ของรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2560 ในเรื่องการทำหน้าที่ให้มีสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตของประชาชนอย่างทั่วถึง มิได้ให้ความสำคัญกับการเรียกเก็บค่าบริการจนเป็นภาระแก่ประชาชนเกินสมควร เช่น กรณีการดำเนินการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับนโยบายและมาตรการค่าไฟฟ้า หรือการจัดทำ “แผนพัฒนากำลังผลิตไฟฟ้า” หรือการปกปิดข้อมูลรายงานผลการศึกษาผลกระทบต่อผู้บริโภค ซึ่งไม่สอดคล้องกับสิทธิผู้บริโภคที่จะรับทราบข้อมูล เช่น กรณี กสทช. พิจารณาการควบรวมกิจการของทรู - ดีแทค รวมถึงการจัดตั้งกลุ่มบุคคลของฝ่ายธุรกิจโทรคมนาคม หรือการใช้กฎหมายในการฟ้องร้องดำเนินคดีต่อตัวแทนองค์กรของผู้บริโภคเพื่อที่จะปิดปากมิให้กลุ่มผู้บริโภคออกมาเรียกร้องสิทธิต่าง ๆ เพื่อประโยชน์ของผู้บริโภค

3. งานส่งเสริมความเข้มแข็งเครือข่ายภาคีและองค์กรของผู้บริโภค

ในจำนวนเรื่องร้องเรียนทั้งหมด 14,941 เรื่อง ที่ผู้บริโภคร้องเรียนเข้ามายังสภาองค์กรของผู้บริโภคซึ่งได้ให้ความช่วยเหลือดำเนินการจนเป็นที่พอใจของผู้บริโภคในปี 2565 นั้น เป็นเรื่องร้องเรียนที่ผู้บริโภคร้องผ่านหน่วยงานประจำจังหวัดทั้ง 14 แห่ง เป็นจำนวนถึง 6,585 เรื่อง หรือคิดเป็นร้อยละ 44.07 ดังนั้น การสนับสนุนการจัดตั้งหน่วยงานประจำจังหวัดในทุก ๆ เขตพื้นที่ให้ทั่วถึงจึงมีความจำเป็น เพื่อให้ความช่วยเหลือประชาชนที่ประสบกับปัญหาได้อย่างรวดเร็วทันสถานการณ์

เมื่อทุกคนคือผู้บริโภค การขยายหน่วยงานประจำจังหวัดให้กระจายไปยังส่วนภูมิภาค และสร้าง ‘ผู้ปฏิบัติงานคุ้มครองผู้บริโภค’ ให้เพิ่มขึ้นในระดับภูมิภาค ฝ่ายสนับสนุนสมาชิกและองค์กรของผู้บริโภคในสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค จึงได้รับผิดชอบงานสนับสนุนเพื่อให้เกิดหน่วยงานเขตพื้นที่ หน่วยงานประจำจังหวัด สมาชิก และองค์กรของผู้บริโภคใหม่ ๆ เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับองค์กรของผู้บริโภค พร้อมกับส่งเสริมให้ประชาชนตระหนักถึงสิทธิผู้บริโภคไปพร้อมกันด้วย

หน่วยงานเขตพื้นที่ 5 เขต และหน่วยงานประจำจังหวัด 14 แห่ง ถูกออกแบบให้ทำหน้าที่เสมือนสภาองค์กรของผู้บริโภคที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ โดยหน่วยงานเขตพื้นที่คือองค์กรที่มีประสบการณ์ ทำหน้าที่เป็น ‘พี่เลี้ยง’ ขณะที่หน่วยงาน

ประจำจังหวัดคือองค์กรที่ได้รับการแต่งตั้งใหม่ เพื่อทำงานคุ้มครองผู้บริโภคให้ครอบคลุมทุกประเด็น และตอบสนองต่อปัญหาในพื้นที่ให้ได้มากที่สุด ทั้งนี้ ฝ่ายสนับสนุนสมาชิกและองค์กรผู้บริโภค มีหน้าที่ส่งเสริมและสนับสนุนให้หน่วยงานประจำจังหวัดสามารถดำเนินการตาม 7 ภารกิจที่สอดคล้องไปกับแผนยุทธศาสตร์ของสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค ส่วนกลาง กล่าวคือ 1) การเสนอแนะนโยบายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคต่อหน่วยงานของรัฐในระดับจังหวัด 2) การสนับสนุนและดำเนินการตรวจสอบ ติดตาม เฝ้าระวังสถานการณ์ปัญหาสินค้าและบริการที่อาจกระทบต่อสิทธิของผู้บริโภค หรืออาจก่อให้เกิดความเสียหาย หรือเกิดความเสื่อมเสียแก่ผู้บริโภคในระดับจังหวัด 3) รายงานการกระทำ หรือการละเลยการกระทำอันมีผลกระทบต่อสิทธิของผู้บริโภคไปยังหน่วยงานของรัฐ หรือหน่วยงานอื่นที่รับผิดชอบในระดับจังหวัด และเผยแพร่ให้ประชาชนทราบ 4) การสนับสนุนการรวมตัวและช่วยเหลือองค์กรของผู้บริโภคภายในจังหวัดเพื่อรักษาประโยชน์ของผู้บริโภค 5) การร่วมมือกับองค์กรสมาชิกและองค์กรของผู้บริโภคอื่นในจังหวัดจัดตั้งสภาจังหวัด 6) การรับเรื่องร้องเรียนใกล้เคียงหรือประนีประนอมยอมความข้อพิพาทเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค และ 7) การดำเนินคดีในนามของสภาองค์กรของผู้บริโภค เมื่อได้รับความเห็นชอบจากที่ประชุมสภาจังหวัด

3.1 งานคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิ

ฝ่ายสนับสนุนสมาชิกและองค์กรของผู้บริโภค สำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค สนับสนุนงบประมาณสำหรับการดำเนินกิจกรรมของบุคลากรและสำนักงาน ให้คำปรึกษา และอบรมเสริมศักยภาพเจ้าหน้าที่ เพื่อสามารถดำเนินการตามภารกิจให้ลุล่วงในปี 2565 หน่วยงานประจำจังหวัด 14 แห่ง ได้รับเรื่องร้องเรียน ใกล้เกลี่ยหรือประนีประนอมยอมความข้อพิพาทเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค จากผู้บริโภคจำนวนรวมทั้งสิ้น 6,585 เรื่อง สามารถแก้ไขปัญหาให้ผู้บริโภคจนยุติได้จำนวน 5,763 เรื่อง คิดเป็น ร้อยละ 87.52 สามารถประเมินความสำเร็จในการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภครวมเป็นมูลค่า 64,208,521.43 บาท นอกจากนี้ การประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการให้บริการในการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธินี้ พบว่าผู้บริโภคร้อยละ 80.24 มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ โดยแจ้งว่า ชื่นชอบการให้บริการของเจ้าหน้าที่ในด้านความรวดเร็ว ความสุภาพ และการช่วยเหลือผู้บริโภคอย่างจริงใจ

เมื่อจำแนกเรื่องร้องเรียนตามประเด็นการคุ้มครองผู้บริโภคทุกด้าน พบว่าปัญหาด้านการสื่อสาร โทรมมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศถูกร้องเรียนมากที่สุด ได้แก่ เอสเอ็มเอสหลอกหลวงและกวนใจโดยส่งข้อความทางกล่องข้อความแล้วแนบลิงก์เพื่อขโมยข้อมูลส่วนบุคคล หรือโทรศัพท์หลอกให้โอนเงิน รวมทั้งปัญหาอินเทอร์เน็ตที่ไม่มีมาตรฐานและความแรงตามโฆษณา เป็นต้น ปัญหาที่ถูกร้องเรียนรองลงมาคือ ปัญหาด้านการเงินและการธนาคาร ได้แก่ การเคลมประกันโควิด 19 ไม่ได้ตามกรมธรรม์ และการเช่าซื้อยานพาหนะโดยไม่ได้รับรถหลังจ่ายมัดจำ และอันดับที่ 3 คือ ปัญหาด้านสินค้าและบริการทั่วไป ได้แก่ การซื้อสินค้าออนไลน์แล้วได้รับสินค้าไม่ตรงปก คืนสินค้าไม่ได้ และสินค้าไม่ได้มาตรฐาน และบริการขนส่งไปรษณีย์ที่ไม่ได้มาตรฐาน ทำให้สินค้าที่ขนส่งมาเสียหาย รวมถึงบริการเสริมความงามโฆษณาเกินจริง เป็นต้น

จะเห็นว่า ปัญหาความเดือดร้อนของผู้บริโภคด้านการสื่อสาร โทรมมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศที่ถูกร้องเรียนมากที่สุดนี้ สะท้อนให้เห็นถึงปัญหาความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล และความรู้เท่าทันสื่อ เทคโนโลยี และสารสนเทศของประชาชนในภูมิภาค ซึ่งสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค สามารถนำไปวางแผนงานเสริมศักยภาพ และจัดอบรมให้กับเจ้าหน้าที่และผู้บริโภคของหน่วยงานประจำจังหวัดนั้น ๆ ได้สอดคล้องกับปัญหาที่เกิดขึ้น

3.2 งานสนับสนุนองค์กรผู้บริโภคระดับพื้นที่

คณะกรรมการนโยบายสภาองค์กรของผู้บริโภค (กนย.) ได้ แต่งตั้งหน่วยงานเขตพื้นที่ ได้ทั้งหมด 5 เขต ได้แก่ เขตพื้นที่ภาคเหนือ เขตพื้นที่ภาคใต้ เขตพื้นที่ภาคตะวันออก เขตพื้นที่ภาคตะวันตก และเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และสนับสนุนให้ จัดตั้งหน่วยงานประจำจังหวัด 14 แห่ง ได้แก่ สตูล เชียงราย ลำปาง ฉะเชิงเทรา กรุงเทพมหานคร พะเยา สุราษฎร์ธานี ลำพูน สงขลา ประจวบคีรีขันธ์ เชียงใหม่ กาญจนบุรี ร้อยเอ็ด และสมุทรสงคราม ซึ่งเป็นหน่วยงานประจำจังหวัดที่ได้รับการแต่งตั้งล่าสุดเมื่อเดือนสิงหาคม 2565

ตารางแสดงจำนวนของเรื่องร้องเรียนปัญหาผู้บริโภค จำแนกตามประเด็นการคุ้มครอง
ผู้บริโภคทุกด้าน งานคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค หน่วยงานประจำจังหวัดสภากงศ์กร
ของผู้บริโภค ปีงบประมาณ 2565

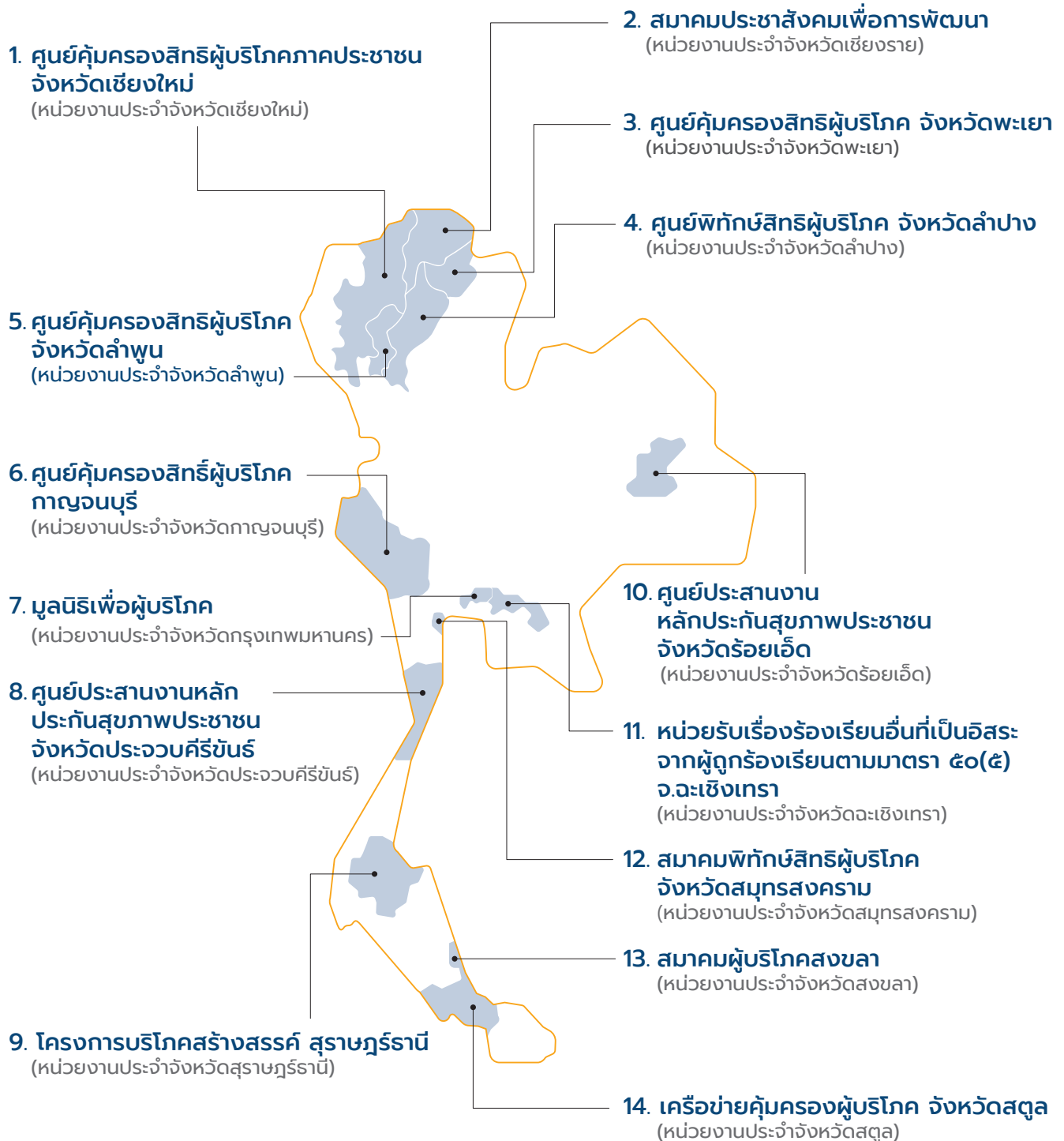
หมวด ปัญหา ที่	หน่วยงานประจำจังหวัด สภากงศ์กรของผู้บริโภค*														ร้อยละ
	กท	ชร	ชม	ลป	พย	ลพ	ปช	กจ	ฉช	รอ	สต	สฎ	สข	รวม	
1	689	42	26	43	61	10	13	4	46	14	90	20	47	1,105	16.78
2	138	67	4	15	38	5	9	3	2	12	5	8	10	316	4.80
3	101	16	3	11	1	12	46	1	13	2	1	2	4	213	3.23
4	195	49	84	61	46	11	62	0	22	103	5	83	26	747	11.34
5	67	58	120	80	26	18	12	36	195	10	109	19	23	773	11.74
6	407	49	49	24	47	24	50	4	76	71	59	106	57	1,023	15.54
7	1,284	68	118	30	45	13	8	1	32	76	76	24	135	1,910	29.01
8	1	2	3	8	1	0	55	2	30	0	4	1	5	112	1.70
9	0	0	0	0	0	0	1	0	2	0	0	0	1	4	0.06
10	143	1	62	18	15	19	72	0	13	0	6	33	0	382	5.80
รวม	3,025	352	469	290	280	112	328	51	431	288	355	296	308	6,585	100.00
เรื่องร้อง เรียนยุติ	2506	337	440	289	280	75	297	16	395	249	344	296	239	5,763	
ร้อยละ ของเรื่อง ยุติ	82.84	95.74	93.82	99.66	100.00	66.96	90.55	31.37	91.65	86.46	96.90	100.00	77.60	87.52	
อยู่ ระหว่าง ดำเนิน การ	519	15	29	1	0	37	31	35	36	39	11	0	69	822	

*รายชื่ออักษรย่อของจังหวัด อ้างอิงจากมหาดไทย

หมายเหตุ: กท = กรุงเทพมหานคร, ชร = เชียงราย, ชม = เชียงใหม่, ลป = ลำปาง, พย = พะเยา, ลพ = ลำพูน, ปช = ประจวบคีรีขันธ์, กจ = กาญจนบุรี,
ฉช = ฉะเชิงเทรา, รอ = ร้อยเอ็ด, สต = สตูล, สฎ = สุราษฎร์ธานี และ สข = สงขลา สำหรับหน่วยงานประจำจังหวัดสมุทรสงคราม เพิ่งจัดตั้งเมื่อเดือนสิงหาคม
2565 จึงยังไม่ได้ดำเนินการรับเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภคในปีงบประมาณ 2565

1 = การเงินและการธนาคาร, 2 = การขนส่งและยานพาหนะ, 3 = อสังหาริมทรัพย์และที่อยู่อาศัย, 4 = อาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ, 5 = บริการสุขภาพ,
6 = สินค้าและบริการทั่วไป, 7 = การสื่อสาร โทรคมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศ, 8 = บริการสาธารณะ พลังงาน และสิ่งแวดล้อม, 9 = การศึกษา, 10 = อื่น ๆ

14 หน่วยงานประจำจังหวัด



นอกจากดำเนินการเสนอให้คณะกรรมการนโยบายสภาองค์กรของผู้บริโภค (กนย.) แต่งตั้งหน่วยงานเขตพื้นที่ และหน่วยงานประจำจังหวัดขึ้นในพื้นที่ใหม่ ๆ แล้ว สำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภคยังได้สนับสนุนหน่วยงานเขตพื้นที่ ในภาคต่าง ๆ ด้วยการให้คำปรึกษาการดำเนินงาน เตรียมความพร้อมองค์กรสมาชิกในจังหวัดที่มีแนวโน้มจะจัดตั้งเป็น หน่วยงานประจำจังหวัด ร่วมประชุมจัดทำแผนงานเขตพื้นที่ซึ่งเน้นแผนสนับสนุนองค์กรสมาชิกให้สามารถจัดตั้งสถานะ องค์กรผู้บริโภคผ่าน ออกผ.3 สนับสนุนให้เกิดสภาจังหวัดและอบรมเสริมศักยภาพเจ้าหน้าที่ในด้านต่าง ๆ

การสนับสนุนองค์กรของผู้บริโภค สืบเนื่องจากเป้าหมายการพัฒนาคุณภาพองค์กรของผู้บริโภค ให้มีคุณสมบัติ ตามสำนักทะเบียนกลางกำหนด (อกผ.3) จึงประกาศ ‘การรับข้อเสนอโครงการเพื่อขอรับการสนับสนุนจากสภาองค์กรของ ผู้บริโภคปี พ.ศ. 2565’ เพื่อให้การสนับสนุน ช่วยเหลือ และส่งเสริมการดำเนินงานของสมาชิก หรือองค์กรของผู้บริโภค ในการรักษาประโยชน์ของผู้บริโภค โดยเปิดโอกาสให้สมาชิก หรือองค์กรของผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ดำเนินงานคุ้มครอง ผู้บริโภคไม่น้อยกว่า 1 ปี ประกอบด้วย โครงการขนาดเล็ก วงเงินงบประมาณไม่เกิน 40,000 บาท โครงการขนาดกลาง วงเงินงบประมาณ 40,001 บาท แต่ไม่เกิน 200,000 บาท และโครงการขนาดใหญ่ วงเงินงบประมาณ 200,001 บาท แต่ไม่เกิน 5,000,000 บาท ทั้งนี้ สำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค และหน่วยงานประจำจังหวัด ได้สนับสนุนสมาชิกและ องค์กรผู้บริโภคไปทั้งสิ้นจำนวน 267 โครงการ จำแนกเป็นโครงการขนาดเล็ก 207 โครงการ โครงการขนาดกลาง 47 โครงการ และโครงการขนาดใหญ่ 13 โครงการ เพื่อทำกิจกรรมในประเด็น ดังต่อไปนี้

- 1) **สินค้าและบริการบนออนไลน์:** การเท่าทันการบริโภคสินค้าหรือบริการบนออนไลน์ จำนวน 111 โครงการ
- 2) **เผื่อระวัง/เตือนภัยสินค้าและบริการ:** ประเด็นการทดสอบสินค้าหรือบริการที่กระทบต่อผู้บริโภคในวงกว้าง เผื่อระวังตามสถานที่ เช่น ตลาดนัด หรือร้านขายของชำ จำนวน 8 โครงการ
- 3) **การขนส่งและยานพาหนะที่ปลอดภัย:** ประเด็นรถรับส่งนักเรียนที่ปลอดภัย ส่งเสริมให้มี ‘ทางม้าลายที่ปลอดภัย’ หน้าโรงเรียน/ในชุมชน การสัญจรทางน้ำที่ปลอดภัย และมีถนนปลอดภัยจากจุดเสี่ยง เป็นต้น จำนวน 51 โครงการ
- 4) **อาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ:** ประเด็นผลิตภัณฑ์สุขภาพอันตราย ยาชุด เครื่องสำอาง น้ำมันทอดซ้ำ น้ำดื่มปลอดภัย เป็นต้น จำนวน 54 โครงการ
- 5) **พัฒนาองค์กรผู้บริโภคและเครือข่าย:** ให้รู้จักสิทธิผู้บริโภคและพัฒนาความเข้มแข็งกลไกเครือข่ายผู้บริโภค ในแต่ละระดับ จำนวน 42 โครงการ
- 6) **ประเด็นอื่น:** การจัดการขยะเพื่อชุมชนผู้บริโภค จำนวน 1 โครงการ

ตารางแสดงสถานะองค์กรที่ได้รับการสนับสนุนจำแนกตามเขตพื้นที่

ลำดับ	หน่วยงานเขตพื้นที่	สมาชิก	องค์กรผู้บริโภค	รวม
1	ภาคเหนือ	62	29	91
2	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	35	11	46
3	ภาคกลาง	3	15	18
4	ภาคใต้	16	10	26
5	ภาคตะวันออก	10	17	27
6	ภาคตะวันตก	16	24	40
7	กรุงเทพมหานคร	9	10	19
ยอดรวมทั้งหมด		151	116	267

การสนับสนุนการดำเนินโครงการดังกล่าว นอกจากจะช่วยให้สมาชิกและองค์กรของผู้บริโภคเพิ่มขีดความสามารถในการจัดกิจกรรมได้ตามความถนัดขององค์กร และตอบสนองความต้องการของบริบทในพื้นที่แล้ว ยังเกิดผลดีต่อประชาชนผู้บริโภคจากงานเชิงรุกที่สร้างสรรค์ด้วย ตัวอย่างเช่น โครงการทางม้าลายจังหวัดสระบุรี โครงการอาสาสมัครเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์สุขภาพออนไลน์ในจังหวัดอ่างทอง หรือโครงการคืนข้อมูลตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญให้กับหน่วยงานในท้องถิ่นของจังหวัดนนทบุรี เป็นต้น ทำให้เกิดกิจกรรมที่หลากหลาย และกระจายไปยังผู้บริโภคที่อยู่ในชนบทจริง ๆ ให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

3.3 งานพัฒนาศักยภาพเพื่อความเข้มแข็งและยั่งยืน

การพัฒนาศักยภาพเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในส่วนภูมิภาคนั้น สำหรับหน่วยประจำจังหวัดที่เข้มแข็งแล้ว จะพัฒนาความเข้มแข็งให้กับสมาชิกและองค์กรของผู้บริโภคในจังหวัด ให้ทำหน้าที่ช่วยเหลือปกป้องสิทธิผู้บริโภคด้านทุกคนอย่างเต็มที่ด้วยการพัฒนาทักษะให้กับเจ้าหน้าที่ของหน่วยประจำจังหวัด และแกนนำของสมาชิก เกี่ยวกับการจับประเด็น การเขียนรายงาน การทำสื่อประชาสัมพันธ์แบบหน้าเดียว และการบันทึกข้อมูลในระบบกูเกิลฟอร์ม นอกจากนี้ ยังมี การพัฒนาศักยภาพอาสาสมัครแกนนำของสมาชิกในประเด็นเทคนิคกระบวนการใช้สื่อการเฝ้าระวังสินค้าและบริการ โฆษณาเกินจริง การเขียนหนังสือการร้องทุกข์/ร้องเรียน การรับเรื่องร้องเรียน และการอ่านฉลากผลิตภัณฑ์สุขภาพ รวมถึงอบรมเจ้าหน้าที่สำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค หน่วยงานเขตพื้นที่ และหน่วยงานประจำจังหวัด เรื่องการผลักดันนโยบายสาธารณะ โดยมีเจ้าหน้าที่เข้าร่วมทั้งสิ้น 30 คน การพัฒนาศักยภาพเหล่านี้ เป็นไปในลักษณะการฝึกปฏิบัติงานไปพร้อมกับการทำงานจริง และเป็นการถ่ายทอดประสบการณ์จากรุ่นพี่ที่เชี่ยวชาญสู่เจ้าหน้าที่รุ่นใหม่ไฟแรง

นอกจากจะให้เข้าร่วมการฝึกทักษะต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ในการทำงานคุ้มครองผู้บริโภคแล้ว ยังมีการสนับสนุนและพัฒนางานองค์กรผู้บริโภคในจังหวัดให้ได้รับการประเมินองค์กรจากศูนย์วิชาการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพ (คคส.) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เพื่อเตรียมความพร้อมในการยื่นจดแจ้งต่อนายทะเบียนจังหวัดต่อไปด้วย

สำหรับการพัฒนาศักยภาพเพื่อยกระดับการทำงานคุ้มครองผู้บริโภค ให้แก่เจ้าหน้าที่สภาองค์กรของผู้บริโภค หน่วยงานประจำจังหวัด และผู้ปฏิบัติงานในฐานะหน่วยงานเขตพื้นที่ ในประเด็นการทำงานทุกด้านนั้น สภาองค์กรของผู้บริโภค ร่วมกับสถาบันการเรียนรู้การรังสรรค์เสริมสุขภาพ (Thai Health Academy) พัฒนาหลักสูตรเพื่ออบรมพัฒนาศักยภาพให้กับผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับสภาองค์กรของผู้บริโภคทุกระดับ โดยมีหลักสูตรทั้งสิ้น 21 หลักสูตร ที่เกี่ยวข้องกับการทำงานคุ้มครองผู้บริโภค 8 ด้าน ทักษะชีวิตและทักษะในการทำงาน ยกตัวอย่างเช่น หลักสูตรองค์กรแห่งการเรียนรู้ หลักสูตร 30 ชั่วโมง ประกอบด้วยเนื้อหา บุคลากรล้ำค่า มีวิสัยทัศน์ - แบบแผนความคิดร่วมกัน เรียนรู้เป็นทีมและการคิดเชิงระบบ หรือหลักสูตรทักษะชีวิต เรียนรู้ทักษะภาวะผู้นำ หลักสูตร 45 ชั่วโมง ประกอบด้วยเนื้อหาทักษะการนำด้วยความเข้าใจ การสื่อสารเพื่อสานความร่วมมือ ด้วยคำถามนำด้วยปัญญาการบริหารความขัดแย้ง และการเยียวยาตนเอง เป็นต้น

การประเมินผลการดำเนินงานเพื่อการพัฒนาการทำงานของหน่วยงานประจำจังหวัด หน่วยงานเขตพื้นที่ สมาชิกและองค์กรของผู้บริโภคปี 2565 โดยสถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ซึ่งประเด็นที่เป็นอุปสรรคต่อการขับเคลื่อนงานคุ้มครองผู้บริโภคของหน่วยงานประจำจังหวัด หน่วยงานเขตพื้นที่ สมาชิกและองค์กรของผู้บริโภค ได้แก่ ระเบียบหรือแนวทางปฏิบัติไม่ชัดเจน ไม่ยืดหยุ่นต่อการนำไปใช้ดำเนินงานในพื้นที่ บทบาทการดำเนินงานที่ทับซ้อน บุคลากรที่ต้องได้รับการพัฒนาศักยภาพ อัตราค่าจ้างที่ไม่เพียงพอ ประชาชนในพื้นที่ยังไม่รู้จักหรือไม่รับรู้ถึงการใช้สิทธิของสภาองค์กรของผู้บริโภค การเชื่อมประสานการทำงานกับภาคี ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาควิชาการในพื้นที่ รวมถึงข้อก้ำกัณฑ์ที่เข้มข้นของหลักเกณฑ์การขึ้นทะเบียนองค์กรสมาชิกของสำนักปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี (สปน.) ซึ่งองค์กรของผู้บริโภคบางส่วนยังไม่มี ความชำนาญด้านการเตรียมเอกสาร ทำให้การขึ้นทะเบียน ออก.3 ลำบาก เป็นต้น

จึงมีข้อเสนอต่อสภาองค์กรของผู้บริโภคในประเด็นระเบียบหรือแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจน เหมาะสมต่อการดำเนินงาน จัดทำคู่มือปฏิบัติงานสำหรับหน่วยงานประจำจังหวัดที่ประกอบด้วยข้อมูลที่จำเป็นต่อการขับเคลื่อน

งานคุ้มครองผู้บริโภค อาทิ ประวัติความเป็นมา ระเบียบ ข้อบังคับ บทบาทภารกิจ สนับสนุนกลไกการทำงานร่วมกับองค์กรในพื้นที่ พัฒนาศักยภาพที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง และควรมีกระบวนการในการวางแผนร่วมกันระหว่างสภาองค์กรของผู้บริโภค หน่วยงานเขตพื้นที่ และหน่วยงานประจำจังหวัด เป็นต้น

3.4 งานประชุมสามัญสมาชิก

การประชุมสามัญประจำปีสมาชิกในปี 2565 ได้จัดประชุมไป 2 ครั้ง สารสำคัญของการประชุมครั้งที่ 1 คือ มีสมาชิกร่วมประชุม 243 องค์กร และได้มีมติผ่านวาระเห็นชอบรายงานการเงินงบประมาณปี 2564 เห็นชอบรับรองผลการปฏิบัติงานประจำปี 2564 รวมถึงเห็นชอบและรับรององค์กรของผู้บริโภค จำนวน 28 องค์กรเข้าเป็นสมาชิก ประกอบด้วยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 17 องค์กร ภาคเหนือ ภาคใต้ และภาคตะวันตกภาคละ 1 องค์กร และกรุงเทพมหานคร 8 องค์กร

สำหรับการประชุมสามัญสมาชิกครั้งที่ 2 มีผู้เข้าร่วมการประชุม 273 องค์กร ที่ประชุมได้เห็นชอบ (ร่าง) ข้อบังคับสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2565 และให้มีผลการบังคับใช้ทันที มีมติเอกฉันท์รับการเสนอชื่อกรรมการนโยบายสัดส่วนผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน คือ ด้านบริการสุขภาพ และด้านการขนส่งและยานพาหนะ แทนกรรมการที่ลาออก รวมถึงมีมติรับรองผู้สอบบัญชี เห็นชอบแต่งตั้งให้นายก้องเกียรติ ยิ้มสกุล บริษัท เอซี คล้าย จำกัด เป็นผู้สอบบัญชีรับอนุญาต

การประชุมใหญ่สมาชิก ที่มีผู้แทนของผู้บริโภคกว่า 300 คนจากองค์กรของผู้บริโภคที่เข้าร่วมเป็นสมาชิกกว่า 273 องค์กรทั่วประเทศ ภายใต้ชื่องาน ‘รู้จัก รู้จริง รู้ใจ งานประชุมใหญ่สมาชิก’ เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้สู่อนาคต และสร้างพื้นฐานคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ร่วมมือกันวางแผนช่วยเหลือผู้บริโภคอย่างทั่วถึง รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ ภายใต้แนวคิดในการทำงานที่ว่า ‘ทุกคนคือผู้บริโภคที่ต้องได้รับการคุ้มครองและยกระดับคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น’

การรับฟังความคิดเห็นเพื่อเสนอแนะต่อการคุ้มครองผู้บริโภค ภายใต้ ‘โครงการวิจัยสำรวจความคิดเห็น และประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสภาองค์กรของผู้บริโภคประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565’ ซึ่งดำเนินการโดยสถาบันนิติพัฒนาบริหารศาสตร์ (นิด้า) จากรายงานความก้าวหน้า พบว่าสมาชิกสภาองค์กรของผู้บริโภคที่กระจายตัวอยู่ในแต่ละภูมิภาค หน่วยงานเขตพื้นที่ และหน่วยงานประจำจังหวัดนั้น มีการทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิด อีกทั้งยังมีความรู้สึกร่วมและตระหนักถึงการทำหน้าที่เสมือนเป็นสภาองค์กรของผู้บริโภคในระดับภูมิภาค และในส่วนกลุ่มองค์กรสมาชิกซึ่งผ่านการขึ้นทะเบียน ออกผ.3 นับว่าเป็นองค์กรที่มีความเข้าใจและความสามารถในการทำงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับพื้นที่ได้เป็นอย่างดี แต่ยังคงขาดการสื่อสารระหว่างองค์กรสมาชิกและกลุ่มเครือข่ายซึ่งทำงานคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่กับสำนักงานส่วนกลางโดยตรง จึงทำให้องค์กรสมาชิกและเครือข่าย ยังมีความเข้าใจเกี่ยวกับกฎระเบียบ และนโยบายจากสภาองค์กรของผู้บริโภคคลาดเคลื่อนบางส่วน อย่างไรก็ตาม ผู้เข้าร่วมโครงการสำรวจความคิดเห็น มีระดับความพึงพอใจต่อการทำงานของสภาองค์กรของผู้บริโภคเฉลี่ยประมาณ 7 เต็ม 10 โดยให้เหตุผลว่า เป็นการดำเนินงานร่วมกันในปีที่สองเท่านั้น ยังมีอีกหลายเรื่องที่ต้องปรับปรุงพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นไปอีก

4. งานสื่อสารสาธารณะเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

การสื่อสารต่อสาธารณะสร้างวัฒนธรรมใหม่ในงานปกป้องผู้บริโภค ไม่เพียงแต่ทำหน้าที่เผยแพร่ข้อมูลแก่ผู้บริโภค เพื่อให้รู้เท่าทันเล่ห์กลที่เอาเปรียบเท่านั้น ยังเป็นเครื่องมือในการสร้างความเข้าใจและไว้วางใจของคนในสังคม โดยเฉพาะผู้ประกอบการต่อสภาองค์กรของผู้บริโภคอีกด้วย ทั้งนี้ ฝ่ายสื่อสารสาธารณะและประชาสัมพันธ์ออกแบบให้งานประกอบด้วยการผลิตเนื้อหา เผยแพร่ความรู้ ธรณิศพื้ทักษ์สิทธิผู้บริโภค แฉงเตือนภัยทั้งทางออนไลน์ ออฟไลน์ และงานพัฒนาระบบเทคโนโลยี เพื่อใช้ในงานคุ้มครองผู้บริโภค

ดำเนินการประชาสัมพันธ์องค์กรให้สาธารณชนรู้จักด้วย 5 กลยุทธ์ที่สำคัญ คือ 1) การพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจ บทบาท หน้าที่สภาองค์กรของผู้บริโภค โดยใช้การสื่อสารประชาสัมพันธ์

ผ่านช่องทางการสื่อสารแบบเดิม เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ วารสาร เป็นต้น และช่องทางการสื่อสารแบบใหม่ เช่น สื่อสังคมออนไลน์ 2) การสร้างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารในประเด็นนโยบายสาธารณะ และประชาสัมพันธ์สำนักงาน และหน่วยงานประจำจังหวัดของสภาองค์กรของผู้บริโภคผ่านสื่อดิจิทัลทีวี วิทยุ และสื่อออนไลน์ 3) การสื่อสารสร้างความเข้าใจเพื่อขับเคลื่อนประเด็นบริการขนส่งมวลชนทุกคนขึ้นได้ 4) การเผยแพร่ประเด็นปัญหาผู้บริโภค แจ้งข่าวสารเตือนภัยและให้ความรู้ผู้บริโภค และ 5) การสื่อสารนโยบายสภาองค์กรของผู้บริโภค ผ่านกลุ่มคนที่มีอิทธิพลต่อความคิดในโลกออนไลน์ (อินฟลูเอนเซอร์)

4.1 งานเผยแพร่ความรู้และรณรงค์การพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค

สภาองค์กรของผู้บริโภค ได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์องค์กรให้สาธารณชนรู้จัก รวมทั้งมีการเตือนภัยเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่อาจกระทบต่อสิทธิของผู้บริโภคเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค และขับเคลื่อนประเด็นสู่สาธารณะเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับผู้บริโภค โดยสื่อสารผ่านช่องทางการสื่อสารสมัยใหม่ที่ทำให้การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเข้าถึงสาธารณชนได้จำนวนมาก 5 ช่องทาง ได้แก่ 1) เฟซบุ๊กแฟนเพจ ‘สภาองค์กรของผู้บริโภค’ 2) ทวิตเตอร์ ‘สภาองค์กรของผู้บริโภค’ (@tccthailand) 3) อินสตาแกรม ‘สภาองค์กรของผู้บริโภค’ (tcc.thailand) 4) ไลน์ออฟฟิเชียล ‘สภาองค์กรของผู้บริโภค’ (@tccthailand) และ 5) ยูทูบ ‘สภาองค์กรของผู้บริโภค’ (tccthailand)

ผู้บริโภคเข้าถึงข้อมูลเผยแพร่ของสภาองค์กรของผู้บริโภคในแพลตฟอร์มต่าง ๆ ไม่น้อยกว่า 9,381,892 ครั้ง จากการเผยแพร่ข้อมูล ประชาสัมพันธ์รับทราบหน้าที่ขององค์กรให้สาธารณชนรู้จักและเตือนภัยเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่อาจกระทบต่อสิทธิของผู้บริโภคเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค พร้อมขับเคลื่อนประเด็นสู่สาธารณะให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับผู้บริโภค ทั้งนี้ มีอินโฟกราฟิก ข่าว บทความ เรื่องเตือนภัย จำนวน 253 เรื่อง อาทิ เรื่องเตือนภัยผู้บริโภคไม่ให้หลงเชื่อหรือหลงซื้อสินค้าออนไลน์จากเฟซบุ๊กแฟนเพจ และให้ข้อมูลในการสังเกตร้านค้าว่าต้องดูข้อมูลอะไรบ้างก่อนตัดสินใจซื้อ หรืออินโฟกราฟิกให้ข้อมูลเกี่ยวกับการคัดค้านการควมรวบกิจการโทรคมนาคมระหว่างทรู - ดีแทค เป็นต้น

ในจำนวนการเข้าถึงข้างต้นนี้ มีประเด็นที่ผู้บริโภคเข้าถึงจำนวนมากในหลาย ๆ ประเด็น เช่น ประเด็นการเตือนภัยผู้บริโภคจากการซื้อสินค้าผ่านทางช่องทางออนไลน์แต่ได้รับของไม่ตรงกับที่สั่งสินค้าหรือไม่ได้รับสินค้า หรือประเด็นการทดสอบหน้ากากอนามัยแบบใช้ครั้งเดียวที่มาพร้อมกับช่วงที่โควิด 19 กลับมาระบาดอีกครั้งหรือประเด็นราคาน้ำมัน ค่าไฟฟ้าที่ปรับขึ้นจนส่งผลกระทบต่อทุกภาคส่วน หรือแม้แต่ประเด็นเรื่องความปลอดภัยของการออกมาเร่งรัดให้ผู้ประกอบการค่ายรถยนต์ 8 ยี่ห้อ เปลี่ยนถุงลมนิรภัยจากยี่ห้อที่คาดคะเนที่เกิดอันตรายเป็นยี่ห้อที่ได้มาตรฐานให้กับผู้บริโภค เป็นต้น

จากการนำเสนอข้อมูลนโยบาย การเตือนภัย การเฝ้าระวัง ทำให้สื่อมวลชน รวมทั้งผู้มีอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์นำข้อมูลของสภาองค์กรของผู้บริโภคไปเผยแพร่ในวงกว้างผ่านช่องทางต่าง ๆ จำนวน 1,467 ครั้ง โดยสื่อสำนักต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ และสื่อออนไลน์รวมถึงบุคคลมีชื่อเสียง ได้นำประเด็นปัญหาไปสื่อสารเพื่อทำให้ผู้บริโภคได้รับการแจ้งเตือนภัยและมีข้อมูลเพื่อป้องกันตัวเองจากภัยต่าง ๆ ที่กำลังเผชิญ

นอกจากนี้สภาองค์กรของผู้บริโภคยังได้รับรางวัลในสาขาแบรนด์สร้างสรรค์ผลงานอินฟลูเอนเซอร์ยอดเยี่ยมสาขาการเปลี่ยนแปลง (Best Social Change Maker Influencer Campaign) จากงาน ‘Thailand Influencer Awards 2022’ งานประกาศรางวัลที่มอบให้กับอินฟลูเอนเซอร์และแบรนด์ที่มีผลงานยอดเยี่ยม ซึ่งจัดขึ้นโดยบริษัทเทลสกอร์ (Tellscore) ในปี 2565

โดยสภาองค์กรของผู้บริโภคได้ส่งผลงานการรณรงค์ผ่านอินฟลูเอนเซอร์ โดยใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านโซเชียลมีเดีย ไม่ว่าจะเป็น ดิกด็อก (TikTok) เฟซบุ๊ก (Facebook) หรือทวิตเตอร์ (Twitter) เพื่อสร้างความเข้าใจและผลักดันประเด็น ‘บริการขนส่งที่มวลชนขึ้นได้ โดยเฉพาะรถไฟฟ้ามหานคร’ ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้คนในสังคมเข้าถึงบริการสาธารณะในราคาที่เหมาะสม และเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ซึ่งในขณะนั้นทำให้มีผู้เข้าถึงสื่อเผยแพร่ทั้งหมดเกือบ 3 ล้านคน

เลื่อนออนไลน์

เคาะสูตรไหน?

ให้ราคารถไฟฟ้า

สายสีเขียวถูกลง

ผู้บริโภคได้ประโยชน์

13.30 - 15.00 น. วิเคราะห์ทางออก
สูตรส่วนต่อขยายสายสีเขียว
แบบไหนผู้บริโภคได้ประโยชน์

ผู้ดำเนินรายการ
จูนนี่ เขียวศรีไทย
ผู้ก่อตั้งสถานีข่าว
The Reporters

ผศ.ดร.เกศนา
ธัญลักษณ์ภักดี
ประธานที่ปรึกษา
ด้านยุทธศาสตร์ และ
งบประมาณ ศปช.สภา
ของรัฐบาลการ
กรุงเทพมหานคร

ประภาส
เดชะศรีนิภา
ผู้อำนวยการอาวุโส
ฝ่ายการวางแผน
กรุงเทพมหานคร

รศ.ดร.ชาลี
เจริญลาภพรรัตน์
รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

สิริพงศ์
อัครสกลเกียรติ
สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร
จังหวัดสุพรรณบุรี เขต 1
พรรคภูมิใจไทย

ชินันท์
รุ่งเรืองเกียรติ
รองโฆษกพรรคเพื่อไทย

สารี
อรรถสมพรวิง
เลขาธิการสภาองค์กร
ของผู้บริโภค

วิมล
ทวีลาภย
รองประธานชุมชน
ไผ่สาบ (ชุมชนพุทธวิถี)
เขตวังน้อยสุพรรณบุรี

LIVE

ถ่ายทอดสดผ่านเฟซบุ๊ก

สภาองค์กรของผู้บริโภค
Thailand Consumers Council

THE REPORTERS

เมื่อวันที่ 10 พ.ค. 2565

tcc สภาองค์กรของผู้บริโภค
Thailand Consumers Council

สภาองค์กรของผู้บริโภค เร่งบริษัทรถยนต์ 8 ยี่ห้อ เปลี่ยนถุงลมนิรภัย

สภาองค์กรของผู้บริโภค ☎ 02-239-1839 | Email : contact@tcc.or.th

THE WINNER

Best Social Change Maker Influencer Campaign

#ThailandInfluencerAwards2022
www.thailandinfluencerawards.com

THAILAND
INFLUENCER
AWARDS 2022

by Influencer

KBANK -
B2B2C เปิดโอกาส

Dtac

สภาองค์กรของผู้บริโภค

สำนักงานส่งเสริม
การลงทุน
กระทรวง
อุตสาหกรรม (ETDA)

องค์การพัฒนาระบบ
สารสนเทศ
Insights Limited
Education
Innovation and Research Center

องค์การพัฒนาระบบ
สารสนเทศ
Young Hub
Innovation Center

องค์การพัฒนาระบบ
สารสนเทศ
Life Changing Program
มูลนิธิเพื่อ
พัฒนาสังคม
Thailand Life Foundation

Mitsubishi Motors

4.2 งานพัฒนาระบบเทคโนโลยีเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

สำนักงานสภာองค์กรของผู้บริโภค ได้ดำเนินการพัฒนากลไกการให้บริการแก่ประชาชนเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ไปพร้อมกับการพัฒนาระบบการบริหารจัดการองค์กร และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยี เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค ผ่านระบบเทคโนโลยีในการรับเรื่องร้องเรียน และการถ่ายทอดองค์ความรู้ การเฝ้าระวังเตือนภัย ให้กับสมาชิกสภาองค์กรของผู้บริโภค และการพัฒนาระบบสารสนเทศสนับสนุนภารกิจองค์กร เพื่อเป็นเครื่องมือสำคัญในการสนับสนุนการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่และผู้บริหาร ประกอบด้วย ระบบบริหารจัดการสำนักงาน (E-Office) และระบบบริหารจัดการองค์กร (ERP) รวมไปถึงการพัฒนาฐานข้อมูล และเชื่อมโยงข้อมูล (API) ในทุกภาคส่วนให้เกิดการบูรณาการงานร่วมกัน ผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม รวมถึงการแลกเปลี่ยนและบริหารจัดการข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ

งานพัฒนาระบบสารสนเทศและนวัตกรรมบริการ

- **ระบบเว็บไซต์และการรับเรื่องร้องเรียน (CRM)** ดำเนินการปรับปรุงระบบเว็บไซต์ให้ตอบสนองการใช้งานของประชาชน โดยการพัฒนาระบบการทำการตลาดผ่านเสิร์ชเอนจิน (Search Engine Optimization) เพื่อผลักดันเว็บไซต์ให้ติดอันดับจากการค้นหาคำค้นด้วยคีย์เวิร์ดที่ต้องการ รวมไปถึงการปรับปรุง กระบวนการมาตรฐานข้อมูลในการรับเรื่องร้องเรียน ทั้ง 8 ด้าน และการถ่ายทอดองค์ความรู้การรับเรื่องร้องเรียนไปยังหน่วยงานเขตพื้นที่ และหน่วยประจำจังหวัด เพื่อเพิ่มช่องทางในการรับเรื่องร้องเรียนผ่านเครือข่ายองค์กรผู้บริโภค และการพัฒนาเชื่อมโยงระบบฐานข้อมูลกับระบบสารสนเทศอื่น ๆ ได้แก่ ระบบฐานข้อมูลการสมัครสมาชิกองค์กรของผู้บริโภค ระบบการแจ้งเบาะแสการกระทำผิดต่อผู้บริโภค ระบบฐานข้อมูลทำเนียบทนายความสภาองค์กรของผู้บริโภค ระบบฐานข้อมูลผู้ร่วมลงชื่อแคมเปญรณรงค์ของสภาองค์กรของผู้บริโภคผ่านระบบเว็บไซต์ เพื่อรวบรวมข้อมูลสู่การเป็นฐานข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data)

- **ระบบการวิเคราะห์ข้อมูลสถานการณ์การร้องเรียนของผู้บริโภค** โดยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก จากข้อมูลการร้องเรียนทั้ง 8 ด้าน เพื่อออกรายงานข้อมูลการร้องเรียน (Dashboard) ของหน่วยงานเขตพื้นที่ และหน่วยงานประจำจังหวัดในแต่ละพื้นที่ เพื่อประโยชน์ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลของผู้บริโภคได้ในระบบออนไลน์แบบเรียลไทม์ ที่ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลผ่านได้ทุกช่องทาง และการพัฒนาการเชื่อมโยงข้อมูล (API) ไปยังหน่วยงานรับเรื่องร้องเรียน ได้แก่ มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค และสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

งานพัฒนาระบบสารสนเทศสนับสนุนภารกิจองค์กร

- **ระบบบริหารจัดการสำนักงาน (E-Office)** เพื่อเป็นเครื่องมือสำคัญในการสนับสนุนการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่และผู้บริหารสภาองค์กรของผู้บริโภค โดยประกอบด้วยระบบสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ (E-Saraban) พัฒนาการจัดทำและจัดเก็บเอกสารให้อยู่ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ไฟล์ เพื่อใช้ในการบริหารพัฒนาเป็นฐานข้อมูล หนังสือรับเข้า เอกสารส่งออก ได้อย่างเป็นระบบ และระบบบริหารจัดการการประชุม (E-Meeting) โดยการพัฒนาระบบการบริหารจัดการเอกสารเป็นฐานข้อมูลการประชุม มติที่ประชุม การประชุมอนุกรรมการต่าง ๆ ของสภาองค์กรของผู้บริโภคอย่างเป็นระบบ โดยให้ผู้ใช้งานสามารถค้นหาข้อมูลย้อนหลังได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ลดการใช้กระดาษ ลดขั้นตอนการทำงาน และลดความผิดพลาดจากการทำงานที่ผ่านมา

- **การพัฒนาและดูแลระบบโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยี** ของอาคารสำนักงานใหม่ โดยดำเนินการวิเคราะห์และออกแบบระบบห้องเครือข่ายคอมพิวเตอร์ จัดหาฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ของโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีที่ได้มาตรฐานในการบริหารจัดการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและเครือข่ายไร้สาย เพื่อการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่สนับสนุนระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคของสภาองค์กรของผู้บริโภค

5. งานยกระดับการบริหารสำนักงาน และธรรมาภิบาลที่ดีในองค์กร

แม้สภาองค์กรของผู้บริโภคไม่ได้เริ่มต้นจากศูนย์ แต่เป็นการขับเคลื่อนจากเครือข่ายอาสาสมัครภาคประชาชน หรือคณะกรรมการองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชน (คอบช.) ก่อนจะมีการประกาศจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภคตามกฎหมาย แต่เมื่อต้อง ‘ก่อตั้งสำนักงาน’ ให้เป็นศูนย์กลางในการดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์ร่วมกับคณะกรรมการนโยบาย สภาองค์กรของผู้บริโภค (กนย.) ที่ส่วนกลางสนับสนุนให้แต่ละส่วนงานสามารถคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง ครอบคลุมทุกด้านทุกคน อำนาจความสะดวกให้กับเจ้าหน้าที่สภาองค์กรของผู้บริโภค หน่วยงานประจำจังหวัด และหน่วยงานเขตพื้นที่ซึ่งดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้วยมิตรภาพและความจริงใจ จึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการจัดระเบียบและแนวปฏิบัติในองค์กร เพื่อการบริหารจัดการองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ

5.1 งานบริหารจัดการสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค

สภาองค์กรของผู้บริโภค ให้ความสำคัญกับการทำงานแบบมืออาชีพ ทันสมัยในยุคเทคโนโลยี และมีธรรมาภิบาล โปร่งใส ตรวจสอบได้ จึงออกแบบและบริหารสำนักงานโดยอาศัยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยลดขั้นตอน ด้านเอกสาร เพิ่มความถูกต้องแม่นยำด้านตัวเลขสถิติ และช่วยเก็บข้อมูลที่จำเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ ยังจัดทำระเบียบปฏิบัติในสำนักงานให้สอดคล้องกับพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 ให้ความสำคัญกับคำตอบแทนและสวัสดิการที่เป็นธรรม และการพัฒนาศักยภาพ เพิ่มทักษะอย่างเหมาะสม มุ่งเน้นคุ้มครองสิทธิของผู้ปฏิบัติงานเช่นเดียวกับการพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค

ทั้งนี้ ในปี 2565 ฝ่ายบริหารสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค ได้จัดทำมาตรฐานงานสารบรรณในระบบ สารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงมีเอกสารประกอบการอบรมสร้างความเข้าใจเรื่องการเงิน - บัญชีสำหรับพนักงาน แรกเข้าอีกด้วย เพื่อให้เข้าใจระบบและปฏิบัติตามอย่างง่าย สามารถสรุปการดำเนินงานตามประเด็นของส่วนงานสนับสนุนภารกิจหลักขององค์กร ดังนี้

1) **งานบัญชีและการเงิน** มีระบบจัดทำบัญชีประจำเดือน และรายไตรมาสได้ตามกำหนด ทำให้สามารถจัดทำรายงานการเงินประจำเดือนเสนอผู้บริหารได้ทันเวลา นอกจากนี้ ยังปรับปรุงคู่มือการทำงานสำหรับหน่วยงานเขตพื้นที่ และหน่วยงานประจำจังหวัด

2) **งานกฎหมาย** ดำเนินการจัดทำระเบียบสภาองค์กรของผู้บริโภคว่าด้วยการงบประมาณ การบัญชี การเงิน และการสอบบัญชี พ.ศ. 2564 (แก้ไขเพิ่มเติม ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2564) และประกาศสภาองค์กรของผู้บริโภค เรื่อง นโยบายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2565 ทั้งนี้ อยู่ระหว่างดำเนินการทบทวนและศึกษาระเบียบต่าง ๆ 4 ฉบับ

3) **งานบริหารบุคคล** จัดทำมาตรฐานการประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีของพนักงานในสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค รวมถึงมีการประเมินสมรรถนะของผู้บริหาร เพื่อดำเนินการพัฒนาศักยภาพของผู้บริหาร นอกจากนี้ สำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภคยังมีประกาศเพื่อป้องกันปัญหาที่มีสาเหตุจากผู้ปฏิบัติงานและผลกระทบต่อผู้ปฏิบัติงาน สำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค 2 ฉบับ ได้แก่ ‘มาตรการป้องกันและแก้ปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายในสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค’ และ ‘มาตรการป้องกันการใช้กัญชา/กัญชง และใบกระท่อมภายในสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2565’

4) **งานจัดซื้อจัดจ้าง** ปรับปรุงแบบฟอร์มแผนจัดซื้อจัดจ้างเพื่อให้การดำเนินงานของสภาองค์กรของผู้บริโภค สอดคล้องกับมาตรฐานความคุ้มค่า โปร่งใส ตรวจสอบได้ ทั้งนี้ การดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างของสภาองค์กรของผู้บริโภค ใช้เวลาในการซื้อจัดจ้างเร็วกว่ามาตรฐานที่กำหนด สามารถควบคุมและติดตามงานจ้างได้ตามสัญญา

5.2 งานพัฒนาศักยภาพเจ้าหน้าที่สำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค

สภาองค์กรของผู้บริโภคเป็นองค์กรใหม่ ดังนั้นการให้ความสำคัญกับศักยภาพของเจ้าหน้าที่ในการปฏิบัติงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคย่อมมีความสำคัญ เนื่องจากองค์กรมีผู้ปฏิบัติงานที่มีความหลากหลายทั้งจากองค์กรผู้บริโภค ภาคประชาสังคม ภาคเอกชน และองค์กรอิสระต่าง ๆ เพื่อให้เจ้าหน้าที่ได้รู้จักเข้าใจ ปรับพื้นฐานการทำงานและให้เห็นเป้าหมายทิศทางการทำงานคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกัน จึงได้จัดทำ ‘โครงการส่งเสริมศักยภาพ พัฒนาแนวคิด ปรับการทำงานเพื่อผู้บริโภค ประจำปี 2565’ ซึ่งมีเจ้าหน้าที่ ผู้บริหาร และที่ปรึกษาสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค เข้าร่วมกิจกรรม รวมทั้งสิ้น 56 คน เพื่อให้บุคลากรทั้งที่มีและไม่มีประสบการณ์งานคุ้มครองผู้บริโภค เห็นภาพหมุดหมาย ยุทธศาสตร์ ในการขับเคลื่อนภารกิจขององค์กรที่ต้องการยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศและเป็นต้นแบบองค์กรในการพัฒนาองค์กรของผู้บริโภคในระดับอาเซียนต่อไป

5.3 งานประเมินผล

ในการประเมินผลได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการตรวจสอบ เพื่อทำให้เกิดความเชื่อมั่น และการให้คำปรึกษาอย่างเที่ยงธรรมและเป็นอิสระ โดยการตรวจสอบการเงิน การบัญชี การพัสดุ สอบทาน วิเคราะห์ประเมินความเสี่ยง ให้ข้อเสนอแนะ คำปรึกษา ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีระบบการควบคุมภายในและการบริหารความเสี่ยง มีธรรมาภิบาล ให้การดำเนินงานเป็นไปโดยความถูกต้องตามนโยบาย กฎหมาย และระเบียบแบบแผนที่เกี่ยวข้อง อย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และโปร่งใส

ปัญหา และอุปสรรค

จากการดำเนินงานในรอบปี 2565 ที่ผ่านมาสภาองค์กรของผู้บริโภคพบปัญหาและอุปสรรคสำคัญในการปฏิบัติงานดังต่อไปนี้

1. สภาองค์กรของผู้บริโภค เป็นหน่วยงานที่ได้รับการจัดตั้งตามพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 ซึ่งหน่วยงานราชการหรือหน่วยงานของรัฐยังขาดการรับรู้บทบาทหน้าที่ดังที่กำหนดไว้ให้เป็นผู้แทนผู้บริโภคทุกคนทุกด้าน รวมถึงประชาชนซึ่งเป็นผู้บริโภคยังมีความสับสนในชื่อองค์กรที่คล้ายกันระหว่างสภาองค์กรของผู้บริโภค (สอบ.) และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) รวมถึงความเข้าใจต่อภารกิจหน้าที่ของทั้ง 2 องค์กรว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร

2. สืบเนื่องจากในการรับรู้บทบาทสภาองค์กรของผู้บริโภคของหน่วยงานราชการ หน่วยงานรัฐ และประชาชนยังน้อยเกินไป จึงทำให้การตอบสนองหรือการให้ความร่วมมือจากหน่วยงานของภาครัฐอาจไม่เป็นไปดังเป้าประสงค์ที่คาดการณ์ไว้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการตอบสนองต่อบทบาทภารกิจหลักของสภาองค์กรของผู้บริโภค คือ การเสนอแนะนโยบาย มาตรการ และแนวทางสำหรับการคุ้มครองประชาชนชาวไทยซึ่งเป็นผู้บริโภคต่อคณะรัฐมนตรี ซึ่งถึงแม้ว่าคณะรัฐมนตรีจะให้การสนับสนุนต่อข้อเสนอแนะนโยบายต่าง ๆ แต่ยังไม่พบการตอบสนองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องแต่อย่างใด

3. การทำงานร่วมกับสมาชิกสภาองค์กรของผู้บริโภคยังคงมีอุปสรรคบางประการ เช่น การรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่จำกัด เนื่องจากสมาชิกจำนวนหนึ่งเป็นกลุ่มผู้สูงอายุ ทำให้การเท่าทันและการเข้าถึงการสื่อสารด้วยระบบเทคโนโลยีสมัยใหม่ทำได้ยาก ประกอบกับสมาชิกเป็นองค์กรขนาดเล็กที่ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มองค์กรระดับชุมชนในพื้นที่ ซึ่งถึงแม้จะมีบทบาทเป็นที่ประจักษ์ แต่คณะทำงานมีลักษณะเป็นอาสาสมัคร การบริหารจัดการองค์กรจะยังไม่มียุทธศาสตร์ที่ชัดเจนมากนัก ทำให้ความเข้าใจต่อบทบาทและภารกิจของสภาองค์กรของผู้บริโภคมีความแตกต่างกัน

4. เนื่องจากปัญหาที่ผู้บริโภครับปัญหาที่เกิดจากสินค้าและบริการรูปแบบใหม่ ๆ ที่หลากหลายซับซ้อน ซึ่งเมื่อสภาองค์กรของผู้บริโภคมีการจัดทำรายงานประกอบข้อเสนอแนะเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคพบว่าสังคมมีความขาดแคลนด้านองค์ความรู้ และผู้เชี่ยวชาญในหลายสาขา ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการสร้างองค์ความรู้ที่ครบถ้วน ซึ่งสภาองค์กรของผู้บริโภคต้องเร่งพัฒนาศักยภาพด้านองค์ความรู้ต่าง ๆ เพื่อการเท่าทันรูปแบบสินค้าและบริการใหม่ ๆ ให้มากขึ้น

5. การเข้าถึงช่องทางในการสื่อสารสาธารณะเพื่อสร้างการรู้เท่าทัน หรือเตือนภัยต่อผู้บริโภคจำนวนมากในเวลาเดียวกัน ทำได้ยากมากขึ้นเนื่องจากการเปลี่ยนพฤติกรรมกระแสของผู้บริโภคที่แตกต่างกันไปในแต่ละกลุ่มอายุ สภาองค์กรของผู้บริโภคจึงจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนยุทธวิธีในการสื่อสารให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายในแต่ละพื้นที่ด้วยช่องทางที่หลากหลายมากขึ้น

6. แม้การสร้างภาคีเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคกับหน่วยงานราชการและองค์กรเอกชนต่าง ๆ จะช่วยบูรณาการกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง แต่การเป็นองค์กรใหม่ที่เพิ่งตั้งต้นจำเป็นต้องอาศัยเวลาในการสร้างแนวร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภค

7. การขาดการสนับสนุนงบประมาณดำเนินงานที่สม่ำเสมอ ทำให้ขาดความต่อเนื่องในการทำงานขับเคลื่อนการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีองค์กรสมาชิก 269 องค์กร จากสาเหตุหลักคือการที่สภาองค์กรของผู้บริโภคไม่ได้ถูกกำหนดให้เป็นหน่วยรับงบประมาณโดยตรง จึงทำให้ต้องมีขั้นตอนในการจัดทำงบประมาณที่แตกต่างจากหน่วยงานอื่น ๆ เมื่อองค์กรไม่ได้รับการจัดสรรงบประมาณอย่างสม่ำเสมอทุกปี จึงเป็นเหตุให้โครงการต่าง ๆ ภายใต้อาณัติของผู้บริโภคที่เป็นไปเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคหยุดชะงัก และเนื่องจากสาเหตุดังกล่าว ทำให้ไม่สามารถสนับสนุนองค์กรสมาชิกให้ดำเนินการเพื่อรักษาประโยชน์ของผู้บริโภคในพื้นที่ต่าง ๆ ได้อย่างต่อเนื่อง

จากการประมวลปัญหาและอุปสรรคดังที่ได้กล่าวมาแล้ว จะพบว่าปัญหาหลายประการนั้น องค์กรเริ่มต้นเช่นสภาองค์กรของผู้บริโภคจะข้ามพ้นไปได้ในที่สุด แต่อุปสรรคใหญ่ที่สุดคือการขาดการสนับสนุนงบประมาณที่สม่ำเสมอที่มีผลโดยตรงต่อความต่อเนื่องของการดำเนินงาน สภาองค์กรของผู้บริโภคจึงมีข้อเสนอให้คณะรัฐมนตรี มีมติในการสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินงานของสภาองค์กรของผู้บริโภคอย่างเป็นระบบที่มีความสม่ำเสมอทุกปี เพื่อความสำเร็จในการทำงานคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชน โดยให้มีการกำหนดอัตราขั้นต่ำไม่น้อยกว่า 5 บาทต่อหนึ่งหัวประชากรหรือประมาณ 350 ล้านบาทต่อปี ซึ่งเป็นไปตามเจตนารมณ์ที่ต้องการให้สภาองค์กรของผู้บริโภค มีความเป็นอิสระตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 และพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 โดยการกำหนดอัตรานี้ เป็นการกำหนดในอัตราที่ใกล้เคียงกับประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคเอเชีย เช่น ประเทศสิงคโปร์ ที่รัฐบาลให้เงินสนับสนุนที่ 1 ดอลลาร์สิงคโปร์ (ประมาณ 26 บาท) ต่อหนึ่งหัวประชากร หรือประเทศฮ่องกง ที่มีการสนับสนุนงบประมาณรายปีต่อสภาผู้บริโภคฮ่องกง จำนวนไม่น้อยกว่า 500 ล้านบาททุกปีเพื่อความต่อเนื่องในการดำเนินงาน เพื่อรับประกันผลงานรายปี และเพื่อความเป็นอิสระในการคุ้มครองผู้บริโภคชาวฮ่องกง



ความเหมือนและความต่างระหว่าง สคบ. และสภาองค์กรของผู้บริโภค

นับตั้งแต่วันเริ่มต้นดำเนินการเมื่อ 16 เดือนที่แล้วจนถึงปัจจุบัน สภาองค์กรของผู้บริโภคมักถูกตั้งคำถามว่าสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) และสภาองค์กรของผู้บริโภค (สอ.) ทำหน้าที่เหมือนหรือต่างกันอย่างไร โดยเฉพาะในส่วนของประชาชนผู้ร้องเรียนยังมีความสับสนระหว่าง ‘สคบ.’ กับ ‘สอ.’ เพราะเหตุที่ชื่อย่อคล้ายกัน ภารกิจหนุนเสริมกันจึงยังไม่ทราบความแตกต่างหรือจุดแข็งจุดอ่อนของทั้งสององค์กร

โดยภารกิจ (สคบ.) ทำหน้าที่บังคับใช้พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 อาทิ การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา ฉลาก ความปลอดภัย และประสานกับส่วนราชการหรือหน่วยงานของรัฐที่มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวข้องกับการควบคุม กำกับ ส่งเสริม หรือกำหนดมาตรฐานของสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบการธุรกิจ ในขณะที่สภาองค์กรของผู้บริโภค ทำหน้าที่ “ให้ความคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิแก่ผู้บริโภค รวมตลอดทั้งเสนอแนะนโยบายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคต่อคณะรัฐมนตรีหรือหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง” และ “รายงานการกระทำหรือละเลยการกระทำอันมีผลกระทบต่อนิติสิทธิของผู้บริโภค ไปยังหน่วยงานของรัฐหรือหน่วยงานอื่นที่รับผิดชอบและเผยแพร่ให้ประชาชนทราบ” ดังนั้นจึงจะเห็นได้ว่า สภาองค์กรของผู้บริโภค มีบทบาทในเชิงการรักษาประโยชน์ของผู้บริโภค ไม่ว่าจะจากผู้ประกอบการหรือหน่วยงานใดที่ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภค

ความซ้ำซ้อนของบทบาทตามพระราชบัญญัติระหว่างสภาองค์กรของผู้บริโภค และ สคบ. มีเพียงบางประการเท่านั้น ได้แก่ การรับเรื่องร้องเรียน การให้การช่วยเหลือ ให้ความแนะนำ เจรจา ไกล่เกลี่ย ฟ้องคดีเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค หรือฟ้องคดีแทนผู้บริโภคซึ่งในปัจจุบันสภาองค์กรของผู้บริโภค และ สคบ. ได้มีคณะทำงานความร่วมมือในการรับเรื่องร้องเรียนและการดำเนินคดีแทนผู้บริโภค

เมื่อพิจารณาถึงที่มาขององค์กร จะพบว่า สภาองค์กรของผู้บริโภคเป็นการดำเนินงานคุ้มครอง

ผู้บริโภคโดยมีสมาชิกที่เป็นองค์กรของผู้บริโภคและตัวผู้บริโภคเอง ซึ่งอาจจะกล่าวได้ว่าเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคโดยการดำเนินการของผู้บริโภค เพื่อประโยชน์ของผู้บริโภค

ในส่วนของพันธกิจของสภาองค์กรของผู้บริภค นั้นให้ความสำคัญกับการสร้างวัฒนธรรมในการคุ้มครองผู้บริโภคบนหลักการที่ว่า การคุ้มครองผู้บริโภคนั้นเป็นคุณประโยชน์กับทุกฝ่ายไม่ว่าจะเป็นผู้บริโภค ผู้ประกอบการ หรือหน่วยงานภาครัฐ จะเห็นได้ว่าประเทศจะพัฒนาได้ต้องเพิ่มอำนาจการต่อรองให้ผู้บริโภคมากขึ้น ซึ่งหลักการนี้เป็นความแตกต่างที่เห็นชัดระหว่างสภาองค์กรของผู้บริโภคกับ สคบ. ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มุ่งเน้นการบังคับใช้กฎหมาย ระเบียบ ประกาศคำสั่ง เพื่อเป็นแนวทางในการควบคุมกำกับภาคธุรกิจเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

นอกจากนี้ สภาองค์กรของผู้บริโภคยังมุ่งเน้นการคุ้มครองผู้บริโภคที่ทำให้เกิดการบริโภคที่ยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับสิทธิผู้บริโภคที่รับรองโดยสหประชาชาติที่ระบุว่าผู้บริโภคมีสิทธิที่จะอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดีและปลอดภัย ทั้งยังสอดคล้องกับข้อความในยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ด้านความมั่นคงในประเด็น “การป้องกันและแก้ไขปัญหาที่มีผลกระทบต่อความมั่นคง” ที่มุ่งเน้นการรักษาความมั่นคงและผลประโยชน์ทางทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทั้งทางบกและทางทะเล รวมถึงประเด็นด้านการสร้างโอกาส และความเสมอภาคทางสังคม หรือ “การลดความเหลื่อมล้ำ สร้างความเป็นธรรมในทุกมิติ” อีกทั้งยังสอดคล้องกับแผนปฏิบัติการด้านการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทยด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG พ.ศ. 2564 - 2570 ซึ่งได้ผ่านความเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2565 ที่มุ่งเน้นว่าความเข้มแข็งของผู้บริโภคเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยด้วยเช่นกัน

ตารางแสดงความเหมือนความต่างของ สคบ. และสภาองค์กรของผู้บริโภค

ประเด็น	สภาองค์กรของผู้บริโภค	สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.)
กฎหมายจัดตั้ง	พ.ร.บ. การจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562	พ.ร.บ. คุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522
ที่มา	การรวมตัวกันขององค์กรของผู้บริโภค ไม่น้อยกว่า 150 องค์กร	การคุ้มครองผู้บริโภคของหน่วยงานรัฐ
วัตถุประสงค์ ตามกฎหมาย	1. เป็นผู้แทนผู้บริโภคอย่างน้อย 8 ด้าน 2. ไม่ใช่คนกลางแต่มีหน้าที่ ต่อรอง รักษาประโยชน์ให้ผู้บริโภค เสมือนสภาอุตสาหกรรมหรือหอการค้าที่รักษาประโยชน์ของผู้ประกอบการ	1. ให้ความคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค เป็นการทั่วไป โดยกำหนดหน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจการค้าและการโฆษณาต่อผู้บริโภค เพื่อให้เกิดความเป็นธรรม ตามสมควรแก่ผู้บริโภค และประสานงาน การปฏิบัติงานของส่วนราชการต่าง ๆ ในการคุ้มครองผู้บริโภค 2. เป็นคนกลางระหว่างผู้ประกอบการ และผู้บริโภค
สถานองค์กร และการบริหารงาน	1. ไม่ได้เป็นหน่วยงานส่วนราชการ มีฐานะ เป็นผู้แทนผู้บริโภค มีความเป็นอิสระ ไม่อยู่ ภายใต้อาณัติหรือการครอบงำหรือการสั่งการ ไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อมจากหน่วยงาน ของรัฐ เจ้าหน้าที่ของรัฐ พรรคการเมือง ผู้ประกอบธุรกิจ หรือพนักงานหรือลูกจ้าง ของผู้ประกอบการ 2. มีคณะกรรมการนโยบาย ที่ได้รับการ คัดเลือกจากสมาชิกสภาองค์กรของผู้บริโภค เป็นผู้กำหนดนโยบายและกำกับทิศทางการทำงานขององค์กร มีอนุกรรมการ ด้านต่าง ๆ ทั้งด้านวิชาการ บริหาร และการตรวจสอบ 3. มีเลขาธิการบริหารจัดการสำนักงาน ให้เป็นไปตามนโยบายและวัตถุประสงค์	1. เป็นหน่วยงานส่วนราชการระดับกรม อยู่ในสังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี 2. มีคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคที่มี รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรีเป็น ประธาน 3. มีเลขาธิการบริหารจัดการสำนักงาน

ประเด็น	สภาองค์กรของผู้บริโภค	สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.)
อำนาจในการคุ้มครองผู้บริโภค	1. จัดทำข้อเสนอนโยบายต่อคณะรัฐมนตรีและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 2. สนับสนุนสมาชิกและองค์กรผู้บริโภคเพื่อคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค 3. สนับสนุนการใช้สิทธิของผู้บริโภคช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ เจรจา ไกล่เกลี่ย แทนผู้บริโภค 4. สร้างความตื่นตัวและความเท่าทันให้ผู้บริโภค (Consumers Literacy) 5. ฟ้องคดีปกครอง คดีแพ่ง คดีอาญา ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค	1. เป็นผู้ใช้อำนาจตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เช่น การโฆษณา ฉลาก สัญญาสินค้าและบริการทั่วไป สินค้าที่อาจเป็นอันตราย รวมถึงเรื่องของการซื้อขายตรงและตลาดแบบขายตรงบางส่วน 2. รับเรื่องร้องเรียน ช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ เจรจา ไกล่เกลี่ย 3. เผยแพร่ความรู้ให้ผู้บริโภค
ฟ้องคดี	ดำเนินคดีเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคตามที่เห็นสมควรหรือเมื่อมีผู้ร้องขอ รวมทั้งให้ความช่วยเหลือในการดำเนินคดีในกรณีที่ผู้บริโภคหรือองค์กรของผู้บริโภคถูกฟ้องคดีได้	ดำเนินคดีแทนผู้บริโภคตามที่คณะกรรมการเห็นสมควรหรือมีผู้ร้องขอ แต่ไม่สามารถช่วยเหลือดำเนินคดีในกรณีที่ผู้บริโภคถูกฟ้องเป็นคดีแล้วได้

ความเห็นผู้บริโภครู้จักต่อบริการของ หน่วยงานประจำจังหวัดเชียงราย



ให้คำปรึกษาดี ช่วยเหลือ ประสานงาน
เดินเรื่องเพื่อให้เกิดรูปธรรมที่ชัดเจน

นางสาวสุชัชญา กันทะวงศ์
ผู้ร้องเรียนประเด็นสัญญาไม่เป็นธรรม
จังหวัดเชียงราย

ส่วนที่ 4

จากก้าวแรก สู่ข้อเสนอแปลด้าน

• ข้อเสนอในการคุ้มครองผู้บริโภคร 8 ด้าน

ข้อเสนอในการคุ้มครอง ผู้บริโภค 8 ด้าน

สิ่งหนึ่งที่เป็นความท้าทายของงานคุ้มครองผู้บริโภค คือ การมองปัญหาการละเมิดสิทธิผู้บริโภคให้รอบด้านในทุกมิติ โดยเฉพาะมิติที่ถูกละเลยมานานับครั้งไม่ถ้วน หรือแม้กระทั่งมิติที่คนมองข้ามโดยเฉพาะปัญหาที่มีความเชื่อมโยงกับสิทธิผู้บริโภคอย่างแยกกันไม่ได้ เช่น ปัญหามลพิษกับการจัดเก็บค่าโดยสารรถไฟฟ้าที่ทุกคนขึ้นได้ทุกวัน หากจัดการสองปัญหานี้ได้ ก็จะสามารถลดปัญหามลพิษจากการจราจร และมอบสิทธิการเข้าถึงบริการขนส่งสาธารณะที่เท่าเทียมให้กับทุกคน หรือปัญหาสิทธิในการได้รับเงินบำนาญหลังเกษียณของผู้สูงอายุ ซึ่งเชื่อมโยงกับการเลือกซื้ออาหารที่ไร้สารปลอมปนของสมาชิกในบ้าน

ความท้าทายของสภากงศ์กรของผู้บริโภค คือ ความสามารถในการวิเคราะห์ปัญหา รวบรวมองค์ความรู้จากผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ ชุมชน และผู้บริโภค กลับออกมาเป็นข้อเสนอเพื่อร่วมผลักดันให้เกิดการแก้ปัญหา หรือส่งต่อไปยังหน่วยงานที่มีอำนาจในการแก้ปัญหา

ผลงานการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำมาเป็นข้อเสนอในการคุ้มครองผู้บริโภค 8 ด้านนี้ เป็นจุดเริ่มต้นของความมุ่งมั่นที่จะทำให้บรรลุเป้าหมาย ดังนี้

การยกระดับสิทธิผู้บริโภคไทยให้ทัดเทียมสากล

ประธานาธิบดีจอห์น เอฟ. เคนเนดี ของสหรัฐอเมริกาได้แสดงวิสัยทัศน์ว่าด้วยสิทธิของผู้บริโภคต่อสภาองค์กรในวันที่ 15 มีนาคม 2505 ต่อมาวิสัยทัศน์ดังกล่าวได้ถูกพัฒนาและกลายเป็นวิสัยทัศน์ของสหพันธ์องค์กรผู้บริโภคสากล (Consumers International หรือ CI) ซึ่งปัจจุบันมีสมาชิกจากประเทศต่าง ๆ มากกว่า 100 ประเทศทั่วโลก โดยได้ร่วมกันรับรองสิทธิผู้บริโภคสากลไว้ 8 ประการ คือ

- 1) สิทธิที่จะเข้าถึงสินค้าและบริการที่จำเป็นขั้นพื้นฐาน (The right to satisfaction of basic needs) เช่น ยา อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย การดูแลสุขภาพ การศึกษา และสุขาภิบาล
- 2) สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าและบริการ (The right to safety)
- 3) สิทธิที่จะได้รับข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วนที่จำเป็นเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ (The right to be informed)
- 4) สิทธิที่จะเลือกซื้อสินค้าและบริการได้อย่างอิสระ (The right to choose)
- 5) สิทธิที่จะร้องเรียนเพื่อความเป็นธรรม (The right to be heard)
- 6) สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและค่าชดเชยความเสียหาย (The right to redress)
- 7) สิทธิที่จะได้รับความรู้เกี่ยวกับการบริโภค (The right to consumer education)
- 8) สิทธิที่จะดำรงชีวิตอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดีและปลอดภัย (The right to a healthy environment)

จากสิทธิผู้บริโภคสากล 8 ประการข้างต้น ต่อมาในวันที่ 22 ธันวาคม 2528 ที่ประชุมสมัชชาใหญ่ขององค์การสหประชาชาติ จึงได้มีมติเห็นชอบในเรื่อง “แนวปฏิบัติว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคของสหประชาชาติ” ซึ่งถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการกำหนดหลักการในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคทั่วโลก และได้มีการแก้ไขปรับปรุงอีกหลายครั้ง ฉบับแก้ไขปรับปรุงครั้งล่าสุดคือปี 2558 พบว่ามีประเด็นสิทธิผู้บริโภคเพิ่มเติมที่ประเทศสมาชิกของสหประชาชาติควรนำไปปรับใช้เพิ่มเติม ได้แก่

- 1) สิทธิที่จะรวมตัวกันเป็นองค์กรของผู้บริโภค เพื่อสะท้อนความเห็นต่อโครงการหรือนโยบายที่กระทบต่อผู้บริโภค
- 2) สิทธิในการส่งเสริมเรื่องการบริโภคอย่างยั่งยืน
- 3) สิทธิที่จะได้รับความคุ้มครองจากการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
- 4) สิทธิที่จะได้รับความคุ้มครองในความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภค และเสรีภาพในการติดต่อ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทั่วโลก

สำหรับสิทธิผู้บริโภคในประเทศไทย พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้กำหนดสิทธิพื้นฐานของผู้บริโภคไว้เพียง 5 ประการ คือ

- 1) สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ
- 2) สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ
- 3) สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ
- 4) สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา
- 5) สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย

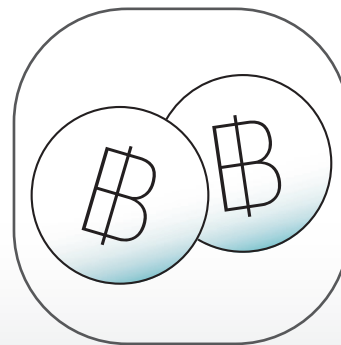
จากความแตกต่างในการรับรองสิทธิผู้บริโภคของไทยและสากล จึงเห็นได้ว่ากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทยยังรับรองสิทธิของผู้บริโภคไว้จำกัดเกินไป และไม่เท่าทันสถานการณ์ปัญหาผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว หากมีการเพิ่มเติมสิทธิผู้บริโภคในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคของไทยจะเป็นการขยายขอบเขตสิทธิของผู้บริโภคให้ครอบคลุม ทำให้สถานภาพ บทบาทและโอกาสในการแสดงพลังของผู้บริโภคมีมากขึ้น ขณะเดียวกันคนไทยก็จะได้รับหลักประกันโอกาสในการเข้าถึงปัจจัยสี่อย่างถ้วนหน้า

ข้อเสนอที่สำคัญของผู้บริโภค

ควรมีนโยบายปรับปรุงกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค โดยเพิ่มเติมสิทธิของผู้บริโภคเพื่อยกระดับการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคของประเทศให้มีความทัดเทียมสิทธิผู้บริโภคสากล

1. ด้านการเงินการธนาคาร

ปัญหาการเงินเป็นปัญหาใหญ่ที่สุดและเป็นต้นตอของปัญหาของผู้บริโภคในหลาย ๆ ด้าน โดยเฉพาะความมั่นคงเศรษฐกิจครัวเรือน การมีคุณภาพชีวิตที่ดีส่งผลต่อเนื่องไปถึงคุณภาพชีวิตของผู้ที่เปราะบาง ผู้พิการ คนชรา และเด็ก ที่ต้องพึ่งพารายได้จากแรงงานหลักในครอบครัว หากปัญหาเศรษฐกิจครัวเรือนไม่ได้รับการแก้ไข กลุ่มเปราะบางจะได้รับผลกระทบหนักที่สุด ซึ่งสภาองค์กรของผู้บริโภคเสนอแนวคิดสองด้านหลัก ๆ คือปัญหานี้สินครัวเรือน และการให้บำนาญประชาชน



1.1 หนี้สินครัวเรือน

ปัญหาหลักของคนเป็นหนี้ที่ไม่สามารถชำระหนี้ได้ เกิดจากขาดการวางแผนทางการเงินและขาดวินัยทางการเงิน ลูกหนี้จำนวนมากที่ไม่สามารถบริหารหนี้ได้ จึงเลือกวิธี “หมุนหนี้” กล่าวคือ กู้ยืมเงินจากที่อื่นเพื่อมาชำระหนี้ที่อีกที่หนึ่ง ซึ่งเป็นการหมุนเวียนยอดหนี้เป็นวงจร จนทำให้บางรายเป็นหนี้เพิ่มขึ้นไม่รู้จบ ตามรายงานของศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย พบว่าในปี 2565 ภาคครัวเรือนมีหนี้สินสูงถึงร้อยละ 99.6 และมีเพียงร้อยละ 0.4

เท่านั้นที่ไม่มีหนี้สิน เนื่องจากในปีนั้น ประชาชนได้รับผลกระทบจากภาวะโควิด 19 ค่าครองชีพที่อยู่ในระดับสูงและภาวะเงินเฟ้อ ทำให้ความสามารถในการชำระหนี้ลดลง โดยเฉพาะกลุ่มที่ไม่ใช่ลูกหนี้ธนาคารพาณิชย์

หนี้ส่วนใหญ่เป็นหนี้ส่วนบุคคล หนี้อุปโภคบริโภค หนี้บัตรเครดิต หนี้ยานพาหนะ และหนี้บ้าน ซึ่งจำนวนหนี้สินเฉลี่ยต่อครัวเรือนสูงถึง 500,000 บาทต่อครัวเรือน โดยเป็นหนี้ในระบบร้อยละ 78.9 และหนี้นอกระบบร้อยละ 21.1 โดยส่วนใหญ่ต้องผ่อนชำระเฉลี่ยเดือนละ 12,800 บาท สำหรับสาเหตุของการเป็นหนี้เกิดจากหลายปัจจัย เช่น ค่าครองชีพปรับตัวสูงขึ้น รายได้ไม่พอกับรายจ่าย ผ่อนสินค้ามากเกินไป ทั้งนี้ มีกลุ่มตัวอย่างที่เคยผินดชำระหนี้ร้อยละ 65.9 และไม่เคยผินดชำระหนี้ร้อยละ 34.1

การมีหนี้สินครัวเรือนระดับวิกฤติถึงร้อยละ 99 จะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจครัวเรือน รวมถึงเศรษฐกิจระดับประเทศด้วย ทั้งยังส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นของอัตราอาชญากรรม อัตราการฆ่าตัวตาย และปัญหาคุณภาพชีวิตของคนในสังคมโดยกลุ่มผู้เปราะบางในครอบครัว ผู้พิการ คนชรา และเด็กที่เติบโตขึ้นมาอยู่ในวงจรหนี้สินอย่างที่ไม่สามารถก้าวพ้นสภาพหนี้สินได้

แม้ธนาคารแห่งประเทศไทย มีแผนรองรับแก้ไขหนี้สินครัวเรือนมาอย่างต่อเนื่อง แต่จะเห็นได้ว่าตัวเลขหนี้ครัวเรือนพุ่งสูงขึ้นจนถึงขั้นวิกฤติ ประชาชนจำนวนมากเข้าไม่ถึงระบบการแก้ไขหนี้ที่รัฐจัดไว้ให้ สภาองค์กรของผู้บริโภคจึงเสนอให้รัฐเข้ามาจัดการปัญหาดังกล่าว ทั้งการส่งเสริมความรู้ทางการเงินและวินัยทางการเงินให้แก่ประชาชน โดยร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ซึ่งสภาองค์กรของผู้บริโภคเป็นหนึ่งในหน่วยงานที่มีศักยภาพในการร่วมแก้ไขปัญหาดังกล่าว

ข้อเสนอที่สำคัญของผู้บริโภค

เสนอให้กระทรวงการคลัง เป็นผู้รับผิดชอบดำเนินการสนับสนุนให้สมาชิกสภาองค์กรของผู้บริโภค มีบทบาทในการแก้ปัญหาหนี้ด้วยการตั้งศูนย์แก้ไขปัญหานี้แบบเบ็ดเสร็จ ซึ่งควรมีหน้าที่อย่างน้อย 4 ประการ คือ

- 1) จัดอบรมความรู้ทางการเงินและวินัยทางการเงินแก่สมาชิกของสภาองค์กรของผู้บริโภคและประชาชน
- 2) จัดทำฐานข้อมูลสถานภาพปัญหาหนี้ของผู้ขอรับความช่วยเหลือในการเป็นพี่เลี้ยง ให้คำปรึกษาในการวางแผนการชำระหนี้ให้แก่ลูกหนี้
- 3) เจรจาชำระหนี้กับเจ้าหนี้
- 4) จัดหาแหล่งเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ เพื่อให้ลูกหนี้สามารถแก้ไขปัญหานี้สินได้เบ็ดเสร็จครบวงจร

1.2 กองทุนบำนาญพื้นฐานแห่งชาติ (บำนาญประชาชน)

ในปี 2565 ประเทศไทยได้ก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุแล้ว โดยในปี 2565 มีผู้สูงอายุจำนวน 12,576,948 คน นับเป็นร้อยละ 19.32 ของประชากรทั้งหมด นอกจากนี้ ยังคาดการณ์ว่าสัดส่วนของประชากรที่อายุ 65 ปีขึ้นไป จะเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 26 ในปี 2583 แต่ในขณะเดียวกัน มีผู้สูงอายุจำนวนมากต้องใช้ชีวิตหลังเกษียณอย่างขาดแคลน ต้องพึ่งพาอาศัยรายได้จากลูกหลานเป็นหลัก ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ยังต้องทำงานหาเลี้ยงตนเองด้วยความยากลำบาก แต่ก็ยังมีรายได้ไม่เพียงพอต่อการดำรงชีวิตอย่างมีคุณภาพ

แม้รัฐบาลได้มีการจัดเบี้ยยังชีพให้ผู้สูงอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปในอัตราขั้นบันไดตามช่วงอายุ ตั้งแต่ 600 บาทต่อเดือนจนถึง 1,000 บาทต่อเดือน จำนวนเงินดังกล่าวยังต่ำกว่า ‘เส้นความยากจน’ หรือค่าใช้จ่ายพื้นฐานขั้นต่ำในการดำรงชีพต่อเดือนอยู่มาก ซึ่งเส้นความยากจนของประเทศไทยที่กำหนดโดยสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ในปี 2564 นั้นอยู่ที่ 2,803 บาท

อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาในหลายประเทศพบว่า การมีระบบสวัสดิการถ้วนหน้าด้านต่าง ๆ ของประเทศ ไม่ว่าจะเป็นด้านการศึกษา การสาธารณสุข หลักประกันรายได้ของผู้สูงอายุ จะส่งผลต่อการลดความเหลื่อมล้ำอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสิ่งที่รัฐบาลควรเตรียมพร้อมคือ การสร้าง ‘หลักประกันด้านรายได้ของผู้สูงอายุ’ อย่างเพียงพอต่อการดำรงชีพ หากประชาชนผู้สูงอายุมีหลักประกันรายได้น่าเชื่อถืออย่างมั่นคง ก็จะช่วยลดภาระการพึ่งพิงลูกหลาน ลดการส่งต่อความยากจนจากรุ่นสู่รุ่น ซึ่งเป็นการแก้ปัญหาความยากจนและความเหลื่อมล้ำอย่างยั่งยืน อนึ่ง ผู้สูงอายุวัยเกษียณจำนวน

12.5 ล้านคนนี้ เคยเป็นกำลังหลักในการพัฒนาประเทศ ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจจากการเป็นผู้เสียภาษีให้รัฐมาอย่างยาวนานก่อนเข้าวัยเกษียณ ทั้งในฐานะผู้มีเงินได้ และในฐานะผู้บริโภคที่จ่ายภาษีผ่านการซื้อสินค้าและบริการ

ทั้งนี้ สภาองค์กรของผู้บริโภคเล็งเห็นความจำเป็นและความสำคัญในการมีบำนาญประชาชน จึงสนับสนุนให้จัดทำวิทัศน์จำนวน 28 ชิ้นเพื่อเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเรื่องบำนาญประชาชน และจ้างที่ปรึกษาจากคณะเศรษฐศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ดำเนินการศึกษาวิจัยที่มาของรายได้หรือแหล่งงบประมาณในการจัดทำบำนาญประชาชน และผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจหากประเทศไทยมีระบบบำนาญประชาชนของผู้สูงวัย

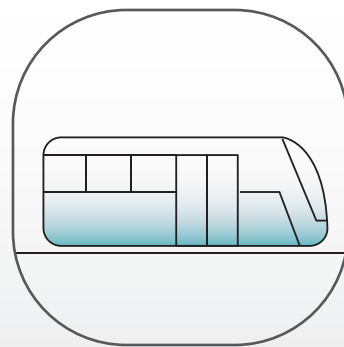
ข้อเสนอที่สำคัญของผู้บริโภค

1) ให้สนับสนุน (ร่าง) พระราชบัญญัติบำนาญแห่งชาติ พ.ศ. (ฉบับประชาชน) และผลักดันให้มีการจัดตั้งกองทุนบำนาญแห่งชาติขึ้น เพื่อรับรองสิทธิของทุกคนในแผ่นดินไทย โดยมีข้อเสนอทางวิชาการจากหลายมหาวิทยาลัยยืนยันว่า สามารถดำเนินการได้ด้วยการปฏิรูประบบภาษีให้มีความเป็นธรรมมากขึ้น เช่น การยกเลิกนโยบายลดหย่อนภาษีให้กลุ่มคนมีรายได้สูง หรือการมุ่งเน้นเก็บภาษีความมั่งคั่งสุทธิ หรือการจัดเก็บภาษีที่ไม่เคยเก็บแต่ควรดำเนินการ เช่น ภาษีผลกำไรจากการลงทุน (Capital Gain Tax) เป็นต้น

2) ให้พิจารณาการปฏิบัติตามรายงานผลการพิจารณาศึกษา เรื่อง แนวทางการเสนอกฎหมายบำนาญพื้นฐานแห่งชาติ ของคณะกรรมการการสวัสดิการสังคม สภาผู้แทนราษฎร ที่สภาผู้แทนราษฎรมิมติเห็นชอบ เมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม 2565 ที่ผ่านมา ในการแก้ไขพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 เพื่อให้มีหลักประกันด้านรายได้ที่เพียงพอต่อความจำเป็นขั้นพื้นฐานของผู้สูงอายุตามความเห็นของสภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และปรับปรุงคณะกรรมการผู้สูงอายุ ให้มีส่วนร่วมจากทุกฝ่าย ซึ่งมีหลักฐานข้อมูลสนับสนุนและยืนยันว่า มีงบประมาณที่เพียงพอในการดำเนินการบำนาญพื้นฐานแห่งชาตินี้

2. ด้านการขนส่งและยานพาหนะ

จากการทำงานที่ผ่านมา สภาองค์กรของผู้บริโภคพบว่าปัญหาหลัก ๆ ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการขนส่งและยานพาหนะ เป็นปัญหาเรื้อรังที่ไม่ได้รับการแก้ไขอย่างจริงจัง ก่อให้เกิดผลเสียหลายต่อประเทศชาติทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม ในทางตรงกันข้ามการแก้ปัญหาให้ถูกจุด ตรงเป้า จะช่วยสร้างความเป็นธรรมของสิทธิที่ควรจะได้รับ เช่น การใช้บริการขนส่งสาธารณะในราคาที่ทุกคนขึ้นได้ทุกวัน รถโรงเรียนเพื่อให้นักเรียน ไม่เป็นอันตรายเพราะเดินทางไปโรงเรียน ผู้ที่สัญจรระหว่างจังหวัดไม่ควรต้องเสี่ยงชีวิตจากอุบัติเหตุเพราะต้องใช้รถตู้ที่ไม่ได้มาตรฐานเมื่อรถตู้เหล่านั้นควรแทนที่ด้วยมินิบัส รวมไปถึงรถยนต์ และรถจักรยานยนต์ทุกรุ่นทุกขนาด ควรได้รับการติดตั้งเบรคเอบีเอส (ABS) เพื่อลดอุบัติเหตุบนท้องถนน



2.1 ขนส่งมวลชนทุกคนขึ้นได้ทุกวัน ไม่เกิน 35 บาทต่อวัน

ปัญหาสำคัญของระบบขนส่งมวลชนหรือขนส่งสาธารณะของประเทศไทยโดยภาพรวม มีดังนี้

- 1) ขาดนโยบายค่าบริการขนส่งมวลชนต่อรายได้ขั้นต่ำของประชาชน หรือค่าโดยสารสูงสุดต่อวันที่ประชาชนจะสามารถจ่ายได้ ส่งผลต่อภาระของประชาชนในการใช้บริการขนส่งมวลชนโดยภาพรวมทั่วประเทศ
- 2) การพัฒนาบริการขนส่งมวลชนเป็นไปอย่างจำกัด เมื่อเทียบกับการพัฒนาโครงสร้างด้านอื่น ๆ รวมทั้งมีความจำกัด ไม่มีทางเลือกและขาดแคลนในจังหวัดต่าง ๆ ขาดการวางแผนให้บริการขนส่งมวลชน ซึ่งเป็นบริการสาธารณะขั้นพื้นฐานให้ได้รับการพัฒนา และส่งเสริมให้ประชาชนสามารถใช้บริการได้เพิ่มขึ้นจากคุณภาพที่ดีและราคาที่เป็นธรรมกับรายได้ ท่ามกลางวิกฤติปัญหาค่าครองชีพของประชาชนทั้งด้านราคาอาหาร ราคาพลังงาน และคุณภาพชีวิต
- 3) วิกฤติมลภาวะหรือฝุ่น PM 2.5 ที่เป็นปัญหากระทบต่อสุขภาพของประชาชนทุกปี ประเทศยังมีข้อจำกัดและไม่สามารถแก้ไขปัญหานี้ให้ดีขึ้นได้ เพราะสาเหตุสำคัญส่วนหนึ่งมาจากปัญหายานพาหนะในหัวเมืองหลักต่าง ๆ ด้วย
- 4) ขาดการบริหารจัดการระบบตัวร่วม หรือระบบบัตรใบเดียวสามารถใช้บริการขนส่งมวลชนได้ทั่วประเทศ โดยสามารถใช้บัตรโดยสารใบเดียวเดินทางได้ทุกระบบขนส่งมวลชน หรือใช้โทรศัพท์มือถือ
- 5) ประชาชนในกรุงเทพมหานครต้องการให้รัฐบาลหรือผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร แก้ปัญหาการจราจรมากที่สุดถึงร้อยละ 66.01 แทบทุกคนที่เดินทางในกรุงเทพมหานคร ต่างมีความทุกข์จากการเดินทางไม่น้อยไปกว่ากัน และปัญหาการจราจรถือเป็นปัญหาสำคัญของผู้บริโภคลำดับต้น ๆ อย่างต่อเนื่องของคนกรุงเทพฯ
- 6) คนกรุงเทพฯ ใช้รถไฟฟ้าเพียงร้อยละ 2.86 พบว่า คนส่วนใหญ่เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวสูงถึงร้อยละ 43 ใช้รถมอเตอร์ไซด์ร้อยละ 26 และใช้บริการรถขนส่งสาธารณะเพียงร้อยละ 24 โดยแบ่งเป็น รถโดยสารร้อยละ 15.96 รถแท็กซี่ร้อยละ 4.2 ระบบรถไฟฟ้าร้อยละ 2.86 รถตุ๊กตุ๊กร้อยละ 1.28 เรือร้อยละ 0.28 โดยมีราคาแพงถึงร้อยละ 26 - 28 ของค่าแรงขั้นต่ำ ขาดนโยบายการกำกับดูแลค่าแรกเข้าในการใช้บริการรถไฟฟ้า ทำให้มีการคิดค่าแรกเข้าที่ซ้ำซ้อนส่งผลโดยตรงต่อราคาค่าโดยสารรถไฟฟ้า ทำให้ประชาชนต้องเสียค่าแรกเข้ากับทุกเครือข่าย การกำหนดอัตราค่าโดยสารที่แตกต่างกัน เช่น สายสีเขียวส่วนหลัก 16 - 44 บาท สายสีเขียวส่วนต่อขยาย 15 - 45 บาท สายสีน้ำเงิน 17 - 42 บาท สายสีม่วง 14 - 42 บาท และแอร์พอร์ต เรล ลิงก์อยู่ที่ 15 - 45 บาท ขณะที่สายสีทอง 15 บาทตลอดสายระยะทางเพียง 1.88 กิโลเมตร

หากเปรียบเทียบอัตราค่าเดินทางในระบบรถไฟฟ้า จะพบว่าอัตราค่าเดินทางในต่างประเทศเมื่อเทียบกับค่าแรงขั้นต่ำอยู่ในระดับที่ทำให้ทุกคนสามารถใช้รถไฟฟ้าได้ทุกวัน เช่น กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศสมีค่าใช้จ่ายเพียงร้อยละ 3 ของค่าแรงขั้นต่ำ กรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษร้อยละ 5 กรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่นร้อยละ 9 และประเทศสิงคโปร์ร้อยละ 5 ขณะที่ประเทศมาเลเซียมีการกำหนดค่าบริการขนส่งมวลชนที่จะต้องไม่เกินร้อยละ 10 ของค่าแรงขั้นต่ำเท่านั้น

เมื่อราคาค่าโดยสารของระบบขนส่งสูงเกินกว่าร้อยละ 10 ของค่าแรงขั้นต่ำ ดังนั้น หากรัฐบาลมีเป้าหมายในการเพิ่มสัดส่วนการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะในเขตเมืองต่อการเดินทางในเมืองทั้งหมดและในต่างจังหวัด ตลอดจนการสนับสนุนการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals : SDGs) โดยตั้งเป้าหมายไว้ในปี 2573 ที่จะต้องทำให้ประชากรเข้าถึงระบบขนส่งสาธารณะที่ปลอดภัย ทุกคนสามารถจ่ายค่าโดยสารได้อย่างเท่าเทียมเป็นธรรม จำเป็นต้องมีการปรับปรุงเรื่องอัตราค่าโดยสารระบบขนส่งมวลชนสาธารณะให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจ สังคม และสอดคล้องกับค่าแรงขั้นต่ำของประชาชนอย่างแท้จริง

ข้อเสนอที่สำคัญของผู้บริโภค

มีแผนและนโยบายที่ชัดเจนและต่อเนื่องในการกำหนดให้ค่าใช้จ่ายด้านบริการขนส่งสาธารณะทุกประเภทรวมแล้วต้องไม่เกินร้อยละ 10 ของค่าแรงขั้นต่ำต่อวัน หรือไม่เกิน 35 บาทต่อคนต่อวัน ซึ่งทั้งรัฐบาลส่วนกลางและส่วนท้องถิ่นต้องพัฒนาระบบสนับสนุนการเข้าถึงขนส่งสาธารณะที่ปลอดภัย ทุกคนสามารถจ่ายค่าโดยสารได้ทุกวัน ทั้งนี้ สภาองค์กรของผู้บริโภคมีข้อเสนอด้านการเข้าถึงบริการขนส่งสาธารณะ ดังนี้

- 1) พัฒนาการเข้าถึงบริการขนส่งมวลชนและระบบเชื่อมต่อล้อ ราง เรือ จักรยาน ให้กับผู้ใช้บริการทุกคน

กรุงเทพมหานครและส่วนภูมิภาคที่ต้องเข้าถึงป้ายรถเมล์หรือจุดบริการขนส่งสาธารณะในระยะทาง 0.5 กิโลเมตร (500 เมตร) หรือเดินไม่เกิน 15 นาที

2) ประกาศให้ระบบรถไฟฟ้าเป็นบริการขนส่งสาธารณะขั้นพื้นฐานไม่ใช่บริการทางเลือก ทำเมืองให้เป็น Smart City มีนโยบายไม่เก็บค่าแรกเข้ารถไฟฟ้าเข้าซ้อน บัตรใบเดียวขึ้นได้ทุกสายทุกประเภท และมีระบบเชื่อมต่อที่เชื่อมโยงรถเมล์กับบริการรถไฟฟ้าและบริการขนส่งสาธารณะประเภทอื่น

2.2 รถรับส่งนักเรียนฟรีทั่วไทย เดินทางปลอดภัย 100 เปอร์เซ็นต์

จากข้อมูลการเฝ้าระวังของศูนย์วิชาการเพื่อความปลอดภัยทางถนนและเครือข่ายองค์กรผู้บริโภค ระบุว่า ในปี 2565 ตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือนกันยายน ระยะเวลา 8 เดือน มีอุบัติเหตุทางถนนและความไม่ปลอดภัยกับรถรับส่งนักเรียนมากถึง 26 ครั้ง หรือเดือนละ 3 ครั้ง มีผู้เสียชีวิต 1 ราย และบาดเจ็บ 252 ราย หรือรุนแรงมากกว่าช่วงเวลาเดียวกันของปี 2564 ถึง 3 เท่า โดยรถรับส่งนักเรียนส่วนใหญ่เป็นรถยนต์ประเภทรถตู้โดยสาร รถกระบะดัดแปลง และรถโดยสารขนาดใหญ่ประเภท 4 ล้อ และ 6 ล้อ ที่มีสภาพเก่าชำรุดทรุดโทรม และที่สำคัญรถรับส่งนักเรียนจำนวนมากยังเป็นรถที่ไม่ได้ขออนุญาตจากนายทะเบียนประจำจังหวัด

ขณะที่กฎหมายกำหนดให้รถที่นำมารับส่งนักเรียนต้องเป็นรถยนต์นั่งส่วนบุคคลเกิน 7 คนแต่ไม่เกิน 12 คน ข้อมูลจดทะเบียนกรมการขนส่งทางบก วันที่ 5 กันยายน 2565 ระบุว่า มีรถรับส่งนักเรียนที่ได้รับใบอนุญาต จำนวน 4,497 คัน ขณะที่มีการประมาณการว่ามีรถรับส่งนักเรียนบนท้องถนนมากกว่า 50,000 คันทั่วประเทศ หรือมีรถรับส่งนักเรียนมากกว่า 45,000 คัน ที่รับส่งนักเรียนโดยไม่ได้อำนาจขออนุญาต หากรถรับส่งนักเรียน 1 คัน บรรทุกนักเรียนได้ 12 คนตามกฎหมายพบว่า มีเด็กนักเรียนจำนวน 540,000 คน ที่ต้องเสี่ยงเดินทางไปโรงเรียนด้วยรถรับส่งที่ไม่ได้รับอนุญาต และอาจไม่ได้รับความปลอดภัย

การที่กรมการขนส่งทางบกไม่มีข้อมูลจำนวนรถรับส่งนักเรียนที่แท้จริงนั้น ส่งผลต่อการกำกับมาตรฐานความปลอดภัยรถรับส่งนักเรียนในแต่ละภาคการศึกษา รวมถึงเป็นปัจจัยหนุนเสริมพฤติกรรมเสี่ยงของผู้ขับรถรับส่งนักเรียน เช่น ขับรถโดยไม่ใช้ใบอนุญาต ใช้รถผิดประเภท หลีกเลียงจัดทำประกันภัย ประมาทเลินเล่อ ลืมเด็กไว้ในรถ ตลอดจนดัดแปลงสภาพรถเพื่อให้รับนักเรียนได้มากขึ้น ประกอบกับหลายพื้นที่ของประเทศ ไม่มีระบบขนส่งสาธารณะให้บริการที่เหมาะสมเพียงพอ จึงเป็นปัจจัยเสี่ยงสำคัญที่ผลักดันให้นักเรียนจำนวนหนึ่งเลือกที่จะใช้รถจักรยานยนต์เป็นพาหนะเดินทางแทน และเป็นสาเหตุสำคัญที่นำมาซึ่งความสูญเสียจากอุบัติเหตุทางถนน ขณะเดียวกันยังมีนักเรียนจำนวนมากเลือกที่จะใช้รถรับส่งนักเรียนในการเดินทางโดยไม่รู้ถึงความเสี่ยงที่ไม่ปลอดภัยของรถรับส่งนักเรียน

ข้อเสนอที่สำคัญของผู้บริโภค

1) ข้อเสนอด้านงบประมาณ

(1) ให้จัดสรรงบประมาณเป็นเงินอุดหนุนค่าใช้จ่ายรายหัวในการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐาน เพื่อเป็นค่าเดินทางหรือค่ารถรับส่งนักเรียน แก่เด็กนักเรียนตั้งแต่ระดับอนุบาลจนจบการศึกษาขั้นพื้นฐาน เพื่อเพิ่มโอกาสการเข้าถึงการศึกษาให้กับนักเรียนทุกคนให้มีมาตรฐานและคุณภาพโดยไม่เก็บค่าใช้จ่าย

(2) ให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีหน้าที่จัดสรรงบประมาณและบริหารจัดการระบบความปลอดภัยรถรับส่งนักเรียนที่ไม่ใช่เฉพาะโรงเรียนในสังกัด เพื่อมาตรฐานความปลอดภัยของนักเรียนที่ใช้บริการรถรับส่งนักเรียน และสนับสนุนแนวทางการพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะที่มีคุณภาพ เพื่อเป็นทางเลือกในการเดินทางของนักเรียนทุกคน

2) ข้อเสนอด้านคุณภาพมาตรฐานรถรับส่งนักเรียน

จัดให้มีรถรับส่งนักเรียนที่มีมาตรฐานความปลอดภัย 20,000 คัน ทั่วประเทศภายในสองปี โดยรัฐจะอุดหนุนงบประมาณเพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับผู้ให้บริการนำรถขึ้นทะเบียนเป็นรถรับส่งนักเรียน เช่น การสนับสนุนเงินกู้ระยะยาวแบบดอกเบี้ยต่ำเพื่อปรับปรุงสภาพรถ การลดหย่อนภาษีรถยนต์ประจำปี และประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายและภาคสมัครใจแบบคนละครั้ง เป็นต้น

2.3 เปลี่ยนรถตู้เป็นมินิบัส รื้อระบบสัมปทานจัดสรรเส้นทางใหม่

จากรายงานสถานการณ์อุบัติเหตุรถโดยสารสาธารณะประจำปีงบประมาณ 2565 ระหว่างเดือนตุลาคม 2564 - เดือนกันยายน 2565 พบว่า มีรถโดยสารสาธารณะเกิดเหตุ 142 คัน และเป็นรถตู้โดยสาร 31 คัน แต่ข้อมูลดังกล่าวนี้บ่งชี้เฉพาะกลุ่มรถตู้โดยสารที่จดทะเบียนเป็นรถตู้โดยสารสาธารณะกับกรมการขนส่งทางบกเท่านั้น ไม่นับรวมกลุ่มรถตู้ส่วนบุคคลที่นำมาวิ่งรับส่งคนโดยสารแล้วเกิดอุบัติเหตุ

ขณะที่ข้อมูลการจดทะเบียนสะสมของกรมการขนส่งทางบก ปี 2565 พบว่าทั่วประเทศมีรถตู้โดยสารประจำทาง 8,859 คัน และกลุ่มรถตู้โดยสารไม่ประจำทาง 22,787 คัน สวนทางการเพิ่มจำนวนของรถตู้ส่วนบุคคล ซึ่งเป็นรถยนต์นั่งส่วนบุคคลเกิน 7 คน แต่ไม่เกิน 12 คน (รย. 2) ที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2565 มีจดทะเบียนสะสมจำนวน 445,862 คัน เป็นที่น่าสังเกตว่า จำนวนรถตู้ส่วนบุคคลที่เพิ่มขึ้นนี้สืบเนื่องมาจากนโยบายของกระทรวงคมนาคมที่ให้ผู้ประกอบการรถตู้โดยสารทั้งแบบประจำทางและไม่ประจำทาง สามารถคืนป้ายทะเบียนและกลับไปเป็นรถตู้ส่วนบุคคลได้

ทั้งนี้ แม้กรมการขนส่งทางบกจะกำหนดมาตรการป้องกันกำกับรถตู้โดยสาร เพื่อไม่ให้เกิดความสูญเสีย แต่สถานการณ์ความรุนแรงจากอุบัติเหตุรถตู้โดยสารกลับเพิ่มสูงขึ้น ทำให้ในปี 2562 คณะกรรมการควบคุมการขนส่งทางบกกลาง มีนโยบายเปลี่ยนรถตู้โดยสารประจำทางที่ครบอายุ 10 ปีเป็นรถโดยสารขนาดเล็ก (มินิบัส) เนื่องจากโครงสร้างรถตู้โดยสารไม่ได้ถูกออกแบบสำหรับการบรรทุกทุกคนโดยสาร โดยเฉพาะการเดินทางระยะทางไกล รวมถึงโครงสร้างจะไม่ปลอดภัยหากเกิดอุบัติเหตุรุนแรง เพราะมีทางออกเพียงทางเดียว เช่น รถไฟไหม้หรือพลิกคว่ำไม่สามารถเปิดประตูรถได้

อย่างไรก็ตาม การบังคับใช้นโยบายดังกล่าวถูกเลื่อนออกไป เนื่องด้วยผลกระทบจากสถานการณ์โควิด 19 ประกอบกับนโยบายต่าง ๆ ที่ให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการในช่วงสถานการณ์โควิด 19 จึงมีผลทำให้ไม่สามารถเปลี่ยนรถตู้โดยสารเป็นรถมินิบัสได้ตามแผนเดิมที่กำหนดไว้ และส่งผลกระทบต่อความเสี่ยงที่ไม่ปลอดภัยของผู้บริโภคที่ใช้บริการ

ข้อเสนอที่สำคัญของผู้บริโภค

นโยบายเปลี่ยนรถตู้โดยสารประจำทางทุกคันให้เป็นรถมินิบัสภายในปี 2566 ด้วยการจัดสรรงบประมาณ หรือ มาตรการเปลี่ยนรถในรูปแบบต่าง ๆ ให้กับผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ เช่น ชื้อรถคืน เปลี่ยนรถเดิมแบบยกเว้นภาษี หรือส่วนลดภาษี ให้เงินกู้ระยะยาวแบบดอกเบี้ยต่ำ มาตรการชดเชยด้านพลังงานเพื่อลดต้นทุน เป็นต้น เพื่อให้การเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะไม่สะดุดหยุดลง โดยไม่ให้ผู้บริโภคได้รับผลกระทบจากมาตรการเปลี่ยนรถครั้งนี้ ไม่เปิดให้ขยายเวลาการเปลี่ยนรถมินิบัสทดแทนรถตู้โดยสารประจำทาง และกำหนดมาตรการยกเลิกรถตู้โดยสารประจำทาง หมวด 2 และหมวด 3 ที่อายุครบกำหนดการใช้งานให้เปลี่ยนเป็นมินิบัส ตามมติคณะกรรมการควบคุมการขนส่งทางบกกลาง ในการประชุม ครั้งที่ 5/2560 วันที่ 21 มิถุนายน 2560 ครั้งที่ 7/2560 วันที่ 7 กันยายน 2560 และครั้งที่ 2/2563 วันที่ 20 มีนาคม 2563 โดยไม่มีการขยายเวลาเพิ่ม

2.4 จักรยานยนต์ปลอดภัยติดเอปียีสทุกคันทุกรุ่น

จากข้อมูลขององค์การอนามัยโลก (WHO) ในปี 2561 ประเทศไทยมีอัตราการเสียชีวิตจากอุบัติเหตุทางถนนสูงเป็นอันดับ 9 ของโลก โดยสัดส่วนของกลุ่มผู้ใช้รถใช้ถนนที่เสียชีวิตจากอุบัติเหตุทางถนนพบว่า ผู้ใช้รถจักรยานยนต์มีแนวโน้มเสียชีวิตเพิ่มมากขึ้นจากร้อยละ 65 ในปี 2555 เป็นร้อยละ 79 ในปี 2564 และพบว่ารถจักรยานยนต์ขนาดใหญ่กว่า 150 ซีซี มีอัตราความเสี่ยงต่อการเสียชีวิตจากอุบัติเหตุทางถนนสูงถึงร้อยละ 88 หนึ่งในสาเหตุของการเสียชีวิตของผู้ใช้จักรยานยนต์เกิดขึ้นจากมาตรฐานระบบห้ามล้อของรถจักรยานยนต์

และจากการศึกษาในต่างประเทศพบว่า การติดตั้งระบบป้องกันการล้อของล้อหรือระบบเอปียีส (Antilock Braking System : ABS) จะช่วยในการหลีกเลี่ยงอุบัติเหตุได้ถึงร้อยละ 85 ขณะที่ผลการศึกษาจากสภาองค์กรของผู้บริโภค และสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครพบว่า รถจักรยานยนต์ที่มีระบบป้องกัน

ล้อล็อก หรือเอบีเอสสามารถช่วยลดโอกาสในการเกิดอุบัติเหตุได้ โดยในสถานการณ์ที่ต้องขับขึ้นเนินเนื่องจากในสถานการณ์จริง ผู้ขับซึ่งไม่สามารถหลีกเลี่ยงขับรถบนพื้นถนนที่เปียกหรือถนนลื่น และผู้ขับซึ่งแต่ละรายมีทักษะการขับที่ต่างกัน ดังนั้นการมีระบบ ABS ในรถจักรยานยนต์จะช่วยลดความเสี่ยงในการลื่นไถลของล้อ ซึ่งส่งผลให้สามารถควบคุมรถจักรยานยนต์ได้ดีขึ้น

ทั้งนี้ กรมการขนส่งทางบกได้ออกประกาศกำหนดมาตรฐานเกี่ยวกับระบบห้ามล้อของรถจักรยานยนต์กำหนดให้รถจักรยานยนต์ที่มีความจุกระบอกสูบเกินกว่า 125 ซีซี ต้องติดตั้งระบบห้ามล้อที่มีระบบเอบีเอสเริ่ม 1 มกราคม 2567 ส่วนในรถจักรยานยนต์ที่ขนาดต่ำกว่า 125 ซีซี กำหนดให้ผู้ผลิตสามารถเลือกได้ว่าจะติดตั้งระบบเบรกแบบเอบีเอส หรือซีบีเอส CBS (Combine Braking System) ซึ่งเป็นระบบที่กระจายแรงเบรกระหว่างล้อหน้า และล้อหลังก็ได้

แต่เนื่องจากประกาศฉบับดังกล่าว มีผลบังคับเฉพาะรถจักรยานยนต์ที่มีความจุกระบอกสูบเกินกว่า 125 ซีซี ให้ต้องติดตั้งระบบเอบีเอส ขณะที่ในประเทศไทย รถจักรยานยนต์ที่มีขนาดต่ำกว่า 125 ซีซี มีสัดส่วนมากที่สุดถึงร้อยละ 80 ของรถจักรยานยนต์ที่จดทะเบียนสะสมทั้งหมดกว่า 22.1 ล้านคัน หมายความว่าจะมีรถจักรยานยนต์ที่อาจไม่ได้ติดตั้งระบบเอบีเอสมากกว่า 17 ล้านคันที่วิ่งบนท้องถนนโดยปราศจากความปลอดภัย นอกจากนี้การศึกษาของสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทยระบุว่า การบังคับติดตั้งระบบเบรกเอบีเอสรถจักรยานยนต์ใหม่ทุกคันในระยะเวลา 5 ปี จะช่วยปกป้องชีวิตคนไทยได้ 6,000 - 9,000 คน และลดมูลค่าความสูญเสียทางเศรษฐกิจ ได้มากกว่า 2 แสนล้านบาท ซึ่งระบบเอบีเอสจำเป็นต้องถูกติดตั้งจากต้นทางการผลิตไม่สามารถติดตั้งเพิ่มเติมภายหลังได้

ข้อเสนอที่สำคัญของผู้บริโภค

1) ข้อเสนอหลักสำหรับผู้ผลิตและภาคอุตสาหกรรม

ประกาศนโยบายด้านความปลอดภัยให้รถจักรยานยนต์ต้องเป็นพาหนะที่ปลอดภัยสำหรับผู้บริโภค **รถจักรยานยนต์ทุกคันทุกรุ่นทุกขนาดต้องติดตั้งระบบเบรกเอบีเอสล้อหน้าและล้อหลังภายในสองปี** ให้เป็นไปตามข้อกำหนดทางเทคนิคยานยนต์ของสหประชาชาติที่ 78 (UN Regulation 78) โดยการสนับสนุนจากรัฐบาลในการสนับสนุนค่าใช้จ่ายและมาตรการทางภาษีให้กับผู้ผลิตและภาคอุตสาหกรรม เพื่อไม่ให้เป็นการระต่อผู้บริโภค

2) ข้อเสนอสำหรับผู้บริโภค

ส่งเสริมต่อมาตรการคืนเงินภาษีเท่ากับที่จ่ายจริงให้กับผู้บริโภคที่ซื้อรถจักรยานยนต์ใหม่คันแรก โดยเฉพาะรถที่ติดเอบีเอส รวมทั้งให้เงินอุดหนุนอัตราดอกเบี้ยต่ำ และการจัดทำประกันภัยโดยไม่มีค่าใช้จ่าย และเปิดโครงการรถเก่าแลกรถใหม่ (เฟส 1) สำหรับผู้นำรถจักรยานยนต์เก่าที่ไม่มีเอบีเอสมาแลกรถคันใหม่ที่ติดเอบีเอสจะได้รับส่วนลดภาษีเท่ากับที่จ่ายจริงในการซื้อรถจักรยานยนต์ หรือคูปองส่วนลดในการซื้อรถใหม่ ที่จะได้รับจากการสนับสนุนจากรถต่าง ๆ เพื่อการกระตุ้นเศรษฐกิจและส่งเสริมการใช้รถจักรยานยนต์ที่ติดตั้งระบบเอบีเอส

3. ด้านอสังหาริมทรัพย์และที่อยู่อาศัย

สถานการณ์แนวโน้มของที่อยู่อาศัยในช่วงหลายปีที่ผ่านมา จากอดีตที่ปัญหาด้านอสังหาริมทรัพย์และที่อยู่อาศัยส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องเกี่ยวกับโครงการบ้านจัดสรรที่อยู่อาศัยขนาดใหญ่ โดยมีระดับความรุนแรงของปัญหาดังแต่ซื้อบ้านไม่ได้บ้าน ซื้อแล้วสร้างไม่เสร็จ ไม่โอนสัญญา สร้างบ้านไม่ได้มาตรฐาน สัญญาไม่เป็นธรรม ส่วนปัญหาด้านสาธารณสุขก็คือ ไม่มีพื้นที่ส่วนกลางตามที่ระบุในโฆษณาหรือพื้นที่ส่วนกลางขายบุคคลอื่นเพื่อหาประโยชน์ เป็นต้น



ขณะที่ปัจจุบันเมื่อสภาพสังคมเมืองเริ่มเปลี่ยนแปลงขยายตัว ราคาที่ดินมีการปรับตัวสูงขึ้น จากธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ แนวราบได้ถูกปรับเปลี่ยนเป็นธุรกิจประเภทแนวตั้งที่ขยายพื้นที่ใจกลางเมือง ทำให้ผู้มีบริโภครายได้ปานกลางถึงน้อย สามารถเข้าถึงอาคารชุดเพื่อจัดซื้อเป็นที่อยู่อาศัยได้ ขณะเดียวกันปัญหาของผู้อาศัยในอาคารชุดก็มีเพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องก่อสร้างล่าช้า สร้างไม่เป็นไปตามโฆษณา ไม่คืนเงินดาวน์รับเงินจองเงินทำสัญญา ที่จอดรถไม่เพียงพอ หลอก บังคับรับโอน การจัดการของนิติบุคคล และปัญหาเรื่องค่าส่วนกลาง ซึ่งทั้งหมดล้วนเป็นปัญหาหลักที่เกิดขึ้น และสร้างผลกระทบต่อผู้บริโภคด้านอสังหาริมทรัพย์และที่อยู่อาศัย

อย่างไรก็ดี สาเหตุสำคัญของปัญหาผู้บริโภคด้านอสังหาริมทรัพย์และที่อยู่อาศัย มีจุดเริ่มต้นมาจากการไม่มีหลักประกันการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคในฐานะคู่สัญญาผู้ซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้วยข้อจำกัดทางกฎหมายอาศัยช่องว่างของกฎหมายที่ไม่เป็นธรรมและอำนาจที่เหนือกว่า โดยเฉพาะกรณีถูกบังคับด้วยข้อสัญญาไม่เป็นธรรมและการเลี่ยงใช้สัญญามาตรฐานของผู้ประกอบธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ เช่น กรณีทำสัญญาจะซื้อจะขายอาคารชุดหรือบ้านจัดสรร แล้วผู้ธนาคาร ไม่ผ่านต่อมาถูกริบเงินดาวน์ เงินจอง และเงินทำสัญญา ซึ่งเป็นปัญหาที่กระทบต่อคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของผู้บริโภคจำนวนมาก รวมถึงการเพิ่มเติมเงื่อนไขในข้อสัญญาที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ จึงเข้าข่ายเป็นการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคในฐานะคู่สัญญา ผู้บริโภคจึงเป็นฝ่ายเสียเปรียบและไม่ได้รับความเป็นธรรม

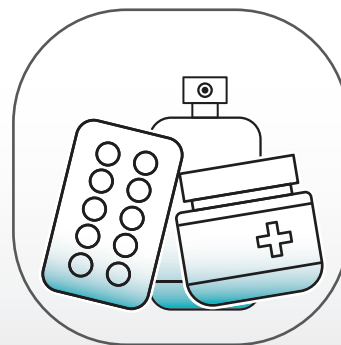
ข้อเสนอที่สำคัญของผู้บริโภค

เพื่อให้การคุ้มครองในฐานะคู่สัญญาซื้อขายอสังหาริมทรัพย์มีผลบังคับใช้ โดยสิทธิของผู้จะซื้ออสังหาริมทรัพย์ ผู้สุจริตต้องได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา (Right to Fairness for Contract) ต้องไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบจากผู้ประกอบธุรกิจ จึงเสนอให้มีหลักประกันคุ้มครองสิทธิผู้ซื้ออสังหาริมทรัพย์ (ผู้บริโภค) ตั้งแต่ต้นน้ำด้วยการแก้ไขสัญญาจะซื้อจะขายอาคารชุด (อช.22) และสัญญาจะซื้อจะขายที่ดินจัดสรร แบบ ก และแบบ ข ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการคืนเงินตามที่จ่ายไปจริงเต็มจำนวนพร้อมดอกเบี้ย โดยไม่มีการหักค่าใช้จ่ายและเงื่อนไข ในกรณีผู้บริโภคไม่ได้ผิดสัญญา หรือผู้ธนาคารไม่ผ่านให้กับผู้บริโภคในฐานะผู้ซื้ออสังหาริมทรัพย์ ด้วยการบรรจุกำหนดเงื่อนไขที่ชัดเจนไว้ในสัญญา เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคตามสัญญาที่เป็นธรรมในฐานะผู้ซื้ออสังหาริมทรัพย์

4. ด้านอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ

4.1 การเจรจาหนังสือสัญญา ระหว่างประเทศ ประชาชนต้องมี ส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น

เมื่อรัฐบาลนายกรัฐมนตรี พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา แสดงเจตนาต้องการให้ไทยยื่นหนังสือขอเข้าร่วมเจรจาความตกลงที่ครอบคลุมและก้าวหน้าสำหรับหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิก (CPTPP) ซึ่งเป็นการเจรจาข้อตกลงโดยคณะรัฐมนตรี ที่ผิดไปจากการลงนามในข้อตกลงอื่น ๆ ที่จะต้องผ่านฝ่ายนิติบัญญัติและเปิดให้เกิดการมีส่วนร่วมภาคประชาชนในการแสดงความคิดเห็น ทำให้เกิดกระแสต่อต้านทางสังคม โดยที่มีการเรียกร้องให้รัฐบาลเปิดให้มีการพิจารณาประเมินผลได้ผลเสียของข้อตกลงดังกล่าวกับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียก่อนการลงนาม แม้จะมีผลดีทางเศรษฐกิจแต่ข้อตกลงนี้มีข้อผูกมัดตามข้อสัญญาที่รัฐเป็นภาคีร่วมรัฐอื่น



จากการศึกษาผลกระทบพบว่า ข้อผูกมัดที่รัฐจะต้องทำตามเหล่านี้สร้างผลกระทบด้านลบกับเกษตรกร เพราะจะเกิดการผูกขาดเมล็ดพันธุ์ การเปิดตลาดนำเข้าสินค้าเกษตรจากต่างประเทศให้มากกว่าที่เป็นอยู่ ด้านสุขภาพประชาชนเป็นการกระทบต่อระบบหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าและการเข้าถึงยาของประชาชน กระบวนการกำหนดนโยบายด้านการสาธารณสุข สังคม สิ่งแวดล้อมและผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับผู้บริโภคอีกหลายด้าน หลายประเด็น ดังนี้ 1) ประเทศไทยจะมีค่าใช้จ่ายด้านยาของประเทศสูงขึ้น 2) ประเทศไทยถูกบังคับให้นำเข้าเครื่องมือแพทย์ใช้แล้วที่ผ่านกระบวนการผลิตซ้ำหรือผลิตใหม่ 3) ผู้บริโภคจะได้รับความเสี่ยงจากภัยของเครื่องสำอางที่ด้อยคุณภาพ 4) ผู้บริโภคจะได้รับความเสี่ยงจากการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ 5) ผู้บริโภคอาจได้รับอันตรายจากผลิตภัณฑ์ที่มีหรือปนเปื้อนสารตัดแต่งพันธุกรรม (GMO) และการปนเปื้อนสารเร่งเนื้อแดงในเนื้อหมูและเครื่องในหมู เป็นต้น

ข้อเสนอที่สำคัญของผู้บริโภค

เสนอให้มีการแก้ไขรัฐธรรมนูญ 2560 ในส่วนของการจัดทำหนังสือสัญญาระหว่างประเทศ เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนและลดความขัดแย้งในสังคม ตลอดจนทำให้การเจรจาการค้าระหว่างประเทศมีความเป็นธรรมกับประชาชนทุกกลุ่ม ด้วยการกำหนดให้มีการศึกษาผลกระทบของการจัดทำความตกลงที่เป็นอิสระ การรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและประชาชนที่เกี่ยวข้องที่ไม่ได้ลดประสิทธิภาพการเจรจา และการตรวจสอบการเจรจาของฝ่ายนิติบัญญัติ

โดยมีหัวใจสำคัญที่การได้พิจารณากรอบการเจรจาความตกลงต่าง ๆ ตลอดจนเยียวยาผู้ที่เสียประโยชน์ที่รวดเร็วเหมาะสม เป็นธรรม ไม่ใช่เพียงเยียวยาที่จำเป็นเท่านั้น หลักการทั้งหมดนี้จะต้องกลับมาเป็นหัวใจสำคัญในรัฐธรรมนูญเพื่อนำไปสู่การลดความขัดแย้งด้านการเจรจาการค้าระหว่างประเทศเพื่อนำไปสู่การค้าที่เป็นธรรมและการคุ้มครองผู้บริโภค ตลอดจนคนเล็กคนน้อยในสังคมไทย

4.2 จัดตั้งระบบเตือนภัยอาหารไม่ปลอดภัยโดยท้องถิ่นเพื่อท้องถิ่น

ปัจจุบันการบริโภคอาหารที่ปนเปื้อนสารเคมียาปฏิชีวนะและจุลินทรีย์ก่อโรค เป็นสาเหตุของการเสียชีวิต ของการเกิดโรคอาหารเป็นพิษ และพบปัญหาด้านสุขภาพที่เพิ่มจำนวนมากขึ้นอย่างรวดเร็ว เนื่องจากส่วนใหญ่นิยมซื้ออาหารบริโภคจากนอกบ้าน และยังนิยมรับประทานอาหารจากแผงลอยและร้านอาหารริมบาทวิถี แม้ว่าในประเทศไทยจะมีแผนการดำเนินงานพัฒนาระบบควบคุมอาหารของประเทศ (National Food Control System) แต่เนื่องจากข้อจำกัดเรื่องโครงสร้างการบริหาร และควบคุมดูแลความปลอดภัย เกี่ยวข้องกับหลายหน่วยงาน ซึ่งมีความซับซ้อนทำให้ยากต่อความร่วมมือในการทำงานของหน่วยงานตลอดทั้งห่วงโซ่อาหาร

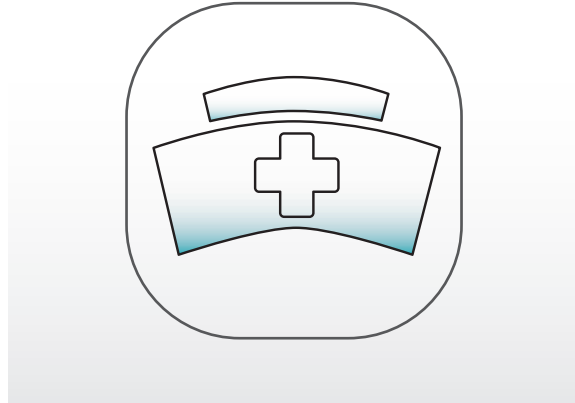
นอกจากนี้ พบข้อมูลว่ามีข่าวการปลอมปนอาหารเกิดขึ้นเสมอในปัจจุบัน และเป็นอันตรายต่อผู้บริโภคอย่างรุนแรง เช่น เหตุการณ์ใหญ่ที่เกิดการปนสารกรดเบนโซอิก ในเตตรา และไนโตรดพบปริมาณสูงในผลิตภัณฑ์อาหารต่าง ๆ รวมถึงผลิตภัณฑ์แปรรูปในเนื้อสัตว์ เช่น ไส้กรอก แฮม โบโลน่า ทำให้เกิดอันตรายต่อเด็กป่วยด้วยภาวะเมธิลโกลบิน และสภาวะการเปลี่ยนแปลงของสภาพสังคม เศรษฐกิจ เทคโนโลยีในปัจจุบันที่มีการพัฒนาธุรกิจของสังคมโลกไปสู่การซื้อขายอาหารทางระบบออนไลน์ อันเป็นการทำธุรกิจแบบตลาดขายตรงกับผู้บริโภค ซึ่งมีรูปแบบการสื่อสารโฆษณาชวนเชื่อที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อผู้บริโภค เช่น พบสเต็มยอยดัดแปลงพันธุกรรมในผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มสมุนไพร ยากยัดเส้นปูแดง ที่โฆษณาอวดอ้างสรรพคุณลดอาการปวดทุกชนิด ที่เกิดผลกระทบด้านสุขภาพต่อผู้บริโภคที่เกิดอาการร่างกายบวมหลังบริโภคผลิตภัณฑ์

ข้อเสนอที่สำคัญของผู้บริโภค

ให้สร้างระบบเตือนภัยอาหารไม่ปลอดภัยโดยท้องถิ่นเพื่อท้องถิ่น เพื่อให้คนในประเทศไทยแข็งแรง มีสุขภาพดีได้บริโภคอาหารที่มีความปลอดภัยจากสารเคมีและอันตรายจากสารปลอมปนหรือปนเปื้อนในอาหาร

5. ด้านบริการสุขภาพ

“บริการสุขภาพมาตรฐานเดียว” จากสถานการณ์ปัญหาความแตกต่างเรื่องสิทธิประโยชน์ด้านบริการสุขภาพของผู้บริโภคในระบบสุขภาพหลักของประเทศ 3 กองทุน ได้แก่ กองทุนสวัสดิการรักษายาบาลข้าราชการและรัฐวิสาหกิจ กองทุนประกันสังคม และกองทุนหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ (บัตรทอง) พบว่า ผู้ประกันตนระบบประกันสังคมเป็นกลุ่มเดียวที่รับผิดชอบค่ารักษาพยาบาลของตนเอง ขณะที่ระบบสวัสดิการข้าราชการและบัตรทองใช้งบประมาณแผ่นดิน รวมทั้งพบว่า ระบบประกันสังคมนั้นยังได้รับสิทธิประโยชน์น้อยกว่าทั้ง 2 กองทุนข้างต้นทั้งค่าใช้จ่ายต่อหัว การบริการ ยา วิธีการให้บริการโดยเฉพาะอย่างยิ่ง สิทธิประโยชน์ ที่สร้างความเหลื่อมล้ำด้านการเข้าถึงบริการสุขภาพ



ยกตัวอย่างเช่น สิทธิประโยชน์ด้านทันตกรรม กรณีสิทธิรักษายาบาลสุขภาพในช่องปากของผู้ประกันตน เช่น การตรวจวินิจฉัยโรค กรณีการเอกซเรย์ฟันเพื่อวินิจฉัยโรค กองทุนสวัสดิการรักษายาบาลข้าราชการและรัฐวิสาหกิจ และกองทุนหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ ข้าราชการและผู้มีสิทธิบัตรทองไม่ต้องสำรองจ่าย ขณะที่กองทุนประกันสังคมต้องชำระเงินเอง ไม่แตกต่างจากสิทธิประโยชน์ด้านการรักษาทันตกรรม ที่กองทุนประกันสังคมดูแลผู้ประกันตนแต่เฉพาะกรณีถอนฟัน ผ่าฟันคุด อุดหินปูนทุกชนิด ขูดหินปูน โดยจำกัดวงเงิน 900 บาทต่อปี ขณะที่กองทุนสวัสดิการรักษายาบาลข้าราชการและรัฐวิสาหกิจ และกองทุนหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ มีสิทธิประโยชน์ที่มากกว่า ทั้งในแง่ของการให้ยาก่อนหรือหลังการรักษา การเคลือบฟลูออไรด์วานิชรากฟัน ศัลยศาสตร์ช่องปาก เกลารากฟัน รักษาโรคเหงือก ศัลยกรรมฟัน โดยไม่ต้องสำรองจ่าย

กรณีสิทธิรักษายาบาลสุขภาพในช่องปากที่มีอัตราเบิกจ่ายที่จำกัดนั้น ไม่เพียงไม่สอดคล้องกับสถานะของโรคที่เกิดขึ้นจริง แต่ยังไม่สอดคล้องกับสถานะเศรษฐกิจในปัจจุบัน ดังนั้น การผลักดันให้มีสิทธิการรักษายาบาลภายใต้ระบบสุขภาพมาตรฐานเดียว จะช่วยลดคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้ป่วยในฐานะผู้บริโภคได้

ข้อเสนอที่สำคัญของผู้บริโภค

1) เสนอแนะต่อการผลักดันให้มีสิทธิการรักษายาบาลภายใต้ระบบสุขภาพมาตรฐานเดียว

(1) ผลักดันนโยบายบริการสุขภาพ ให้กองทุนรักษายาบาล 3 กองทุน ประกอบด้วย กองทุนสวัสดิการข้าราชการและรัฐวิสาหกิจ กองทุนประกันสังคม และกองทุนหลักประกันสุขภาพ ดูแลผู้บริโภคทุกคนในผืนแผ่นดินไทยด้วยมาตรฐานเดียวกัน

(2) ออกกฎหมายให้โรงพยาบาลเอกชน โรงพยาบาลภาครัฐนอกสังกัดกระทรวงสาธารณสุข โรงพยาบาลมหาวิทยาลัยเข้าเป็นหน่วยบริการระดับปฐมภูมิ และทุติยภูมิ ในระบบหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ

(3) ยกระดับมาตรฐานการให้บริการสาธารณสุขในแต่ละพื้นที่ โดยการเพิ่มบุคลากร เครื่องมือแพทย์ที่ได้มาตรฐานและอาคารสถานที่สามารถรองรับผู้ป่วยให้มากเพียงพอ เพื่อให้ผู้บริโภคทุกคนได้รับบริการและคุณภาพการรักษาพยาบาลภายใต้ระบบสุขภาพมาตรฐานเดียว

2) เสนอแนะเร่งด่วนสำหรับประกันสังคม

(1) ขอให้สำนักงานประกันสังคม (สปส.) ปรับปรุงสิทธิประโยชน์ด้านทันตกรรมของผู้ประกันตน เรื่องการ

สร้างเสริมสุขภาพ ป้องกันโรค กรณีสิทธิรักษาพยาบาลสุขภาพในช่องปากให้เทียบเท่ากับสิทธิหลักประกันสุขภาพแห่งชาติอย่างเร่งด่วน โดยเบิกจ่ายตามอัตราที่จ่ายในการรักษาจริง แทนการกำหนดค่าใช้จ่ายในอัตราไม่เกิน 900 บาทต่อปี

(2) ขอให้ผู้ประกันตนสามารถใช้สิทธิหลักประกันสุขภาพแห่งชาติได้ ตามมาตรา 5 และมาตรา 10 ในพระราชบัญญัติหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ กรณีที่สำนักงานประกันสังคม (สปส.) ไม่สามารถขยายสิทธิประโยชน์ด้านทันตกรรม และด้านการรักษาโรคมะเร็งให้แก่ผู้ประกันตน ได้ด้วยการออกเป็นพระราชกฤษฎีกาให้สิทธิกับผู้ประกันตน

(3) เร่งปรับปรุงให้ทั้งสามระบบหลักประกันสุขภาพมีมาตรฐานเดียวกัน และไม่เรียกเก็บเงินจากผู้ป่วยไม่ว่ากรณีใด ๆ ทั้งสิ้น

(4) ให้กรมการค้าภายในมีมาตรการกำกับค่าบริการของโรงพยาบาลเอกชนที่ชัดเจน

6. ด้านสินค้าและบริการทั่วไป

6.1 ข้อเสนอชำรุด ผู้บริโภคต้องซ่อมได้ เปลี่ยนได้ คืนได้ เร่งใช้ พ.ร.บ. ความรับผิดเพื่อความชำรุดบกพร่องของสินค้า พ.ศ. (กฎหมายมะนาว)

ด้วยปัญหากรณีการซื้อขายรถยนต์ที่พบส่วนมากนั้นมาจากส่วนประกอบของรถยนต์ ทั้งทางกายภาพและทางเทคนิค เช่น เครื่องฮีท น้ำดัน การอุดระบบ EGR (Exhaust Gas Recirculation) จนเครื่องสั่น เร่งความเร็วไม่ขึ้น การสึกหรอสูง ปัญหาเบรกเอปี่เอส ฯลฯ ซึ่งผู้บริโภคต้องพิสูจน์ความสมบูรณ์ของเครื่องยนต์ด้วยตัวผู้บริโภคเอง สร้างภาระแก่ผู้บริโภคอย่างมาก บางปัญหาต้องอาศัยความเชี่ยวชาญตรวจสอบยืนยันเสียเวลา และค่าใช้จ่าย



สภาองค์กรของผู้บริโภคตระหนักถึงความสำคัญในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว จึงร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ตั้งคณะทำงานพิจารณา (ร่าง) พระราชบัญญัติความรับผิดเพื่อความชำรุดบกพร่องของสินค้า พ.ศ. ขึ้น เพื่อผลักดันร่างดังกล่าว และเพิ่มประสิทธิภาพในการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งขณะนี้คณะรัฐมนตรีพิจารณาอนุมัติหลักการร่าง พ.ร.บ. ดังกล่าวแล้ว และอยู่ในขั้นตอนส่งให้สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกาตรวจสอบ

ในปัจจุบัน หากเกิดปัญหาความชำรุดบกพร่องของสินค้า จะมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค คือ ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์มาตรา 472 ถึงมาตรา 474 และมาตรา 483 ซึ่งกฎหมายแพ่งและพาณิชย์เพียงกำหนดให้ผู้ขายต้องรับผิดชอบต่อความชำรุดบกพร่องเท่านั้น แต่ผู้ซื้อมีหน้าที่ต้องใช้ความระมัดระวังในการตรวจสอบสินค้าขณะซื้อและส่งมอบตามหลัก “ผู้ซื้อต้องระวัง”

อย่างไรก็ตาม กฎหมายแพ่งและพาณิชย์มีข้อจำกัดของความรับผิดเพื่อชำรุดบกพร่อง กล่าวคือ 1) กฎหมายไม่ระบุว่าผู้ขายต้องรับผิดชอบอย่างไร 2) สินค้าในปัจจุบันใช้เทคโนโลยีขั้นสูงในกระบวนการผลิต ผู้ซื้อไม่สามารถตรวจสอบได้อย่างง่ายและทันทีว่าสินค้าชำรุดบกพร่องหรือไม่ นอกจากนี้ พระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค มาตรา 41 กำหนดให้อำนาจศาลพิพากษาให้ผู้ประกอบธุรกิจเปลี่ยนสินค้าใหม่ให้แก่ผู้บริโภคแทนการแก้ไขซ่อมแซมสินค้า หากศาลเชื่อว่าความชำรุดบกพร่องดังกล่าวมีอยู่ในขณะส่งมอบสินค้าและไม่อาจแก้ไขให้กลับคืนสภาพที่ใช้งานได้ตามปกติหรือถึงแม้จะแก้ไขแล้วอาจเกิดอันตรายแก่ร่างกาย สุขภาพ หรืออนามัยของผู้บริโภคที่ใช้สินค้านั้น

ข้อเสนอที่สำคัญของผู้บริโภค

ขอให้สนับสนุนร่างพระราชบัญญัติความรับผิดเพื่อความชำรุดบกพร่องของสินค้า พ.ศ.

6.2 เร่งจัดระเบียบการค้าและการเงินออนไลน์ ผู้บริโภคต้องไม่ถูกโกง

การซื้อขายของออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มเป็นช่องทางการซื้อขายหลักในสังคมไทย ซึ่งมีทั้งรูปแบบ การซื้อขายระหว่างนิติบุคคลไปยังผู้บริโภค (B2C) และระหว่างผู้บริโภครับกับผู้บริโภคโดยตรง (C2C) แม้จะมีการออกกฎหมายมากำกับดูแลการซื้อขายออนไลน์ แต่ก็ยังไม่ครอบคลุมถึงการซื้อขายผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย หรือขายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในรูปแบบกลุ่มปิด รวมถึงการยกเว้นไม่ต้องจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงหรือตลาดแบบตรง ทำให้การจดทะเบียนผู้ค้าออนไลน์ไม่ครบถ้วนจนเกิดปัญหาต่าง ๆ มากมาย

ข้อมูลจากการแจ้งความออนไลน์พบว่า ปัญหาการหลอกลวงออนไลน์ 3 อันดับแรก คือ จ่ายเงินซื้อสินค้าแล้วไม่ได้รับสินค้า หลอกสมัครงานออนไลน์ และซื้อสินค้ามาแล้วแต่ได้ไม่ตรงกับที่ร้านลงโฆษณา โดยมีฉ้อโกงขายสินค้าราคาถูก มีภาพประกอบของสินค้าแบรนด์ดัง มีโลโก้ของบริษัทขายของออนไลน์ชื่อดังหรือบริษัทขนส่งมาประกอบการโฆษณาเพิ่มความน่าเชื่อถือ หรือใช้ภาพโฆษณาที่มีความสวยงาม แต่สินค้าจริงที่ส่งให้กับผู้บริโภคกลับเป็นสินค้าอีกแบบที่ด้อยคุณภาพ หรือเป็นสินค้าอย่างอื่น เป็นต้น นอกจากนี้ประเด็นเรื่องระบบชดเชยเงินซึ่งเป็นกระบวนการสำคัญในการซื้อสินค้าออนไลน์ รวมถึงการดูแลหลังการขาย เช่น นโยบายการรับประกัน การรับเรื่องร้องเรียนผ่านคอลเซ็นเตอร์ ก็เป็นสิ่งที่ยังเป็นส่วนสำคัญที่ต้องการการปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ดังนั้น การเฝ้าระวัง เตือนภัยจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อให้จัดการได้เท่าทันกลลวงของมิจฉาชีพ โดยเฉพาะการรวมข้อมูลการร้องเรียน ใช้เป็นฐานข้อมูลกลางที่เชื่อมโยงข้อมูลการตรวจสอบลงทะเบียนผู้ขาย และผู้ขายที่ไม่สุจริต ซึ่งผู้บริโภคทุกคนสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการตรวจสอบก่อนตัดสินใจซื้อสินค้าได้ แม้ว่าจะมีเว็บไซต์ที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงและตรวจสอบเองในเบื้องต้นแล้ว แต่เว็บไซต์นี้ก็ยังเป็นเพียงเว็บไซต์ที่เกิดจากความสนใจให้ผู้บริโภคเข้ามาแจ้งเบาะแสด้านเอง และไม่เป็นที่แพร่หลายเพียงพอ

ข้อเสนอที่สำคัญของผู้บริโภค

- 1) เพิ่มความเชื่อมั่นต่อระบบอีคอมเมิร์ซของประเทศไทยทั้งทางแพลตฟอร์มตลาดซื้อขายสินค้าผ่านเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน (E-Marketplace) โดยมีมาตรการในการควบคุมผู้ขายสินค้าบนช่องทางออนไลน์ให้แสดงเลขทะเบียนพาณิชย์ ชื่อร้านค้า ที่อยู่ และเงื่อนไขการรับประกันสินค้าอย่างชัดเจน
- 2) มีมาตรการทางกฎหมายกำกับการค้าขายสินค้าหรือบริการผ่านโซเชียลมีเดียโดยตรงอย่างเข้มงวด เช่น ควบคุมสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานจากต่างประเทศที่นำมาขายผ่านทางช่องทางออนไลน์ราคาถูก
- 3) ปรับปรุงกฎหมายเกี่ยวกับการขายตรงและตลาดแบบตรง ให้มีการกำกับดูแลผู้ขายให้ครอบคลุมยิ่งขึ้น โดยยกเลิกหลักเกณฑ์การจดทะเบียนทำธุรกิจขายสินค้าออนไลน์ประเภทบุคคลทั่วไปที่กำหนดว่าต้องมีรายได้ 1.8 ล้านบาทจึงสามารถจดทะเบียนการขายสินค้า เป็นให้ผู้ขายสินค้าออนไลน์ทุกคนต้องจดทะเบียนการค้า เพื่อลดปัญหาการถูกหลอกลวงจากการซื้อสินค้าออนไลน์
- 4) สนับสนุนให้การขนส่งพาณิชย์ บริษัทรับขนส่งพัสดุ มีนโยบายถือเงินรับชำระค่าสินค้าอย่างน้อย 7 วันก่อนโอนให้ผู้ขาย ทำหน้าที่เป็นพยานในการจัดส่งสินค้า และจัดการลดปัญหาการกดดันผู้บริโภคให้รับสินค้าขณะส่งมอบ
- 5) มีระบบเฝ้าระวังที่เชื่อมโยงถึงกันในระดับประเทศที่มีประสิทธิภาพ ระบบการแจ้งเบาะแสด้านการจัดการแพลตฟอร์มที่ไม่เป็นความจริง ซึ่งเป็นความผิดตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550

7. ด้านการสื่อสาร โทรคมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศ

การแก้ไขปัญหายกยคุกคาม แก๊งคอลเซ็นเตอร์ (Call Center) และข้อความสั้น (SMS)

ภัยการหลอกลวงทางโทรศัพท์ มีฉฉฉฉคอลเซ็นเตอร์ หรือแก๊งโทรศัพท์คอลเซ็นเตอร์ (Call Center) เป็นอาชญากรรมทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศรูปแบบหนึ่งในยุคดิจิทัล ซึ่งนอกจากจะก่อให้เกิดความเสียหายทางเศรษฐกิจต่อเหยื่อจำนวนมากแล้ว ยังก่อให้เกิดความเสียหายต่อเศรษฐกิจในภาพรวมระดับประเทศอีกด้วย ภัยแก๊งคอลเซ็นเตอร์ถือได้ว่าเป็นอาชญากรรมทางเศรษฐกิจข้ามชาติที่เป็นภัยร้ายแรง และเฝ้าระวังในช่วงปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคปัจจุบันซึ่งเป็นยุคข้อมูลข่าวสารที่การติดต่อในรูปแบบดิจิทัลมีบทบาทมากขึ้น



ตามรายงานจากศูนย์ปราบปรามอาชญากรรมทางเทคโนโลยีสารสนเทศ เปิดเผยว่า ประเทศไทยพบการใช้โทรศัพท์เพื่อหลอกลวงมากกว่า 6.4 ล้านครั้ง โดยเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 270 จากปี 2563 และในไทยพบการส่งข้อความสั้นหรือเอสเอ็มเอส (SMS) หลอกลวงเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 57 และในปี 2564 ที่ผ่านมา

มีผู้เสียหายเข้าแจ้งความกับกองบัญชาการตำรวจสืบสวนสอบสวนอาชญากรรมทางเทคโนโลยี (บช.สอท.) กว่า 1,600 คน มูลค่าความเสียหายสูงกว่า 1,000 ล้านบาท นับแต่เดือนมกราคมถึง 15 กุมภาพันธ์ 2565 เข้าแจ้งความแล้ว 129 คดี สถิติทางคดีดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า แก๊งคอลเซ็นเตอร์ยังคงระบาดอย่างต่อเนื่อง สำหรับมูลเหตุจูงใจการกระทำผิด คือ รายได้ที่ได้รับจากการก่อเหตุมีมูลค่าเป็นจำนวนมากมหาศาล ในขณะที่บทลงโทษตามกฎหมายไม่มีความรุนแรง

แก๊งคอลเซ็นเตอร์เป็นกลุ่มมีฉฉฉฉที่มีรูปแบบการทำงานเป็นขบวนการ มีการแบ่งหน้าที่ชัดเจนโดยการใช้ช่องทางความตื่นกลัว ความโลภ และการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับเหยื่อหรือผู้เสียหาย โดยมีรูปแบบที่ใช้ในการหลอกลวงผู้เสียหายหรือเหยื่อใน 2 ลักษณะคือ การหลอกลวงด้วยความโลภ เช่น การหลอกลวงผู้เสียหายว่าได้รับคืนภาษี ได้รับเงินจากการถูกรางวัล หรือได้รับเช็คคืนภาษี โดยอ้างว่าต้องจ่ายค่าบริการเบื้องต้นเพื่อเป็นค่าบริการและค่าธรรมเนียมต่าง ๆ เมื่อผู้เสียหายหลงเชื่อเพราะความโลภอยากได้เงินหรือทรัพย์สินก็จะโอนเงินเข้าบัญชีธนาคารของคนร้ายที่ได้เตรียมเปิดรองรับไว้อีกรูปแบบ คือ การหลอกลวงด้วยความกลัว โดยหลอกลวงผู้เสียหายว่าเป็นหนี้ค่าโทรศัพท์ หนี้บัตรเครดิตมีบัญชีธนาคารพัวพันกับยาเสพติด บัญชีธนาคารจะต้องถูกอายัดและถูกตรวจสอบโดยสำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน เมื่อผู้เสียหายหลงเชื่อจะทำธุรกรรมทางการเงินตามที่กลุ่มคนร้ายแจ้ง

ในปัจจุบันส่วนใหญ่ ลักษณะการหลอกลวงจะใช้วิธีทำให้ผู้เสียหายเกิดความกลัว ผลกระทบของแก๊งคอลเซ็นเตอร์ที่เป็นภัยคุกคามต่อประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก โดยมีผลกระทบทั้งต่อเศรษฐกิจระดับจุลภาค คือ เหยื่อผู้ได้รับผลกระทบจากการหลอกลวงและผลกระทบต่อเศรษฐกิจในภาพรวมของประเทศสูญเสียเงินเป็นจำนวนมากมหาศาล ผลกระทบทางสังคมเมื่อเหยื่อที่ได้รับผลกระทบจากแก๊งคอลเซ็นเตอร์มักจะประสบกับความเครียด โดยเหยื่อบางรายคิดสั้นฆ่าตัวตาย สูญเงินมีภาวะหนี้สิน จนนำไปสู่ปัญหาสุขภาพจิตตามมา นอกจากนั้นยังส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของประเทศอีกด้วย

แนวทางการดำเนินการของประเทศออสเตรเลีย สิงคโปร์ สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา ในการจัดการปัญหาการส่งข้อความสั้นหรือโทรศัพท์ที่ไม่พึงประสงค์ (Spam) และหลอกลวง (Scam) ได้มีการจัดตั้งหน่วยงานพิเศษ

ที่ติดตามตรวจสอบการส่งข้อความไม่พึงประสงค์ การโทรเข้ามาหลอกลวง รวมทั้งการหลอกลวงทางอินเทอร์เน็ต โดยที่รูปแบบการป้องกันภัยมีการเตือนภัยผู้บริโภคอย่างรวดเร็ว มีช่องทางร้องเรียน และมีดำเนินการต่อมิฉะพ้อย่างฉับไว ซึ่งเป็นแนวทางการป้องกันภัยหลอกลวงสำหรับประเทศไทยที่สามารถนำมาใช้ได้

ข้อเสนอที่สำคัญของผู้บริโภค

- 1) นำผลศึกษาผลการดำเนินงานเพื่อวิเคราะห์แนวทาง/รูปแบบการแก้ไขปัญหาแก๊งโทรศัพท์คอลเซ็นเตอร์ (Call Center) และข้อความสั้น (SMS) หลอกลวงของต่างประเทศ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาของประเทศไทย
- 2) พิจารณาภาพรวมการดำเนินงานเพื่อแก้ไขปัญหาแก๊งโทรศัพท์คอลเซ็นเตอร์ และข้อความสั้นหลอกลวงภายใต้กฎระเบียบของแต่ละหน่วยงาน และรับฟังความคิดเห็นของแต่ละหน่วยงาน ในการพิจารณารูปแบบและแนวทางการแก้ไขปัญหาเพิ่มเติม
- 3) จัดทำแนวทางการบูรณาการและประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน เพื่อป้องกันปัญหาและจัดการปัญหาแก๊งโทรศัพท์คอลเซ็นเตอร์ และข้อความสั้นหลอกลวง รวมทั้งการจัดทำฐานข้อมูลสำหรับการให้ความรู้กับผู้บริโภคให้เท่าทันสถานการณ์ โดยเสนอให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลเบาะแส และผลการตรวจสอบเส้นทางการเงินมิฉะพ
- 4) สื่อสารและประชาสัมพันธ์ร่วมกันของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อเพิ่มช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับปัญหาแก๊งโทรศัพท์คอลเซ็นเตอร์ และข้อความสั้นหลอกลวง ในการสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับรูปแบบกลโกงของมิฉะพ ที่มีการปรับเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลา เพื่อเตือนภัยให้ประชาชนรู้เท่าทันกลโกงของมิฉะพ (SCAM Alert)
- 5) ให้กำหนดปัญหาทางเทคโนโลยีสารสนเทศประเด็นแก๊งโทรศัพท์คอลเซ็นเตอร์ และข้อความสั้นหลอกลวงเป็นวาระสำคัญในการแก้ไขระดับประเทศ เพื่อลดผลกระทบทางเศรษฐกิจและมีการกำกับควบคุมดูแลโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตามกฎหมายอย่างรัดกุม

8. ด้านบริการสาธารณะ พลังงาน และสิ่งแวดล้อม

เนื่องจากพลังงานเป็นปัจจัยที่จำเป็นและขาดไม่ได้ในการดำเนินชีวิตและพัฒนาประเทศ เช่นเดียวกัน ข้อมูลด้านสถานการณ์พลังงานของกระทรวงพลังงานพบว่าในช่วง 10 กว่าปีที่ผ่านมา ความสามารถในการพึ่งตนเองด้านน้ำมันดิบของประเทศไทยได้ลดลงอย่างต่อเนื่องจากร้อยละ 46 ในปี 2552 เหลือเพียงร้อยละ 24 ในปี 2564 ขณะที่มูลค่าการนำเข้าน้ำมันดิบเพิ่มขึ้นจาก 0.78 ล้านล้านบาท เป็น 1.25 ล้านล้านบาทในช่วงเดียวกัน



สถานการณ์ในปี 2565 ได้ตอกย้ำให้เป็นบทเรียนว่า ราคาพลังงานเชื้อเพลิง เช่น ก๊าซ ปิโตรเลียม ถ่านหิน ไม่ได้เป็นไปตามกลไกตลาดเสรี แต่อยู่ภายใต้อิทธิพลของบริษัทผู้ผลิตผู้ค้าขนาดใหญ่ระดับโลก จนสร้างความเดือดร้อนต่อผู้บริโภค โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศไทยที่มีความสามารถในการพึ่งตนเองลดลง

นอกจากนี้ การเผาเชื้อเพลิงฟอสซิลยังเป็นสาเหตุหลักของการก่อเกิดสภาวะการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่กำลังก่อภัยพิบัติให้รุนแรงมากขึ้น พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีได้กล่าวถ้อยแถลงต่อที่ประชุมระดับผู้นำ

ในการประชุมรัฐภาคีกรอบอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (COP26) ว่า จะลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์สุทธิเป็นศูนย์ภายในปี 2593 (ค.ศ. 2050) ดังนั้น จึงมีคำถามสำคัญว่า ประเทศไทยควรมีนโยบายด้านพลังงานและสิ่งแวดล้อมที่เป็นรูปธรรมอย่างไร เพื่อไม่ให้เกิดวิกฤตต่อคนไทยเราเองและต่อโลก รวมทั้งหากไม่ปฏิบัติอย่างมุ่งมั่นและจริงจังตามคำประกาศในเวทีโลกก็จะถูกกีดกันทางการค้าและเกิดผลกระทบต่อคนไทยเป็นลูกโซ่

ข้อเสนอแนะภาพรวม

1) แนวนโยบายหลัก ให้ยึดหลัก ประชาธิปไตยพลังงาน (Energy Democracy) ประกอบด้วย 5 เสาหลัก คือ

- (1) มีความยืดหยุ่น สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์ เมื่อเศรษฐกิจถดถอยหรือมีเทคโนโลยีใหม่ที่ก้าวหน้ากว่า ไม่ใช่นโยบายที่ตื้อตันต่อสัญญาซื้อขายจนไม่สามารถปรับตัวได้
- (2) มีประสิทธิภาพ ประหยัดและลดการสูญเสีย
- (3) เป็นสังคมคาร์บอนต่ำ
- (4) มีการควบคุมโดยท้องถิ่น
- (5) มีความเป็นธรรม

ปัจจุบันได้มีเทคโนโลยีอื่นส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงสังคม (Disruptive Technology) ที่มีประสิทธิภาพสูงและแพร่หลายอย่างรวดเร็ว เช่น โซลาร์เซลล์ กังหันลม แบตเตอรี่ ยานยนต์ไฟฟ้า และเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือ ซึ่งมีศักยภาพเพียงพอที่จะลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ของโลกได้ถึงร้อยละ 80 - 90 ภายในปี 2578 (ค.ศ. 2035)

2) นโยบายการบริหารจัดการทรัพยากรสาธารณะเพื่อส่งเสริมการเข้าถึงสาธารณูปโภคพื้นฐานของประชาชนในราคาที่ เป็นธรรม

ให้ยึดหลักประชาธิปไตยพลังงานในการบริหารจัดการทรัพยากรสาธารณะเพื่อการผลิตและให้บริการด้านสาธารณูปโภคพื้นฐาน ทั้งนี้ให้เน้นประโยชน์ของประชาชนในการเข้าถึงและได้ใช้ประโยชน์จากบริการสาธารณะเป็นหลักเหนือผลตอบแทนและความคุ้มค่าทางธุรกิจ

8.1 กิจการไฟฟ้า

ปัจจุบันครัวเรือนมีอัตราการใช้ไฟฟ้าอยู่ที่ร้อยละ 28 แต่ต้องร่วมรับผิดชอบต้นทุนการผลิตไฟฟ้าทั้งหมดผ่านค่าความพร้อมจ่ายภายใต้สัญญาแบบ “ไม่ใช้ก็ต้องจ่าย”

ข้อเสนอที่สำคัญของผู้บริโภค

- 1) ลดค่าไฟฟ้าโดยส่งเสริมการติดตั้งระบบการผลิตไฟฟ้าด้วยพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา (โซลาร์รูฟท็อป) ขนาดไม่เกิน 5 กิโลวัตต์ โดยใช้ระบบหักลบกลบหน่วย (Net Metering) กับผู้ใช้ไฟฟ้ากลุ่มครัวเรือน จำนวนอย่างน้อย 2 ล้านหลังคา ภายในเวลา 4 ปี ส่งผลให้มีกำลังการผลิตไฟฟ้าในระบบเพิ่มขึ้นประมาณ 10,000 เมกะวัตต์ เพิ่มการจ้างงานประมาณ 100,000 คน และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกประมาณ 5 ล้านตันต่อปี
- 2) สนับสนุนการติดตั้งโซลาร์รูฟท็อปให้กับครัวเรือน โดยให้นำค่าใช้จ่ายในการติดตั้งมาชดเชยย้อนภาษี
- 3) จัดทำแผนพัฒนากำลังการผลิตไฟฟ้าใหม่โดยยึดหลัก “ประชาธิปไตยพลังงาน” โดยให้มีกำลังการผลิตสำรองสูงสุดประมาณร้อยละ 10 - 15 และลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ลงร้อยละ 45 เมื่อเทียบระดับที่เคยปล่อยในปี 2553 (ค.ศ. 2010) ภายในปี 2573 (ค.ศ. 2030)
- 4) ยุติการทำสัญญากับโรงไฟฟ้าใหม่ทั้งในประเทศและต่างประเทศ และเร่งเจรจากับบริษัทคู่สัญญาทั้งโรงไฟฟ้าเอกชนรายใหญ่ (IPP) ที่ไม่ได้เดินเครื่องผลิตไฟฟ้า รวมทั้งโรงไฟฟ้าเอกชนรายเล็ก (SPP) เพื่อขอลดค่าความพร้อมจ่ายตามเงื่อนไข “ไม่ใช้ก็ต้องจ่าย” ลดภาระต้นทุนค่าไฟฟ้าที่ไม่จำเป็น

8.2 กิจการน้ำมันและก๊าซหุงต้ม (LPG)

เนื่องจากมาตรการกำหนดราคาจำหน่ายน้ำมันสำเร็จรูปรวมถึงก๊าซหุงต้ม (LPG) ในประเทศไทยมิได้ใช้ต้นทุนราคาที่แท้จริงบวกกำไร แต่ราคาน้ำมันเบนซิน แก๊สโซฮอล์ และน้ำมันดีเซลจากโรงกลั่นน้ำมันในประเทศเป็นการอ้างอิงราคาตลาดน้ำมันสำเร็จรูปตลาดสิงคโปร์ บวกค่าขนส่งจากสิงคโปร์มาประเทศไทย และบวกค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ทั้งที่ไม่ได้มีการขนส่งจริง (เพราะโรงกลั่นน้ำมันดิบในประเทศไทยสามารถกลั่นน้ำมันได้มากกว่าที่คนไทยใช้) ส่วนราคาก๊าซหุงต้ม (LPG) มีโครงสร้างราคาจากหน้าโรงกลั่นที่ไม่เป็นธรรมในลักษณะคล้ายกันคือ อิงราคาตลาดโลก และบวกค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่สมมติว่านำเข้าจากประเทศซาอุดีอาระเบีย ทั้งที่ประเทศไทยสามารถผลิต LPG ได้มากถึงร้อยละ 76 และนำเข้าเพียงร้อยละ 24 ด้วยมาตรการการกำหนดราคาดังกล่าวทำให้ราคาน้ำมันสำเร็จรูปรวมถึงก๊าซหุงต้มจากโรงกลั่นในประเทศไทยไม่เป็นธรรมกับผู้บริโภค

ข้อเสนอที่สำคัญของผู้บริโภค: ราคาน้ำมัน

- 1) ยกเลิกโครงสร้างราคา “ค่าขนส่งที่ไม่ได้เกิดขึ้นจริง”
- 2) เก็บภาษีลมลอย (Windfall Tax) แบบเดียวกับหลายประเทศในยุโรป เช่น สหราชอาณาจักร และสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี
- 3) ส่งเสริมการปลูกพืชน้ำมัน เช่น ปาล์มน้ำมัน ถั่วเหลือง
- 4) เร่งส่งเสริมการใช้น้ำมันดีเซลไฟฟ้าให้สอดคล้องกับข้อเสนอของคณะกรรมการระหว่างรัฐบาลว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ (Intergovernmental Panel on Climate Change หรือ IPCC)

ข้อเสนอที่สำคัญของผู้บริโภค: ราคาก๊าซหุงต้ม (LPG)

- 1) ยกเลิกสูตรราคาอิงราคาตลาดโลก บวกค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่สมมติว่านำเข้าจากประเทศซาอุดีอาระเบีย
- 2) กำหนดราคาจัดหา ณ คลังก๊าซใหม่ ใช้แบบเฉลี่ยต้นทุนราคาที่แท้จริงแบบถ่วงน้ำหนักจาก 3 แหล่งจัดหา คือ
 - (1) ราคา LPG จากโรงแยกก๊าซธรรมชาติ ซึ่งควรมีราคาต่ำที่สุดเพราะใช้ก๊าซธรรมชาติจากอ่าวไทย
 - (2) ราคา LPG จากโรงกลั่นน้ำมัน ซึ่งควรมีราคาต่ำกว่าราคาตลาดโลก และไม่บวกค่าขนส่งเทียม
 - (3) ราคา LPG จากการนำเข้า ตามราคาตลาดโลก บวกค่าขนส่งที่แท้จริง

8.3 กิจการก๊าซธรรมชาติ

ในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2565 การใช้ก๊าซธรรมชาติอยู่ที่ระดับ 4,322 ล้านลูกบาศก์ฟุตต่อวัน ในจำนวนนี้เป็นการผลิตภายในประเทศร้อยละ 61 นำเข้าจากประเทศเมียนมาร์ร้อยละ 16 และนำเข้าในรูปของก๊าซธรรมชาติเหลว (LNG) ร้อยละ 23

จากข้อมูลของกระทรวงพลังงานพบว่า โดยเฉลี่ยไฟฟ้า 1 หน่วยใช้ก๊าซธรรมชาติจำนวน 7.83 ลูกบาศก์ฟุต หากติดตั้งโซลาร์เซลล์บนหลังคาจำนวน 2 ล้านหลัง (ขนาด 3 กิโลวัตต์) ก็สามารถลดอัตราการใช้ก๊าซธรรมชาติลงได้ 224 ล้านลูกบาศก์ฟุตต่อวัน หรือลดการใช้ก๊าซธรรมชาติผลิตไฟฟ้าลงได้ประมาณร้อยละ 9

ข้อเสนอที่สำคัญของผู้บริโภค

- 1) ให้ก๊าซธรรมชาติที่ผลิตในประเทศไทยและที่นำเข้าจากประเทศเมียนมาใช้สำหรับการผลิตไฟฟ้าเป็นอันดับแรก
- 2) ลดการใช้ก๊าซธรรมชาติในส่วนที่ใช้ผลิตไฟฟ้าลงร้อยละ 20 ภายใน 4 ปี โดยให้ใช้พลังงานแสงอาทิตย์แทนที่

8.4 การลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศจากภาวะโลกร้อน (Climate Change)

จากข้อมูลของ Our World In Data ของกระทรวงพลังงานในปี 2564 คนไทยปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์โดยเฉลี่ย 3.89 ตันต่อคนต่อปี ในขณะที่ค่าเฉลี่ยของโลกเท่ากับ 4.12 ตันต่อคนต่อปี พบว่า โดยเฉลี่ยการผลิตไฟฟ้า 1 หน่วย

ของประเทศไทยจะปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ 0.392 กิโลกรัม ดังนั้น บ้านอยู่อาศัย 3 คน หากใช้ไฟฟ้าเดือนละ 500 หน่วย ก็จะปล่อยก๊าซฯ ปีละ 1.89 ตันต่อคน คิดเป็นร้อยละ 48 ของการปล่อยรวม ดังนั้น การติดตั้งโซลาร์เซลล์บนหลังคาบ้านประชาชน จึงถือเป็นการลงมือปฏิบัติเพื่อตอบสนองข้อเรียกร้องขององค์การสหประชาชาติที่มีนัยสำคัญ มีข้อมูลว่า บ้านที่ติดตั้งโซลาร์เซลล์ขนาด 3.2 กิโลวัตต์ สามารถผลิตไฟฟ้าได้ 1,380 หน่วยต่อกิโลวัตต์ต่อปี และลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้ปีละ 1.73 ตันต่อปี

ข้อเสนอแนะที่สำคัญของผู้บริโภค

การกำหนดมาตรการที่เป็นรูปธรรมในการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการลดคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์ (Zero Carbon) ในปี 2593 (ค.ศ. 2050) รวมถึงปรับปรุงแผนปฏิบัติการฯ ร่นระยะเวลาการลดคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์ให้เร็วที่สุดเท่าที่เป็นไปได้ โดยให้นับถึงแผนการลดคาร์บอนเป็นศูนย์ของระดับโลกด้วย

8.5 นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม (อื่นๆ)

การสนับสนุนนโยบายเพื่อการปกป้องระบบนิเวศและคุ้มครองสิ่งแวดล้อมของประเทศเพื่อลดความเสี่ยงอันตรายต่อสุขภาพของประชาชน ที่มีการขับเคลื่อนโดยภาคส่วนต่าง ๆ ในปัจจุบัน

1) สนับสนุนให้มี “กฎหมายเพื่ออากาศสะอาด” โดยขอให้ร่างพระราชบัญญัติกำกับดูแลการจัดการอากาศสะอาดเพื่อสุขภาพแบบบูรณาการ พ.ศ. ฉบับของเครือข่ายอากาศสะอาด กลับมาพิจารณาใหม่อีกครั้ง เพื่อปกป้องคุณภาพอากาศของประเทศไม่ให้เสื่อมโทรมจากมลพิษ

2) สนับสนุน “ร่างพระราชบัญญัติการรายงานการปล่อยและการเคลื่อนย้ายสารมลพิษสู่สิ่งแวดล้อม พ.ศ.” หรือที่เรียกกันทั่วไปว่า “ร่างกฎหมาย PRTR” (Pollutant Release and Transfer Register)

3) ยกเลิกการนำเข้าขยะ โดยประกาศใช้กฎหมายห้ามนำเข้าเศษพลาสติกจากต่างประเทศโดยเร็ว

4) กำหนดมาตรการที่เป็นรูปธรรมในการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการด้านการจัดการขยะพลาสติก (2565 - 2570)

5) กำกับและประเมินความสำเร็จของเป้าหมายการจัดการขยะพลาสติก ได้แก่

เป้าหมายที่ 1 การลดและเลิกใช้พลาสติกเป้าหมาย ด้วยการใช้วัสดุทดแทนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

1) เลิกใช้ภายในปี 2562 จำนวน 3 ชนิด ได้แก่ (1) พลาสติกหุ้มฝาขวดน้ำดื่ม (Cap Seal) (2) ผลิตภัณฑ์พลาสติกที่ผสมสารอ็อกโซ (Oxo) และ (3) ไมโครบีด (Microbead)

2) เลิกใช้ภายในปี 2565 จำนวน 4 ชนิด ได้แก่ (1) ถุงพลาสติกหุ้มขนาดความหนา น้อยกว่า 36 ไมครอน (2) กล่องโฟมบรรจุอาหาร (3) แก้วพลาสติก (แบบบางใช้ครั้งเดียว) และ (4) หลอดพลาสติก

เป้าหมายที่ 2 การนำขยะพลาสติกเป้าหมายกลับมาใช้ประโยชน์ร้อยละ 100 ภายในปี 2570 จำนวน 7 ชนิด ได้แก่ 1) ถุงพลาสติกหุ้ม (HDPE, LLDPE, LDPE, PP) 2) บรรจุภัณฑ์ฟิล์มพลาสติกชั้นเดียว (HDPE, LLDPE/LDPE) 3) ขวดพลาสติก (ทุกชนิด) 4) ฝาขวด 5) แก้วพลาสติก 6) ถาด/กล่องอาหาร และ 7) ซ้อน ส้อม มีด และควมมีการพัฒนากฎหมายให้ครอบคลุมการจัดการที่ต้นทางตามวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle) ตั้งแต่การออกแบบผลิตภัณฑ์ การผลิต การบริโภค และการจัดการภายหลังจากการบริโภค โดยการพัฒนากฎหมายส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) และหลักการขยายความรับผิดชอบของผู้ผลิต (Extended Producer Responsible: EPR) เพื่อให้เกิดเศรษฐกิจหมุนเวียนของเสีย (CE) อย่างมีส่วนร่วม มีความปลอดภัย และยั่งยืนต่อสังคม



ความเห็นผู้บริโภครีบบริการของ หน่วยงานประจำจังหวัดเชียงใหม่



ประทับใจหน่วยงานประจำจังหวัดเชียงใหม่
สภากงค์กรของผู้บริโภค ในการรับเรื่องร้องเรียน
และการช่วยเหลือติดตามที่รวดเร็วต่อเนื่อง
มีเจ้าหน้าที่และทนายความให้ความช่วยเหลือ
รู้สึกอุ่นใจและมีกำลังใจ ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่
ทุกท่านของสภากงค์กรของผู้บริโภค



นางสาวนฤมล ฝ้าจันทร์

ผู้ร้องเรียนประเด็นโรงพยาบาลรักษาไม่ได้มาตรฐานเป็นเหตุให้ลูกพิการ
จังหวัดเชียงใหม่

ความเห็นผู้บริโภคมตอบริการของ หน่วยงานประจำจังหวัดประจวบคีรีขันธ์



อยากจะฝากถึงผู้บริโภคมคนอื่น ๆ ที่เดือดร้อน และเจอปัญหา
ในลักษณะดังกล่าวหรือปัญหาเกี่ยวกับการบริโภค แนะนำ
ให้นำเรื่องที่เดือดร้อนเข้ามาปรึกษากับทางหน่วยงานประจำ
จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ก่อนคะ จะได้เป็นทางเลือกหนึ่ง
ที่สามารถช่วยให้ท่านได้ทางออกที่ดีมาก

นางสาวรชจิรา คำแก้ว

ผู้ร้องเรียนประเด็นการเคลมประกันภัยรถยนต์ล่าช้า
จังหวัดประจวบคีรีขันธ์



ส่วนที่ 5

รายงานทางการเงิน

- รายงานของผู้สอบบัญชีรับอนุญาต
- สรุปข้อมูลสำคัญทางการเงินและงบประมาณ

รายงานของผู้สอบบัญชี รับอนุญาต

เสนอสมาชิกและคณะกรรมการ นโยบายสภาองค์กรของผู้บริโภค

ความเห็น

ข้าพเจ้าได้ตรวจสอบงบการเงินของสภาองค์กรของผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วยงบแสดงฐานะการเงิน ณ วันที่ 30 กันยายน 2565 งบรายได้และค่าใช้จ่าย งบแสดงการเปลี่ยนแปลงส่วนของผู้ถือหุ้นสะสม และงบกระแสเงินสด สำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกันและหมายเหตุประกอบงบการเงินรวมถึงสรุปนโยบายการบัญชีที่สำคัญ

ข้าพเจ้าเห็นว่า งบการเงินข้างต้นนี้แสดงฐานะการเงินของสภาองค์กรของผู้บริโภค ณ วันที่ 30 กันยายน 2565 ผลการดำเนินงานและกระแสเงินสดสำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกันโดยถูกต้องตามที่ควรในสาระสำคัญ ตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน

เกณฑ์ในการแสดงความเห็น

ข้าพเจ้าได้ปฏิบัติงานตรวจสอบตามมาตรฐานการสอบบัญชี ความรับผิดชอบของข้าพเจ้าได้กล่าวไว้ในวรรคความรับผิดชอบของผู้สอบบัญชีต่อการตรวจสอบงบการเงินในรายงานของข้าพเจ้า ข้าพเจ้ามีความเป็นอิสระจากสภาองค์กรของผู้บริโภค ตามประมวลจริยบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีรวมถึงมาตรฐานเรื่องความเป็นอิสระที่กำหนดโดยสภาวิชาชีพบัญชีในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบงบการเงิน และข้าพเจ้าได้ปฏิบัติตามความรับผิดชอบด้านจริยบรรณอื่น ๆ ตามประมวลจริยบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ข้าพเจ้าเชื่อว่า หลักฐานการสอบบัญชีที่ข้าพเจ้าได้รับเพียงพอและเหมาะสมเพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการแสดงความเห็นของข้าพเจ้า

ข้อมูลอื่น

ผู้บริหารเป็นผู้รับผิดชอบต่อข้อมูลอื่น ข้อมูล

อื่นประกอบด้วย ข้อมูลซึ่งรวมอยู่ในรายงานประจำปี แต่ไม่รวมถึงรายงานการเงินและรายงานของผู้สอบบัญชีที่อยู่ในรายงานประจำปีนั้น ซึ่งผู้บริหารจะจัดเตรียมรายงานประจำปีให้ข้าพเจ้าภายหลังวันที่ในรายงานของผู้สอบบัญชีนี้

ความเห็นของข้าพเจ้าต่อรายงานการเงิน ไม่ครอบคลุมถึงข้อมูลอื่นและข้าพเจ้าไม่ได้ให้ความเชื่อมั่นต่อข้อมูลอื่น

ความรับผิดชอบของข้าพเจ้าที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบรายงานการเงิน คือ การอ่านพิจารณาว่าข้อมูลอื่นมีความขัดแย้งที่มีสาระสำคัญกับรายงานการเงินหรือกับความรู้ที่ได้รับจากการตรวจสอบของข้าพเจ้า หรือปรากฏว่าข้อมูลอื่นมีการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญหรือไม่

เมื่อข้าพเจ้าได้อ่านรายงานประจำปี หากข้าพเจ้าสรุปได้ว่าการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญข้าพเจ้าต้องสื่อสารเรื่องดังกล่าวกับผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแล

ความรับผิดชอบของผู้บริหาร และผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแล ต่องบการเงิน

ผู้บริหารมีหน้าที่รับผิดชอบในการจัดทำและนำเสนองบการเงินเหล่านี้โดยถูกต้องตามที่ควรตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน และรับผิดชอบเกี่ยวกับการควบคุมภายในที่ผู้บริหารพิจารณาว่าจำเป็นเพื่อให้สามารถจัดทำงบการเงินที่ปราศจากการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญไม่ว่าจะเกิดจากการทุจริตหรือข้อผิดพลาด

ในการจัดทำงบการเงินผู้บริหารรับผิดชอบในการประเมินความสามารถของสภาองค์กรของผู้บริโภคในการดำเนินงานต่อเนื่อง เปิดเผยเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานต่อเนื่อง และการใช้เกณฑ์การบัญชีสำหรับการดำเนินงานต่อเนื่อง เว้นแต่ผู้บริหารมีความตั้งใจที่จะเลิกสภาองค์กรของผู้บริโภค หรือหยุดดำเนินงานหรือไม่สามารถดำเนินงานต่อเนื่องต่อไปได้

ผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแลมีหน้าที่ในการกำกัดูแลกระบวนการในการจัดทำรายงานทางการเงินของสภาองค์กรของผู้บริโภค

ความรับผิดชอบของผู้สอบบัญชีต่อการตรวจสอบการเงิน

การตรวจสอบของข้าพเจ้ามีวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้ความเชื่อมั่นอย่างสมเหตุสมผลว่างบการเงินโดยรวมปราศจากการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญหรือไม่ ไม่ว่าจะเกิดจากการทุจริตหรือข้อผิดพลาด และเสนอรายงานของผู้สอบบัญชีซึ่งรวมความเห็นของข้าพเจ้าอยู่ด้วย ความเชื่อมั่นอย่างสมเหตุสมผล คือ ความเชื่อมั่นในระดับสูงแต่ไม่ได้เป็นการรับประกันว่าการปฏิบัติงานตรวจสอบตามมาตรฐานการสอบบัญชีจะสามารถตรวจพบข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญที่มีอยู่ได้เสมอไป ข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอาจเกิดจากการทุจริตหรือข้อผิดพลาด และถือว่ามีความสำคัญเมื่อคาดการณ์ได้อย่างสมเหตุสมผลว่ารายการที่ขัดต่อข้อเท็จจริงแต่ละรายการ หรือทุกรายการรวมกันจะมีผลต่อการตัดสินใจทางเศรษฐกิจของผู้ใช้งบการเงินจากการใช้งบการเงินเหล่านี้

ในการตรวจสอบของข้าพเจ้าตามมาตรฐานการสอบบัญชี ข้าพเจ้าได้ใช้ดุลยพินิจและการสังเกตและสงสัยเยี่ยงผู้ประกอบการวิชาชีพตลอดการตรวจสอบ การปฏิบัติงานของข้าพเจ้ารวมถึง

- ระบุและประเมินความเสี่ยงจากการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญในงบการเงิน ไม่ว่าจะเกิดจากการทุจริตหรือข้อผิดพลาด ออกแบบและปฏิบัติตามวิธีการตรวจสอบเพื่อตอบสนองต่อความเสี่ยงเหล่านั้น และได้หลักฐานการสอบบัญชีที่เพียงพอและเหมาะสมเพื่อเป็นเกณฑ์ในการแสดงความเห็นของข้าพเจ้า ความเสี่ยงที่ไม่พบข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญซึ่งเป็นผลมาจากการทุจริตจะสูงกว่าความเสี่ยงที่เกิดจากข้อผิดพลาด เนื่องจากการทุจริตอาจเกี่ยวกับการสมรู้ร่วมคิด การปลอมแปลงเอกสารหลักฐาน การตั้งใจละเว้นการแสดงผล การแสดงผลที่ไม่ตรงตามข้อเท็จจริงหรือการแทรกแซงการควบคุมภายใน

- ทำความเข้าใจในระบบการควบคุมภายในที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบ เพื่อออกแบบวิธีการตรวจสอบที่เหมาะสมกับสถานการณ์ แต่ไม่ใช่เพื่อวัตถุประสงค์ในการแสดงความเห็นต่อความมีประสิทธิภาพของการควบคุมภายในของสภาองค์กรของผู้บริโภค

- ประเมินความเหมาะสมของนโยบายการบัญชีที่ผู้บริหารใช้และความสมเหตุสมผลของประมาณการทางบัญชีและการเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องซึ่งจัดทำขึ้นโดยผู้บริหาร

- สรุปลักษณะความเหมาะสมของการใช้เกณฑ์การบัญชีสำหรับการดำเนินงานต่อเนื่องของผู้บริหารและจากหลักฐานการสอบบัญชีที่ได้รับ สรุปว่ามีความไม่แน่นอนที่มีสาระสำคัญเกี่ยวกับเหตุการณ์ หรือสถานการณ์ที่อาจเป็นเหตุให้เกิดข้อสงสัยอย่างมีนัยสำคัญต่อความสามารถของสภา ในการดำเนินงานต่อเนื่องหรือไม่ ถ้าข้าพเจ้าได้ข้อสรุปว่ามีความไม่แน่นอนที่มีสาระสำคัญ ข้าพเจ้าต้องกล่าวไว้ในรายงานของผู้สอบบัญชีของข้าพเจ้าโดยให้ข้อสังเกตถึงการเปิดเผยข้อมูลในงบการเงินที่เกี่ยวข้อง หรือถ้าการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวไม่เพียงพอ ความเห็นของข้าพเจ้า จะเปลี่ยนแปลงไป ข้อสรุปของข้าพเจ้าขึ้นอยู่กับหลักฐานการสอบบัญชีที่ได้รับจนถึงวันที่ในรายงานของผู้สอบบัญชีของข้าพเจ้า อย่างไรก็ตาม เหตุการณ์หรือสถานการณ์ในอนาคตอาจเป็นเหตุให้สภา ต้องหยุดการดำเนินงานต่อเนื่อง

- ประเมินการนำเสนอโครงสร้างและเนื้อหาของงบการเงินโดยรวม รวมถึงการเปิดเผยข้อมูลว่างบการเงินแสดงรายการและเหตุการณ์ในรูปแบบที่ทำให้มีการนำเสนอข้อมูลโดยถูกต้องตามที่ควรหรือไม่

ข้าพเจ้าได้สื่อสารกับผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแลในเรื่องต่าง ๆ ที่สำคัญ ซึ่งรวมถึงขอบเขตและช่วงเวลาของการตรวจสอบตามที่ได้วางแผนไว้ ประเด็นที่มีนัยสำคัญที่พบจากการตรวจสอบรวมถึงข้อบกพร่องที่มีนัยสำคัญในระบบการควบคุมภายในหากข้าพเจ้าได้พบในระหว่างการตรวจสอบของข้าพเจ้า



(นายก่อเกียรติ ยิ้มสกุล)

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 5450

บริษัท เอ.ซี. คลีย์ จำกัด

24 มกราคม 2566

สภาองค์กรของผู้บริโภค งบแสดงฐานะการเงิน

ณ วันที่ 30 กันยายน 2565

สินทรัพย์

หน่วย : บาท

สินทรัพย์หมุนเวียน	หมายเหตุ	2565	2564
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	5.2 และ 6	136,492,367.74	325,058,793.06
ลูกหนี้หมุนเวียนอื่น	5.3 และ 7	3,324,707.63	2,023,068.05
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน		139,817,075.37	327,081,861.11
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน			
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ - สุทธิ	5.4 และ 8	30,410,909.24	1,938,500.61
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน	5.5 และ 9	9,728,232.81	104,271.95
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน		40,139,142.05	2,042,772.56
รวมสินทรัพย์		179,956,217.42	329,124,633.67

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้



(นางสาวสารี อ๋องสมหวัง)
เลขาธิการสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค



(นางสาวบุญยืน ศิริธรรม)
ประธานสภาองค์กรของผู้บริโภค

สภาองค์กรของผู้บริโภค งบแสดงฐานะการเงิน (ต่อ)

ณ วันที่ 30 กันยายน 2565

หนี้สินและเงินทุนสะสม

หน่วย : บาท

หนี้สินหมุนเวียน	หมายเหตุ	2565	2564
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น	10	8,963,772.49	1,407,907.34
หนี้สินหมุนเวียนอื่น		452,907.77	229,331.08
รวมหนี้สินหมุนเวียน		9,416,680.26	1,637,238.42
หนี้สินไม่หมุนเวียน			
ภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงาน	11	1,650,886.43	246,917.26
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน		1,650,886.43	246,917.26
รวมหนี้สิน		11,067,556.69	1,884,155.68
เงินทุนสะสม			
ทุนประเดิมเบื้องต้นที่รัฐบาลถ่ายทอดให้	12	350,000,000.00	350,000,000.00
รายได้สูง (ต่ำ) กว่าค่าใช้จ่ายสะสม		(181,111,349.27)	(22,759,522.01)
รวมเงินทุนสะสม		168,888,650.73	327,240,477.99
รวมหนี้สินและเงินทุนสะสม		179,956,217.42	329,124,633.67

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้



(นางสาวสารี อ๋องสมหวัง)
เลขาธิการสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค



(นางสาวบุญยืน ศิริธรรม)
ประธานสภาองค์กรของผู้บริโภค

สภาพัฒนการของผู้บริหารได้และค่าใช้จ่าย

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2565

หน่วย : บาท

รายได้	หมายเหตุ	สำหรับปีสิ้นสุดวันที่	สำหรับรอบระยะเวลา
		30 กันยายน 2565	บัญชีแรกตั้งแต่วันที่ 22 มิถุนายน 2564 ถึง วันที่ 30 กันยายน 2564
เงินบริจาคหรือทรัพย์สินที่มีผู้อุทิศให้		78,000	10,000
รายได้อื่น	13	719,001.12	115,780.23
รวมรายได้		797,001.12	125,780.23

ค่าใช้จ่าย

รายจ่ายสำหรับการดำเนินงานของสภา

คณะกรรมการ และสำนักงาน

รายจ่ายเกี่ยวกับบุคลากรของสำนักงาน		35,229,438.30	7,641,555.70
รายจ่ายเกี่ยวกับการบริหารจัดการของสำนักงาน	14	8,294,222.48	3,168,872.01
รายจ่ายเกี่ยวกับครุภัณฑ์ ที่ดิน และสิ่งก่อสร้าง	15	1,908,391.96	207,058.76
รายจ่ายแผนงานโครงการและงานต่างๆ ของสำนักงาน	16	42,347,751.47	1,710,565.44
รายจ่ายอื่น		-	-
ค่าภาระที่จำเป็น		-	-

เงินสนับสนุนให้แก่หน่วยงานประจำจังหวัด

หน่วยงานเขตพื้นที่ สมาชิกและองค์กรของผู้บริโภค

เงินสนับสนุนให้หน่วยงานประจำจังหวัด	17		
เงินสนับสนุนให้หน่วยงานเขตพื้นที่			
เงินสนับสนุนให้สมาชิกและองค์กรของผู้บริโภค			
เงินสนับสนุนให้สมาชิกและองค์กรของผู้บริโภค	17.1	46,910,528.62	9,793,750.33
	17.2	12,153,645.55	363,500.00
	17.3	12,304,850.00	-

รวมค่าใช้จ่าย **159,148,828.38** **22,885,302.24**

รายได้สูง (ต่ำ) กว่าค่าใช้จ่ายสำหรับปี **(158,351,827.26)** **(22,759,522.01)**

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้



(นางสาวสารี อ๋องสมหวัง)

เลขาธิการสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค



(นางสาวบุญยืน ศิริธรรม)

ประธานสภาองค์กรของผู้บริโภค

สภาองค์กรของผู้บริโภค งบแสดงการเปลี่ยนแปลง ในส่วนของเงินทุนสะสม

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2565

หน่วย : บาท

ส่วนของเงินทุนสะสม	หมายเหตุ	สำหรับปีสิ้นสุดวันที่	สำหรับรอบระยะเวลา
		30 กันยายน 2565	บัญชีแรกตั้งแต่วันที่ 22 มิถุนายน 2564 ถึง วันที่ 30 กันยายน 2564
เงินทุนประเดิม ได้รับจากสำนักงานปลัด สำนักนายกรัฐมนตรี วันที่ 22 มิถุนายน 2564		350,000,000.00	350,000,000.00
รายได้สูง (ต่ำ) กว่าค่าใช้จ่าย รวมสะสม			
ยอดคงเหลือต้นปี		(22,759,522.01)	-
รายได้สูง (ต่ำ) กว่าค่าใช้จ่ายสำหรับปี		(158,351,827.26)	(22,759,522.01)
ยอดเพิ่มขึ้นสำหรับปี		(158,351,827.26)	(22,759,522.01)
ยอดคงเหลือสิ้นปี		(181,111,349.27)	(22,759,522.01)
รวมส่วนของเงินทุนสะสม		168,888,650.73	327,240,477.99

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้



(นางสาวสารี อ๋องสมหวัง)
เลขาธิการสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค



(นางสาวนุญยีน ศิริธรรม)
ประธานสภาองค์กรของผู้บริโภค

สภาองค์กรของผู้บริโภค งบกระแสเงินสด

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2565

หน่วย : บาท

	สำหรับปีสิ้นสุด วันที่ 30 กันยายน 2565	สำหรับรอบระยะเวลา บัญชีแรกตั้งแต่วันที่ 22 มิถุนายน 2564 ถึง วันที่ 30 กันยายน 2564
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน		
รายได้สูง (ต่ำ) กว่าค่าใช้จ่ายสำหรับปี	(158,351,827.26)	(22,759,522.01)
ปรับกระทบยอดรายได้สูง (ต่ำ) กว่าค่าใช้จ่ายเป็นเงินสด รับจากกิจกรรมดำเนินงาน		
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	1,808,439.86	142,179.75
ผลประโยชน์ของพนักงาน	1,403,969.17	246,917.26
ดอกเบี้ยรับ	(709,513.96)	(115,780.23)
รายได้สูง (ต่ำ) กว่าค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงานก่อน การเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินการ	(155,848,932.19)	(22,486,205.23)
สินทรัพย์ดำเนินงาน (เพิ่มขึ้น) ลดลง		
ลูกหนี้หมุนเวียนอื่น	(1,301,639.58)	2,023,068.05
หนี้สินดำเนินงานเพิ่มขึ้น (ลดลง)		
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น	7,555,865.15	1,407,907.34
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	223,576.69	229,331.08
รวมเงินสดสุทธิได้จากกิจการดำเนินงาน	(149,371,129.93)	(22,872,034.86)

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้



(นางสาวสารี อ๋องสมหวัง)
เลขาธิการสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค



(นางสาวบุญยืน ศิริธรรม)
ประธานสภาองค์กรของผู้บริโภค

สภาองค์กรของผู้บริโภค งบกระแสเงินสด (ต่อ)

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2565

หน่วย : บาท

	สำหรับปีสิ้นสุด วันที่ 30 กันยายน 2565	สำหรับรอบระยะเวลา บัญชีแรกตั้งแต่วันที่ 22 มิถุนายน 2564 ถึง วันที่ 30 กันยายน 2564
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน		
เงินสดจ่ายซื้อที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	(30,255,549.35)	(2,075,919.31)
เงินสดจ่ายซื้อทรัพย์สินไม่มีตัวตน	(9,649,260.00)	(109,033.00)
เงินรับจากดอกเบี้ย	709,513.96	115,780.23
รวมเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุน	(39,195,295.39)	(2,069,172.08)
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน		
ทุนประเดิมเบื้องต้นที่รัฐบาลจ่ายขาดให้	-	350,000,000.00
รวมเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงิน	-	350,000,000.00
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด เพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ	(188,566,425.32)	325,058,793.06
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันต้นปี	325,058,793.06	-
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันสิ้นปี	136,492,367.74	325,058,793.06

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้



(นางสาวสารี อ๋องสมหวัง)
เลขาธิการสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค



(นางสาวบุญยืน ศิริธรรม)
ประธานสภาองค์กรของผู้บริโภค

สภาองค์กรของผู้บริโภค

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2565

หน่วย : บาท

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสภาองค์กรของผู้บริโภค

สภาองค์กรของผู้บริโภค (Thailand Consumers Council) ได้รับการประกาศจากนายทะเบียนกลาง จัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค เมื่อวันที่ 9 ธันวาคม พ.ศ. 2563 อาศัยอำนาจ ตามมาตรา 9 วรรคสี่ และวรรคหก แห่งพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562

เลขประจำตัวผู้เสียภาษีอากร 099-4-00264574-8

ณ วันที่ 30 กันยายน 2565 สภาองค์กรของผู้บริโภค มีสมาชิกจำนวน 269 องค์กร

สภาองค์กรของผู้บริโภคได้รับการโอนเงินทุนประเดิมเบื้องต้นในการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภคเข้าบัญชีธนาคาร เมื่อวันที่ 22 มิถุนายน 2564 สภาฯ จึงถือเป็นวันที่เริ่มรอบระยะเวลาบัญชีแรก

2. วัตถุประสงค์และอำนาจดำเนินการของสภาองค์กรของผู้บริโภค

สภาองค์กรของผู้บริโภค มีวัตถุประสงค์เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในทุกด้านในฐานะเป็นผู้แทนผู้บริโภค และมีสิทธิหน้าที่และอำนาจตามบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย มาตรา 46 พระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง

สภาองค์กรของผู้บริโภค มีอำนาจดำเนินการในเรื่องดังต่อไปนี้

2.1 ให้ความคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค รวมตลอดทั้งเสนอแนะนโยบายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ต่อคณะรัฐมนตรีหรือหน่วยงานของรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง

2.2 สนับสนุนและดำเนินการ ตรวจสอบ ติดตาม เฝ้าระวังสถานการณ์ปัญหาสินค้าและ บริการ แจ้งหรือโฆษณา ข่าวดูหรือเตือนภัยเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่อาจกระทบต่อสิทธิของผู้บริโภค หรืออาจก่อให้เกิดความเสียหายหรือเกิดความเสื่อมเสียแก่ผู้บริโภค โดยจะระบุชื่อสินค้าหรือบริการหรือชื่อของผู้ประกอบธุรกิจด้วยก็ได้

2.3 รายงานการกระทำหรือละเลยการกระทำอันมีผลกระทบต่อนิติสิทธิของผู้บริโภคไปยังหน่วยงานของรัฐหรือหน่วยงานอื่นที่รับผิดชอบและเผยแพร่ให้ประชาชนทราบ

2.4 สนับสนุนและช่วยเหลือองค์กรของผู้บริโภคในการรักษาประโยชน์ของผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพและได้รับความเชื่อถือ ตลอดจนส่งเสริมการรวมตัวขององค์กรของผู้บริโภคในระดับจังหวัดและเขตพื้นที่

2.5 สนับสนุนการศึกษาและการวิจัยเพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค

2.6 สนับสนุนและช่วยเหลือสมาชิกในการไกล่เกลี่ยประนีประนอมยอมความข้อพิพาทเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคทั้งก่อนและในระหว่างดำเนินคดีต่อศาล

2.7 ดำเนินคดีหรือสนับสนุนการดำเนินคดีของสมาชิกเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคตามที่เห็นสมควร หรือเมื่อมีผู้ร้องขอ หรือให้ความช่วยเหลือในการดำเนินคดี ในกรณีที่ผู้บริโภคหรือองค์กรของผู้บริโภคถูกฟ้องคดีจากการใช้สิทธิในฐานะผู้บริโภคหรือ ใช้สิทธิแทนผู้บริโภคแล้วแต่กรณี และมีอำนาจประนีประนอมยอมความ

2.8 จัดให้มีหรือรวบรวม และเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการอันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการ ให้ประชาชนสามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก

2.9 เสนอชื่อบุคคล ในฐานะเป็นตัวแทนผู้บริโภคนำเข้าเป็นกรรมการหรืออนุกรรมการในหน่วยงานต่างๆ ตามที่มีในกำหนดไว้ในกฎหมาย

2.10 ถือกรรมสิทธิ์ มีสิทธิครอบครอง และมีทรัพย์สินสิทธิต่างๆ รวมถึงอาจมอบอำนาจในการดำเนินการให้กับเลขาธิการ

2.11 ปฏิบัติการอื่น ๆ ตามที่มีกฎหมายกำหนด

3. สถานที่ตั้งสำนักงาน หน่วยงานเขตพื้นที่ และหน่วยงานประจำจังหวัด ของสภาองค์กรของผู้บริโภค

สำนักงานตั้งอยู่ที่ อาคารจี ทาวเวอร์ แกรนด์ พระราม 9 ห้องเลขที่ W01 W19 H15 และ H16 ชั้นที่ 30 เลขที่ 9 ถนนพระราม 9 แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย สภาองค์กรของผู้บริโภค มีหน่วยงานเขตพื้นที่ และหน่วยงานประจำจังหวัด ดังต่อไปนี้

หมายเลข หน่วยงาน	หน่วยงาน เขตพื้นที่	องค์กร	สถานที่ตั้ง
01	หน่วยงานเขตพื้นที่ภาคใต้	สมาคมผู้บริโภคสงขลา	จังหวัดสงขลา
02	หน่วยงานเขตพื้นที่ภาคตะวันออก	ศูนย์ประสานงานหลักประกัน สุขภาพประชาชนจังหวัด ฉะเชิงเทรา	จังหวัดฉะเชิงเทรา
03	หน่วยงานเขตพื้นที่ภาคเหนือ	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค จังหวัดพะเยา	จังหวัดพะเยา
04	หน่วยงานเขตพื้นที่ภาคตะวันตก	สมาคมผู้บริโภคภาคตะวันตก	จังหวัดสมุทรสงคราม
05	หน่วยงานเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	สมาคมผู้บริโภคจังหวัดขอนแก่น	จังหวัดขอนแก่น

หมายเลข หน่วยงาน	หน่วยงาน ประจำจังหวัด	องค์กร	สถานที่ตั้ง
01	หน่วยงานประจำจังหวัดสตูล	เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค จังหวัดสตูล	จังหวัดสตูล
02	หน่วยงานประจำจังหวัดเชียงราย	สมาคมประชาสังคม เพื่อการพัฒนา	จังหวัดเชียงราย
03	หน่วยงานประจำจังหวัดลำปาง	ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค จังหวัดลำปาง	จังหวัดลำปาง
04	หน่วยงานประจำจังหวัดฉะเชิงเทรา	หน่วยรับเรื่องร้องเรียนอื่น ที่เป็นอิสระจากผู้ถูกร้องเรียน ตามมาตรา ๕๐(๕) ฉะเชิงเทรา	จังหวัดฉะเชิงเทรา

หมายเลข หน่วยงาน	หน่วยงาน ประจำจังหวัด	องค์กร	สถานที่ตั้ง
05	หน่วยงานประจำจังหวัด กรุงเทพมหานคร	มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค	กรุงเทพมหานคร
06	หน่วยงานประจำจังหวัดพะเยา	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค จังหวัดพะเยา	จังหวัดพะเยา
07	หน่วยงานประจำจังหวัดสุราษฎร์ธานี	โครงการบริโภคสร้างสรรค์ สุราษฎร์ธานี	จังหวัด สุราษฎร์ธานี
08	หน่วยงานประจำจังหวัดลำพูน	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค จังหวัดลำพูน	จังหวัดลำพูน
09	หน่วยงานประจำจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์	ศูนย์ประสานงานหลักประกัน สุขภาพประชาชนจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์	จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์
10	หน่วยงานประจำจังหวัดสงขลา	สมาคมผู้บริโภคสงขลา	จังหวัดสงขลา
11	หน่วยงานประจำจังหวัดเชียงใหม่	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคภาค ประชาชน จังหวัดเชียงใหม่	จังหวัดเชียงใหม่
12	หน่วยงานประจำจังหวัดร้อยเอ็ด	ศูนย์ประสานงานหลัก ประกันสุขภาพประชาชน จังหวัดร้อยเอ็ด	จังหวัดร้อยเอ็ด
13	หน่วยงานประจำจังหวัดกาญจนบุรี	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค กาญจนบุรี	จังหวัดกาญจนบุรี

4. เกณฑ์การจัดทำงบการเงิน

4.1 เกณฑ์ในการจัดทำงบการเงิน

งบการเงินได้จัดทำขึ้นตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไปของประเทศไทยภายใต้พระราชบัญญัติวิชาชีพบัญชี พ.ศ. 2543 ซึ่งหมายถึงมาตรฐานการรายงานทางการเงินที่ออกตามพระราชบัญญัติวิชาชีพบัญชี พ.ศ. 2547 รวมถึงการตีความและแนวปฏิบัติทางการบัญชีที่ประกาศใช้โดยสภาวิชาชีพบัญชี

งบการเงินนี้ได้จัดทำขึ้นโดยใช้เกณฑ์ราคาทุนเดิมเว้นแต่จะได้เปิดเผยเป็นอย่างอื่นในนโยบายการบัญชี

4.2 มาตรฐานการรายงานทางการเงินที่มีผลบังคับใช้ในปัจจุบัน

สภาองค์กรของผู้บริโภค ได้นำกรอบแนวคิดสำหรับการรายงานทางการเงิน มาตรฐานการรายงานทางการเงิน และการตีความมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับปรับปรุง (ปรับปรุง 2563) และฉบับใหม่ จำนวนหลายฉบับ ซึ่งมีผลบังคับใช้สำหรับงบการเงินที่มีรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มในหรือหลังวันที่ 1 มกราคม 2564 มาถือปฏิบัติ กรอบแนวคิดสำหรับการรายงานทางการเงินและมาตรฐานการรายงานทางการเงินดังกล่าวได้รับการปรับปรุงหรือจัดทำขึ้นเพื่อให้มีเนื้อหา เทียบเท่ากับมาตรฐานการรายงานทางการเงินระหว่างประเทศ โดยส่วนใหญ่เป็นการอธิบาย ให้ชัดเจนเกี่ยวกับวิธีปฏิบัติทางการบัญชีและการให้แนวปฏิบัติทางการบัญชีกับผู้ใช้งมาตรฐาน การนำกรอบแนวคิดสำหรับการรายงานทางการเงินและมาตรฐานการรายงานทางการเงินดังกล่าวมาถือปฏิบัตินี้ไม่มีผลกระทบอย่างเป็นสาระสำคัญต่องบการเงินของสภาฯ อย่างไรก็ตาม กรอบแนวคิดสำหรับการรายงานทางการเงิน และมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับใหม่ ซึ่งได้มีการเปลี่ยนแปลงหลักการสำคัญสามารถสรุปได้ดังนี้

กรอบแนวคิดสำหรับการรายงานทางการเงิน

กรอบแนวคิดสำหรับการรายงานทางการเงิน ประกอบด้วย คำนิยามที่ทันสมัยของสินทรัพย์และหนี้สิน เกณฑ์ที่ทันสมัยในการรวมสินทรัพย์และหนี้สินในงบการเงิน นอกจากนี้ยังรวมถึงหลักการใหม่ และแนวปฏิบัติที่ได้ถูกเพิ่มเติมเข้าไป ดังต่อไปนี้

1. การวัดมูลค่า ซึ่งรวมถึงปัจจัยที่ต้องพิจารณาในการเลือกเกณฑ์ในการวัดมูลค่า
2. การแสดงรายการและการเปิดเผยข้อมูล ซึ่งรวมถึงเมื่อใดที่จะจัดประเภทรายการรายได้และค่าใช้จ่ายในกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น
3. กิจการที่เสนอรายงาน และ
4. เมื่อใดสินทรัพย์และหนี้สินจะถูกเอาออกจากงบการเงิน

กรอบแนวคิด ยังได้อธิบายให้ชัดเจนขึ้นถึงบทบาทของความสามารถของฝ่ายบริหารในการดูแลรักษาทรัพยากรเชิงเศรษฐกิจของสภาฯ ความระมัดระวัง และความไม่แน่นอนของการวัดมูลค่าในการรายงานทางการเงิน

การปรับปรุงกรอบแนวคิดสำหรับการรายงานทางการเงินทำให้มาตรฐานและการตีความมาตรฐานต่าง ๆ เปลี่ยนแปลงไปดังนี้

มาตรฐานการบัญชี

- TAS 1 เรื่อง การนำเสนองบการเงิน
- TAS 8 เรื่อง นโยบายการบัญชี การเปลี่ยนแปลงประมาณการทางบัญชีและข้อผิดพลาด
- TAS 34 เรื่อง การรายงานทางการเงินระหว่างกาล
- TAS 37 เรื่อง ประมาณการหนี้สิน หนี้สินที่อาจเกิดขึ้น และสินทรัพย์ที่อาจเกิดขึ้น
- TAS 38 เรื่อง สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

มาตรฐานการรายงานทางการเงิน

- TFRS 2 เรื่อง การจ่ายโดยใช้หุ้นเป็นเกณฑ์
- TFRS 3 เรื่อง การรวมธุรกิจ
- TFRS 6 เรื่อง การสำรวจและประเมินค่าแหล่งทรัพยากรแร่

การตีความมาตรฐานการรายงานทางการเงิน

- TFRIC 12 เรื่อง ข้อตกลงสัมปทานบริการ
- TFRIC 19 เรื่อง การชำระหนี้สินทางการเงินด้วยตราสารทุน
- TFRIC 20 เรื่อง ต้นทุนการเปิดหน้าดินในช่วงการผลิตสำหรับเหมืองผิวดิน
- TFRIC 22 เรื่อง รายการที่เป็นเงินตราต่างประเทศและสิ่งตอบแทนรับหรือจ่ายล่วงหน้า

การตีความมาตรฐานการบัญชี

- TSIC 32 เรื่อง สินทรัพย์ไม่มีตัวตน - ต้นทุนเว็บไซต์

มาตรฐานกลุ่มนี้ไม่มีผลกระทบอย่างมีสาระสำคัญต่อการเงินของสภาองค์กรของผู้บริโภค

มาตรฐานเกี่ยวกับ เรื่องการปฏิรูปอัตราดอกเบี้ยอ้างอิง

การปฏิรูปอัตราดอกเบี้ยอ้างอิง ทำให้เกิดการปรับปรุงมาตรฐานการรายงานทางการเงิน

ฉบับที่ 9 เรื่อง เครื่องมือทางการเงิน

ฉบับที่ 7 เรื่อง การเปิดเผยข้อมูลเครื่องมือทางการเงิน

การปรับปรุงนั้นได้ปรับเปลี่ยนข้อกำหนดของการบัญชีป้องกันความเสี่ยงโดยเฉพาะ เพื่อเป็นการบรรเทาผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากความไม่แน่นอนที่เกิดจากการปฏิรูปอัตราดอกเบี้ยอ้างอิง เช่น อัตราดอกเบี้ยอ้างอิงที่กำหนดจากธุรกรรมการกู้ยืม (Interbank Offer rates – IBORs) นอกจากนี้ การปรับปรุงได้กำหนดให้กิจการให้ข้อมูลเพิ่มเติมกับนักลงทุนเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของการป้องกันความเสี่ยงที่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากความไม่แน่นอนใด ๆ นั้น

4.3 มาตรฐานการรายงานทางการเงินที่จะมีผลบังคับใช้สำหรับการเงินที่มีรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มในหรือหลังวันที่ 1 มกราคม 2565

สภาวิชาชีพบัญชี ได้ประกาศใช้มาตรฐานการรายงานทางการเงินและการตีความมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับปรับปรุง ซึ่งจะมีผลบังคับใช้สำหรับการเงินที่มีรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มในหรือหลังวันที่ 1 มกราคม 2565 มาตรฐานการรายงานทางการเงินดังกล่าวได้รับการปรับปรุงหรือจัดให้มีขึ้นเพื่อให้มีเนื้อหาเท่าเทียมกับมาตรฐานการรายงานทางการเงินระหว่างประเทศโดยส่วนใหญ่เป็นการอธิบายให้ชัดเจนเกี่ยวกับวิธีปฏิบัติทางการบัญชีและการให้แนวปฏิบัติทางบัญชีกับผู้ใช้งานมาตรฐาน

ฝ่ายบริหารของสภาองค์กรของผู้บริโภคพิจารณาว่ามาตรฐานดังกล่าวจะไม่มีผลกระทบอย่างมีสาระสำคัญต่องบการเงินของสภาองค์กรของผู้บริโภค ในปีที่จะเริ่มนำมาตรฐานดังกล่าวมาถือปฏิบัติ

5. นโยบายการบัญชีที่สำคัญ

5.1 การรับรู้รายได้และค่าใช้จ่าย

- 5.1.1 เงินอุดหนุนทั่วไปที่รัฐบาลจัดสรรให้โดยตรงเป็นรายปีเป็นการจ่ายขาดให้แก่สภาองค์กรของผู้บริโภครับรู้รายได้เงินอุดหนุนทั่วไปเมื่อได้รับหลักฐานแจ้งการจ่ายเงินแล้ว
- 5.1.2 รายได้อื่น รับรู้ตามเกณฑ์คงค้าง
- 5.1.3 ค่าใช้จ่าย รับรู้ตามเกณฑ์คงค้าง
- 5.1.4 ค่าใช้จ่ายเงินสนับสนุนโครงการ (โครงการ) เป็นเงินสนับสนุน ช่วยเหลือสมาชิกและองค์กรของผู้บริโภคที่จ่ายเพื่อสนับสนุนโครงการที่เป็นกลุ่มของกิจกรรมซึ่งมีความเกี่ยวข้องและ ส่งผลสัมฤทธิ์ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของสภาฯ เป็นค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับค่าดำเนินการโครงการ ค่าบริหารโครงการ ให้กับผู้รับการสนับสนุนดำเนินงานตามบันทึกข้อตกลงการสนับสนุนโครงการจากสภาฯ ค่าใช้จ่ายเงินสนับสนุนโครงการจะรับรู้เป็นค่าใช้จ่ายเมื่อเงินสนับสนุนโครงการนั้นได้รับอนุมัติและจ่ายเงินแล้วและแสดงรายการค่าใช้จ่ายเงินสนับสนุนโครงการไว้ในงบรายได้และค่าใช้จ่าย หากมีเงินเหลือจ่ายส่งคืนภายในปีงบประมาณ สภาฯ จะนำไปปรับลดยอดค่าใช้จ่ายเงินสนับสนุนโครงการแต่หากนำส่งเงินภายหลังปีที่ยกจ่ายจะบันทึกเป็นรายได้เงินสนับสนุนโครงการเหลือจ่ายรับคืน

5.2 เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด

เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด หมายถึง เงินสด เงินฝากธนาคารและเงินลงทุนระยะสั้นที่มีสภาพคล่องสูงซึ่งพร้อมที่จะเปลี่ยนเป็นเงินสดในจำนวนที่ทราบได้และมีความเสี่ยงที่ไม่มีความสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่า โดยถึงกำหนดจ่ายคืนภายในระยะเวลาไม่เกิน 3 เดือนนับจากวันที่ได้มา ทั้งนี้เงินฝากธนาคารและเงินลงทุนระยะสั้นต้องไม่มีข้อจำกัดในการเบิกใช้

5.3 ลูกหนี้หมุนเวียนอื่น

ลูกหนี้หมุนเวียนอื่นรับรู้เมื่อเริ่มแรกด้วยจำนวนเงินของสิ่งตอบแทนที่ปราศจากเงื่อนไขในการได้รับชำระ ในกรณีที่มีส่วนประกอบด้านการจัดหาเงินที่มีนัยสำคัญจะรับรู้ด้วยมูลค่าปัจจุบันของสิ่งตอบแทน

ลูกหนี้หมุนเวียนอื่นแสดงมูลค่าตามจำนวนมูลค่าสุทธิที่จะได้รับ สภาฯ บันทึกค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น (ถ้ามี) ตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 9 ในการวัดมูลค่าผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นโดยวิธีอย่างง่าย

5.4 ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ และค่าเสื่อมราคา

ที่ดินแสดงในราคาทุนและไม่มีการคิดค่าเสื่อมราคาสำหรับที่ดิน

อาคารและอุปกรณ์แสดงในราคาทุนหักด้วยค่าเสื่อมราคาสะสมและผลขาดทุนจากการด้อยค่าสะสม (ถ้ามี)

ราคาทุนรับรู้เมื่อเริ่มแรกที่ได้สินทรัพย์มา รวมถึงต้นทุนทางตรงอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับการจัดหาสินทรัพย์ เพื่อให้สินทรัพย์อยู่ในสภาพพร้อมที่จะใช้ได้ตามวัตถุประสงค์ รวมทั้งต้นทุนในการรื้อถอน ขนย้าย และการบูรณะสถานที่ตั้งของสินทรัพย์ที่เป็นภาระผูกพันของกิจการ (ถ้ามี)

สินทรัพย์ที่มีราคาทุนต่อหน่วยหรือต่อชุดตั้งแต่ 10,000 บาท รับรู้เป็นสินทรัพย์ ส่วนที่มีราคาทุนต่อหน่วยหรือต่อชุดต่ำกว่า 10,000 บาท รับรู้เป็นค่าใช้จ่าย

ค่าเสื่อมราคาของอาคารและอุปกรณ์คำนวณจากราคาทุนหักมูลค่าคงเหลือของสินทรัพย์ตามอายุการให้ประโยชน์โดยประมาณของสินทรัพย์ ดังนี้

อาคาร	20 ปี
อุปกรณ์สำนักงาน	5 ปี
คอมพิวเตอร์	3 ปี

สภาองค์กรของผู้บริโภค มีการทบทวนมูลค่าคงเหลือและอายุการให้ประโยชน์ทุกปี และคิดค่าเสื่อมราคาสำหรับส่วนประกอบของรายการสินทรัพย์แต่ละส่วนแยกต่างหากจากกัน เมื่อส่วนประกอบแต่ละส่วนนั้นมีต้นทุนที่น้อยสำคัญเมื่อเทียบกับต้นทุนทั้งหมดของสินทรัพย์นั้น ค่าเสื่อมราคารวมอยู่ในการคำนวณผลการดำเนินงาน ไม่มีการคิดค่าเสื่อมราคาสำหรับที่ดิน สินทรัพย์ระหว่างก่อสร้าง และอุปกรณ์ระหว่างติดตั้ง สภาองค์กรของผู้บริโภคตัดรายการที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ ออกจากบัญชีเมื่อจำหน่ายสินทรัพย์ รายการผลกำไรหรือขาดทุนจากการจำหน่ายหรือตัดจำหน่ายสินทรัพย์จะรับรู้ในงบรายได้และค่าใช้จ่าย

5.5 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

สินทรัพย์ไม่มีตัวตน ได้แก่ เว็บไซต์สภา โปรแกรมคอมพิวเตอร์ วัสดุมูลค่าด้วยราคาทุนหักด้วยค่าตัดจำหน่ายสะสม และผลขาดทุนจากการด้อยค่าสะสม (ถ้ามี)

สินทรัพย์ไม่มีตัวตนถูกตัดจำหน่ายและบันทึกในงบรายได้และค่าใช้จ่ายโดยวิธีเส้นตรง ตามระยะเวลาที่คาดว่าจะได้รับประโยชน์ที่ประมาณไว้ นับจากวันที่อยู่ในสภาพพร้อมใช้งานดังนี้

เว็บไซต์	10 ปี
โปรแกรมสำเร็จรูป	5 ปี

5.6 การด้อยค่าของสินทรัพย์ที่ไม่ใช่สินทรัพย์ทางการเงิน

ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ และสินทรัพย์ไม่มีตัวตน ที่มีอายุการใช้งานจำกัดจะมีการทบทวนการด้อยค่าเมื่อมีเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่บ่งชี้ว่า มูลค่าตามบัญชีอาจสูงกว่ามูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืน รายการขาดทุนจากการด้อยค่าจะรับรู้เมื่อมูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์สูงกว่ามูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืน ซึ่งมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืน คือ จำนวนที่สูงกว่าระหว่างมูลค่ายุติธรรมหักต้นทุนใน การจำหน่ายเทียบกับมูลค่าจากการใช้ เพื่อวัตถุประสงค์ของการประเมินการด้อยค่าสินทรัพย์จะถูกจัดเป็นหน่วยที่เล็กที่สุดที่สามารถแยกออกมาได้ สินทรัพย์ที่มีการรับรู้รายการขาดทุนจากการด้อยค่าไปแล้วจะมีการประเมินความเป็นไปได้ที่จะกลับรายการขาดทุนการด้อยค่า ณ วันที่ในงบแสดงฐานะการเงิน

5.7 ผลประโยชน์ของพนักงาน

ผลประโยชน์ระยะสั้น

สภา รับรู้เงินเดือน ค่าจ้าง เงินสมทบกองทุนประกันสังคมเป็นค่าใช้จ่ายเมื่อเกิดรายการ

ผลประโยชน์หลังออกจากงานของพนักงาน (โครงการผลประโยชน์)

สภา มีภาระสำหรับเงินชดเชยที่ต้องจ่ายให้แก่พนักงานเมื่อออกจากงานตามกฎหมายแรงงานและตามโครงการผลตอบแทนพนักงานอื่น ๆ ซึ่งสภา ถือว่าเงินชดเชยดังกล่าวเป็นโครงการผลประโยชน์หลังออกจากงานของพนักงาน

สภาฯ คำนวณหนี้สินตามโครงการผลประโยชน์หลังออกจากรางานของพนักงานโดยใช้วิธีคิดลดแต่ละหน่วยที่ประมาณการไว้โดยผู้เชี่ยวชาญอิสระได้ทำการประเมินภาระผูกพันดังกล่าวตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัย ซึ่งหลักการประมาณการดังกล่าวต้องใช้ข้อสมมติที่หลากหลาย รวมถึงข้อสมมติเกี่ยวกับอัตราคิดลด อัตราการขึ้นเงินเดือนในอนาคต อัตราการเปลี่ยนแปลงในจำนวนพนักงาน อัตราการมรณะและอัตราเงินเฟ้อ

ผลกำไรหรือขาดทุนจากการประมาณการตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัยสำหรับโครงการผลประโยชน์หลังออกจากรางานของพนักงานจะรับรู้ทันทีในงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น

5.8 ประมาณการหนี้สิน

สภาฯ จะบันทึกประมาณการหนี้สินไว้ในบัญชีเมื่อภาระผูกพันซึ่งเป็นผลมาจากเหตุการณ์ในอดีตที่เกิดขึ้นแล้ว และมีความเป็นไปได้ค่อนข้างแน่นอนว่าสภาฯ จะเสียทรัพยากรเชิงเศรษฐกิจไปเพื่อปลดปล่อยภาระผูกพันนั้น และสภาฯ สามารถประมาณมูลค่าภาระผูกพันนั้นได้อย่างน่าเชื่อถือ

5.9 การใช้ดุลพินิจและประมาณการทางบัญชีที่สำคัญ

ในการจัดทำงบการเงินตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องใช้ดุลพินิจและการประมาณการในเรื่องที่มีความไม่แน่นอนเสมอ การใช้ดุลพินิจและการประมาณการดังกล่าวนี้ส่งผลกระทบต่อจำนวนเงินที่แสดงในงบการเงินและต่อข้อมูลที่แสดงในหมายเหตุประกอบงบการเงิน ผลที่เกิดขึ้นจริงอาจแตกต่างไปจากจำนวนที่ประมาณการไว้การใช้ดุลพินิจและการประมาณการที่สำคัญมีดังนี้

อาคารและอุปกรณ์ และค่าเสื่อมราคา

ในการคำนวณค่าเสื่อมราคาของอาคารและอุปกรณ์ตลอดจนสินทรัพย์สิทธิการใช้ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องทำการประมาณอายุการให้ประโยชน์และมูลค่าคงเหลือเมื่อเลิกใช้งานของอาคารและอุปกรณ์ และต้องทบทวนอายุการให้ประโยชน์และมูลค่าคงเหลือใหม่หากมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นนอกจากนี้ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องพิจารณาการด้อยค่าของที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ และสินทรัพย์สิทธิการใช้ในแต่ละช่วงเวลาและบันทึกขาดทุนจากการด้อยค่า หากคาดว่ามูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนต่ำกว่ามูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์นั้น ในการนี้ ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องใช้ดุลพินิจที่เกี่ยวข้องกับการคาดการณ์รายได้และค่าใช้จ่ายในอนาคตซึ่งเกี่ยวเนื่องกับสินทรัพย์นั้น

สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

ในการบันทึกและวัดมูลค่าของสินทรัพย์ไม่มีตัวตน ณ วันที่ได้มา ตลอดจนการทดสอบการด้อยค่าในภายหลังฝ่ายบริหารจำเป็นต้องประมาณการกระแสเงินสดที่คาดว่าจะได้รับในอนาคตจากสินทรัพย์ หรือ หน่วยของสินทรัพย์ที่ก่อให้เกิดเงินสด รวมทั้งการเลือกอัตราคิดลดที่เหมาะสมในการคำนวณหามูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดนั้น ๆ

การด้อยค่าของสินทรัพย์

ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องสอบทานการด้อยค่าของสินทรัพย์ในแต่ละช่วงเวลาและบันทึกขาดทุนจากการด้อยค่า หากคาดว่ามูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนต่ำกว่ามูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์นั้น ในการนี้ ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องใช้ดุลพินิจที่เกี่ยวข้องกับการคาดการณ์รายได้และค่าใช้จ่ายในอนาคต ซึ่งเกี่ยวเนื่องกับสินทรัพย์นั้น

ผลประโยชน์หลังออกจากรางานของพนักงานตามโครงการผลประโยชน์

หนี้สินตามโครงการผลประโยชน์หลังออกจากรางานของพนักงานประมาณขึ้นตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัย ซึ่งต้องอาศัยข้อสมมติฐานต่าง ๆ ในการประมาณการนั้น เช่น อัตราคิดลดอัตราการขึ้นเงินเดือนในอนาคต อัตราการมรณะและอัตราการเปลี่ยนแปลงในจำนวนพนักงาน เป็นต้น

6. เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ประกอบด้วย

ณ วันที่ 30 กันยายน

	2565	2564
เงินสด	30,000.00	50,000.00
เงินฝากธนาคาร – กระแสรายวัน	20,000.00	487,584.00
เงินฝากธนาคาร – ออมทรัพย์	135,600,696.84	323,809,738.12
เงินสนับสนุน – หน่วยงานเขตพื้นที่	192,961.03	282,000.00
เงินสนับสนุน – หน่วยงานประจำจังหวัด	648,709.87	429,470.94
รวมเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	136,492,367.74	325,058,793.06

7. ลูกหนี้หมุนเวียนอื่น ประกอบด้วย

ณ วันที่ 30 กันยายน

	2565	2564
ลูกหนี้อื่น	1,670,502.13	22,593.64
ดอกเบี้ยค้างรับ	116,589.05	106,208.29
เงินทรองจ่าย	-	56,050.00
ค่าใช้จ่ายล่วงหน้า	709,971.45	515,386.12
เงินมัดจำ	827,645.00	1,322,830.00
รวมลูกหนี้หมุนเวียนอื่น	3,324,707.63	2,023,068.05

8. ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์-สุทธิ ประกอบด้วย

รายการ	30 กันยายน 2564	เพิ่มขึ้น	ลดลง	30 กันยายน 2565
ที่ดิน	-	5,416,500.00	-	5,416,500.00
อาคาร	-	21,083,500.00	-	21,083,500.00
อุปกรณ์สำนักงาน	125,618.99	81,600.00	-	207,218.99
คอมพิวเตอร์	1,874,025.00	501,199.07	-	2,375,224.07
งานระหว่างก่อสร้าง	76,275.32	3,172,750.28	-	3,249,025.60
รวมราคาทุน	2,075,919.31	30,255,549.35	-	32,331,468.66
ค่าเสื่อมราคาสะสม				
อาคาร	-	1,025,293.44	-	1,025,293.44
อุปกรณ์สำนักงาน	2,181.82	37,205.77	-	39,387.59
คอมพิวเตอร์	135,236.88	720,641.51	-	855,878.39
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	137,418.70	1,783,140.72	-	1,920,559.42
ที่ดินอาคารและอุปกรณ์	1,938,500.61			30,410,909.24
- สุทธิ				
ค่าเสื่อมราคาประจำปี	137,418.70			1,783,140.72

9. สินทรัพย์ไม่มีตัวตน ประกอบด้วย

ณ วันที่ 30 กันยายน

	2565	2564
เว็บไซต์	9,630,000.00	-
โปรแกรมคอมพิวเตอร์	128,293.00	109,033.00
หัก ค่าตัดจำหน่าย – สะสม	30,060.19	4,761.05
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน – สุทธิ	9,728,232.81	104,271.95

10. เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น ประกอบด้วย

ณ วันที่ 30 กันยายน

	2565	2564
เจ้าหนี้การค้า	571,884.06	156,620.51
เจ้าหนี้อื่น :-		
เงินประกันผลงาน	43,500.00	-
เงินประกันสัญญาจ้าง	2,042,421.95	375,000.00
ค่าจ้างตามสัญญาค้างจ่าย	5,601,130.00	745,246.00
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย - หน่วยงานประจำจังหวัดและ หน่วยงานเขตพื้นที่	353,216.91	2,688.11
ค่าใช้จ่ายค้างจ่ายอื่น	351,619.57	128,352.72
รวมเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	8,963,772.49	1,407,907.34

11. ภาระผูกพัน – ผลประโยชน์ของพนักงาน ประกอบด้วย

ณ วันที่ 30 กันยายน

	2565	2564
ภาระผูกพันของโครงการผลประโยชน์ของพนักงาน ยกมาต้นปี	246,917.26	-
ขาดทุนจากการประมาณการตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัย	-	-
ค่าใช้จ่ายในการบริหารและดอกเบี้ยจากการปรับปรุงในโครงการ :-		
- การปรับปรุงในโครงการผลประโยชน์พนักงานหลังออกจากงาน	-	-
- โครงการผลประโยชน์พนักงานระยะยาวอื่น	-	-
ค่าใช้จ่ายในการบริหารและดอกเบี้ยงวดปัจจุบัน	1,403,969.17	246,917.26
ภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงานที่จ่ายจริง	-	-
ภาระผูกพันของโครงการผลประโยชน์พนักงาน ยกไปปลายปี	1,650,886.43	246,917.26

รายได้และค่าใช้จ่ายที่รับรู้ในงบรายได้และค่าใช้จ่ายสำหรับงวดสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2565
มีรายละเอียดดังนี้

รับรู้ในรายได้และค่าใช้จ่าย	สำหรับปีสิ้นสุด วันที่ 30 กันยายน 2565	สำหรับรอบระยะเวลาบัญชีแรก ตั้งแต่วันที่ 22 มิถุนายน 2564 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2564
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	1,403,969.17	246,917.26
รวม	1,403,969.17	246,917.26
รับรู้ในรายได้และค่าใช้จ่ายอื่น		
ขาดทุนจากการประมาณการตามหลัก	-	-
คณิตศาสตร์ประกันภัย		-
รวม	-	-
รับรู้ในรายได้และค่าใช้จ่ายอื่น		
การปรับปรุงจากประสบการณ์	-	-
สมมติฐานประชากร	-	-
สมมติฐานทางการเงิน	-	-
รวม	-	-

สภาองค์กรของผู้บริโภค ใช้ข้อสมมติฐานตามเกณฑ์คณิตศาสตร์ประกันภัยที่สำคัญ ดังนี้

	2565	2564
อัตราคิดลด (ร้อยละ)	4.01	2.68
อัตราการขึ้นเงินเดือน (ร้อยละ)	5.00	5.00
อัตราเงินเฟ้อระยะยาว	3.00	2.75
อัตราการหมุนเวียนพนักงานแยกตามกลุ่ม (ร้อยละ)	1.91 ถึง 22.92	1.91 ถึง 22.92
อัตรามรณะ (ร้อยละ)	105 ของอัตรา มรณะไทยปี 2560	105 ของอัตรา มรณะไทยปี 2560

การวิเคราะห์ความอ่อนไหว

การเปลี่ยนแปลงในแต่ละข้อสมมติฐานที่เกี่ยวข้องในการประมาณการตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัยที่อาจเป็นไปได้อย่างสมเหตุสมผล ณ วันที่รายงานโดยถือว่าข้อสมมติฐานอื่นๆ คงที่จะมีผลกระทบต่อการผูกพันผลประโยชน์ของพนักงานที่กำหนดไว้ ณ วันที่ 30 กันยายน 2565 ดังนี้

ผลประโยชน์ของพนักงานหลังออกจากงาน	การเปลี่ยนแปลงมูลค่าปัจจุบันของการผูกพัน ผลประโยชน์ของพนักงาน	
	เพิ่มขึ้น	ลดลง
อัตราคิดลด (เปลี่ยนแปลงร้อยละ 1.0)	(122,713.96)	144,331.61
อัตราการเพิ่มขึ้นของเงินเดือน (เปลี่ยนแปลงร้อยละ 1.0)	141,394.34	(122,724.85)
อัตราการหมุนเวียนพนักงาน (เปลี่ยนแปลงร้อยละ 20)	(80,293.49)	92,888.23

12. ทุนประเดิมเบื้องต้นจากรัฐบาล

ทุนประเดิมเบื้องต้นที่รัฐบาลจ่ายขาดให้เป็นการอุดหนุนสำหรับการดำเนินการ จำนวน 350 ล้านบาท เมื่อวันที่ 22 มิถุนายน 2564

13. รายได้อื่น ประกอบด้วย

	สำหรับปีสิ้นสุด วันที่ 30 กันยายน 2565	สำหรับรอบระยะเวลาบัญชีแรก ตั้งแต่วันที่ 22 มิถุนายน 2564 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2564
ดอกเบี้ยรับเงินฝากธนาคาร	709,513.96	115,780.23
รายได้อื่น	9,487.16	-
รวมรายได้อื่น	719,001.12	115,780.23

14. รายจ่ายเกี่ยวกับการบริหารจัดการของสำนักงาน ประกอบด้วย

	สำหรับปีสิ้นสุด วันที่ 30 กันยายน 2565	สำหรับรอบระยะเวลาบัญชีแรก ตั้งแต่วันที่ 22 มิถุนายน 2564 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2564
ค่าใช้จ่ายการประชุม	727,751.88	1,420,416.89
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอาคารสถานที่	4,777,336.00	1,266,330.00
ค่าวัสดุสิ้นเปลือง	336,359.88	129,116.85
ค่าพาหนะและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	154,237.00	22,359.00
ค่าสาธารณูปโภค	233,601.86	29,039.04
ค่าสอบบัญชี	130,000.00	100,000.00
ค่าใช้จ่ายทางภาษี	6,643.36	-
ค่าใช้จ่ายอื่น	1,928,292.50	201,610.23
รวมรายจ่ายเกี่ยวกับการบริหารจัดการ ของสำนักงาน	8,294,222.48	3,168,872.01

15. รายจ่ายเกี่ยวกับครุภัณฑ์ ที่ดิน และสิ่งก่อสร้าง ประกอบด้วย

	สำหรับปีสิ้นสุด วันที่ 30 กันยายน 2565	สำหรับรอบระยะเวลาบัญชีแรก ตั้งแต่วันที่ 22 มิถุนายน 2564 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2564
ค่าเสื่อมราคา - อาคาร	1,025,293.44	-
ค่าเสื่อมราคา - อุปกรณ์สำนักงาน	37,205.77	2,181.82
ค่าเสื่อมราคา - คอมพิวเตอร์	720,641.51	135,236.88
ค่าเสื่อมราคา - โปรแกรมคอมพิวเตอร์	25,299.14	4,761.05
ค่าวัสดุอุปกรณ์สำนักงาน	99,952.10	64,879.01
รวมรายจ่ายเกี่ยวกับครุภัณฑ์ ที่ดิน และสิ่งก่อสร้าง	1,908,391.96	207,058.76

16. รายจ่ายแผนงาน โครงการและงานต่าง ๆ ของสำนักงาน ประกอบด้วย

	สำหรับปีสิ้นสุด วันที่ 30 กันยายน 2565	สำหรับรอบระยะเวลาบัญชีแรก ตั้งแต่วันที่ 22 มิถุนายน 2564 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2564
แผนพัฒนานโยบาย	10,884,103.49	46,295.00
และมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค		
แผนสนับสนุนและดำเนินการคุ้มครอง	5,480,722.92	1,361,029.75
และพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค		
แผนสนับสนุนหน่วยจังหวัด	15,079,967.64	-
และองค์กรของผู้บริโภค		
แผนสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค	9,896,512.10	-
แผนพัฒนาระบบเทคโนโลยี	1,006,445.32	303,240.69
เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค		
รวมรายจ่ายแผนงาน โครงการและงานต่างๆ ของสำนักงาน	42,347,751.47	1,710,565.44

17. เงินสนับสนุนให้แก่หน่วยงานประจำจังหวัด หน่วยงานเขตพื้นที่ สมาชิกและองค์กรของผู้บริโภค ประกอบด้วย

	สำหรับปีสิ้นสุด วันที่ 30 กันยายน 2565	สำหรับรอบระยะเวลาบัญชีแรก ตั้งแต่วันที่ 22 มิถุนายน 2564 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2564
17.1 เงินสนับสนุนให้หน่วยงาน ประจำจังหวัด		
รายจ่ายเกี่ยวกับบุคลากร	17,630,000.00	3,420,000.00
รายจ่ายเกี่ยวกับการบริหารจัดการ	3,447,457.83	608,866.78
รายจ่ายแผนงาน โครงการและงานต่าง ๆ	25,833,070.79	5,764,883.55
รวมเงินสนับสนุนให้หน่วยงาน ประจำจังหวัด	46,910,528.62	9,793,750.33
17.2 เงินสนับสนุนให้หน่วยงานเขตพื้นที่		
รายจ่ายเกี่ยวกับบุคลากร	4,320,000.00	320,000.00
รายจ่ายเกี่ยวกับการบริหารจัดการ	823,535.05	-
รายจ่ายแผนงาน โครงการและงานต่าง ๆ	7,010,110.50	43,500.00
รวมเงินสนับสนุนให้หน่วยงานเขตพื้นที่	12,153,645.55	363,500.00
17.3 เงินสนับสนุนให้สมาชิกและองค์กร ของผู้บริโภค		
สนับสนุนดำเนินงานโครงการ	4,657,787.50	-
- ขนาดเล็ก 159 โครงการ		
สนับสนุนดำเนินงานโครงการ	4,377,922.50	-
- ขนาดกลาง 47 โครงการ		
สนับสนุนดำเนินงานโครงการ	2,269,140.00	-
- ขนาดใหญ่ 12 โครงการ		
สนับสนุนดำเนินงานโครงการ	1,000,000.00	-
- ขนาดใหญ่พิเศษ 1 โครงการ		
รวมเงินสนับสนุนให้สมาชิก และองค์กรของผู้บริโภค	12,304,850.00	-
รวมเงินสนับสนุนให้แก่หน่วยงาน ประจำจังหวัด หน่วยงานเขตพื้นที่ สมาชิกและองค์กรของผู้บริโภค	71,369,024.17	10,157,250.33

18. เครื่องมือทางการเงิน

นโยบายการบริหารความเสี่ยงสำหรับเครื่องมือทางการเงิน

สภาฯ บริหารความเสี่ยงทางการเงินที่อาจเกิดขึ้นในสินทรัพย์ทางการเงินและหนี้สินทาง การเงินตามปกติ ธุรกิจ โดยใช้ระบบการจัดการและการควบคุมภายในองค์กรทั่วไป และไม่ได้ถือหรือออกอนุพันธ์ทางการเงินใด ๆ

ความเสี่ยงด้านอัตราดอกเบี้ย

ความเสี่ยงเกี่ยวกับอัตราดอกเบี้ยนี้เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ยในตลาดในอนาคต การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานและกระแสเงินสดของสภาฯ

สภาฯ มีความเสี่ยงเกี่ยวกับอัตราดอกเบี้ยเกี่ยวเนื่องจากเงินฝากธนาคาร เงินลงทุนชั่วคราว เงินเบิกเกินบัญชีธนาคาร สภาฯ ไม่ได้ใช้ตราสารอนุพันธ์ทางการเงินเพื่อป้องกันความเสี่ยงดังกล่าว

ณ วันที่ 30 กันยายน 2565 สภาฯ มียอดคงเหลือของสินทรัพย์และหนี้สินทางการเงินที่สำคัญสามารถจัดตามประเภท อัตราดอกเบี้ยได้ดังนี้

	อัตราดอกเบี้ย ปรับขึ้นลง ตามอัตราตลาด	อัตรา ดอกเบี้ย คงที่	ไม่มีอัตรา ดอกเบี้ย	รวม
สินทรัพย์ทางการเงิน				
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	136,462,367.74	-	30,000.00	136,492,367.74
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น	-	-	3,324,707.63	3,324,707.63
หนี้สินทางการเงิน				
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น	-	-	8,963,772.49	8,963,772.49
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	-	-	452,907.77	452,907.77

ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง

สภาฯ มีการควบคุมความเสี่ยงจากการขาดสภาพคล่อง โดยการรักษาระดับของเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ให้เพียงพอต่อการดำเนินของสภาฯ

19. ภาระผูกพัน

ณ วันที่ 30 กันยายน 2565 สภามงคลของผู้บริโภคมีภาระผูกพันจากการทำใบสั่งซื้อ ใบสั่งจ้าง สัญญาต่าง ๆ ดังนี้

ลำดับ	สัญญา ใบสั่งซื้อ/สั่งจ้าง	วันที่ ทำสัญญา	วันสิ้นสุด สัญญา	มูลค่าสัญญา	เบิกจ่ายแล้ว	ภาระผูกพัน			
						เงินกัน	งบประมาณ ปี 2566	งบประมาณ ปี 2567	จำนวนเงินรวม
ภาระผูกพัน ณ วันที่ 30 กันยายน 2565 ประกอบด้วย				107,339,332.00	31,142,229.10	10,646,380.00	60,595,124.90	3,761,478.00	75,002,982.90
1. แผนพัฒนานโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วย				16,026,000.00	2,256,200.00	1,832,800.00	11,937,000.00	-	13,769,800.00
1.1	จัดจ้าง วิจัยเรื่อง การศึกษากลไก การจ่ายและ การควบคุมอัตรา การเบิกจ่าย ค่าบริการกรณี การดูแลผู้ป่วย ฉุกเฉินวิกฤติ และผู้ป่วยฉุกเฉิน หลังพ้น 72 ชั่วโมง	20/9/64	28/5/65	416,000.00	291,200.00	124,800.00	-	-	124,800.00
1.2	จ้างที่ปรึกษา จัดทำรายงาน การศึกษาวิเคราะห์ การละเมิดสิทธิ ผู้บริโภค และปัญหา การคุ้มครองสิทธิ ผู้บริโภค	20/6/65	17/12/65	240,000.00	48,000.00	-	192,000.00	-	192,000.00
1.3	จ้างที่ปรึกษา การจัดทำตัวชี้วัด การคุ้มครองผู้บริโภค ไทย และรายงาน สถานการณ์ การคุ้มครองผู้บริโภค ตามตัวชี้วัด	6/7/65	7/7/66	2,900,000.00	870,000.00	-	2,030,000.00	-	2,030,000.00
1.4	จ้างที่ปรึกษา ด้าน การศึกษาความเป็น ไปได้ของการจัดตั้ง กองทุนบำนาญ พื้นฐานแห่งชาติ และการวิเคราะห์ ผลกระทบของการ จัดสรรเงินบำนาญ ประชาชน ที่มีต่อ เศรษฐกิจและสังคม	2/8/65	2/8/66	3,700,000.00	-	-	3,700,000.00	-	3,700,000.00

ลำดับ	สัญญา ใบสั่งซื้อ/สั่งจ้าง	วันที่ ทำสัญญา	วันสิ้นสุด สัญญา	มูลค่าสัญญา	เบิกจ่ายแล้ว	ภาระผูกพัน			
						เงินกัน	งบประมาณ ปี 2566	งบประมาณ ปี 2567	จำนวนเงินรวม
1.5	สัญญาจ้าง ศึกษา เชิงปฏิบัติการเพื่อ พัฒนาต้นแบบ ทางธุรกิจส่งเสริม การผลิตไฟฟ้า จากโซลาร์เซลล์	28/2/65	25/11/65	50,000.00	15,000.00	-	35,000.00	-	35,000.00
1.6	สัญญาจ้าง การขับเคลื่อน นโยบายเชิงปฏิบัติ การโครงการ “ขนส่งสาธารณะ รถไฟฟ้าของคน”	20/4/65	7/9/65	350,000.00	315,000.00	35,000.00	-	-	35,000.00
1.7	สัญญาจ้าง จ้างจัดกิจกรรม แลกเปลี่ยนเรียนรู้ และ งานแถลงข่าว “1 ปี สภาองค์กร ของผู้บริโภคทาง เลือกใหม่คุ้มครอง ผู้บริโภคไทย”	7/6/65	6/8/65	2,390,000.00	717,000.00	1,673,000.00	-	-	1,673,000.00
1.8	สัญญาจ้าง โครงการจัดจ้าง ดำเนินงานวิจัย ติดตามนโยบาย กำกับดูแลประโยชน์ ของผู้บริโภค และ การสื่อสารความรู้ เพื่อคุ้มครอง ผู้บริโภคไทย	7/9/65	7/9/66	5,980,000.00	-	-	5,980,000.00	-	5,980,000.00
2. แผนสนับสนุนและดำเนินการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิ ผู้บริโภค ประกอบด้วย				8,777,450.00	1,539,000.00	217,450.00	7,021,000.00	-	7,238,450.00
2.1	จ้างที่ปรึกษา ทำหลักสูตร และฝึกอบรมพัฒนา ศักยภาพงาน ใกล้เคียงเพื่อคุ้มครอง ผู้บริโภคสำหรับผู้ ปฏิบัติงานของ สภาองค์กรของ ผู้บริโภค	27/9/2564	27/9/2565	900,000.00	720,000.00	180,000.00	-	-	180,000.00
2.2	จ้างที่ปรึกษา การออกแบบพัฒนา เกณฑ์ประเมินและ ทดสอบหมวกนิรภัย รถจักรยานยนต์	15/6/2565	10/2/2566	2,200,000.00	550,000.00	-	1,650,000.00	-	1,650,000.00

ลำดับ	สัญญา ใบสั่งซื้อ/ส่งจ้าง	วันที่ ทำสัญญา	วันสิ้นสุด สัญญา	มูลค่าสัญญา	เบิกจ่ายแล้ว	ภาระผูกพัน			
						เงินกัน	งบประมาณ ปี 2566	งบประมาณ ปี 2567	จำนวนเงินรวม
2.3	จ้างที่ปรึกษาเพื่อ สนับสนุนส่งเสริม การพัฒนาเครือข่าย นักกฎหมายในระดับ ภูมิภาค	1/9/2565	29/4/2566	3,600,000.00	-	-	3,600,000.00	-	3,600,000.00
2.4	จ้างที่ปรึกษา เพื่อ วิเคราะห์ระบบ การคุ้มครองผู้บริโภค ด้านกฎหมาย ประเด็นการคุ้มครอง สิทธิผู้บริโภคของ ประเทศไทย และ การพัฒนากลไก ทางกฎหมายที่เพิ่ม ประสิทธิภาพ การคุ้มครองผู้บริโภค	15/9/2565	12/7/2566	785,000.00	-	-	785,000.00	-	785,000.00
2.5	สัญญาจ้าง ผู้เชี่ยวชาญ ด้านการดำเนินคดี และการบังคับใช้ กฎหมาย กรณี ยกเลิกเที่ยวบิน สายการบิน ไทยแอร์เอเชีย เอ็กซ์	17/2/2565	มีเงื่อนไข*	40,000.00	10,000.00	-	30,000.00	-	30,000.00
2.6	สัญญาจ้าง ผู้เชี่ยวชาญ ด้านการดำเนินคดี และการบังคับใช้ กฎหมาย กรณี คอนโดมิเนียม ริ้วา แกรนด์ พระราม 3	17/2/2565	มีเงื่อนไข*	40,000.00	10,000.00	-	30,000.00	-	30,000.00
2.7	สัญญาจ้าง ผู้เชี่ยวชาญด้านการ ดำเนินคดีและการ บังคับใช้กฎหมาย ในคดีละเมิด ผิดสัญญา เรียกค่าเสียหาย กับบุคคลแอบอ้าง จำหน่ายชุดที่นอน ยางพารา	14/3/2565	มีเงื่อนไข*	60,000.00	-	-	60,000.00	-	60,000.00

ลำดับ	สัญญา ใบสั่งซื้อ/สั่งจ้าง	วันที่ ทำสัญญา	วันสิ้นสุด สัญญา	มูลค่าสัญญา	เบิกจ่ายแล้ว	ภาระผูกพัน			
						เงินกัน	งบประมาณ ปี 2566	งบประมาณ ปี 2567	จำนวนเงินรวม
2.8	สัญญาจ้าง ผู้ เชี่ยวชาญด้านการ ดำเนินคดีและการ บังคับใช้กฎหมาย กรณี คดีหมายเลขดำ ที่ ม80/2563 ตลอดจนถึง การดำเนินฟ้องคดี กับบริษัท อีซีโฮม (ประเทศไทย) จำกัด	24/3/2565	มีเงื่อนไข*	50,000.00	12,500.00	-	37,500.00	-	37,500.00
2.9	สัญญาจ้าง ผู้เชี่ยวชาญด้านการ ดำเนินคดีและการ บังคับใช้กฎหมาย กรณีคดีโครงการ นิช โมโน เมกะ สเปซ บางนา	4/4/2565	มีเงื่อนไข*	40,000.00	-	-	40,000.00	-	40,000.00
2.10	สัญญาจ้าง ผู้เชี่ยวชาญด้านการ ดำเนินคดีและการ บังคับใช้กฎหมาย กรณี คดีหมายเลขดำ ที่ผบ 2184/2654 และคดีหมายเลขดำ ที่ผบ.E1247/2563 ตลอดจนถึงการ ดำเนินฟ้องคดีกับ บริษัท อีซีโฮม (ประเทศไทย) จำกัด	4/4/2565	มีเงื่อนไข*	60,000.00	39,000.00	-	21,000.00	-	21,000.00
2.11	สัญญาจ้าง ผู้เชี่ยวชาญด้านการ ดำเนินคดีและการ บังคับใช้กฎหมาย กรณี คดีหมายเลขดำ ที่ มE2/2564 และ คดีหมายเลขดำที่ ผบ.942/2564 ตลอดจนถึงการ ดำเนินฟ้องคดีกับ บริษัท อีซีโฮม (ประเทศไทย) จำกัด	7/4/2565	มีเงื่อนไข*	60,000.00	15,000.00	-	45,000.00	-	45,000.00

ลำดับ	สัญญา ใบสั่งซื้อ/สั่งจ้าง	วันที่ ทำสัญญา	วันสิ้นสุด สัญญา	มูลค่าสัญญา	เบิกจ่ายแล้ว	ภาระผูกพัน			
						เงินกัน	งบประมาณ ปี 2566	งบประมาณ ปี 2567	จำนวนเงินรวม
2.12	สัญญาจ้าง ผู้เชี่ยวชาญด้านการ ดำเนินคดีและการ บังคับใช้กฎหมาย กรณี คดีหมายเลขคำ ที่ ผบ.Ε8438/2564 และ ผบ.Ε9/2565 ตลอดจนถึงการ ดำเนินฟ้องคดีกับ บริษัท อีซีโฮม (ประเทศไทย) จำกัด	17/5/2565	มีเงื่อนไข*	60,000.00	15,000.00	-	45,000.00	-	45,000.00
2.13	สัญญาจ้าง โครงการจัดการ ความรู้ ออกแบบ และจัดพิมพ์คู่มือ คนทำงานรับเรื่อง ร้องเรียน	31/5/2565	28/10/2565	500,000.00	150,000.00	-	350,000.00	-	350,000.00
2.14	สัญญาจ้าง ผู้เชี่ยวชาญด้านการ ดำเนินคดีและการ บังคับใช้กฎหมาย กรณี โรงพยาบาล เชียงใหม่ ฮอสพิทอล	17/8/2565	มีเงื่อนไข*	70,000.00	17,500.00	-	52,500.00	-	52,500.00
2.15	สัญญาจ้าง ผู้เชี่ยวชาญด้านการ ดำเนินคดีและการ บังคับใช้กฎหมาย กรณีโครงการ หมู่บ้าน Good House HuaHin	12/9/2565	มีเงื่อนไข*	80,000.00	-	-	80,000.00	-	80,000.00
2.16	สัญญาจ้าง ผู้เชี่ยวชาญด้านการ ดำเนินคดีและการ บังคับใช้กฎหมาย กรณีในคดีหมายเลข คำที่ ผบ. Ε 108/ 2565 ตลอดจนถึง การดำเนินฟ้องคดี กับบริษัท อีซีโฮม (ประเทศไทย) จำกัด	12/9/2565	มีเงื่อนไข*	50,000.00	-	-	50,000.00	-	50,000.00
2.17	สัญญาจ้าง ผู้เชี่ยวชาญด้านการ ดำเนินคดีและการ บังคับใช้กฎหมาย กรณี คดีอาญา หมายเลขคำที่ อ.169/2565 ศาลจังหวัดสตูล	19/9/2565	มีเงื่อนไข*	40,000.00	-	-	40,000.00	-	40,000.00

ลำดับ	สัญญา ใบสั่งซื้อ/สั่งจ้าง	วันที่ ทำสัญญา	วันสิ้นสุด สัญญา	มูลค่าสัญญา	เบิกจ่ายแล้ว	ภาระผูกพัน			
						เงินกัน	งบประมาณ ปี 2566	งบประมาณ ปี 2567	จำนวนเงินรวม
2.18	สัญญาจ้าง ผู้เชี่ยวชาญด้านการ ดำเนินคดีและการ บังคับใช้กฎหมาย กรณี นายสมบูรณ์ ช่วยศรี ผิดสัญญา รับเหมาก่อสร้าง- ข้อสัญญา ไม่เป็นธรรม	27/9/2565	มีเงื่อนไข*	40,000.00	-	-	40,000.00	-	40,000.00
2.19	สัญญาจ้าง ผู้เชี่ยวชาญด้านการ ดำเนินคดีและการ บังคับใช้กฎหมาย กรณีผิดสัญญา บัตรคอนกรีต บางกอกเฟส	28/9/2565	มีเงื่อนไข*	65,000.00	-	-	65,000.00	-	65,000.00
2.20	จัดจ้างพัฒนา โปรแกรมเรียก API ส่งข้อมูลเรื่อง ร้องเรียน จำนวน 1 โปรแกรม	19/8/2565	18/9/2565	37,450.00	-	37,450.00	-	-	37,450.00
3. แผนงานสนับสนุนหน่วยประจำจังหวัดและองค์กร ผู้บริโภคร่วมกัน				6,380,845.00	3,074,253.50	-	3,306,591.50	-	3,306,591.50
3.1	จ้างที่ปรึกษา โครงการประเมิน ผลการดำเนินงาน เพื่อการพัฒนา การทำงานของ หน่วยงานประจำ จังหวัด กลไกเขต พื้นที่ และองค์กร ของผู้บริโภค	7/7/2565	2/2/2566	3,480,845.00	1,044,253.50	-	2,436,591.50	-	2,436,591.50
3.2	สัญญาจ้าง โครงการ ศึกษาสำรวจ ความคิดเห็นและ ประเมินความ พึงพอใจ ที่มีต่อ สภาองค์กรของ ผู้บริโภค ปีงบประมาณ 2565	31/5/2565	28/10/2565	2,900,000.00	2,030,000.00	-	870,000.00	-	870,000.00
4. แผนงานสื่อสารสาธารณะและประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย				35,193,439.00	16,128,500.00	8,319,000.00	10,745,939.00	-	19,064,939.00

ลำดับ	สัญญา ใบสั่งซื้อ/สั่งจ้าง	วันที่ ทำสัญญา	วันสิ้นสุด สัญญา	มูลค่าสัญญา	เบิกจ่ายแล้ว	ภาระผูกพัน			
						เงินกัน	งบประมาณ ปี 2566	งบประมาณ ปี 2567	จำนวนเงินรวม
4.1	สัญญาจ้าง โครงการ สื่อสารนโยบาย สภามงคลของ ผู้บริโภคนผ่าน influencer ในระบบอัตโนมัติ ทางการตลาด (Influencer Marketing Automation Platform)	17/9/2564	17/9/2565	2,000,000.00	1,200,000.00	800,000.00	-	-	800,000.00
4.2	สัญญาจ้าง โครงการ สื่อสารสร้าง ความเข้าใจเพื่อ ขับเคลื่อนประเด็น บริการขนส่งมวลชน ทุกคนขึ้นได้ สภามงคลของ ผู้บริโภคน	22/9/2564	22/9/2565	2,500,000.00	1,500,000.00	1,000,000.00	-	-	1,000,000.00
4.3	สัญญาจ้าง โครงการ เผยแพร่ประเด็น ปัญหาผู้บริโภคน แจ้งข่าวสารเตือนภัย และให้ความรู้ สู่ผู้บริโภคนผ่านสื่อ หนังสือพิมพ์ ดิจิทัล ทีวีและสื่อสังคม ออนไลน์	23/9/2564	23/9/2565	3,000,000.00	1,800,000.00	1,200,000.00	-	-	1,200,000.00
4.4	สัญญาจ้าง โครงการ สร้างการรับรู้ ข้อมูลข่าวสาร ในประเด็นนโยบาย สาธารณะ และ ประชาสัมพันธ์ สำนักงานและ หน่วยงานประจำ จังหวัดของ สภามงคลของ ผู้บริโภคนผ่านสื่อ ดิจิทัลทีวี วิทยุ และสื่อออนไลน์	23/9/2564	23/9/2565	3,000,000.00	1,800,000.00	1,200,000.00	-	-	1,200,000.00
4.5	สัญญาจ้าง การ บริหารจัดการ ดูแลระบบเว็บไซต์ และระบบ รับเรื่องราวร้องทุกข์ สภามงคล ของผู้บริโภคน	27/9/2564	25/1/2565	9,630,000.00	6,741,000.00	2,889,000.00	-	-	2,889,000.00

ลำดับ	สัญญา ใบสั่งซื้อ/สั่งจ้าง	วันที่ ทำสัญญา	วันสิ้นสุด สัญญา	มูลค่าสัญญา	เบิกจ่ายแล้ว	ภาระผูกพัน			
						เงินกัน	งบประมาณ ปี 2566	งบประมาณ ปี 2567	จำนวนเงินรวม
4.6	สัญญาจ้าง โครงการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารและประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจและภาพลักษณ์สภาองค์กรของผู้บริโภค	27/9/2564	27/9/2565	3,000,000.00	1,800,000.00	1,200,000.00	-	-	1,200,000.00
4.7	จ้างที่ปรึกษา บริหารกลยุทธ์การสื่อสารและเผยแพร่ผลงานขยายผลสู่คนรุ่นใหม่	14/9/2565	14/9/2566	8,000,000.00	-	-	8,000,000.00	-	8,000,000.00
4.8	สัญญาจ้าง โครงการสร้างแนวร่วมกับประชาชนภาคเหนือในการสนับสนุนให้มีบ้านอยู่ถาวรหน้าเมื่อยามสูงวัย	20/6/2565	18/10/2565	500,000.00	375,000.00	-	125,000.00	-	125,000.00
4.9	สัญญาจ้าง โครงการสร้างแนวร่วมกับประชาชนภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในการสนับสนุนให้มีบ้านอยู่ถาวรหน้าเมื่อยามสูงวัย	20/6/2565	18/10/2565	495,000.00	371,250.00	-	123,750.00	-	123,750.00
4.10	สัญญาจ้าง โครงการสร้างแนวร่วมกับประชาชนภาคใต้ในการสนับสนุนให้มีบ้านอยู่ถาวรหน้าเมื่อยามสูงวัย	20/6/2565	18/10/2565	495,000.00	371,250.00	-	123,750.00	-	123,750.00
4.11	สัญญาจ้าง โครงการคลิปไวรัลบ้านอยู่ถาวรหน้า	1/8/2565	30/10/2565	500,000.00	125,000.00	-	375,000.00	-	375,000.00
4.12	สัญญาจ้าง โครงการอบรมพัฒนาศักยภาพผู้สื่อข่าวด้านคุ้มครองผู้บริโภค	27/9/2565	25/4/2566	1,998,439.00	-	-	1,998,439.00	-	1,998,439.00
4.13	จัดจ้างเจ้าหน้าที่จัดทำข้อมูลบนเว็บไซต์ระยะเวลา 5 เดือน	29/4/2565	30/9/2565	75,000.00	45,000.00	30,000.00	-	-	30,000.00

ลำดับ	สัญญา ใบสั่งซื้อ/สั่งจ้าง	วันที่ ทำสัญญา	วันสิ้นสุด สัญญา	มูลค่าสัญญา	เบิกจ่ายแล้ว	ภาระผูกพัน			
						เงินกัน	งบประมาณ ปี 2566	งบประมาณ ปี 2567	จำนวนเงินรวม
5. แผนงานบริหารจัดการสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค ประกอบด้วย				33,567,078.00	8,025,505.60	-	20,585,974.40	3,761,478.00	24,347,452.40
5.1	สัญญาการเป็น สมาชิกใช้พื้นที่ (1 กรกฎาคม 2564 - 30 มิถุนายน 2567)	18/6/2564	30/6/2567	14,568,264.00	4,776,480.00		4,836,186.00	3,761,478.00	8,597,664.00
5.2	จ้างที่ปรึกษา บริหาร และควบคุมการ ก่อสร้างโครงการ ปรับปรุงอาคาร ตกแต่งภายในและ ภายนอก เพื่อเป็น สำนักงานสภาองค์กร ของผู้บริโภค	29/4/2565	30/11/2565	350,000.00	-	-	350,000.00	-	350,000.00
5.3	สัญญาจ้าง โครงการ ออกแบบปรับปรุง ตกแต่งภายในและ ภายนอกอาคารเพื่อ เป็นสำนักงานสภา องค์กรของผู้บริโภค	4/1/2565	มีเงื่อนไข **	1,000,000.00	850,000.00	-	150,000.00	-	150,000.00
5.4	สัญญาก่อสร้าง โครงการปรับปรุง อาคาร ตกแต่งภายใน และภายนอก เพื่อ เป็นสำนักงานสภา องค์กรของผู้บริโภค	18/7/2565	14/1/2566	15,993,504.00	2,399,025.60	-	13,594,478.40	-	13,594,478.40
5.5	สัญญาจ้าง จ้างสอบ บัญชีของสำนักงาน สภาองค์กรของ ผู้บริโภคประจำ ปีงบประมาณ 2565	21/9/2565	29/12/65	130,000.00	-	-	130,000.00	-	130,000.00
5.6	จัดจ้างคำนวณ มูลค่าผลประโยชน์ พนักงาน ปี 2565	28/9/2565	12/11/2565	35,310.00	-	-	35,310.00	-	35,310.00
5.7	สัญญาจ้าง บริการ ซักรถยนต์เลขาธิการ สภาองค์กรของ ผู้บริโภคประจำ ปีงบประมาณ 2566	28/9/2565	25/9/2566	240,000.00	-	-	240,000.00	-	240,000.00
5.8	สัญญาซื้อ ลิฟท์ โดยสารพร้อมติดตั้ง จำนวน 1 ชุด อาคาร สำนักงานสภาองค์กร ของผู้บริโภค	31/8/2565	28/2/2566	1,250,000.00	-	-	1,250,000.00	-	1,250,000.00

ลำดับ	สัญญา ใบสั่งซื้อ/สั่งจ้าง	วันที่ทำ สัญญา	วันสิ้นสุด สัญญา	มูลค่าสัญญา	เบิกจ่ายแล้ว	ภาระผูกพัน			
						เงินกัน	งบประมาณ ปี 2566	งบประมาณ ปี 2567	จำนวนเงินรวม
6. แผนงานเลขาธิการ ประกอบด้วย				7,394,520.00	118,770.00	277,130.00	6,998,620.00	-	7,275,750.00
6.1	สัญญาจ้าง โครงการพัฒนาเครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก (Business Intelligence) และรายงานสถานการณ์การร้องเรียนของผู้บริโภค	31/5/2565	30/7/2565	395,900.00	118,770.00	277,130.00	-	-	277,130.00
6.2	สัญญาจ้าง การพัฒนาระบบการบริหารจัดการงบประมาณ (e-Budgeting) ของสภาองค์กรของผู้บริโภค	6/9/2565	5/12/2565	498,620.00	-	-	498,620.00	-	498,620.00
6.3	สัญญาจ้าง โครงการพัฒนาระบบเทคโนโลยีเพื่อบริหารจัดการองค์กร (ERP) ของสภาองค์กรของผู้บริโภค	28/9/2565	26/5/2566	6,500,000.00	-	-	6,500,000.00	-	6,500,000.00

หมายเหตุ : รายการหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 19 ภาระผูกพันจากตารางช่องเบิกจ่ายแล้ว เป็นการเบิกจ่ายในปีงบประมาณ 2565 สำหรับลำดับที่ 5.1 สัญญาการเป็นสมาชิกใช้พื้นที่ (1 กรกฎาคม 2564 - 30 มิถุนายน 2567) มูลค่าสัญญา 14,568,264.00 บาท มีการเบิกจ่ายไปแล้วในปีงบประมาณ 2564 ยอดเงิน 1,194,120.00 บาท (เดือนกรกฎาคม - เดือนกันยายน 2564)

มีเงื่อนไข * งวดที่ 1 จ่ายเมื่อดำเนินการจัดส่งแผนการดำเนินงานจนแล้วเสร็จกระบวนการยื่นฟ้องต่อศาลชั้นต้น ภายใน 15 วัน และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้พิจารณาแล้วเห็นว่าครบถ้วน ถูกต้องและตรวจรับเรียบร้อยแล้วตามสัญญา

งวดที่ 2 จ่ายเมื่อดำเนินการสืบพยานเสร็จสิ้น และส่งมอบรายงานกระบวนการพิจารณาของศาล ภายใน 7 วันนับจากวันสืบพยาน และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้พิจารณาแล้วเห็นว่าครบถ้วน ถูกต้องและตรวจรับเรียบร้อยแล้วตามสัญญา

งวดที่ 3 จ่ายงวดสุดท้ายต่อเมื่อความได้ดำเนินการส่งมอบสำเนาคำพิพากษาหรือคำสั่งของศาลชั้นต้นเสร็จสิ้น ภายใน 7 วันนับจากมีคำพิพากษาหรือคำสั่งของศาลชั้นต้น และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้พิจารณาแล้วเห็นว่าครบถ้วน ถูกต้องและตรวจรับเรียบร้อยแล้วตามสัญญา จึงถือว่าสัญญาจ้างสิ้นสุดลง

มีเงื่อนไข ** งวดที่ 1 จ่ายเมื่อดำเนินการออกแบบร่างขั้นต้น ส่งมอบต่อสภา ภายใน 15 วัน และคณะกรรมการตรวจรับได้ตรวจรับแล้ว

งวดที่ 2 จ่ายเมื่อดำเนินการออกแบบร่างขั้นสุดท้าย ส่งมอบต่อสภา ภายใน 30 วัน และคณะกรรมการตรวจรับได้ตรวจรับแล้ว

งวดที่ 3 จ่ายเมื่อดำเนินการเขียนแบบรายละเอียด พร้อมทั้งจัดทำเอกสารประกอบแล้วเสร็จทั้งหมด ภายใน 60 วัน และคณะกรรมการตรวจรับได้ตรวจรับเรียบร้อยแล้ว

งวดที่ 4 จ่ายเมื่อผู้รับจ้างได้ให้ข้อมูล คำแนะนำในการควบคุมกำกับการจ้างก่อสร้าง/ปรับปรุงอาคารแล้วเสร็จ 40% และคณะกรรมการตรวจรับได้ตรวจรับเรียบร้อยแล้ว

งวดที่ 5 จ่ายเมื่อผู้รับจ้างได้ให้ข้อมูล คำแนะนำในการควบคุมกำกับการจ้างก่อสร้าง/ปรับปรุงอาคารแล้วเสร็จ 70% และคณะกรรมการตรวจรับได้ตรวจรับเรียบร้อยแล้ว

งวดที่ 6 จ่ายเมื่อผู้รับจ้างได้ให้ข้อมูล คำแนะนำในการควบคุมกำกับการจ้างก่อสร้าง/ปรับปรุงอาคารแล้วเสร็จสมบูรณ์และคณะกรรมการตรวจรับได้ตรวจรับเรียบร้อยแล้ว

20. รายงานสรุปโครงการที่รับทุนสนับสนุนจากสภาองค์กรของผู้บริโภคปี 2565

ลำดับ	โครงการที่ รับทุนสนับสนุน ปี 2565	จำนวน โครงการ	งบที่อนุมัติ	ยอดเงินที่ จ่ายแล้ว	ยอดเงินที่ ต้องจ่าย	จำนวน โครงการ ที่เหลือ
7.1	โครงการขนาดเล็ก (จำนวนเงิน 0 - 40,000 บาท)	159	6,265,090.00	4,717,787.50	1,547,302.50	157 โครงการ
7.2	โครงการขนาดกลาง (จำนวนเงิน 40,001 - 200,000 บาท)	47	5,929,030.00	4,446,772.50	1,482,257.50	47 โครงการ
7.3	โครงการขนาดใหญ่ (จำนวนเงิน 200,001 - 500,000 บาท)	12	4,062,600.00	2,269,140.00	1,793,460.00	12 โครงการ
7.4	โครงการขนาดใหญ่พิเศษ (จำนวนเงิน 500,001 บาทขึ้นไป)	1	2,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	1 โครงการ
	รวมทั้งสิ้น	219	18,256,720.00	12,433,700.00	5,823,020.00	217 โครงการ

21. การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ส่งผลทำให้เกิดการชะลอตัวของเศรษฐกิจและมีผลกระทบต่อธุรกิจและอุตสาหกรรมโดยรวม สถานการณ์ดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของสภาองค์กรของผู้บริโภค โดยการรับรู้และการวัดมูลค่าของสินทรัพย์และหนี้สินในงบการเงิน ผู้บริหารได้ประเมินผลกระทบทางการเงินเกี่ยวกับมูลค่าของสินทรัพย์ ประมาณการหนี้สินและหนี้สินที่อาจเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและใช้ดุลยพินิจในการประมาณการตามสถานการณ์ดังกล่าว

22. การอนุมัติงบการเงิน

งบการเงินได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการนโยบายสภาองค์กรของผู้บริโภค เมื่อวันที่ 24 มกราคม 2566



(นางสาวสารี อ๋องสมหวัง)
เลขาธิการสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค



(นางสาวบุญยืน ศิริธรรม)
ประธานสภาองค์กรของผู้บริโภค

สรุปข้อมูลสำคัญทางการเงิน และงบประมาณ

ณ วันที่ 30 กันยายน 2565

แหล่งรายได้

ในปีงบประมาณ 2565 สภาองค์กรของผู้บริโภค นำทุนประเดิมคงเหลือ จำนวน 218.56 ล้านบาท จากปีงบประมาณ 2564 เพื่อดำเนินการตามงานภารกิจหลักขององค์กรตามพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 และมีรายได้จากเงินบริจาคและดอกเบี้ยรับ จำนวน 0.79 ล้านบาท

ค่าใช้จ่าย

สภาองค์กรของผู้บริโภคมีค่าใช้จ่ายในปี 2565 จำนวน 159.14 ล้านบาท โดยร้อยละ 44.84 หรือ 71.36 ล้านบาท เป็นเงินสนับสนุนการดำเนินงานให้แก่หน่วยงานประจำจังหวัด หน่วยงานเขตพื้นที่ สมาชิกและองค์กรของผู้บริโภค เพื่อคุ้มครองพิทักษ์สิทธิ พร้อมทั้งรักษาประโยชน์ให้กับผู้บริโภคในพื้นที่ และใช้จ่ายในการดำเนินงานด้านการรับเรื่องร้องเรียน ไกล่เกลี่ย ฟ้องคดีช่วยเหลือผู้บริโภค ผลักดันข้อเสนอแนะนโยบาย พัฒนาศักยภาพและสร้างความเข้มแข็งให้แก่สมาชิก รับฟังความเห็นสมาชิกและประชาชน เผยแพร่ความรู้ให้กับผู้บริโภค ร้อยละ 26.61 หรือ 42.35 ล้านบาท นอกจากนี้ได้ใช้จ่ายเกี่ยวกับบุคลากรสภาองค์กรของผู้บริโภค ร้อยละ 22.13 หรือ 35.22 ล้านบาท รวมถึงได้ใช้จ่ายในการบริหารจัดการสำนักงานและมีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับครุภัณฑ์ ที่ดิน สิ่งก่อสร้าง ร้อยละ 6.42 หรือ 10.21 ล้านบาท

การใช้จ่ายเงินงบประมาณประจำปีงบประมาณ 2565

แผนปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายเงินประจำปีงบประมาณ 2565 ของสภาองค์กรของผู้บริโภคมีกรอบวงเงินงบประมาณจำนวน 378.24 ล้านบาท (ผ่านความเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 11 พฤษภาคม 2564 แต่ไม่ได้รับการจัดสรร) ทั้งนี้ได้ใช้จ่ายจากเงินทุนประเดิมคงเหลือปีงบประมาณ 2564 ยกมา จำนวน 218.56 ล้านบาท ปีงบประมาณ 2565 นี้ สภาองค์กรของผู้บริโภคใช้จ่ายงบประมาณทั้งสิ้น 188.56 ล้านบาท

ความเห็นผู้บริโภครู้บริการของ หน่วยงานประจำจังหวัดสงขลา



อยากให้กรณีเรื่องร้องเรียนนี้เป็นกรณีศึกษา
เผยแพร่ผ่านช่องทางต่าง ๆ ให้ผู้บริโภครู้เท่าทัน
ไม่ตกเป็นเหยื่อ และเป็นแนวทางจัดการปัญหา
หากผู้บริโภครู้ท่านอื่นพบเจอปัญหาในลักษณะนี้



นางสาวสุปรีดา ธีรวิชานนท์

ผู้ร้องเรียนประเด็นไม่สามารถขอยกเลิกสัญญาสมัครใช้บริการทรีตเมนต์หน้า
จังหวัดสงขลา

ความเห็นผู้บริโภครีบบริการของ หน่วยงานประจำจังหวัดร้อยเอ็ด



สภาพการณ์ของผู้บริโภค เป็นองค์กรที่ช่วยเหลือพี่น้อง
ผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี คอยดูแลแก้ปัญหาช่วยเหลือพี่น้อง
ผู้บริโภคเมื่อถูกเอาเปรียบหรือเกิดความเสียหาย
จึงอยากให้ผู้บริโภคไทยทุกคนได้เข้าใจถึงสิทธิผู้บริโภค
ที่พึงจะได้รับ และให้พิทักษ์รักษาสิทธิไม่ให้โดน
เอาเปรียบต่อไป



นางอรุณี นามหาไชย

ผู้ร้องเรียนประเด็นการชดเชยความเสียหายจากอุบัติเหตุ
จังหวัดร้อยเอ็ด

ภาค
ผนวก

โครงสร้าง

คณะกรรมการและผู้บริหาร
ของสภาองค์กรของผู้บริโภค

คณะกรรมการนโยบาย สภาองค์กรของผู้บริโภค

ณ วันที่ 30 กันยายน 2565



นางสาวบุญยืน ศิริธรรม

ประธาน



นายนิมิตร เทียนอุดม

รองประธาน



**นางสาวพิมพ์วิไล
นิศาวัฒน์นันท์**

กรรมการ



นางบุพผพัณห์ คำริตา

กรรมการ



นายปฐวัติ เจลิ้มชาติ

กรรมการ



นางสาวสิรินา เพชรรัตน์

กรรมการ



รศ.ดร.เรงชัย ต้นสกุล

กรรมการ



นางสาวชลดา บุญเกษม

กรรมการ



**นางสาววิภารัตน์
พิพัฒน์เตชากร**
กรรมการ



นายกิตชัย กิตติคุณ
กรรมการ



นายสมชาย กระจำแสง
กรรมการ



นายกมล กมลตระกูล
กรรมการ



บพ.อนูชา เศรษฐเสถียร
กรรมการ



พศ.ดร.จุมพล ชื่นจิตต์ศิริ
กรรมการ



ภก.ภาณุโชติ ทองยัง
กรรมการ



นางสาวสุรรัตน์ ตรีมรรคา
กรรมการ



ดร.ไพบุลย์ ช่วงทอง
กรรมการ



นางสาวสุกัญญา กลางณรงค์
กรรมการ



พศ.ประสาธน์ มีแด่ม
กรรมการ



ดร.ดวงตา ตันโช
ที่ปรึกษาคณะกรรมการนโยบาย

คณะอนุกรรมการบริหาร

- | | |
|-------------------------------------|------------------------|
| 1. นายนิมิตร เทียนอุดม | ประธานอนุกรรมการบริหาร |
| 2. ดร.ดวงตา ตันโซ | อนุกรรมการบริหาร |
| 3. นายชาญเชาวน์ ไชยานุกิจ | อนุกรรมการบริหาร |
| 4. นายเกรียงศักดิ์ วัชรนุกุลเกียรติ | อนุกรรมการบริหาร |
| 5. นางสาวอรพิน ยิ่งยงพัฒนา | อนุกรรมการบริหาร |

คณะที่ปรึกษาสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค

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

คณะอนุกรรมการกลั่นกรองการดำเนินคดี

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

คณะอนุกรรมการตรวจสอบ

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

คณะอนุกรรมการ 8 ด้านและคณะทำงาน 1 ด้าน**คณะอนุกรรมการด้านการเงินและการธนาคาร**

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

คณะอนุกรรมการด้านบริการสาธารณะ พลังงาน และสิ่งแวดล้อม

- | | |
|-------------------------------|------------------|
| 1. ผศ.ประสาท มีแต้ม | ประธานอนุกรรมการ |
| 2. นางสาวบุญยืน ศิริธรรม | อนุกรรมการ |
| 3. พ.ท.พญ.กมลพรรณ ชีวพันธ์ศรี | อนุกรรมการ |
| 4. นางสาวเพ็ญโฉม แซ่ตั้ง | อนุกรรมการ |
| 5. นางสาวจริยา เสนพงศ์ | อนุกรรมการ |
| 6. นางสาวรสนา โตสิตระกูล | อนุกรรมการ |
| 7. รศ.ดร.ชาลี เจริญลาภนพรัตน์ | อนุกรรมการ |
| 8. รศ.ดร.เรียงชัย ต้นสกุล | อนุกรรมการ |

คณะอนุกรรมการด้านอสังหาริมทรัพย์และที่อยู่อาศัย

- | | |
|--------------------------------|------------------|
| 1. ผศ.ดร.จุมพล ชื่นจิตต์ศิริ | ประธานอนุกรรมการ |
| 2. นางสาวสิรินนา เพชรรัตน์ | อนุกรรมการ |
| 3. นางสาวกชนุช แสงแสง | อนุกรรมการ |
| 4. นายสุนทร สุริโย | อนุกรรมการ |
| 5. นางประจวบ ทิทอง | อนุกรรมการ |
| 6. นางสาวสรณรัชฎ์ กาญจนะวณิชย์ | อนุกรรมการ |
| 7. นายเฉลิมพงษ์ กลับดี | อนุกรรมการ |
| 8. นางทรงศิริ จุมพล | อนุกรรมการ |

คณะอนุกรรมการด้านบริการสุขภาพ

- | | |
|------------------------------|------------------|
| 1. นางสาวสุรวิรัตน์ ตริมรรคา | ประธานอนุกรรมการ |
| 2. นางบุพพัณฑ์ คำธิตา | อนุกรรมการ |
| 3. นางกัลยวรรณ ดึงหวัง | อนุกรรมการ |
| 4. นางสาวสุภาวดี วิเวก | อนุกรรมการ |
| 5. นายมนัส โกศล | อนุกรรมการ |
| 6. ทพ.อรรถพร ลิ้มปัญญาเลิศ | อนุกรรมการ |
| 7. นายสมชาย กระจำแสง | อนุกรรมการ |
| 8. นางอาภรณ์ อะทาโส | อนุกรรมการ |

คณะอนุกรรมการด้านสินค้าและบริการทั่วไป

- | | |
|-------------------------------------|------------------|
| 1. ดร.ไพบุลย์ ช่างทอง | ประธานอนุกรรมการ |
| 2. นางสาวพิมพ์วิไล นิศาวัฒนนันท์ | อนุกรรมการ |
| 3. นางสาวทัศนีย์ แน่นอุดร | อนุกรรมการ |
| 4. นางชูเนตร ศรีเสาวชาติ | อนุกรรมการ |
| 5. นายชัยภวิศร์ ธวัชชัยนันท์ | อนุกรรมการ |
| 6. ผศ.ดร.วีระพันธ์ รังสีวิจิตรประภา | อนุกรรมการ |
| 7. ดร.สิวินีย์ สวัสดิ์อารี | อนุกรรมการ |
| 8. ดร.สุทธศักดิ์ ภัทรมานะวงศ์ | อนุกรรมการ |

คณะอนุกรรมการด้านการสื่อสาร โทรคมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศ

- | | |
|--------------------------------|------------------|
| 1. นางสาวสุกัญญา 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 ไรจน์ไพรวงศ์ | อนุกรรมการ |
| 8. นายวรพจน์ วงศ์กิจรุ่งเรือง | อนุกรรมการ |

คณะอนุกรรมการด้านการขนส่งและยานพาหนะ

- | | |
|-------------------------------|------------------|
| 1. นพ.อนุชา เศรษฐเสถียร | ประธานอนุกรรมการ |
| 2. นายปวิวัติ เฉลิมชาติ | อนุกรรมการ |
| 3. นายสว่าง ศรีสม | อนุกรรมการ |
| 4. ดร.สถิตธร ทองมีนสุข | อนุกรรมการ |
| 5. นพ.ธนะพงศ์ จินวงษ์ | อนุกรรมการ |
| 6. นายฐิติพัฒน์ ไทยจงรักษ์ | อนุกรรมการ |
| 7. ดร.เจษฎา คำผอง | อนุกรรมการ |
| 8. รศ.ดร.ชาลี เจริญลาภนพรัตน์ | อนุกรรมการ |

คณะอนุกรรมการด้านอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ

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

คณะทำงานด้านการศึกษา ภายใต้**คณะอนุกรรมการด้านสินค้าและบริการทั่วไป**

- | | |
|-------------------------------|------------------|
| 1. นายคมเทพ ประกายนนต์ | ประธานอนุกรรมการ |
| 2. รศ.ดร.เรีงชัย ดันสกุล | อนุกรรมการ |
| 3. พ.ท.พญ.กมลพรรณ ชีวพันธ์ศรี | อนุกรรมการ |
| 4. นางกมลทิพย์ ใบเงิน | อนุกรรมการ |
| 5. นางรัชนี ธงไชย | อนุกรรมการ |
| 6. ดร.สมชาย คุ่มพูล | อนุกรรมการ |
| 7. นายสาโรช บุตรเนียร | อนุกรรมการ |

คณะผู้บริหารสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค

- | | |
|----------------------------|--|
| 1. นางสาวสารี อ๋องสมหวัง | เลขาธิการสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค |
| 2. นางสุภาพร ถิ่นวัฒนากุล | รองเลขาธิการสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค/
รักษาการหัวหน้าฝ่ายสนับสนุนสมาชิกและองค์กรของผู้บริโภค |
| 3. นายอิฐบูรณ์ อ้นวงษา | รองเลขาธิการสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค |
| 4. นางสาววรลักษณ์ ศรีไย | หัวหน้าฝ่ายนโยบายและนวัตกรรม |
| 5. นายโสภณ หนูรัตน์ | หัวหน้าฝ่ายคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค |
| 6. นางสาวสถาพร อารักษ์วาทะ | หัวหน้าฝ่ายสื่อสารสาธารณะและประชาสัมพันธ์ |
| 7. นายสุรชัย โรจนไพรวงศ์ | หัวหน้าฝ่ายบริหารสำนักงาน |
| 8. นายวิฑูรย์ บุตรสาระ | หัวหน้าฝ่ายงานเลขาธิการ |



หน่วยงานเขตพื้นที่

ภาคเหนือ	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค จังหวัดพะเยา	91 หมู่ที่ 2 ตำบลบ้านสันป่าม่วง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา 56000	084-9489285
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	สมาคมผู้บริโภคจังหวัดขอนแก่น	685/5 ซอยวุฒาราม ถนนหน้าเมือง ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 40000	065-0525005
ภาคตะวันออก	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค จังหวัดฉะเชิงเทรา	129/36 หมู่ที่ 3 ตำบลเกาะถนน อำเภอพนมสารคาม จังหวัดฉะเชิงเทรา 24120	092-2742123
ภาคตะวันตก	สมาคมผู้บริโภคภาคตะวันตก	105/16 หมู่ที่ 2 ตำบลบางแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม 75000	099-3251101
ภาคใต้	สมาคมผู้บริโภคสงขลา	2 ซอยหมู่บ้านไทยสมุทร ตำบลหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110	084-6692380

หน่วยงานประจำจังหวัด

เชียงราย	สมาคมประชาสังคมเพื่อการพัฒนา	331/3 หมู่ที่ 19 ตำบลรอบเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย 57000	095-1558983
เชียงใหม่	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคภาคประชาชน จังหวัดเชียงใหม่	111 หมู่ที่ 5 ตำบลแม่เหียะ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50120	089-6331638
ลำพูน	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจังหวัดลำพูน	9 ถนนรถแก้ว ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน 51000	093-3076800
ลำปาง	ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคจังหวัดลำปาง	124/50 ถนนท่าครวน้อย ตำบลสบตุ๋ย อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง 52100	083-1529524
พะเยา	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจังหวัดพะเยา	91 หมู่ที่ 2 ตำบลบ้านสันป่าม่วง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา 56000	063-1141715
ร้อยเอ็ด	ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพ ประชาชนจังหวัดร้อยเอ็ด	687 หมู่ที่ 16 ตำบลรอบเมือง อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด 45000	080-0159440
กรุงเทพมหานคร	มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค	4/2 ซอยวัฒนโยธิน แขวงพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร 10400	089-6619836
กาญจนบุรี	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคกาญจนบุรี	178/7 หมู่ที่ 11 ถนนพรางนิมิต-เลี้ยวเมือง ตำบลปากแพรก อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี 71000	080-4373337
ประจวบคีรีขันธ์	ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพ ประชาชนจังหวัดประจวบคีรีขันธ์	1/56 หมู่บ้านเดซีนิ 5 ถนนนพธาราช ตำบลประจวบคีรีขันธ์ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77000	081-8757299
สุราษฎร์ธานี	โครงการบริโภคสร้างสรรค์ สุราษฎร์ธานี	180/3 หมู่ที่ 1 ถนนวัดโพธิ์-บางใหญ่ ตำบลมะขามเตี้ย อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี 84000	080-5698848

สงขลา	สมาคมผู้บริโภคสงขลา	2 ซอยหมู่บ้านไทยสมุทร ตำบลหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110	081-5435899
สตูล	เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดสตูล	486 หมู่ที่ 6 ตำบลละงู อำเภอละงู จังหวัดสตูล 91110	089-6587344
ฉะเชิงเทรา	หน่วยรับเรื่องร้องเรียนอื่นที่เป็นอิสระ จากผู้ถูกร้องเรียนตามมาตรา ๕๐(๕) จ.ฉะเชิงเทรา	37 หมู่ที่ 9 ตำบลลาดกระทิง อำเภอสนามชัยเขต จังหวัดฉะเชิงเทรา 24160	065-9965971
สมุทรสงคราม	สมาคมพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคจังหวัด สมุทรสงคราม	105/13 หมู่ที่ 2 ตำบลบางแก้ว อำเภอเมือง จังหวัด สมุทรสงคราม 75000	098-4973316



สมาชิกสภาองค์กร ของผู้บริโภค ปี 2565

หน่วยงานเขตพื้นที่ภาคเหนือ (ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจังหวัดพะเยา)

สมาชิกที่อยู่ภายใต้การดูแลของหน่วยงานประจำจังหวัด

หน่วยงานประจำจังหวัดเชียงใหม่

(ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคภาคประชาชน จังหวัดเชียงใหม่)

1) เครือข่ายผู้ติดเชื้อเอชไอวี/เอดส์ จังหวัดเชียงใหม่	1/100 ถนนรัตนโกสินทร์ ตำบลวัดเกต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50000
2) ชมรมอาสาสมัครดูแลผู้สูงอายุที่บ้าน (ช.อ.บ.) เขตเมืองเชียงใหม่	77/68 ถนนชลประทาน ตำบลป่าตัน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50300
3) ชมรมผู้สูงอายุชุมชนบ้านใหม่	4 ถนนบ้านใหม่ ตำบลท่าศาลา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50000
4) ชมรมไชยปราการยิ้มสู้	131 หมู่ที่ 3 ตำบลศรีดงเย็น อำเภอไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่ 50320
5) ศูนย์ประสานงานเครือข่ายแรงงานนอกระบบ เชียงใหม่	107 หมู่ที่ 9 ตำบลหนองแก้ว อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ 50230
6) ชมรมโกลบอลแคมปัสเชียงใหม่	สถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ห้อง 125 ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50200
7) ชมรมใจเขาใจเรา	ร้านคำรวมใจ บริเวณที่ว่าการอำเภอสันป่าตอง อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ 50120
8) ชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดภัยจังหวัดเชียงใหม่	9/927 หมู่ที่ 1 ตำบลหนองหาร อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ 50290
9) คณะทำงานผักปลอดภัยบ้านห้วยงูกลาง	106/1 หมู่ที่ 9 ตำบลสันทราย อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ 50110
10) มูลนิธิพัฒนาศักยภาพชุมชน North Net foundation	225/112 หมู่ที่ 5 ตำบลสันพระเนตร อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ 50210

11) ชมรมสุขบัญญัติยอหลวง	285 หมู่ที่ 2 ตำบลเชียงดาว อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ 50170
12) ศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชน จังหวัดเชียงใหม่	111 หมู่ที่ 5 ตำบลแม่เหียะ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50120
13) ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน จังหวัดเชียงใหม่	111 หมู่ที่ 5 ตำบลแม่เหียะ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50120
14) ชมรมเพื่อสุขภาพ ร.พ.ฝาง	2 หมู่ที่ 17 ตำบลสันทราย อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ 50110
15) เครือข่ายองค์กรชุมชนอำเภอจอมทอง	306 หมู่ที่ 4 ตำบลช่วงเป้า อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ 51060
16) ชมรมผู้สูงอายุชุมชนหนองหอย	5 ซอย 1 ก. ถนนเกาะกลาง ตำบลหนองหอย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50000
17) เครือข่ายผู้ติดเชื้อ HIV/AIDS อำเภอดอยหล่อ	5 ซอย 1 ก. ถนนเกาะกลาง ตำบลหนองหอย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50000
18) ศูนย์ช่วยเหลือผู้หญิงและเด็กจังหวัดเชียงใหม่	51 ชุมชน 5 ธันวาคม ซอย 7 ถนนวิภาวดี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50100

หน่วยงานประจำจังหวัดลำปาง
(ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค จังหวัดลำปาง)

1) กลุ่มแสงตะวัน	199 หมู่ที่ 1 ตำบลทุ่งงาม อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง 52210
2) กลุ่มชาววัง	362 หมู่ที่ 4 ตำบลวังเหนือ อำเภอวังเหนือ จังหวัดลำปาง 52140
3) ชมรมเพื่อนแก้ว	280 ถนนพหลโยธิน ตำบลหัวเวียง อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง 52000
4) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคตำบลเสริมซ้าย	265 หมู่ที่ 4 ตำบลเสริมซ้าย อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง 52210
5) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคตำบลแม่กัวะ	17 หมู่ที่ 4 ตำบลแม่กัวะ อำเภอสบปราบ จังหวัดลำปาง 52170
6) เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคอำเภอห้างฉัตร	93 หมู่ที่ 8 ตำบลเวียงตาล อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง 52190
7) เครือข่ายลำปางหนา	12/1 ถนนนาก่วม ตำบลสบตุ๋ย อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง 52000
8) เครือข่ายผู้ติดเชื้อ เอชไอวีเอดส์ จังหวัดลำปาง	124/50 ถนนท่าครวน้อย ตำบลสบตุ๋ย อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง 52100

9) เครือข่ายผู้บริโภคมุสลิมจังหวัดลำปาง	289/3 หมู่ที่ 3 ตำบลท่าศาลา อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง 52130
10) ศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคคนพิการตำบลแม่กัวะ	88 หมู่ที่ 3 ตำบลแม่กัวะ อำเภอสบปราบ จังหวัดลำปาง 52170
11) ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคจังหวัดลำปาง	124/50 ถนนท่าคราวน้อย ตำบลสบตุ๋ย อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง 52100
12) ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน จ. ลำปาง	124/50 ถนนท่าคราวน้อย ตำบลสบตุ๋ย อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง 52100
13) กลุ่มทานตะวัน	289 หมู่ที่ 10 ตำบลแม่ทะ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง 52150
14) กลุ่มเยาวชนอาสาสมัครม้าลำปาง	124/50 ถนนท่าคราวน้อย ตำบลสบตุ๋ย อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง 52100
15) กลุ่มรวมน้ำใจ	230 หมู่ที่ 4 ตำบลหลวงเหนือ อำเภองาว จังหวัดลำปาง 52110
16) ชมรมพลังใหม่ ๒๐๐๑	195 หมู่ที่ 3 ตำบลวิเชตนคร อำเภอแจ้ห่ม จังหวัดลำปาง 52120
17) ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคตำบลต้นธงชัย	241 หมู่ที่ 12 ตำบลต้นธงชัย อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง 52000
18) ชมรมใจประสานใจ	374 หมู่ที่ 4 ตำบลเมืองปาน อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง 52240
19) กลุ่มเขลางค์เพื่อการพัฒนา	124/43 ถนนท่าคราวน้อย ตำบลสบตุ๋ย อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง 52100
20) สถาบันธรรมาภิวัฒน์	75 หมู่ที่ 2 ตำบลสบป่าด อำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง 52220

หน่วยงานประจำจังหวัดพะเยา
(ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค จังหวัดพะเยา)

1) กลุ่มแฟกั่มน้ำตำบลแม่กา	245 หมู่ที่ 2 ตำบลแม่กา อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา 56000
2) กลุ่มผู้หญิงรักสุขภาพตำบลบ้านใหม่	17/1 หมู่ที่ 3 ตำบลบ้านใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา 56000
3) กลุ่มอัญญาขาง	79 หมู่ที่ 6 ตำบลสบง อำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา 56110
4) กลุ่มคนสามวัยสานสายใยสุขภาพ	64 หมู่ที่ 6 ตำบลปง อำเภอปง จังหวัดพะเยา 56140

5) เครือข่ายสตรีอำเภอภูพานยาว	59 หมู่ที่ 9 ตำบลดงเจน อำเภอภูพานยาว จังหวัดพะเยา 56000
6) กลุ่มผู้เสียหายเสาสัญญาณโทรศัพท์ตำบลน้ำแวน	260 หมู่ที่ 2 ตำบลน้ำแวน อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา 56110
7) เครือข่ายแรงงานนอกระบบตำบลแม่ลาว	215 หมู่ที่ 8 ตำบลแม่ลาว อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา 56110
8) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจังหวัดพะเยา	91 หมู่ที่ 2 ตำบลบ้านสันป่าม่วง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา 56000
9) ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน จังหวัดพะเยา	91 หมู่ที่ 2 ตำบลบ้านสันป่าม่วง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา 56000
10) เครือข่ายผู้หญิงรักษาสภาพตำบลสันป่าม่วง	63 หมู่ที่ 6 ตำบลบ้านสันป่าม่วง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา 56000
11) คณะทำงานส่งเสริมบทบาทหญิงชายในการพัฒนา จ. พะเยา	111 หมู่ที่ 6 ตำบลบ้านต๋อม อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา 56000
12) กลุ่มขับเคลื่อนเด็กและเยาวชนอำเภอแม่ใจ	67 หมู่ที่ 1 ตำบลแม่ใจ อำเภอแม่ใจ จังหวัดพะเยา 56130
13) กลุ่มเยาวชนต้นกล้าบ้านต้า	104 หมู่ที่ 6 ตำบลบ้านต้า อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา 56000
14) สถาบันพัฒนาชุมชนเข้มแข็งจังหวัดพะเยา	19 หมู่ที่ 8 ตำบลบ้านสันป่าม่วง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา 56000
15) กลุ่มสู้ชีวิตใหม่	7 หมู่ที่ 7 ถนนจุน-ปง ตำบลห้วยข้าวกล้า อำเภोजุน จังหวัดพะเยา 56150
16) ศูนย์องค์กรรวมอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา	269 หมู่ที่ 11 ตำบลบ้านต๋อม อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา 56000
17) ชมรมผู้สูงอายุตำบลหนองหล่ม	วัดไชยมงคล หมู่ที่ 7 ตำบลหนองหล่ม อำเภอดอกคำใต้ จังหวัดพะเยา 56120
18) องค์กรน้ำกว๊านหลากสี	307/15 หมู่ที่ 1 ตำบลนาปรัง อำเภอปง จังหวัดพะเยา 56140
19) ชมรมเพื่อนใจดอกคำใต้	225 หมู่ที่ 4 ตำบลดอนศรีชุม อำเภอดอกคำใต้ จังหวัดพะเยา 56120
20) กลุ่มสายธารน้ำใจตำบลหนองหล่ม	187 หมู่ที่ 5 ตำบลหนองหล่ม อำเภอดอกคำใต้ จังหวัดพะเยา
21) กลุ่มบานบุรี	314 หมู่ที่ 10 ตำบลจิม อำเภอปง จังหวัดพะเยา 56140
22) มูลนิธิพะเยาเพื่อการพัฒนา	91 หมู่ที่ 2 ตำบลสันป่าม่วง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา 56000

หน่วยงานประจำจังหวัดลำพูน (ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจังหวัดลำพูน)

1) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค จังหวัดลำพูน	9 ถนนรณแก้ว ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน 51000
2) กลุ่มเอมลิ้งรักสุขภาพจังหวัดลำพูน	111 หมู่ที่ 7 ตำบลลี่ อำเภอลี่ จังหวัดลำพูน 51110
3) เครือข่ายผู้ติดเชื้อเอชไอวี เอดส์ จังหวัดลำพูน	9 ถนนรณแก้ว ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน 51000
4) ชั่วมใจหลายตอยจังหวัดลำพูน	48 หมู่ที่ 3 ตำบลทุ่งหัวช้าง อำเภอทุ่งหัวช้าง จังหวัดลำพูน 51160
5) ศูนย์เครือข่ายปราชญ์ชาวบ้านตำบลป่าไผ่	148 หมู่ที่ 5 ตำบลป่าไผ่ อำเภอลี่ จังหวัดลำพูน 51110
6) กลุ่มช่วยเหลือชาวลี	111 หมู่ที่ 7 ตำบลลี่ อำเภอลี่ จังหวัดลำพูน 51110
7) กลุ่มฟ้าหลังฝน	105 หมู่ที่ 4 ตำบลนาทราย อำเภอลี่ จังหวัดลำพูน 51110
8) เครือข่ายกะเหรี่ยงเพื่อวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม จังหวัดลำพูน	99 หมู่ที่ 8 ตำบลทากาศ อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน 51170

หน่วยงานประจำจังหวัดเชียงราย (สมาคมประชาสังคมเพื่อการพัฒนา)

1) ศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดเชียงราย	438-439 หมู่ที่ 19 ตำบลรอบเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย 57000
2) สมาคมประชาสังคมเพื่อการพัฒนา	331/3 หมู่ที่ 19 ตำบลรอบเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย 57000
3) ศูนย์ประสานงานบริการชุมชนแม่สรวย	145 หมู่ที่ 11 ตำบลแม่สรวย อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย 57180
4) เครือข่ายแรงงานนอกระบบตำบลดอยงาม	129 หมู่ที่ 4 ตำบลดอยงาม อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย 57120
5) สถาบันการเรียนรู้เพื่อพัฒนาประชาสังคม เชียงราย (สรปส.)	219 หมู่ที่ 9 ตำบลป่าหุง อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย 57120
6) ศูนย์สุขภาพสานใจชุมชนตำบลแม่ฮ้อย	141 หมู่ที่ 6 ตำบลแม่ฮ้อย อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย 57120
7) สมาคมคนพิการทางการเคลื่อนไหว หรือร่างกายเชียงราย	88/59 หมู่ที่ 6 ตำบลสันทราย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย 57000
8) องค์การผู้บริโภคตำบลสันติสุข จ.เชียงราย	247 หมู่ที่ 8 ตำบลสันติสุข อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย 57120

9) เครือข่ายเยาวชนคนคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ตำบลแม่ไร่	115/1 หมู่ที่ 7 ตำบลแม่ไร่ จังหวัดเชียงราย 57240
10) องค์การผู้บริโภคตำบลสันมะเค็ด	3 หมู่ที่ 5 ตำบลสันมะเค็ด อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย 57120
11) องค์การผู้บริโภคตำบลต้า	90 หมู่ที่ 11 ตำบลต้า อำเภอขุนตาล จังหวัดเชียงราย 57340
12) องค์การผู้บริโภคอำเภอเวียงชัย	263 หมู่ที่ 3 ตำบลเวียงชัย อำเภอเวียงชัย จังหวัดเชียงราย 57210
13) องค์การผู้บริโภคตำบลแม่ไร่	145 หมู่ที่ 7 ตำบลแม่ไร่ อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย 57240
14) เครือข่ายองค์กรผู้บริโภคจังหวัดเชียงราย	105/9 หมู่ที่ 1 ถ.เด่นห้า-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

สมาชิกที่อยู่ภายใต้การดูแลของหน่วยงานเขตพื้นที่ภาคเหนือ

1) กลุ่มเครือข่ายผู้ติดเชื้อเอชไอวี/เอดส์ จังหวัดน่าน	79 หมู่ที่ 10 ตำบลกองควาย อำเภอเมือง จังหวัดน่าน 55000
2) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคภาคประชาชน จังหวัดแม่ฮ่องสอน	158/1 หมู่ที่ 3 ตำบลปางหมู อำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน 58000
3) เครือข่าย PHA จังหวัดแพร่	172 ตำบลในเวียง อำเภอเมือง จังหวัดแพร่ 54000
4) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจังหวัดแพร่	172/32 ตำบลในเวียง อำเภอเมือง จังหวัดแพร่ 54000
5) เครือข่ายสตรีพิการ จังหวัดแพร่	1/2 ถนนร้องซื้อ ตำบลในเวียง อำเภอเมือง จังหวัดแพร่ 54000
6) สถาบันปุมพญา อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่	122/2 หมู่ที่ 5 ตำบลร่องกาศ อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่ 54130
7) กลุ่ม M โกศยนคร จังหวัดแพร่	172/32 ถนนยันตรกิจโกศล ตำบลในเวียง อำเภอเมือง จังหวัดแพร่ 54000
8) คณะกรรมการเอดส์ ตำบลแม่ยาวฮ่อ	10 หมู่ที่ 1 ตำบลแม่ยาวฮ่อ อำเภอร้องกวาง จังหวัดแพร่ 54140

- | | |
|--|--|
| 9) ชมรมผู้บริโภคจังหวัดอุดรธานี | 427/8 หมู่ที่ 6 ตำบลท่าเสา อำเภอเมือง
จังหวัดอุดรธานี 53000 |
| <hr/> | |
| 10) หน่วยรับเรื่องร้องเรียนอิสระ มาตรา ๕๐(๕)
จังหวัดกำแพงเพชร | 36 หมู่ที่ 16 ตำบลเทพนคร อำเภอเมือง
จังหวัดกำแพงเพชร 62000 |

หน่วยงานเขตพื้นที่ภาคตะวันตก (สมาคมผู้บริโภคภาคตะวันตก)

สมาชิกที่อยู่ภายใต้การดูแลของหน่วยงานประจำจังหวัด

หน่วยงานประจำจังหวัดสมุทรสงคราม (สมาคมพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคจังหวัดสมุทรสงคราม)

- | | |
|--|---|
| 1) เครือข่ายองค์กรงดเหล้าจังหวัดสมุทรสงคราม | 105/13 หมู่ที่ 2 ตำบลบางแก้ว อำเภอเมือง
จังหวัดสมุทรสงคราม 75000 |
| <hr/> | |
| 2) ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพ
ประชาชนภาคตะวันตก | 105/16 หมู่ที่ 2 ตำบลบางแก้ว อำเภอเมือง
จังหวัดสมุทรสงคราม 75000 |
| <hr/> | |
| 3) ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน
จังหวัดสมุทรสงคราม | 2/71 หมู่ที่ 2 ตำบลบางแก้ว อำเภอเมือง
จังหวัดสมุทรสงคราม 75000 |
| <hr/> | |
| 4) สมาคมผู้บริโภคภาคตะวันตก | 105/16 หมู่ที่ 2 ตำบลบางแก้ว อำเภอเมือง
จังหวัดสมุทรสงคราม 75000 |
| <hr/> | |
| 5) สมาคมพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคสมุทรสงคราม | 105/13 หมู่ที่ 2 ตำบลบางแก้ว อำเภอเมือง
จังหวัดสมุทรสงคราม 75000 |

หน่วยงานประจำจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์)

- | | |
|--|--|
| 1) ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน
จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ | 1/42-1/43 หมู่บ้านเตาหิน 5 ถนนมหาราช
ตำบลประจวบคีรีขันธ์ อำเภอเมือง
จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77000 |
| <hr/> | |
| 2) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคอำเภอเมือง
ประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ | 39/7 ถนนสุขใจ ตำบลประจวบคีรีขันธ์ อำเภอเมือง
จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77000 |
| <hr/> | |
| 3) องค์กรคุ้มครองผู้บริโภคตำบลทองมงคล
อำเภอบางสะพาน | 160 หมู่ที่ 10 ตำบลทองมงคล อำเภอบางสะพาน
จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77140 |
| <hr/> | |
| 4) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคอำเภอหัวหิน
จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ | 378 หมู่ที่ 3 ตำบลทับใต้ อำเภอหัวหิน
จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77110 |
| <hr/> | |
| 5) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคอำเภอบางสะพาน
จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ | 273/2 หมู่ที่ 4 ตำบลทองมงคล อำเภอบางสะพาน
จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77140 |

6) องค์รค์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคตำบลคลองวาฬ อำเภอเมืองประจวบคีรีขันธ์	201 หมู่ที่ 1 ตำบลคลองวาฬ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77000
7) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคอำเภอทับสะแก จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	103 หมู่ที่ 10 ตำบลอ่างทอง อำเภอทับสะแก จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77130
8) องค์รค์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคตำบลปากน้ำปราณ อำเภอปราณบุรี	23/11 หมู่ที่ 2 ตำบลปากน้ำปราณ อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77120
9) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคอำเภอกุยบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	135 หมู่ที่ 9 ตำบลสามกระชาย อำเภอกุยบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77150
10) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคอำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	374 หมู่ที่ 7 ตำบลวังก้ง อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77120
11) องค์รค์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคตำบลบ่อนอก อำเภอเมืองประจวบคีรีขันธ์	447 หมู่ที่ 9 ตำบลประจวบคีรีขันธ์ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77000
12) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคอำเภอสามร้อยยอต จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	ศาลาเอกประสงค์บ้านหนองคาง หมู่ที่ 3 ตำบลศีลาลัย อำเภอสามร้อยยอต จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77180
13) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคอำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	147/1 หมู่ที่ 1 ตำบลช้างแร้ง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77170

หน่วยงานประจำจังหวัดกาญจนบุรี
(ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคกาญจนบุรี)

1) กลุ่มคนรักสุขภาพบ้านเขาใหญ่	94/19 หมู่ที่ 1 บ้านเขาใหญ่ ตำบลท่ามะขาม อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี 71000
2) เครือข่ายประชาชนคุ้มครองสิทธิ	47/1 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 จังหวัดกาญจนบุรี 71000
7) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคกาญจนบุรี	178/7 หมู่ที่ 11 ถนนพรางนิมิต-เลี้ยวเมือง ตำบลปากแพรก อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี 71000
8) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคตำบลหนองโรง	3/2 หมู่ที่ 1 ตำบลหนองโรง อำเภอพนมทวน จังหวัดกาญจนบุรี 71140

สมาชิกที่อยู่ภายใต้การดูแลของ หน่วยงานเขตพื้นที่ภาคตะวันตก

1) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจังหวัดนครปฐม	19/43 ตำบลลำพญา อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม 73000
2) สหภาพความร่วมมือภาคประชาชนจังหวัดนครปฐม	19/43 ตำบลลำพญา อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม 73000
3) เครือข่ายองค์กรงดเหล้าจังหวัดนครปฐม	19/43 ตำบลลำพญา อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม 73000
4) ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน จังหวัดนครปฐม	19/43 หมู่ที่ 5 ตำบลลำพญา อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม 73000
5) ศูนย์เพื่อผู้บริโภคจังหวัดสุพรรณบุรี	31/4 หมู่ที่ 3 ตำบลสนามชัย อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี 72000
6) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจังหวัดราชบุรี	65/255 ถนนคชาธร ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี 70000

หน่วยงานเขตพื้นที่ตะวันออก (ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจังหวัดฉะเชิงเทรา)

สมาชิกที่อยู่ภายใต้การดูแลของหน่วยงานประจำจังหวัด

หน่วยงานประจำจังหวัดฉะเชิงเทรา

(หน่วยรับเรื่องร้องเรียนอื่นที่เป็นอิสระจากผู้ถูกร้องเรียนตามมาตรา ๕๐(๕))

1) หน่วยรับเรื่องร้องเรียนอื่นที่เป็นอิสระจาก ผู้ถูกร้องเรียนตามมาตรา ๕๐(๕) ฉะเชิงเทรา	37 หมู่ที่ 9 ตำบลลาดกระทิง อำเภอสนามชัยเขต จังหวัดฉะเชิงเทรา 24160
2) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจังหวัดฉะเชิงเทรา	129/36 หมู่ที่ 3 ตำบลเกาะถนน อำเภอพนมสารคาม จังหวัดฉะเชิงเทรา 24120
3) ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน จังหวัดฉะเชิงเทรา (ประเด็นคนพิการ)	6 หมู่ที่ 3 ตำบลหมอนทอง อำเภอบางน้ำเปรี้ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา 24150
4) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค อำเภอบางน้ำเปรี้ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา (ประเด็นคนพิการ)	14/1 หมู่ที่ 16 ตำบลโพรงอากาศ อำเภอบางน้ำเปรี้ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา 24150
5) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจังหวัดฉะเชิงเทรา อ.บางปะกง ประเด็นเด็กและเยาวชน	129/170 หมู่ที่ 3 ตำบลบางสมัคร อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา 24130
6) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา (ประเด็นคนพิการ)	54/37 หมู่ที่ 5 ตำบลท่าสะอ้าน อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา 24130

7) ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน จังหวัดฉะเชิงเทรา (อ.แปลงยาว) (ประเด็นเกษตรกร)	61/10 หมู่ที่ 9 ตำบลหัวสำโรง อำเภอแปลงยาว จังหวัดฉะเชิงเทรา 24190
8) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคอำเภอคลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา (ประเด็นเกษตรกร)	7/2 หมู่ที่ 2 ตำบลคลองเขื่อน อำเภอคลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา 24000
9) ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน จังหวัดฉะเชิงเทรา	333/3 หมู่ที่ 1 ตำบลพนมสารคาม อำเภอพนมสารคาม จังหวัดฉะเชิงเทรา 24120
10) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจังหวัดฉะเชิงเทรา (อำเภอราชสาส์น) (ประเด็นเด็กและเยาวชน)	114 หมู่ที่ 4 ตำบลตงน้อย อำเภอราชสาส์น จังหวัดฉะเชิงเทรา 24120
11) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจังหวัดฉะเชิงเทรา ประเด็นเกษตรกร	43 หมู่ที่ 8 ตำบลแปลงยาว อำเภอแปลงยาว จังหวัดฉะเชิงเทรา 24190
12) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคอำเภอพนมสารคาม จ.ฉะเชิงเทรา (ประเด็นสตรี)	77/57 หมู่ที่ 2 ถนนเทศบาล 12 ตำบลพนมสารคาม อำเภอพนมสารคาม จังหวัดฉะเชิงเทรา 24120
13) ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน จ.ฉะเชิงเทรา (ประเด็นเกษตรกร)	11/3 หมู่ที่ 3 ตำบลท่าตะเกียบ อำเภอท่าตะเกียบ จังหวัดฉะเชิงเทรา 24160
14) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค จ.ฉะเชิงเทรา ประเด็นคนพิการ	23/3 หมู่ที่ 2 ตำบลบางขวัญ อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา 24000
15) ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน จ.ฉะเชิงเทรา ประเด็นผู้สูงอายุ	8 หมู่ที่ 3 ตำบลสาวชะโงก อำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา 24110
16) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค อ.ท่าตะเกียบ จ.ฉะเชิงเทรา (ประเด็นเกษตรกร)	11/3 หมู่ที่ 3 ตำบลท่าตะเกียบ อำเภอท่าตะเกียบ จังหวัดฉะเชิงเทรา 24160
17) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ตำบลบางแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา	34 หมู่ที่ 10 ตำบลบางแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา 24000

สมาชิกที่อยู่ภายใต้การดูแลของหน่วยงานเขตพื้นที่

1) เครือข่ายประชาชนปกป้องประเทศ	51 หมู่ที่ 17 หมู่บ้านวินด์มิลล์ ถนนบางนา-ตราด กม.10 ตำบลบางพลีใหญ่ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10540
2) ศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคตำบลหนองหัว จังหวัดสระแก้ว	57 หมู่ที่ 16 ตำบลหนองหัว อำเภอเขาฉกรรจ์ จังหวัดสระแก้ว 27000
3) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจังหวัดสระแก้ว	171 หมู่ที่ 8 ตำบลโคกสูง อำเภอโคกสูง จังหวัดสระแก้ว 27120
4) ศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคตำบลพระเพลิง	20 หมู่ที่ 7 ตำบลพระเพลิง อำเภอเขาฉกรรจ์ จังหวัดสระแก้ว 27000

5) ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพ ภาคประชาชน จังหวัดชลบุรี	3/16 หมู่ที่ 16 ตำบลบ้านปึก อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20130
6) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจังหวัดชลบุรี	3/16 หมู่ที่ 16 ตำบลบ้านปึก อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20130
7) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจังหวัดชลบุรี (ประเด็นเด็กและเยาวชน)	79/5 หมู่ที่ 1 ตำบลอ่างศิลา อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20000
8) สมาคมคนพิการจันทบุรี	81/195 หมู่ที่ 4 ตำบลบางกะจะ อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี 22000

หน่วยงานเขตพื้นที่ภาคใต้ (สมาคมผู้บริโภคสงขลา)

สมาชิกที่อยู่ภายใต้การดูแลของหน่วยงานประจำจังหวัด

หน่วยงานประจำจังหวัดสุราษฎร์ธานี
(โครงการบริโภคสร้างสรรค์สุราษฎร์ธานี)

1) เครือข่ายผู้บริโภคอำเภอพุนพิน	35 หมู่ที่ 2 ตำบลมะลวน อำเภอพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี 84133
2) ศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคอำเภอคีรีรัฐนิคม	5/1 หมู่ที่ 9 ตำบลบ้านยาง อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี 84180
3) โครงการบริโภคสร้างสรรค์สุราษฎร์ธานี	180/3 หมู่ที่ 1 ถนนวัดโพธิ์-บางใหญ่ ตำบลมะขามเตี้ย อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี 84000
4) ศูนย์ประสานงานคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค อำเภอท่าฉาง	115/1 หมู่ที่ 4 ตำบลเขาถ่าน อำเภอท่าฉาง จังหวัดสุราษฎร์ธานี 84150
5) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคอำเภอไชยา	92 หมู่ที่ 4 ตำบลโมถ่าย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี 84110
6) ชมรมเมล็ดพันธุ์บ้านเทิง	119/6 หมู่ที่ 16 ตำบลทุ่งหลวง อำเภอเวียงสระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี 84190
7) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี	261 หมู่ที่ 4 ตำบลขุนทะเล อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี 84110
8) เครือข่ายจิตอาสา เพื่อนช่วยเพื่อน	6 หมู่ที่ 2 ตำบลเคียนซา อำเภอเคียนซา จังหวัดสุราษฎร์ธานี 84260

หน่วยงานประจำจังหวัดสตูล
(เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดสตูล)

1) เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคตำบลเกตรี	10 หมู่ที่ 3 ตำบลเกตรี อำเภอเมือง จังหวัดสตูล 91140
2) เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคตำบลทุ่งหว้า	9/5 หมู่ที่ 4 ตำบลทุ่งหว้า อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล 91120
3) เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคอำเภอทุ่งหว้า	3/1 หมู่ที่ 8 ตำบลทุ่งหว้า อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล 91120
4) เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคตำบลนาทอน	อาคารเอนกประสงค์ หมู่ที่ 2 ตำบลนาทอน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล 91120
5) เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคตำบลคลองคาน	157 หมู่ที่ 2 ตำบลคลองคาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล 91120
6) ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน จังหวัดสตูล	องค์การบริหารส่วนตำบลละงู (หลังเก่า) หมู่ที่ 12 ตำบลละงู อำเภอละงู จังหวัดสตูล 91110
7) เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดสตูล	องค์การบริหารส่วนตำบลละงู (หลังเก่า) หมู่ที่ 12 ตำบลละงู อำเภอละงู จังหวัดสตูล 91110
8) เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคตำบลคลองขุด	556 หมู่ที่ 7 ตำบลคลองขุด อำเภอเมืองสตูล จังหวัดสตูล 91000

หน่วยงานประจำจังหวัดสงขลา
(สมาคมผู้บริโภคสงขลา)

1) สมาคมผู้บริโภคสงขลา	2 หมู่บ้านไทยสมุทร ตำบลหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110
2) เครือข่ายผู้บริโภคอำเภอหาดใหญ่	13/3 หมู่ที่ 1 ตำบลคลองอู่ตะเภา อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110
3) กลุ่มเครือข่ายผู้บริโภค ต.คลองอู่ตะเภา อ.หาดใหญ่	13/3 หมู่ที่ 1 ตำบลคลองอู่ตะเภา อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110
4) เครือข่ายหลักประกันสุขภาพภาคประชาชน จังหวัดสงขลา	2 หมู่บ้านไทยสมุทร ตำบลหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110
5) เครือข่ายผู้บริโภคอำเภอรัตนภูมิ	201 หมู่ที่ 10 ตำบลคูหาใต้ อำเภอรัตนภูมิ จังหวัดสงขลา 90180
6) เครือข่ายผู้บริโภค อำเภอนาหม่อม จังหวัดสงขลา	62/9 หมู่ที่ 1 ตำบลคลองหรีด อำเภอนาหม่อม จังหวัดสงขลา 90310
7) เครือข่ายผู้บริโภคอำเภอสทิงพระ	49/1 หมู่ที่ 3 ตำบลวัดจันทร์ อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา 90190

8) เครือข่ายผู้บริโภคอำเภอคลองหอยโข่ง จ.สงขลา	34 หมู่ที่ 5 ตำบลโคกม่วง อำเภอคลองหอยโข่ง จังหวัดสงขลา 90230
9) เครือข่ายผู้บริโภคอำเภอเมืองสงขลา	131/1 ถนนไทรงาม ตำบลบ่อยาง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา 90000

สมาชิกที่อยู่ภายใต้การดูแลของหน่วยงานเขตพื้นที่ภาคใต้

1) เครือข่ายผู้บริโภคจังหวัดกระบี่	284 หมู่ที่ 8 ตำบลทับปด อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ 81000
2) เครือข่ายผู้บริโภคอำเภอโคกโพธิ์	81 หมู่ที่ 7 ตำบลนาเกตุ อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี 94120
3) เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคตำบลปะกาสะรัง	9/9 หมู่ที่ 8 ตำบลปะกาสะรัง อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี 94000
4) ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน อำเภอสวี จังหวัดชุมพร	363/1 (อาคารทันตกรรม รพ.สต. เขาทะลุ) หมู่ที่ 6 ตำบลเขาทะลุ อำเภอสวี จังหวัดชุมพร 86130
5) ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน อ.เมือง จ.ชุมพร	7 หมู่ที่ 7 ตำบลวังไผ่ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร 86000
6) ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพ และคุ้มครองผู้บริโภค อ.ปะทิว 1	74/4 หมู่ที่ 7 ตำบลบางสน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร 86160
7) สมาคมคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดปัตตานี	119/39 หมู่ที่ 8 ตำบลบานา อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี 94000
8) เครือข่ายสื่อสร้างสรรค์เพื่อผู้บริโภค “ปะทิวนิวส์”	74/12 หมู่ที่ 7 ตำบลบางสน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร 86160

หน่วยงานเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (สมาคมผู้บริโภคจังหวัดขอนแก่น)

สมาชิกที่อยู่ภายใต้การดูแลของหน่วยงานประจำจังหวัด

หน่วยงานประจำจังหวัดร้อยเอ็ด

(ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน จังหวัดร้อยเอ็ด)

1) ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคตำบลหัวโทน	21 หมู่ที่ 8 ตำบลหัวโทน อำเภอสุวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด 45130
2) ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคตำบลหนองใหญ่	101 หมู่ที่ 8 ตำบลหนองใหญ่ อำเภอศรีสมเด็จ จังหวัดร้อยเอ็ด 45000

3) ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชนตำบลภูเก้าสิงห์	45 หมู่ที่ 2 ตำบลภูเก้าสิงห์ อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด 45150
4) ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคตำบลโคกล่าม	12 หมู่ที่ 11 ตำบลโคกล่าม อำเภอจตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด 45180
5) ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคตำบลเทอดไทย	107 หมู่ที่ 8 ตำบลเทอดไทย อำเภอทุ่งเขาหลวง จังหวัดร้อยเอ็ด 45170
6) ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคตำบลเชียงใหม่	232 หมู่ที่ 8 ตำบลเชียงใหม่ อำเภอโพธิ์ชัย จังหวัดร้อยเอ็ด 45230
7) ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคตำบลเมืองบัว	20 หมู่ที่ 1 ตำบลเมืองบัว อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด 45150
8) ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชนตำบลธงธานี	128 หมู่ที่ 3 ตำบลธงธานี อำเภอธวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด 45170
9) ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชนจังหวัดร้อยเอ็ด	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	505 หมู่ที่ 3 ตำบลสระคู อำเภอสุวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด 45130
13) ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคอำเภอธวัชบุรี	112 หมู่ที่ 16 ตำบลนิเวศน์ อำเภอธวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด 45170
14) ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคตำบลท่าหาดยาว	35 หมู่ที่ 7 ตำบลท่าหาดยาว อำเภอพนมทราย จังหวัดร้อยเอ็ด 45240

สมาชิกที่อยู่ภายใต้การดูแลของหน่วยงานเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1) ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชนจังหวัดยโสธร	169 หมู่ที่ 3 ตำบลก้ามแมด อำเภอกุดชุม จังหวัดยโสธร 53140
2) เครือข่ายองค์กรผู้บริโภค อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น	97 หมู่ที่ 14 บ้านโนนสูง ตำบลในเมือง อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น 40150
3) กลุ่มเพื่อนไดโนเสาร์	8012 หมู่ที่ 7 ตำบลโนนศิลา อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ 46140
4) องค์กรเครือข่ายเพื่อนกาฬสินธุ์	9 หมู่ที่ 7 นิคมสร้างตนเองลำปาว ตำบลนิคม อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ 46140

5) เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค จังหวัดอุบลราชธานี	363 หมู่ที่ 10 ตำบลโนนผึ้ง อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี 34190
6) ชมรมเด็กเยาวชนสตรีห้วยโพธิ์ห่วงใยใส่ใจผู้บริโภค	60 หมู่ที่ 3 ตำบลห้วยโพธิ์ อำเภอเมืองกาฬสินธุ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ 46000
7) กลุ่มเพื่อนคำม่วง	92 หมู่ที่ 10 โรงพยาบาลคำม่วง ตำบลทุ่งคล่อง อำเภอกำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ 46180
8) เครือข่ายวิทยุนักสื่อสารชุมชนเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค	206 หมู่ที่ 3 ถนนบ้านโนนยาง ตำบลเหล่าไธงาม อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ 46110
9) ศูนย์บริการประชาชนตำบลสายนาว่าง	103 หมู่ที่ 4 บ้านกุดตาไถ่ ตำบลสายนาว่าง อำเภอนาคู จังหวัดกาฬสินธุ์ 46160
10) ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน จังหวัดกาฬสินธุ์ (ขบวนเครือข่ายผู้หญิงไทย)	44 หมู่ที่ 2 ตำบลสะอาดไชยศรี อำเภอดอนจาน จังหวัดกาฬสินธุ์ 46000
11) กลุ่มเพื่อนกมลาไสย/ฆ้องชัย	111 หมู่ที่ 11 ตำบลกมลาไสย อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ 46130
12) ชมรมเครือข่ายผู้รักสุขภาพ	4 ซอยขยายกรู 36 ถนนขยายกรู ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี 34000
13) ชมรมนักวิทยุชุมชนเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค บ้านหนองลุมพุก หมู่ที่ 13	26 หมู่ที่ 13 บ้านหนองลุมพุก ตำบลนาม่วง อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี 41110
14) ชมรมนักวิทยุชุมชนเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค บ้านโนนแสง หมู่ที่ 11	21 หมู่ที่ 11 บ้านโนนแสง ตำบลนาม่วง อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี 41110
15) ชมรมนักวิทยุชุมชนเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค บ้านโนนทรายทอง	25 หมู่ที่ 9 ตำบลนาม่วง อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี 41110
16) ชมรมนักวิทยุชุมชนเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค บ้านหนองลุมพุก หมู่ที่ 6	147 หมู่ที่ 6 บ้านหนองลุมพุก ตำบลนาม่วง อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี 41110
17) ชมรมนักวิทยุชุมชนเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค หมู่ที่ 3 บ้านดอนม่วง	262 หมู่ที่ 3 บ้านดอนม่วง ตำบลนาม่วง อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี 41110
18) ชมรมนักวิทยุชุมชนเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค บ้านเชียงกรม	227 หมู่ที่ 8 ตำบลนาม่วง อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี 41110
19) ชมรมอาสาสมัครแจ้งเตือนภัย และรับเรื่องร้องเรียน หมู่ที่ 5	101 หมู่ที่ 5 ตำบลนาม่วง อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี 41110
20) ชมรมนักวิทยุชุมชนเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค บ้านนาม่วง หมู่ที่ 1	65 หมู่ที่ 1 ตำบลนาม่วง อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี 41110
21) ชมรมนักวิทยุชุมชนเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค บ้านเชียงกรม หมู่ที่ 14	3 หมู่ที่ 16 บ้านเชียงกรม ตำบลนาม่วง อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี 41110

22) ชมรมนักวิทยุชุมชนเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค บ้านโนนสา หมู่ที่ 12	110 หมู่ที่ 12 ตำบลนาม่วง อำเภอบรรพตพิสัย จังหวัดนครสวรรค์ 41110
23) ชมรมนักวิทยุชุมชนเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค บ้านดอนค้อ หมู่ที่ 2	226 หมู่ที่ 2 ตำบลนาม่วง อำเภอบรรพตพิสัย จังหวัดนครสวรรค์ 41110
24) ชมรมนักวิทยุชุมชนเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค บ้านหนองหญ้ามา หมู่ที่ 7 ตำบลนาม่วง	124 หมู่ที่ 7 ตำบลนาม่วง อำเภอบรรพตพิสัย จังหวัดนครสวรรค์ 41110
25) สมาคมผู้บริโภคจังหวัดขอนแก่น	86/5 ซอยวุฒาราม ถนนหน้าเมือง ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 40000
26) ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพภาคประชาชน จังหวัดขอนแก่น	686/5 ซอยวุฒาราม ถนนหน้าเมือง ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 40000
27) ชมรมชวนาเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ต.ห้วยเหนือ	160 หมู่ที่ 13 ตำบลห้วยเหนือ อำเภอชุมพวง จังหวัดนครราชสีมา 33140
28) ชมรมชวนาเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ตำบลปรีอใหญ่	51/1 หมู่ที่ 20 ตำบลปรีอใหญ่ อำเภอชุมพวง จังหวัดนครราชสีมา 33140
29) ชมรมเกษตรอินทรีย์อาหารปลอดภัย ตำบลหนองฉลอง	86/2 หมู่ที่ 2 ตำบลปรีอใหญ่ อำเภอชุมพวง จังหวัดนครราชสีมา 33140
30) ชมรมชวนาเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ต. กันทรารมย์	131 หมู่ที่ 4 ตำบลหนองฉลอง อำเภอชุมพวง จังหวัดนครราชสีมา 33140
31) ชมรมเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคชุมชนโนนค้อ ตำบลโนนค้อ	14 หมู่ที่ 5 ตำบลโนนค้อ อำเภอโนนคูณ จังหวัดนครราชสีมา 33250
32) ชมรมสภาองค์กรคุ้มครองผู้บริโภค บ้านร่องเก่าเหนือ ม.๑๕	25 หมู่ที่ 15 ตำบลโนนค้อ อำเภอโนนคูณ จังหวัดนครราชสีมา 33250
33) ชมรมเครือข่ายหนองกงคุ้มครองผู้บริโภค	76 หมู่ที่ 16 ตำบลหนองกง อำเภอโนนคูณ จังหวัดนครราชสีมา 33250
34) ชมรมจิตอาสาคุ้มครองผู้บริโภคตำบลโพธิ์	45 หมู่ที่ 4 ตำบลโพธิ์ อำเภอโนนคูณ จังหวัดนครราชสีมา 33250
35) โคกสะอาดร่วมใจคุ้มครองผู้บริโภค	50 หมู่ที่ 6 ตำบลหนองกง อำเภอโนนคูณ จังหวัดนครราชสีมา 33250
36) ชมรมเคียงคู่ ดูแลและใส่ใจคุ้มครองผู้บริโภคหนองมะเกลือ	191 หมู่ที่ 6 ตำบลโนนค้อ อำเภอโนนคูณ จังหวัดนครราชสีมา 33250
37) ชมรมรวมใจรวมพลังคุ้มครองผู้บริโภค ตำบลบก	1 หมู่ที่ 16 ตำบลบก อำเภอโนนคูณ จังหวัดนครราชสีมา 33250
38) ชาว กุง เก่า ช่ง ขาม ร่วมใจ	114 หมู่ที่ 13 ตำบลกุง อำเภอศีลาลาด จังหวัดนครราชสีมา 33160

39) ตำบลยางชุมน้อยใส่ใจผู้บริโภค	8/5 หมู่ที่ 3 ตำบลยางชุมน้อย อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ 33190
40) ศูนย์นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาศักยภาพเด็กและเยาวชน	63/28 ถนนสุขาอุปถัมภ์ ตำบลโนนเมือง อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี 34000
41) ศูนย์ประสานงานคุ้มครองผู้บริโภค หน่วยรับเรื่องร้องเรียน อำเภอปรางค์ชัย	226/6 หมู่ที่ 12 ตำบลเมืองปัก อำเภอปรางค์ชัย จังหวัดนครราชสีมา 30150
42) ศูนย์คุ้มครองผู้บริโภค อำเภอหนองบุญมาก	36 หมู่ที่ 5 ตำบลบ้านใหม่ อำเภอหนองบุญมาก จังหวัดนครราชสีมา 30410
43) ศูนย์ประสานงานคุ้มครองผู้บริโภค หน่วยรับเรื่องร้องเรียน อำเภอประทาย	17/3 หมู่ที่ 3 ตำบลโคกกลาง อำเภอประทาย จังหวัดนครราชสีมา 30180
44) ชมรมอาสาสมัครเพื่อผู้บริโภคอำเภอชุมแพ	229 หมู่บ้านวังหินลาด ตำบลวังหินลาด อำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น 40130

กรุงเทพมหานคร

สมาชิกที่อยู่ภายใต้การดูแลของหน่วยงานประจำจังหวัด

หน่วยงานประจำจังหวัดกรุงเทพมหานคร
(มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค)

1) มูลนิธิเข้าถึงเอดส์	48/283 ถนนรามคำแหง แขวงสะพานสูง เขตสะพานสูง กรุงเทพมหานคร 10230
2) มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค	4/2 ซอยวัฒนโยธิน แขวงพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร 10400
3) เครือข่ายนักวิชาการเพื่อผู้บริโภค	126 ถนนประชาอุทิศ แขวงบางมด เขตทุ่งครุ กรุงเทพมหานคร 10140
4) ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคเขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร	94 ถนนบรรทัดทอง แขวงถนนเพชรบุรี เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร 10400
5) ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคเขตหนองจอก	30/2 หมู่ที่ 2 แขวงโคกแฝด เขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร 10530
6) ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคเขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร	180 หมู่บ้านประชากรไทย ซอยลาดพร้าว 93 แขวงเจ้าคุณสิงห์ เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร 10310
7) ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคเขตบางคอแหลม กรุงเทพมหานคร	193 ถนนพระราม 3 แขวงบางคอแหลม เขตบางคอแหลม กรุงเทพมหานคร 10120
8) ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร	166/394 หมู่บ้านณัฐกานต์ 5 ซอยพหลโยธิน 52 แขวงคลองถนน เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร 10220

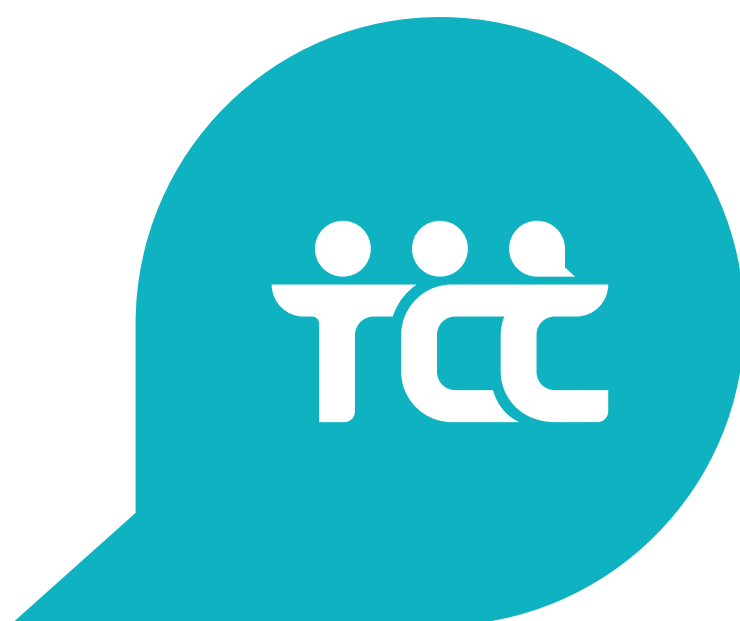
9) ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร	333 ถนนสีหบุรานุกิจ แขวงแสนแสบ เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร 10510
10) ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคเขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร	67/46 หมู่บ้าน 12 ถนนพุทธมณฑลสาย 3 แขวงศาลาธรรมสพน์ เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10170
11) ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคเขตคลองสาน กทม.	258 ถนนสมเด็จพระเจ้าพระยา แขวงสมเด็จพระเจ้าพระยา เขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร 10600
12) กลุ่มไพรเวซี ไทยแลนด์ (Privacy Thailand)	52/588 ซอยจรัญสนิทวงศ์ 96/1 ถนนจรัญสนิทวงศ์ แขวงบางอ้อ เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร 10700
13) ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคเขตบางนา	888 ถนนสรรพาวุธ แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพมหานคร 10260
14) ศูนย์สิทธิผู้บริโภคเขตบางบอน	14/3 ถนนเอกชัย ซอยเอกชัย 133 แขวงบางบอน เขตบางบอน กรุงเทพมหานคร 10150
15) ศูนย์สิทธิผู้บริโภคเขตประเวศ	27/5 ถนนเฉลิมพระเกียรติ ร.8 ซอย 39 แยก 1 แขวงหนองบอน เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร 10250
16) ศูนย์สิทธิผู้บริโภคเขตบางแค	3 ซอยศิริเกษม 19 แยก 4 แขวงบางไผ่ เขตบางแค กรุงเทพมหานคร 10160
17) ชมรมคุ้มครองผู้บริโภค กรุงเทพมหานคร เขตบางรัก	157 ซอยสองพระ แขวงมหาพฤฒาราม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 11500
18) สมาพันธ์ชมรมคุ้มครองผู้บริโภค กรุงเทพมหานคร	166/394 หมู่ที่ 5 ถนนพหลโยธิน ซอยพหลโยธิน 52 แยก 11-1 แขวงคลองถนน เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร 10220
19) ชมรมคุ้มครองผู้บริโภค เขตบึงกุ่ม	1812 ซอยเสรีไทย 57 แขวงคลองกุ่ม เขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร 10240
20) ศูนย์สิทธิผู้บริโภคเขตบางกอกน้อย	319/1 ถนนจรัญสนิทวงศ์ แขวงบางขุนศรี เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร 10700

ภาคกลาง

สมาชิกที่อยู่ภายใต้การดูแลของฝ่ายสนับสนุนสมาชิกและองค์กรของผู้บริโภค

1) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคประชาชนจังหวัดนนทบุรี	120/33 หมู่ที่ 9 ถนนกาญจนาภิเษก ตำบลบางรักพัฒนา อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี 11110
2) ประชาคมงดเหล้าจังหวัดนนทบุรี	118/7 หมู่ที่ 9 ถนนกาญจนาภิเษก ตำบลบางรักพัฒนา อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี 11110
3) ชมรมแม่ชขาว	1-100 ถนนสุวรรณศร ตำบลนครนายก อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก 26000
4) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค จ.สระบุรี	12 ซอย 10 ตำบลปากเพรียว อำเภอเมือง จังหวัดสระบุรี 18000
5) กลุ่มพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคจังหวัดสระบุรี	2 หมู่ที่ 7 ตำบลหนองกบ อำเภอหนองแซง จังหวัดสระบุรี 18170







สภาองค์กรของผู้บริโภค
Thailand Consumers Council

รายงานประจำปี ๒๕๖๕
สภาองค์กรของผู้บริโภค
Annual Report 2022
Thailand Consumers Council

พิมพ์ครั้งที่ 1: มิถุนายน

ISBN 978-616-94228-1-5

พิมพ์ที่

บริษัท วิชั่นเพรส จำกัด 084-723-6912

จัดพิมพ์และเผยแพร่โดย

สภาองค์กรของผู้บริโภค

เลขที่ 110/1 ซอยลาดพร้าว 26 แขวง 1-2

ถนนลาดพร้าว แขวงจอมพล

เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900

โทรศัพท์ 02-239-1839 อีเมล : contact@tcc.or.th

www.tcc.or.th



ดาวน์โหลดหนังสือเล่มนี้ได้ที่นี่



สภาองค์กรของผู้บริโภค

คือสภาของประชาชน
ใช้ภาษีของประชาชน
เพิ่มอำนาจต่อรองให้ผู้บริโภค
เป็นประโยชน์กับทุกฝ่าย