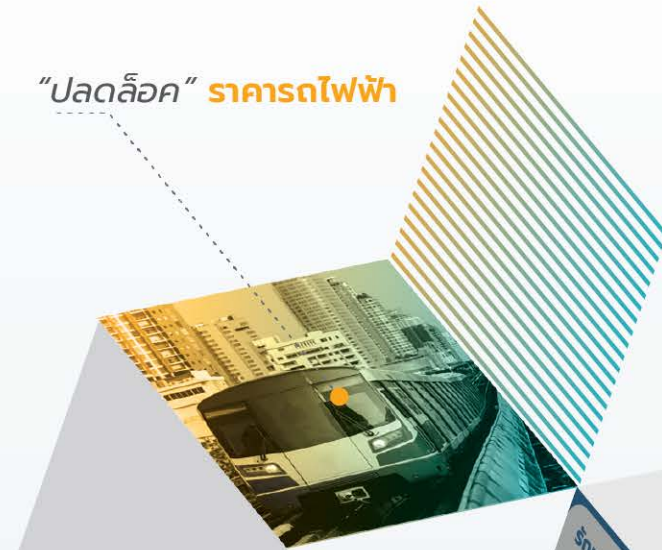


รายงานประจำปี

2564
๒๐๒๑

“ปลดล็อก” ราคารถไฟฟ้า



พิทักษ์สิทธิ เจ็บป่วยฉุกเฉิน
ผ่านสิทธิ UCEP



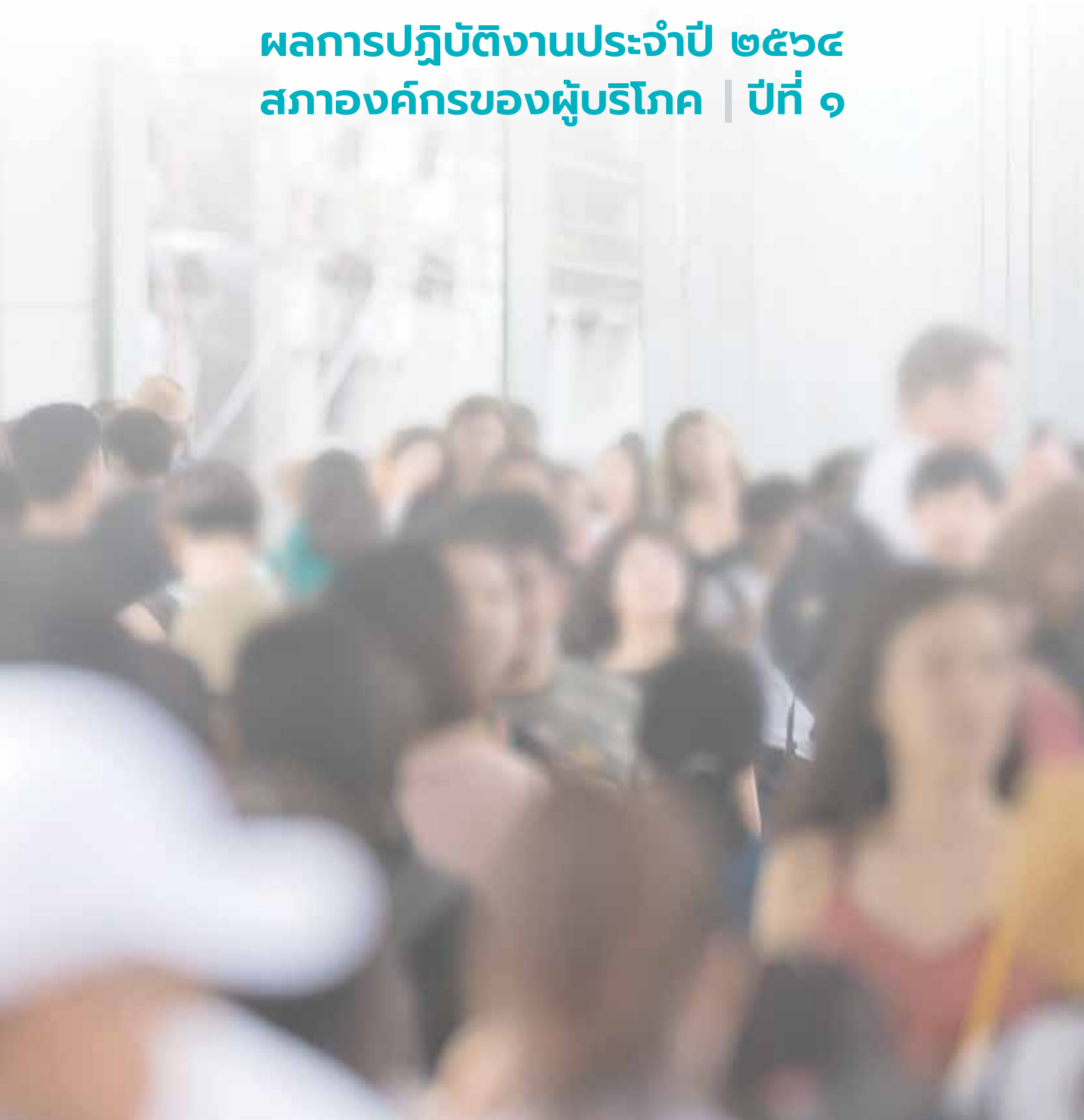
ร่วมกำหนดทิศทางนโยบาย CPTPP



สภาองค์กรของผู้บริโภค
Thailand Consumers Council

รายงาน

ผลการปฏิบัติงานประจำปี ๒๕๖๔
สภาองค์กรของผู้บริโภค | ปีที่ ๑



สภาองค์กรของผู้บริโภค



วิสัยทัศน์

เป็นตัวแทนของผู้บริโภคทุกด้าน
เพื่อคุณภาพชีวิตของทุกคน





พันธกิจ

๑. ค้ำครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคทุกคน ทุกด้าน
๒. เสนอแนะนโยบายและมาตรการเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค
๓. สนับสนุนสมาชิก องค์กรของผู้บริโภค และผู้บริโภค ให้รักษาประโยชน์ของผู้บริโภค ให้ได้รับความเชื่อถือ
๔. สร้างวัฒนธรรมและมุมมองใหม่ว่าการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นประโยชน์กับทุกฝ่าย
๕. สนับสนุนให้เกิดการบริโภคที่ยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ยุทธศาสตร์

๑. สนับสนุนและดำเนินการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคทุกด้าน
๒. พัฒนา เสนอแนะ และผลักดันนโยบายและมาตรการเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค
๓. สนับสนุนและสร้างความเข้มแข็งผู้บริโภคและองค์กรของผู้บริโภค
๔. สื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค
๕. พัฒนากลไกสภาองค์กรของผู้บริโภคและหน่วยงานประจำจังหวัด



สารบัญ

สารจากรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี	๕
สารจากปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี	๖
สารจากประธานสภาองค์กรของผู้บริโภค	๗
สารจากเลขาธิการสภาองค์กรของผู้บริโภค	๘
สารจากหน่วยงานประจำจังหวัด	๙
บทสรุปผู้บริหาร	๑๑
ส่วนที่ ๑ ความเป็นมาสภาองค์กรของผู้บริโภค	๑๙
ความเป็นมา	๒๐
ภารกิจ	๒๔
การบริหารงานและโครงสร้าง	๒๙
ส่วนที่ ๒ ผลการดำเนินงาน	๓๕
๕ ผลงานเด่นในรอบปี ๒๕๖๔	๓๖
ยุทธศาสตร์ที่ ๑ สนับสนุนและดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภคและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคทุกด้าน	๕๑
ยุทธศาสตร์ที่ ๒ พัฒนา เสนอแนะ และผลักดันนโยบายและมาตรการเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค	๖๑
ยุทธศาสตร์ที่ ๓ สนับสนุนและสร้างความเข้มแข็งผู้บริโภค และองค์กรของผู้บริโภค	๘๐
ยุทธศาสตร์ที่ ๔ สื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค	๙๓
ยุทธศาสตร์ที่ ๕ พัฒนากลไกสภาองค์กรของผู้บริโภคและหน่วยงานประจำจังหวัด	๙๗
ปัญหา อุปสรรค	๑๐๒
ส่วนที่ ๓ อนาคตและความท้าทายในงานคุ้มครองผู้บริโภค	๑๐๕
สถานการณ์ปัญหาของผู้บริโภค	๑๐๖
ความท้าทายในงานคุ้มครองผู้บริโภค	๑๑๔
ส่วนที่ ๔ รายงานการเงิน ปีงบประมาณ ๒๕๖๔	๑๑๗
ผลการใช้จ่ายงบประมาณ	๑๑๘
ภาคผนวก	๑๕๓
คณะกรรมการนโยบายสภาองค์กรของผู้บริโภค	๑๕๔
ผู้บริหารสภาองค์กรของผู้บริโภค	๑๕๕
รายชื่อคณะกรรมการ ๘ ด้าน และคณะทำงานด้านการศึกษา	๑๕๖
รายชื่อองค์กรสมาชิกของสภาองค์กรของผู้บริโภค ปี ๒๕๖๔	๑๖๑



สารจากรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี

คุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของประชาชน ถือเป็นภารกิจหลักของรัฐบาลที่จะต้องดูแลและจัดการให้ดำเนินไปอย่างมีคุณภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในช่วงเวลาที่สภาพเศรษฐกิจทั่วโลกประสบปัญหาจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ที่ส่งผลให้ประชาชนที่เป็นผู้บริโภคต้องปรับตัวให้เข้ากับวิถีชีวิตใหม่ นอกจากนี้ยังได้รับผลกระทบอย่างมากมายกถึงด้านบวกและด้านลบ โดยเฉพาะประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสิทธิของผู้บริโภค

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยฉบับปัจจุบันได้บัญญัติให้สิทธิแก่ประชาชน ตามมาตรา ๔๖ ที่ระบุว่า “สิทธิของผู้บริโภคย่อมได้รับความคุ้มครอง บุคคลย่อมมีสิทธิร่วมกันจัดตั้งองค์กรของผู้บริโภคเพื่อคุ้มครอง และพิทักษ์ สิทธิของผู้บริโภค และองค์กรของผู้บริโภคดีงกล่าว มีสิทธิร่วมกันจัดตั้งเป็นองค์กรที่มีความเป็นอิสระ เพื่อให้ เกิดพลังในการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค โดยได้รับการสนับสนุนจากรัฐ” และต่อมาได้มีการประกาศ พ.ร.บ. การจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๖๒ ขึ้นรองรับสิทธิดังกล่าว จนได้ก่อให้เกิดการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภคแล้ว เมื่อวันที่ ๕ ธันวาคม ๒๕๖๓

ตาม พ.ร.บ.การจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๖๒ มาตรา ๑๐ กำหนดให้สภาองค์กรของผู้บริโภค เป็นนิติบุคคล ที่มีความเป็นอิสระ มีวัตถุประสงค์เพื่อการ

คุ้มครองผู้บริโภคในทุกด้าน และทำหน้าที่เป็นตัวแทนของผู้บริโภคทุกคน เพื่อให้ความคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค เสนอแนะนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคต่อหน่วยงานภาครัฐ ตลอดจนติดตาม ตรวจสอบ เฝ้าระวังและเตือนภัยให้กับผู้บริโภค รวมทั้งสนับสนุนและช่วยเหลือองค์กรของผู้บริโภคในการรักษาประโยชน์ของผู้บริโภค

ในโอกาสที่สภาองค์กรของผู้บริโภคซึ่งถือว่าเป็นนวัตกรรมทางสังคมรูปแบบใหม่ของการคุ้มครองผู้บริโภคที่จัดตั้งขึ้นโดยองค์กรและเครือข่ายผู้บริโภคทั้งประเทศมีส่วนร่วมในการผลักดันมาอย่างต่อเนื่องและยาวนานนั้น ผมขอให้สภาองค์กรของผู้บริโภค ได้ทำหน้าที่ตามเจตนารมณ์ของกฎหมายฉบับนี้ เพื่อเป็นที่พึ่งของผู้บริโภค ให้ตรงกับวิสัยทัศน์ที่กำหนดว่า “สภาองค์กรของผู้บริโภคเป็นตัวแทนของผู้บริโภคทุกด้าน เพื่อคุณภาพชีวิตของทุกคน”

(นายอนุชา นาคาศัย)

รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี



สารจากปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยฉบับปัจจุบันได้บัญญัติให้สิทธิแก่ประชาชนไว้ในมาตรา ๔๖ ว่า “สิทธิของผู้บริโภคย่อมได้รับความคุ้มครอง บุคคลย่อมมีสิทธิร่วมกันจัดตั้งองค์กรของผู้บริโภคเพื่อคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค และองค์กรของผู้บริโภครวมกันจัดตั้งเป็นองค์กรที่มีความเป็นอิสระ เพื่อให้เกิดพลังในการคุ้มครองผู้บริโภคและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคโดยได้รับการสนับสนุนจากรัฐ” และต่อมาได้มีการตรา พ.ร.บ.การจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๖๒ ขึ้นรองรับสิทธิดังกล่าว และจากการรวมกลุ่มกันขององค์กรของผู้บริโภคก็ได้ก่อให้เกิดการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค ตาม พ.ร.บ.การจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๖๒ แล้วเมื่อวันที่ ๕ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๓

นับแต่มีการบังคับใช้ พ.ร.บ.การจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๖๒ ปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีในฐานะนายทะเบียนกลางได้ดำเนินการตามหน้าที่ที่กำหนดใน พ.ร.บ.การจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๖๒ มาโดยตลอด เพื่อส่งเสริมการก่อให้เกิดการรวมตัวกันขององค์กรของผู้บริโภค เช่น การจัดสัมมนาเพื่อรับฟังความคิดเห็น การกำหนดแบบและวิธีการแจ้งสถานะความเป็นองค์กรของผู้บริโภค การประชุมชี้แจงแนวทางการตรวจสอบคุณสมบัติขององค์กรของผู้บริโภคให้กับเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง การอบรมการยื่นแจ้งสถานะความเป็นองค์กรของผู้บริโภคให้กับองค์กรของผู้บริโภคที่มีความประสงค์ขอขึ้นจดแจ้งสถานะฯ ผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ การพิจารณารับแจ้งสถานะความเป็นองค์กรของผู้บริโภค การประกาศรายชื่อองค์กรของผู้บริโภค (อกผ.๓) การประกาศการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภคในราชกิจจานุเบกษา และการจัดสรรเงินอุดหนุนเพื่อเป็นทุน

ประเดิมเบื้องต้นให้แก่สภาองค์กรของผู้บริโภค ๓๕๐ ล้านบาท ตลอดจนการจัดทำเว็บไซต์ www.oca.go.th เพื่อเป็นศูนย์กลางข้อมูลความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และเพื่อให้ประชาชนสามารถยื่นแจ้งสถานะความเป็นองค์กรของผู้บริโภคได้สะดวกยิ่งขึ้น

ในโอกาสครบรอบ ๑ ปีแห่งการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค กระผมจึงขออาราธนาอำนาจคุณพระศรีรัตนตรัย และสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทั้งหลายจงอำนวยพรให้สภาองค์กรของผู้บริโภคที่มีหน้าที่แก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของประชาชนในด้านการคุ้มครองผู้บริโภคประสบความสำเร็จในการช่วยเหลือประชาชน มีความเข้มแข็งและมั่นคง โดยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าสภาองค์กรของผู้บริโภค จะคงความมุ่งมั่นทำหน้าที่แก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เป็นการละเมิดสิทธิผู้บริโภคเพื่อประโยชน์สุขของประเทศไทยและประชาชนสืบต่อไป

(นายธีรภัทร ประยูรสิทธิ)
ปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี



สารจากประธานสภาองค์กรของผู้บริโภค

กว่า ๔๓ ปี นับแต่การบังคับใช้พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคในปี พ.ศ. ๒๕๒๒ ปัญหาเรื่องผู้บริโภคถูกละเมิดสิทธิ ยังคงปรากฏให้เห็นอยู่เสมอ การพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคในประเทศไทย มุ่งเน้นเพียงการแก้ไขปัญหาคู่ค้ามากกว่าการแก้ไขเชิงโครงสร้างหรือเชิงระบบ หน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคแม้จะมีจำนวนมาก แต่ก็มีเพียงองค์กรของรัฐ ส่งผลให้ผู้บริโภคไม่มีผู้แทนโดยตรงที่จะเป็นปากเป็นเสียงให้ในการสะท้อนปัญหาของตนเองแก่รัฐ ดังนั้น จะต้องยกระดับปัญหาปัจเจกขึ้นเป็นการแก้ไขเชิงโครงสร้าง เพื่อส่งเสริมให้การคุ้มครองผู้บริโภคเป็นไปอย่างยั่งยืน

ที่ผ่านมาจึงมีความพยายามจัดตั้งหน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคจากภาคประชาชน ที่จะทำหน้าที่เสนอแนะนโยบายที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคต่อหน่วยงานของรัฐ ตรวจสอบ ติดตาม เฝ้าระวังสถานการณ์ปัญหาสินค้าและบริการ เตือนภัยเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่อาจกระทบต่อสิทธิของผู้บริโภคหรืออาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้บริโภค มีตัวแทนผู้บริโภคทั้งในระดับชาติ และระดับท้องถิ่น ทำหน้าที่เป็นหู เป็นตา เป็นปาก เป็นเสียง ให้ผู้บริโภคก่อนถูกเอารัดเอาเปรียบ รวมถึงเปิดเผยข้อมูลสินค้า ตรวจสอบสินค้า ตรวจสอบการกระทำที่ละเมิดสิทธิผู้บริโภค สนับสนุนความเข้มแข็งขององค์กรผู้บริโภคด้วย ให้สามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้

การขับเคลื่อนเรื่องสิทธิในการจัดตั้งองค์กรที่เป็นเสมือนตัวแทนของผู้บริโภคอันยาวนานกว่า ๒๔ ปีผ่านไป ในที่สุดเมื่อวันที่ ๙ ธันวาคม ๒๕๖๓ สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี (สปน.) ได้ประกาศจัดตั้ง “สภาองค์กรของ

ผู้บริโภค” ขึ้น จากนั้นได้มีการประชุมสมาชิกครั้งแรก เมื่อวันที่ ๖ มกราคม ๒๕๖๔ โดยได้รับงบประมาณเป็นทุนประเดิมในการดำเนินการจำนวน ๓๕๐ ล้านบาท

สภาองค์กรของผู้บริโภคถือเป็นองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคที่เป็นนวัตกรรมใหม่ของประเทศไทย ที่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากภาครัฐ และเป็นตัวแทนของผู้บริโภคโดยตรงในการดำเนินการเรื่องต่าง ๆ ตามที่ระบุไว้ในพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๖๒

“สภาองค์กรของผู้บริโภค” จึงถือเป็นองค์กรที่เป็นตัวแทนของประชาชนในประเทศไทย องค์กรนี้จะทำหน้าที่เป็นปากเป็นเสียงเคียงคู่ผู้บริโภค เป็นตัวแทนผู้บริโภคในการให้ความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชนทุกคน **“เพราะทุกคนคือผู้บริโภค”**

(นางสาวบุญยืน ศิริธรรม)
ประธานสภาองค์กรของผู้บริโภค



สารจากเลขาธิการสภาองค์กรของผู้บริโภค

ประเทศไทยถือว่ามีความก้าวหน้าในภูมิภาคอาเซียน ที่กำหนดเรื่องการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ไว้ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย นับตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๔๐ จนถึงฉบับปัจจุบัน โดยกำหนดให้ องค์กรผู้บริโภคทำหน้าที่เสนอความคิดเห็น จัดทำนโยบาย และมาตรการต่างๆ เพื่อการคุ้มครอง ผู้บริโภค และนำมาซึ่งพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๖๒ ที่เป็นจุด กำเนิดของสภาองค์กรของผู้บริโภค (สบอ.) เมื่อ ๙ ธันวาคม ๒๕๖๓

นับตั้งแต่เดือนมิถุนายนจนถึงเดือนธันวาคม ๒๕๖๔ สภาองค์กรของผู้บริโภคได้ทำหน้าที่หลายประการเพื่อ ปกป้องสิทธิผู้บริโภคในทุกด้าน ทั้งมีส่วนในการเฝ้าระวัง คุณภาพสินค้า เช่น หน้ากากอนามัยที่จำเป็นสำหรับ ผู้บริโภคในยุคโควิด 19 เป็นตัวแทนผู้บริโภคในการกำหนด กติกาเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ในการทำประกันภัยโควิด และการช่วยเหลือผู้บริโภคจำนวนมากที่สามพันรายที่มี ปัญหาถูกละเมิดสิทธิ การเตือนภัยเมื่อมีปัญหาอาหาร ไม่ปลอดภัย การสนับสนุนให้รัฐบาลมีนโยบายให้รถไฟฟ้า เป็นส่วนหนึ่งของบริการขนส่งมวลชนที่จะทำให้ทุกคนขึ้น ได้ทุกวัน ช่วยลดอุปสรรคในการติดตั้งโซลาร์เซลล์สำหรับ ประชาชน และแก้ปัญหาสำคัญสินค้าบริการออนไลน์ ที่ไม่ตรงไปตรงมา หลอกลวง และเอาเปรียบผู้บริโภค ผ่านการคุ้มครองสิทธิและการทำความร่วมมือกับ หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายออนไลน์ เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม บางฝ่ายมีความกังวลว่าการเกิดขึ้นของ สภาองค์กรของผู้บริโภคอาจทำให้เกิดผลกระทบต่อกลุ่ม ทุนและภาคเศรษฐกิจของไทยโดยรวม จากประสบการณ์ ในต่างประเทศที่มีความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ได้พิสูจน์ แล้วว่า การคุ้มครองผู้บริโภคที่เข้มแข็งจะช่วยยกระดับ คุณภาพชีวิตของผู้บริโภค เพิ่มความสามารถในการแข่งขัน การคุ้มครองผู้บริโภคไม่ได้เป็นปัญหาหรืออุปสรรคต่อ ผู้ประกอบการธุรกิจ เช่น บริษัทรถยนต์ที่ผลิตในประเทศจะ

ประกาศว่า ผู้บริโภคที่ซื้อรถยนต์ที่ผลิตในประเทศไทยแล้วมี ปัญหาภายใน ๖ เดือน หากซ่อม ๒ ครั้งแล้วไม่ดีขึ้น สามารถ ได้เงินคืนเต็มจำนวนหรือได้รถยนต์คันใหม่ เชื่อว่ารถยนต์ที่ ผลิตในประเทศจะขายดีและได้รับความเชื่อมั่นจากผู้บริโภค ทั่วภูมิภาค

การเสนอนโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค ต่อภาครัฐ และการประสานประโยชน์ระหว่างกลุ่มผู้บริโภค และภาคธุรกิจ จะเป็นกุญแจสำคัญที่สภาองค์กรของ ผู้บริโภคพาสังคมเปิดเข้าสู่เส้นทางใหม่ไปยังเป้าหมาย เดียวกันคือสังคมที่มีคุณภาพในทุกภาคส่วน ลดความ เหลื่อมล้ำ ปัญหาการหลอกลวง หรือการเอาเปรียบ เป็นสังคมที่ทุกคนควรมีคุณภาพชีวิตที่ดี ที่สามารถซื้อ หารสินค้าและบริการจากรายได้ที่ทำมาได้อย่างสบายใจ โดยไม่ต้องกังวลว่ากำลังเดินเข้าสู่กับดักของการหลอกลวง ครั้งแล้วคร้งเล่า เนื่องจากมีการวางกติกาทางสังคม และ กฎหมายที่เพียงพอต่อการคุ้มครองผู้บริโภค เพราะท้าย ที่สุด ทุกคน ไม่ว่าจะเป็นผู้ที่อยู่ในกลไกภาครัฐ ภาคการผลิต ก็คือผู้บริโภคทุกคน

(นางสาวสารี อ๋องสมหวัง)
เลขาธิการสภาองค์กรของผู้บริโภค



สารจากหน่วยงานประจำจังหวัด

๒๕ ปีอันยาวนานที่เครือข่ายองค์กรผู้บริโภค ร่วมกันขับเคลื่อนการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคตามที่กำหนดไว้ในรัฐธรรมนูญ ปี พ.ศ. ๒๕๔๐ จนถึงรัฐธรรมนูญฉบับปัจจุบัน ขณะเดียวกันองค์กรผู้บริโภคก็ได้รวมตัวกันในแต่ละพื้นที่ แต่ละจังหวัด ในทุกภูมิภาคของประเทศ เพื่อที่จะปกป้องและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคให้ครอบคลุมประเด็นปัญหาของผู้บริโภคในด้านต่าง ๆ ที่นับวันจะมีความหลากหลายรุนแรงและซับซ้อนมากขึ้น ด้วยเทคโนโลยีและช่องว่างการเข้าถึงสิทธิที่ต่างกว้างมากขึ้น ภายใต้ข้อจำกัดของการดำเนินงานของภาคประชาชน ด้วยความเชื่อมั่นว่าจะช่วยให้ผู้บริโภคได้รับการคุ้มครองสิทธิมากขึ้น ช่วยพัฒนาระบบการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพ และส่งผลให้ผู้ประกอบการมีธรรมาภิบาลมากขึ้น

เมื่อมี พ.ร.บ.การจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๖๒ และมีการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภคขึ้น นับเป็นการพัฒนาและยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทย อีกขั้นหนึ่ง ที่ทำให้เห็นว่ามี การให้ความสำคัญกับการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมต่อไป

ในช่วงเริ่มต้นของสภาองค์กรของผู้บริโภค มีการสนับสนุนให้มีหน่วยงานประจำจังหวัดในจังหวัดที่มีความพร้อม เพื่อดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่ จำนวน ๑๒ จังหวัด ทำให้เกิดการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคครอบคลุมประเด็นปัญหาผู้บริโภคในทุกด้านไม่จำกัดเฉพาะด้านใดด้านหนึ่ง โดยทำหน้าที่รับเรื่องร้องเรียนประสานงานในการแก้ไขปัญหาผู้บริโภคเชื่อมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน มีการเฝ้าระวังปัญหาและแจ้งเตือนภัยผู้บริโภค ตลอดจนการสนับสนุนการรวมกลุ่มสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้บริโภค

การดำเนินงานในระยะที่ผ่านมาของหน่วยงานประจำจังหวัด ภายใต้การสนับสนุนของสภาองค์กรของผู้บริโภค

ทำให้หน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนโดยเฉพาะหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภคในระดับจังหวัด ต่างให้การยอมรับและร่วมสนับสนุนการดำเนินงานของหน่วยงานประจำจังหวัด องค์กรภาคประชาชนต่าง ๆ ก็เห็นถึงความสำคัญและบทบาทของการเป็นองค์กรผู้บริโภค ที่สามารถทำหน้าที่เป็นปากเป็นเสียง เคียงคู่ ผู้บริโภค ได้

ต่อจากนี้ หน่วยงานประจำจังหวัดและสภาองค์กรของผู้บริโภค เห็นเป้าหมายร่วมกันในการพัฒนาหน่วยงานประจำจังหวัด ให้มีการทำงานที่มีคุณภาพ มีประสิทธิภาพ และมีมาตรฐาน ตลอดจนขยายให้มีความครอบคลุมไปยังพื้นที่จังหวัดต่าง ๆ ของประเทศไทย เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับการคุ้มครองอันนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิต เศรษฐกิจ และสังคมของประเทศในภาพรวมต่อไป

(นางสาวจุฑา สังขชาติ)

หัวหน้าหน่วยงานประจำจังหวัดสงขลา
ผู้แทนหน่วยงานประจำจังหวัด สภาองค์กรของผู้บริโภค



“

ทิศทาง บทบาท และการสนับสนุน เราคงจะทำแบบเดิมไม่ได้ เพราะผลจะออกมาอย่างเดียวกันเมื่อไม่สำเร็จ ก็จะไม่สำเร็จ อยู่อย่างเดิม เพราะฉะนั้นนอกจากองค์กรผู้บริโภคนะต้องมีเครือข่าย และแผนงานที่ดีแล้วเราจะต้องมีนวัตกรรมในการเชื่อมร้อยว่า

เราจะทำงานดูแลคุ้มครองผู้บริโภค ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลต่อการทำงานนี้ให้ได้ผลดีที่สุดได้อย่างไร

”

ปาฐกถา “ทิศทางและบทบาทองค์กรผู้บริโภคกับการพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค”
ในงานประชุมวิชาการองค์กรผู้บริโภคคุณภาพ : ๓๐ ต.ค. ๒๕๖๑

นพ.มงคล ณ สงขลา (พ.ศ. ๒๔๘๔ - ๒๕๖๓)

กรรมการประสานยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ด้านสุขภาพและการพัฒนาระบบยา สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) และอดีตรัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข ที่สนับสนุนองค์กรผู้บริโภคให้มีบทบาทในการคุ้มครองผู้บริโภค ใน ๘ จังหวัด และสนับสนุนให้เกิดสภาองค์กรของผู้บริโภค

บทสรุปผู้บริหาร



สภาองค์กรของผู้บริโภค เกิดขึ้นตามเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญ ตั้งแต่ปีพ.ศ. ๒๕๕๐ เป็นต้นมา ที่กำหนดให้สิทธิของผู้บริโภคต้องได้รับการคุ้มครอง โดยในระยะแรกนั้นเริ่มจากมีแนวคิดในการผลักดันให้เกิด “องค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค” จวบจนถึงรัฐธรรมนูญฉบับปัจจุบันคือรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. ๒๕๖๐ ในมาตรา ๔๖ ก็ยังคงบัญญัติให้สิทธิของผู้บริโภคย่อมได้รับความคุ้มครอง อีกทั้งบุคคลย่อมมีสิทธิร่วมกันจัดตั้งองค์กรของผู้บริโภคเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค และองค์กรของผู้บริโภคดังกล่าวมีสิทธิร่วมกันจัดตั้งเป็นองค์กรที่มีความเป็นอิสระเพื่อให้เกิดพลังในการคุ้มครองผู้บริโภคและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค โดยได้รับการสนับสนุนจากรัฐ ต่อมาได้มีการเคลื่อนไหวผลักดันกระทั่งมีการออก “พระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๖๒” เมื่อวันที่ ๒๒ พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๖๒ โดยให้สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีทำหน้าที่นายทะเบียนกลางในการรับรองความเป็นองค์กรของผู้บริโภค เพื่อรวมตัวกันจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภคซึ่งเป็นนิติบุคคล มีวัตถุประสงค์เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในทุกด้าน และมีฐานะเป็นผู้แทนผู้บริโภค กำหนดที่คุ้มครองสิทธิอันพึงมีพึงได้ของผู้บริโภค

เมื่อวันที่ ๘ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๓ องค์กรผู้บริโภคที่ผ่านการจดทะเบียนจำนวน ๑๕๒ องค์กร ได้รวมตัวกันเป็นผู้ริเริ่มก่อการในการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค และต่อมาสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี (สปน.) ในฐานะนายทะเบียนกลางได้ดำเนินการออกพระราชกฤษฎีกา “ประกาศนายทะเบียนกลาง เรื่อง การจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๖๓” เมื่อวันที่ ๙ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๓ ให้มีการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภคเพื่อทำหน้าที่เป็นผู้แทนของผู้บริโภค โดยมีสิทธิ หน้าที่และอำนาจตามบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย มาตรา ๔๖ ทั้งนี้ พระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๖๒ และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง ได้กำหนดให้คณะผู้ริเริ่มก่อการต้องจัดให้มีการประชุมสมาชิกภายใน ๓๐ วัน นับแต่มีประกาศให้จัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค

ดังนั้นจึงมีการเปิดประชุมสภาองค์กรของผู้บริโภคเป็นครั้งแรกเมื่อวันที่ ๖ มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๔ โดยเป็นการประชุมผ่านระบบออนไลน์ ซึ่งมีองค์กรสมาชิกเข้าร่วมประชุมจำนวน ๑๔๘ องค์กร เพื่อจัดทำข้อบังคับของสภาองค์กรของผู้บริโภค เลือกตั้ง

ประธาน รองประธาน และคณะกรรมการนโยบายของสภาองค์กรของผู้บริโภค กำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์และแผนงานเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคของสภาองค์กรของผู้บริโภค

ยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคของสภาองค์กรของผู้บริโภค ประกอบด้วย ๕ ยุทธศาสตร์ ได้แก่ (๑) ยุทธศาสตร์การสนับสนุนและดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภคและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคทุกด้าน (๒) ยุทธศาสตร์การพัฒนา เสนอแนะและผลักดันนโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค (๓) ยุทธศาสตร์การสนับสนุนและสร้างความเข้มแข็งแก่ผู้บริโภคและองค์กรของผู้บริโภค (๔) ยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค และ (๕) ยุทธศาสตร์พัฒนากลไกสภาองค์กรของผู้บริโภคและหน่วยงานประจำจังหวัด โดยสภาองค์กรของผู้บริโภค ได้จัดทำแผนงานหลัก ๕ แผนงาน เพื่อดำเนินงานภายใต้ยุทธศาสตร์ดังกล่าวให้บรรลุผลตามวิสัยทัศน์และพันธกิจของสภาองค์กรของผู้บริโภค และได้จัดให้มีโครงสร้างการบริหารจัดการ สำนักงานและบุคลากรรองรับการขับเคลื่อนงานตามยุทธศาสตร์และแผนงานทั้งหมด

สำหรับการขับเคลื่อนงานตาม ๕ ยุทธศาสตร์ และ ๖ แผนงานหลักดังกล่าวนี้ ยังได้จำแนกประเด็นการทำงานที่เกี่ยวข้องกับปัญหาของผู้บริโภคเป็น ๘ ด้าน ประกอบด้วย (๑) ด้านการเงินและการธนาคาร (๒) ด้านการสื่อสาร โทรคมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศ (๓) ด้านบริการ สุขภาพ (๔) ด้านอาหาร ยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพ (๕) ด้าน สินค้าและบริการทั่วไป (๖) ด้านอสังหาริมทรัพย์และที่อยู่อาศัย (๗) ด้านการขนส่งและยานพาหนะ และ (๘) ด้าน บริการสาธารณะ พลังงานและสิ่งแวดล้อม

สภาองค์กรของผู้บริโภคได้รับเงินอุดหนุนจากรัฐบาล เพื่อเป็นทุนประเดิมเบื้องต้นในวันที่ ๒๒ มิถุนายน ๒๕๖๔ โดยเป็นการจ่ายขาด จำนวน ๓๕๐ ล้านบาท (สามร้อยห้าสิบล้านบาทถ้วน) ด้วยเหตุนี้ การดำเนินงานปี ๒๕๖๔ จึงมีระยะเวลาดำเนินงานเพียง ๓ เดือน (กรกฎาคม-กันยายน ๒๕๖๔) เท่านั้น

ผลการดำเนินงานในปี ๒๕๖๔ ซึ่งเป็นปีแรกของการดำเนินงาน สภาองค์กรของผู้บริโภคได้ดำเนินงานบรรลุผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ในแผนงาน มีผลงานเด่น ๕ เรื่อง

ผลงานเด่นเรื่องแรก คือ การมีข้อเสนอด้านนโยบายที่มีผลกระทบต่อการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ทำให้คณะรัฐมนตรีและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องทบทวนนโยบายและมาตรการ

ผ่านการขับเคลื่อนที่เป็นวาระเร่งด่วน ๓ ประเด็น คือ (๑) ผลกระทบต่อผู้บริโภคหากเข้าร่วมความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิก (CPTPP) ซึ่งคณะรัฐมนตรีได้สั่งการให้สำนักนายกรัฐมนตรีมีหนังสือตอบกลับว่านายกรัฐมนตรีมีบัญชาให้กระทรวงพาณิชย์ประสานสภาองค์กรของผู้บริโภคเพื่อหารือก่อนที่จะตัดสินใจเข้าร่วม CPTPP และปัจจุบันคณะรัฐมนตรีก็ยังไม่ตัดสินใจเข้าร่วม CPTPP (๒) ขนส่งมวลชนที่ทุกคนขึ้นได้ ในกรณีการจัดบริการขนส่งมวลชนรถไฟฟ้าหลากสีและกรณีรถไฟฟ้ามหานคร สายสีเขียว มีข้อเสนอต่อคณะรัฐมนตรี กระทรวงคมนาคม กระทรวงมหาดไทยและกรุงเทพมหานคร ทำให้คณะรัฐมนตรีชะลอการต่ออายุสัญญาารถไฟฟ้าสายสีเขียว และ (๓) การบริการสาธารณสุขโดยเฉพาะในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ร่วมมือกับชมรมพิทักษ์สิทธิผู้ประกันตนเรียกร้องให้สำนักงานประกันสังคมออกมาตรการดูแลผู้ประกันตนที่ติดโควิด-19 ให้ชัดเจน โดยเฉพาะการเข้ารับการรักษาในโรงพยาบาลคู่สัญญาประกันสังคมที่ส่วนใหญ่เป็นโรงพยาบาลเอกชน และการเข้าระบบการดูแลที่บ้าน (Home Isolation) ซึ่งส่งผลให้สำนักงานประกันสังคมปรับเปลี่ยนแนวทางการดูแลผู้ประกันตนที่ป่วยให้ชัดเจนเพิ่มมากขึ้น



ผลงานเด่นเรื่องที่สอง คือ การก่อกำเนิดและขับเคลื่อน “สภาองค์กรของผู้บริโภค”

ให้เป็นไปตามกฎหมาย โดยสภาองค์กรของผู้บริโภคได้พยายามดำเนินการตามที่บัญญัติไว้ในกฎหมาย แห่ง พระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๖๒ ได้อย่างสอดคล้องกับกรอบระยะเวลาการ ปฏิบัติงานในปีงบประมาณแรกอย่างครบถ้วน

สภาองค์กรของผู้บริโภคเกิดแล้ว
ผู้บริโภคไทยพึ่งพาอะไรได้บ้าง

- ไม่ต้องเดินไปหลายหน่วยงาน เพื่อร้องเรียน
- เจรจา โทล่เกลี้ย พ้องคดี แทนผู้บริโภคได้
- เป็นอิสระ มีกรรมกรมาจากผู้บริโภค

เปิดเผยข้อมูล ชื่อสินค้า ชื่อผู้ประกอบการ ได้อย่างตรงไปตรงมา

ติดตาม เฝ้าระวัง เตือนภัย ปัญหาสินค้าและบริการ

ทำงานเชิงรุก รวดเร็ว จับใจ

มีสภาองค์กรของผู้บริโภคในระดับจังหวัดทั่วไทย

ผลงานเด่นเรื่องที่สาม ถือว่าเป็นนวัตกรรมของระบบการคุ้มครองผู้บริโภคที่สำคัญคือ การสนับสนุนให้เกิด “หน่วยงานประจำจังหวัด”

ซึ่งเป็นโครงสร้างสำคัญของสภาองค์กรของผู้บริโภค ที่กระจายอยู่ในจังหวัดต่าง ๆ เป็นตัวแทนของผู้บริโภค ในทุก ๆ ด้าน เพื่อให้สามารถดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว เท่าทัน สถานการณ์และทันความต้องการ ปัจจุบันมีหน่วยงานประจำจังหวัด ๑๒ แห่ง ดำเนินงานช่วยเหลือผู้บริโภคใน ๘ ประเด็น ซึ่งหน่วยงานประจำจังหวัดทั้ง ๑๒ แห่ง ได้รับเรื่องร้องเรียนและช่วยเหลือผู้บริโภค จำนวนทั้งสิ้น ๗๑๒ ราย สามารถแก้ไขปัญหาลให้ผู้บริโภคได้ประมาณร้อยละ ๘๐ และอยู่ระหว่างดำเนินการอีกร้อยละ ๒๐ อีกทั้ง ยังพัฒนาองค์กรผู้บริโภคที่อยู่ในพื้นที่ของแต่ละจังหวัดให้มีความสามารถในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคให้กับสมาชิก ในกลุ่ม มีการสื่อสารเตือนภัยผู้บริโภคผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียที่หลากหลาย และจัดการประชุมสภาผู้บริโภค ระดับจังหวัดอย่างน้อย ๗ จังหวัด จนได้มติสำคัญต่อการคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่เพื่อเสนอต่อหน่วยงานภาครัฐ ที่เกี่ยวข้องด้วย

ผลงานเด่นเรื่องทีสี่ คือ การคุ้มครองผู้บริโภคและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคจากวิกฤติโควิด-19

ด้วยการบูรณาการความรู้ เทคโนโลยี และความร่วมมือระหว่างภาคีเครือข่าย ให้เกิดปฏิบัติการที่ตอบสนองต่อปัญหาอย่างเท่าทันสถานการณ์และความต้องการของผู้บริโภคในเรื่องที่สำคัญ นับตั้งแต่ขั้นตอนของการเฝ้าระวังปัญหา การคุ้มครองพิทักษ์สิทธิและการพัฒนานโยบาย ผลงานที่สร้างผลกระทบสูงในปี ๒๕๖๔ เช่น (๑) ร่วมกับเครือข่ายนักวิชาการเพื่อผู้บริโภค ทดสอบและวิเคราะห์คุณภาพหน้ากากอนามัย ๖๐ ยี่ห้อ ผลักดันจนเป็นสินค้าที่มีมาตรฐานบังคับ (๒) การเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์ยาฟ้าทะลายโจรร่วมกับเครือข่ายองค์กรผู้บริโภค ๑๒ จังหวัด ๗ ภูมิภาค (๓) เป็นตัวแทนผู้บริโภคดำเนินการร้องเรียนเรื่องการยกเลิกประกันโควิดโดยไม่เป็นธรรม มากกว่า ๑,๐๐๐ ราย จนผู้บริโภคทยอยได้รับเงินประกันตามสิทธิ



สภาองค์กรของผู้บริโภค ร่วมกับ กพย. - เกสrix จุฬา - เกสrix มธ. กระตุ้นภาครัฐควบคุมการผลิต 'ฟ้าทะลายโจร' ตั้งแต่ต้นน้ำจนปลายน้ำ

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

คปก. แจ้งประกันโควิด ผู้ป่วยในเคลมได้ทุกคน HI-CI - Hotel Isolation อนุมัติจ่ายเป็นกรณีจำเป็น

สภาองค์กรของผู้บริโภค ย้ำ ถูกปฏิเสธ ร้องเรียนทันที

ปัญหาผู้บริโภค สามารถแจ้งได้ที่ 081 134 9216 Email : complaint@tcc.or.th

ผลงานเด่นเรื่องที่ทำ คือ การจัดตั้งศูนย์บริการผู้บริโภคแบบเบ็ดเสร็จ

ซึ่งเป็นกลไกนวัตกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคที่ช่วยลดภาระให้กับผู้บริโภคจากการเสียเวลาดันหา เดินทาง เพื่อติดต่อหรือติดตามเรื่องร้องเรียนหรือร้องทุกข์กับหน่วยงานหลายแห่ง โดยมีวิธีดำเนินการต่อข้อร้องเรียน ๓ ขั้นตอนหลัก ได้แก่ (๑) ชั้นเจรจาประสานงานกับผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (๒) ชั้นไกล่เกลี่ย และ (๓) ชั้นฟ้องคดี ในระยะเวลา ๓ เดือนที่เปิดดำเนินงาน ศูนย์บริการผู้บริโภคแบบเบ็ดเสร็จได้รับเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภค จำนวน ๑,๓๗๑ กรณี สามารถดำเนินการแก้ไขปัญหาให้แก่ผู้บริโภคได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๙๐ ของจำนวนเรื่องร้องเรียนทั้งหมด



นอกจากนี้ สภากงค์กรของผู้บริโภคยังจัดให้มีการศึกษาปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคและการบังคับใช้กฎหมายของหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภค ในปี ๒๕๖๔ จากข้อมูลเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคที่ส่งมายังสภากงค์กรของผู้บริโภคในช่วงระยะเวลา ๓ เดือน มีจำนวน ๒,๐๘๓ เรื่อง โดยส่วนใหญ่คือจำนวน ๑,๓๗๑ เรื่อง ส่งเรื่องร้องเรียนมายังสภากงค์กรของผู้บริโภค (ส่วนกลาง) และอีกจำนวน ๗๑๒ เรื่อง ร้องเรียนมายังหน่วยงานประจำจังหวัด และคาดว่าเรื่องร้องเรียนในปีงบประมาณ ๒๕๖๕ อาจมีจำนวนประมาณ ๓,๐๐๐ - ๕,๐๐๐ เรื่อง

ความพึงพอใจต่อการดำเนินงานของสภาองค์กรของผู้บริโภคประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๔ จากภาคีผู้เกี่ยวข้องที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย สรุปได้ว่า ภาคีเห็นว่า **จุดเด่นในการทำหน้าที่ของสภาองค์กรของผู้บริโภค** คือ (๑) มีความมุ่งมั่นในการให้ความรู้ประเด็นสำคัญต่อผู้บริโภคอย่างถูกต้อง รวดเร็ว และต่อเนื่อง (๒) ทำหน้าที่ในการขับเคลื่อนตามแผนงานทั้ง ๘ ประเด็นอย่างครอบคลุม (๓) ทำงานเชิงรุก ส่งต่อความรู้ ผลักดันกฎหมายเพื่อผู้บริโภค และสนับสนุนผู้บริโภคอย่างเป็นระบบ รวมทั้งมีกลไกที่สอดคล้องกันทั้งจังหวัด ภูมิภาคและท้องถิ่น (๔) มีความน่าเชื่อถือ เป็นที่รู้จักในฐานะมีอาชีพ ดำเนินงานเพื่อผู้บริโภคอย่างครบวงจร (๕) ประชาสัมพันธ์ในทิศทางเชิงบวก ทำให้ผู้บริโภคมีแนวโน้มตระหนักรู้ถึงสิทธิของตนเองและทำให้ปริมาณการรับเรื่องร้องเรียนทางสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้นสูง นอกจากนี้ กลุ่มเป้าหมายยังระบุถึง **ความคาดหวังต่อการทำหน้าที่ของสภาองค์กรของผู้บริโภค** ใน ๔ เรื่อง คือ (๑) จะต้องทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่รับรู้หน้าที่และการทำงานที่ของสภาองค์กรของผู้บริโภคระดับจังหวัด (๒) เพิ่มยุทธศาสตร์การสื่อสารให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น เน้น ๓ ประเด็น ได้แก่ สิทธิของผู้บริโภค ช่องทางการติดต่อกับสภาองค์กรของผู้บริโภคและกระบวนการร้องเรียน (๓) มีความจริงจังในการช่วยเหลืออย่างเป็นรูปธรรมต่อทุกความเห็นและข้อร้องเรียนของผู้บริโภค (๔) สร้างความร่วมมือกับกลไกภาครัฐ ภาคเอกชน เครือข่ายนักวิชาการและเครือข่ายสภาองค์กรของผู้บริโภค ในการผลักดันนโยบายเพื่อผู้บริโภคไปสู่การปฏิบัติ

ปัญหาและอุปสรรคสำคัญที่พบในปีแรก ได้แก่ (๑) การจัดสรรงบประมาณล่าช้า ทำให้ทุกฝ่ายต้องเร่งทำผลงาน ภายในระยะเวลาที่จำกัด (๒) ปัญหาการระบาดของโควิด-19 เป็นอุปสรรคสำคัญในการดำเนินงาน ทำให้เกิดความไม่คล่องตัวในการทำงานร่วมกับกลุ่มเป้าหมาย (๓) การบริหารจัดการองค์กรต้องมีการจัดทาระเบียบและประกาศที่เกี่ยวข้องเป็นจำนวนมากเพื่อให้สอดคล้องกับสถานภาพขององค์กรและแนวปฏิบัติของหน่วยงานที่รับงบประมาณจากรัฐ

ความท้าทายในระยะต่อไป ได้แก่ (๑) การซื้อขายสินค้าและบริการ รวมทั้งการทำธุรกรรมทางการเงินแบบออนไลน์เพิ่มขึ้นอย่างมาก ทำให้เกิดปัญหาอย่างมากมาย ดังนั้น สภาองค์กรของผู้บริโภคและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภคจะต้องร่วมกันพัฒนาระบบที่ดีในการติดตาม ป้องปรามและเตือนภัย ซึ่งหมายถึงจะต้องทำงานกันอย่างหนักด้วย (๒) แนวโน้มจำนวนเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคจะเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมากและอย่างรวดเร็ว ต้องมีแผนเตรียมความพร้อม โดยเฉพาะแผนพัฒนาสมาชิกสภาองค์กรของผู้บริโภคและหน่วยงานประจำจังหวัด ให้สามารถแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ (๓) การพัฒนาข้อเสนอในเชิงนโยบายและมาตรการที่มีศักยภาพสูงในการคุ้มครองผู้บริโภค จะประสบความสำเร็จได้ต้องได้รับการสนับสนุนหรือการรับรู้จากผู้บริโภคและหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภค (๔) การทำให้องค์กรของผู้บริโภคกำเนิดขึ้นอย่างครอบคลุมทั่วประเทศและมีการกระจายตัวอย่างเหมาะสม (๕) ความคาดหวังของผู้บริโภคต่อการดำเนินงานของสภาองค์กรของผู้บริโภคให้สอดคล้องกับอำนาจหน้าที่ตาม พ.ร.บ.การจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๖๒ (๖) ความยั่งยืนของสภาองค์กรของผู้บริโภคในการทำงานคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งจะต้องได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณจากรัฐบาลอย่างต่อเนื่องและเพียงพอ

ผลของการใช้จ่ายงบประมาณ จากทุนประเดิมเบื้องต้นที่ได้รับการจัดสรรจากรัฐบาล จำนวน ๓๕๐ ล้านบาท (สามร้อยห้าสิบล้านบาทถ้วน) เมื่อวันที่ ๒๒ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๔ ในปีงบประมาณ ๒๕๖๔ สภาองค์กรของผู้บริโภคได้ใช้จ่ายเงินเพื่อดำเนินงานตามแผนงานทั้ง ๖ แผนงาน ในช่วงระยะเวลา ๓ เดือนครึ่ง (กลางเดือนมิถุนายน-เดือนกันยายน) รวมเป็นเงินทั้งสิ้น ๑๓๑,๔๓๒,๖๖๖.๐๑ บาท (หนึ่งร้อยสามสิบเอ็ดล้านสี่แสนสามหมื่นสองพันหกร้อยหกสิบบาทหนึ่งสตางค์) หรือคิดเป็นร้อยละ ๓๗.๕๕ และมีงบประมาณทุนประเดิมคงเหลือ ๒๑๘,๕๖๗,๓๓๓.๙๙ บาท (สองร้อยสิบแปดล้านห้าแสนหกหมื่นเจ็ดพันสามร้อยสามสิบบาทเก้าสิบบาทเก้าสตางค์) หรือคิดเป็นร้อยละ ๖๒.๔๕



“

งานคุ้มครองผู้บริโภค คือการถ่วงดุลเพื่อให้เท่ากัน
ลัทธิบริโภคนิยม อันที่จริงเรื่องค่านิยมบริโภคนิยมไม่ใช่มีติดของ
วัฒนธรรมไทย เป็นเรื่องการนำเข้าที่เกิดจากกระแสไหลบ่า
จากทางตะวันตกโดยเฉพาะกระแสทุนนิยมลัทธิบริโภคนิยม
ซึ่งมีกลยุทธ์ มีเครื่องมือต่าง ๆ เข้ายวนให้ผู้คนหลงใหล
การบริโภค จนลืมสำนึกและกำเนิดของตนเองที่ว่ามนุษย์
ควรคิดผลิตได้เอง แล้วค่อยบริโภคแต่ตอนนี้ถูกกระตุ้นให้ซื้อ
เพื่อความโก้เก๋พอคำทำทุกอย่างเพื่อให้สินค้าขายหมด
และทุกอย่างเป็นสินค้าตั้งแต่เส้นผมจรดเล็บเท้า

ขอบคุณ นิตยสาร WAY

”

ผศ.ภญ.สำลี ใจดี (พ.ศ. ๒๔๘๕ - ๒๕๖๒) —

อดีตประธานกลุ่มศึกษาปัญหา
ต้นแบบของการทำงานทางสังคมขององค์กรผู้บริโภค
และสนับสนุนการผลักดันองค์กรอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

ส่วนที่ ๑

ความเป็นมา สภาพองค์กรของผู้บริโภค



ความเป็นมา

กว่า ๒ ทศวรรษ สู่การก่อกำเนิด “สภาองค์กรของผู้บริโภค”

จากแนวคิดเรื่ององค์การอิสระที่ปรากฏครั้งแรกในรัฐธรรมนูญ พ.ศ. ๒๕๔๐ เพื่อตรวจสอบการทำงานของรัฐในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านสิทธิมนุษยชน ด้านการตรวจสอบทุจริตคอร์รัปชัน ด้านการใช้จ่ายเงินงบประมาณ หนึ่งในแนวคิดที่ว่าด้วยองค์การอิสระที่ถือกำเนิดขึ้นมาพร้อมกันคือ “องค์การอิสระสำหรับผู้บริโภค” โดยในมาตรา ๕๗ ของรัฐธรรมนูญ พ.ศ. ๒๕๔๐ ระบุให้มีองค์การอิสระที่เกิดจากการรวมตัวของผู้บริโภคเพื่อทำหน้าที่ให้ความเห็นในการตรากฎหมาย กฎข้อบังคับและมาตรการต่าง ๆ ในการคุ้มครองผู้บริโภค

เมื่อล่วงมาถึงรัฐธรรมนูญ พ.ศ. ๒๕๕๐ มีการกล่าวถึงองค์การอิสระสำหรับผู้บริโภคที่เป็นอิสระจากรัฐอีกครั้งในมาตรา ๖๑ ซึ่งนอกจากบทบาทหน้าที่เดิมตามรัฐธรรมนูญ พ.ศ. ๒๕๔๐ แล้ว ยังมีการขยายความเพิ่มเติมให้มีอำนาจตรวจสอบและรายงานการกระทำหรือละเลยการกระทำอันเป็นการคุ้มครองผู้บริโภค โดยให้รัฐสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินการ

อย่างไรก็ตาม องค์การอิสระสำหรับผู้บริโภคก็ยังไม่เกิดขึ้นจริง จนกระทั่งรัฐธรรมนูญ พ.ศ. ๒๕๖๐ ที่ยังคงสืบต่อแนวคิดเรื่องนี้



สิทธิของผู้บริโภคย่อมได้รับความคุ้มครอง บุคคลย่อมมีสิทธิรวมกันจัดตั้งองค์กรของผู้บริโภคเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค องค์กรของผู้บริโภคตามวรรคสองมีสิทธิรวมกันจัดตั้งเป็นองค์กรที่มีความเป็นอิสระเพื่อให้เกิดพลังในการคุ้มครองผู้บริโภคและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค โดยได้รับการสนับสนุนจากรัฐ ทั้งนี้หลักเกณฑ์และวิธีการจัดตั้ง อำนาจในการเป็นตัวแทนของผู้บริโภค และการสนับสนุนด้านการเงินจากรัฐให้เป็นไปตามที่กฎหมายบัญญัติ

มาตรา ๕๖ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. ๒๕๖๐



ในที่สุด หลังจากการรอคอยถึง ๒๓ ปี วันที่ ๒๒ พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๖๒ พ.ร.บ.การจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๖๒ ก็ถือกำเนิดขึ้น โดยพ.ร.บ.นี้ บัญญัติให้สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี (สปน.) ทำหน้าที่นายทะเบียนกลางในการรับจดทะเบียน องค์กรของผู้บริโภค เพื่อรวมตัวกันจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค และบัญญัติให้สภานี้เป็นนิติบุคคล มีวัตถุประสงค์เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในทุกด้าน

เมื่อวันที่ ๘ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๓ องค์กรของผู้บริโภค ที่ผ่านการจดทะเบียน จำนวน ๑๕๒ องค์กร ได้รวมตัวกันเป็นผู้ริเริ่มก่อนการในการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค และต่อมาสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี (สปน.) ในฐานะนายทะเบียนกลางได้ดำเนินการออกราชกิจจานุเบกษา “ประกาศนายทะเบียนกลาง เรื่อง การจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๖๓” เมื่อวันที่ ๙ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๓ ให้มีการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค เพื่อทำหน้าที่เป็นผู้แทนของผู้บริโภค มีสิทธิ หน้าที่และอำนาจตามบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. ๒๕๖๐ มาตรา ๔๖ พระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๖๒ และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง

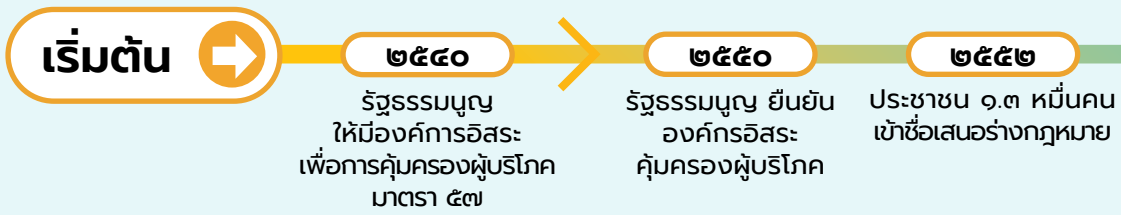
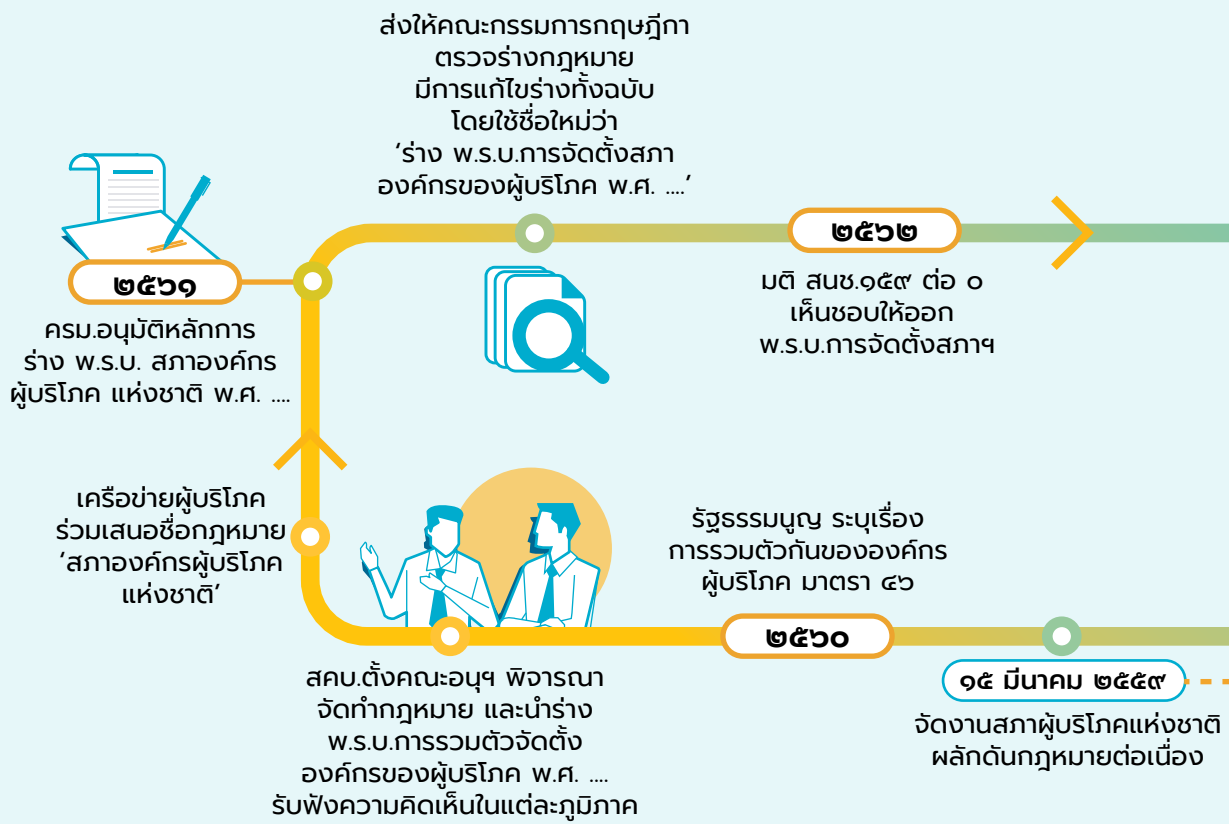
และได้กำหนดให้คณะผู้ริเริ่มก่อนการต้องจัดให้มีการประชุมสมาชิกภายใน ๓๐ วันนับแต่ประกาศจัดตั้งสภา

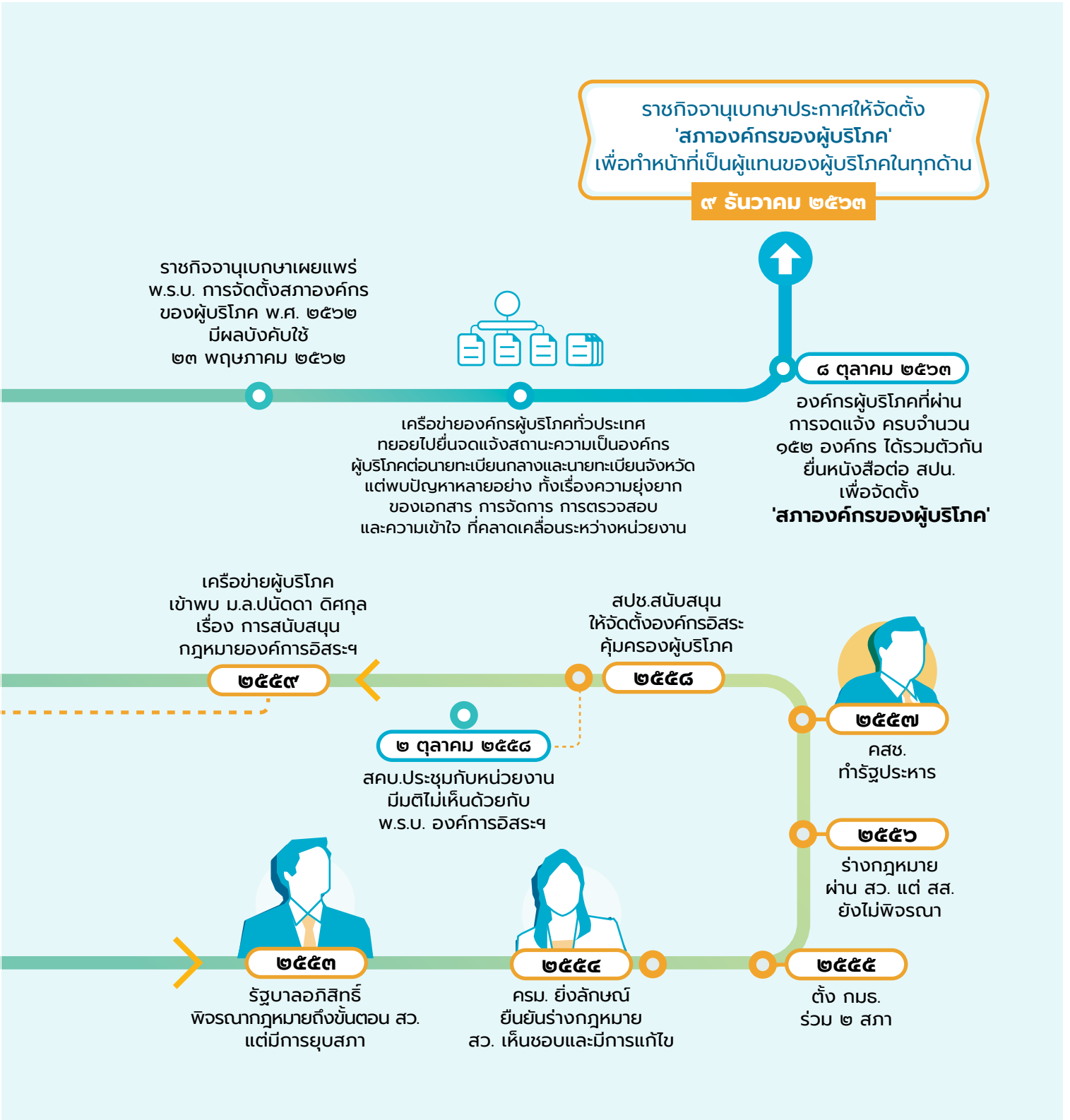
ดังนั้นจึงมีการเปิดประชุมสภาองค์กรของผู้บริโภค เป็นครั้งแรกเมื่อวันที่ ๖ มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๔ โดยเป็นการประชุมผ่านระบบออนไลน์ ซึ่งมีองค์กรสมาชิกเข้าร่วมประชุมจำนวน ๑๔๘ องค์กร ในการประชุมครั้งนี้มีการจัดทำข้อบังคับของสภาองค์กรของผู้บริโภค เลือกตั้งประธาน รองประธาน และคณะกรรมการนโยบาย มีการกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์และแผนงานเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค รวมทั้งมีการรับรององค์กรของผู้บริโภค ที่สมัครเป็นสมาชิกของสภาองค์กรของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น

จนถึงสิ้นเดือนกันยายน ๒๕๖๔ มีองค์กรสมาชิกจำนวน ๒๓๗ องค์กรในพื้นที่ ๓๓ จังหวัด ภายหลังจากการประชุมครั้งแรกแล้ว ได้มีการประชุมสภาองค์กรของผู้บริโภค ที่มีสมาชิกทั้งหมดมาเข้าร่วมอย่างต่อเนื่องอีกจำนวน ๓ ครั้ง เพื่อปรับปรุงข้อบังคับ จัดทำระเบียบที่เกี่ยวข้อง พิจารณาเห็นชอบแผนงานและแผนงบประมาณประจำปี ๒๕๖๕ และการแต่งตั้งผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เป็นต้น



เส้นทางสู่การเป็น “สภาองค์กรของผู้บริโภค”





ภารกิจ

สภาองค์กรของผู้บริโภค มีสถานะเป็นนิติบุคคล

เป็นผู้แทนของผู้บริโภคในการคุ้มครองผู้บริโภคในทุกด้าน

มาตรา ๑๔ แห่งพ.ร.บ.นี้ บัญญัติว่า สภาองค์กรของผู้บริโภค นอกจากมีอำนาจดำเนินการตามวัตถุประสงค์ที่ได้จัดตั้งแล้ว ในฐานะเป็นผู้แทนผู้บริโภค ให้มีอำนาจดำเนินการในเรื่องดังต่อไปนี้ด้วย

๑. ให้ความคุ้มครองผู้บริโภคและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค รวมถึงเสนอแนะนโยบายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคต่อคณะรัฐมนตรีหรือหน่วยงานของรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง

๒. สนับสนุนและดำเนินการตรวจสอบ ติดตาม เฝ้าระวังสถานการณ์ปัญหาสินค้าและบริการ แจ้งหรือโฆษณาข่าวสารหรือเตือนภัยเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ที่อาจกระทบต่อสิทธิของผู้บริโภคหรืออาจก่อให้เกิดความเสียหายหรือเกิดความเสื่อมเสียแก่ผู้บริโภค โดยจะระบุชื่อสินค้าหรือบริการหรือชื่อของผู้ประกอบธุรกิจด้วยก็ได้

๓. รายงานการกระทำหรือละเลยการกระทำที่ส่งผลกระทบต่อสิทธิของผู้บริโภคไปยังหน่วยงานของรัฐหรือหน่วยงานอื่นที่รับผิดชอบและเผยแพร่ให้ประชาชนทราบ

๔. สนับสนุนและช่วยเหลือองค์กรของผู้บริโภค ในการรักษาประโยชน์ของผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพและได้รับความเชื่อถือ ตลอดจนส่งเสริมการรวมตัวขององค์กรของผู้บริโภคในระดับจังหวัดและเขตพื้นที่ตามที่กำหนดในข้อบังคับของสภาองค์กรของผู้บริโภค

๕. สนับสนุนการศึกษาและการวิจัยเพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค

๖. สนับสนุนและช่วยเหลือสมาชิกในการไกล่เกลี่ยหรือประนีประนอมยอมความข้อพิพาทเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคทั้งก่อนและในระหว่างดำเนินคดีต่อศาล

๗. ดำเนินคดีเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคตามที่เห็นสมควร หรือเมื่อมีผู้ร้องขอ หรือให้ความช่วยเหลือในการดำเนินคดีกรณีที่ผู้บริโภคหรือองค์กรของผู้บริโภค ถูกฟ้องคดีจากการใช้สิทธิในฐานะผู้บริโภคหรือใช้สิทธิแทนผู้บริโภค แล้วแต่กรณี ทั้งยังมีอำนาจประนีประนอมยอมความด้วย

๘. จัดให้มีหรือรวบรวมและเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการให้ประชาชนสามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก

อีกทั้งมีหน้าที่จัดประชุมสมาชิกและผู้บริโภคทั่วไป ที่สนใจอย่างน้อยปีละ ๑ ครั้ง เพื่อรายงานผลการดำเนินงานของสภาองค์กรของผู้บริโภค รับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการคุ้มครองผู้บริโภค และปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงานของสภาองค์กรของผู้บริโภค

ภายหลังการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๖๓ เมื่อวันที่ ๙ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๓ ตามราชกิจจานุเบกษาแล้ว กฎหมายกำหนดให้คณะผู้ริเริ่มก่อนการต้องจัดให้มีการประชุมสมาชิกภายใน ๓๐ วันนับแต่ประกาศจัดตั้งสภาเพื่อ

๑. จัดทำข้อบังคับของสภาองค์กรของผู้บริโภค
๒. เลือกตั้งประธาน รองประธาน และคณะกรรมการนโยบายของสภาองค์กรของผู้บริโภค
๓. กำหนดนโยบาย แนวทาง หรือแผนงานเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค
๔. กิจการอื่นที่คณะผู้ริเริ่มก่อนการเห็นสมควร

ด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 การประชุมสภาองค์กรของผู้บริโภค ครั้งแรกจึงเกิดขึ้นโดยผ่านระบบออนไลน์ เมื่อวันที่ ๖ มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๔ มีองค์กรสมาชิกเข้าร่วม ๑๔๘ องค์กร และมีการกำหนดนโยบาย และยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคของสภาองค์กรของผู้บริโภค ๕ ยุทธศาสตร์ ดังนี้

๑

ยุทธศาสตร์การสนับสนุนและดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภค และพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคทุกด้าน

๒

ยุทธศาสตร์การพัฒนา เสนอแนะ และผลักดันนโยบาย มาตรการเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

๓

ยุทธศาสตร์การสนับสนุน และสร้างความเข้มแข็ง ผู้บริโภค และองค์กรของผู้บริโภค

๔

ยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

๕

ยุทธศาสตร์การพัฒนากลไกสภาองค์กรของผู้บริโภค และหน่วยงานประจำจังหวัด

ภายใต้ยุทธศาสตร์ข้างต้น ตามกฎหมายบัญญัติว่า สภากอกรของผู้บริโภค จะต้องมึเนื่องานการคุ้มครองผู้บริโภคจำแนกตามประเภทของการบริโภคเป็น ๘ ด้านหลักเป็นอย่างน้อย ดังนี้

ประเด็นงานคุ้มครองผู้บริโภค ๘ ด้าน ของสภากอกรของผู้บริโภค



ด้านสินค้าและ
บริการทั่วไป



ด้านการสื่อสาร
โทรคมนาคม และ
เทคโนโลยีสารสนเทศ



ด้านการเงินและ
การธนาคาร



ด้านบริการสาธารณะ
พลังงาน
และสิ่งแวดล้อม

**ประเด็นงาน
คุ้มครองผู้บริโภค
๘ ด้าน**



ด้านอาหาร ยา
และผลิตภัณฑ์
สุขภาพ



ด้านการขนส่ง
และยานพาหนะ



ด้านอสังหาริมทรัพย์
และที่อยู่อาศัย



ด้านบริการ
สุขภาพ

วันที่ ๒๒ มิถุนายน ๒๕๖๔ ได้รับเงินอุดหนุนจากรัฐบาลเพื่อเป็นทุนประเดิมเบื้องต้น โดยเป็นการจ่ายขาด จำนวน ๓๕๐ ล้านบาท (สามร้อยห้าสิบล้านบาทถ้วน) ตามมาตรา ๑๙ ใน พ.ร.บ.การจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๖๒ งบประมาณนี้เป็นแหล่งที่มาในการดำเนินงานปีงบประมาณ ๒๕๖๔ ของสภาองค์กรของผู้บริโภค ซึ่งครอบคลุมระยะเวลาประมาณ ๓ เดือน (กรกฎาคม-กันยายน ๒๕๖๔) ดังปรากฏผลการดำเนินงานในรายงานประจำปีฉบับนี้

ภาพสรุปการดำเนินงานของสภาองค์กรของผู้บริโภค ในปี ๒๕๖๔



ในการดำเนินงานปีแรก (ปี ๒๕๖๔) สภาองค์กรของผู้บริโภค มีระยะเวลาดำเนินงาน ๓ เดือน (กรกฎาคม - กันยายน ๒๕๖๔) หลังจากได้รับเงินอุดหนุน (ทุนประเดิม) จากรัฐบาล เมื่อวันที่ ๒๒ มิถุนายน ๒๕๖๔



“

*องค์กรของผู้บริโภคที่เป็นอิสระมีบทบาทสำคัญ
ในการกำหนดนโยบายที่มีผลกระทบต่อผู้บริโภค
และเป็นที่ยอมรับนำเชื่อถือของสังคมทุกภาคส่วน
การตรวจสอบที่ดีที่สุด คือการตรวจสอบ
โดยประชาชนทุกคน*

”

ดร.เดือนเด่น นิคมบริรักษ์ (พ.ศ. ๒๕๐๙ - ๒๕๖๒)

อดีตนักวิชาการจาก TDRi อีกหนึ่งเสียงที่เป็นผู้ผลักดันและสนับสนุน
ให้มีองค์กรอิสระเพื่อผู้บริโภค

การบริหารงานและโครงสร้าง

การบริหารงานของสภาองค์กรของผู้บริโภค ประกอบด้วยผู้เกี่ยวข้องจาก ๒ ส่วน ดังนี้

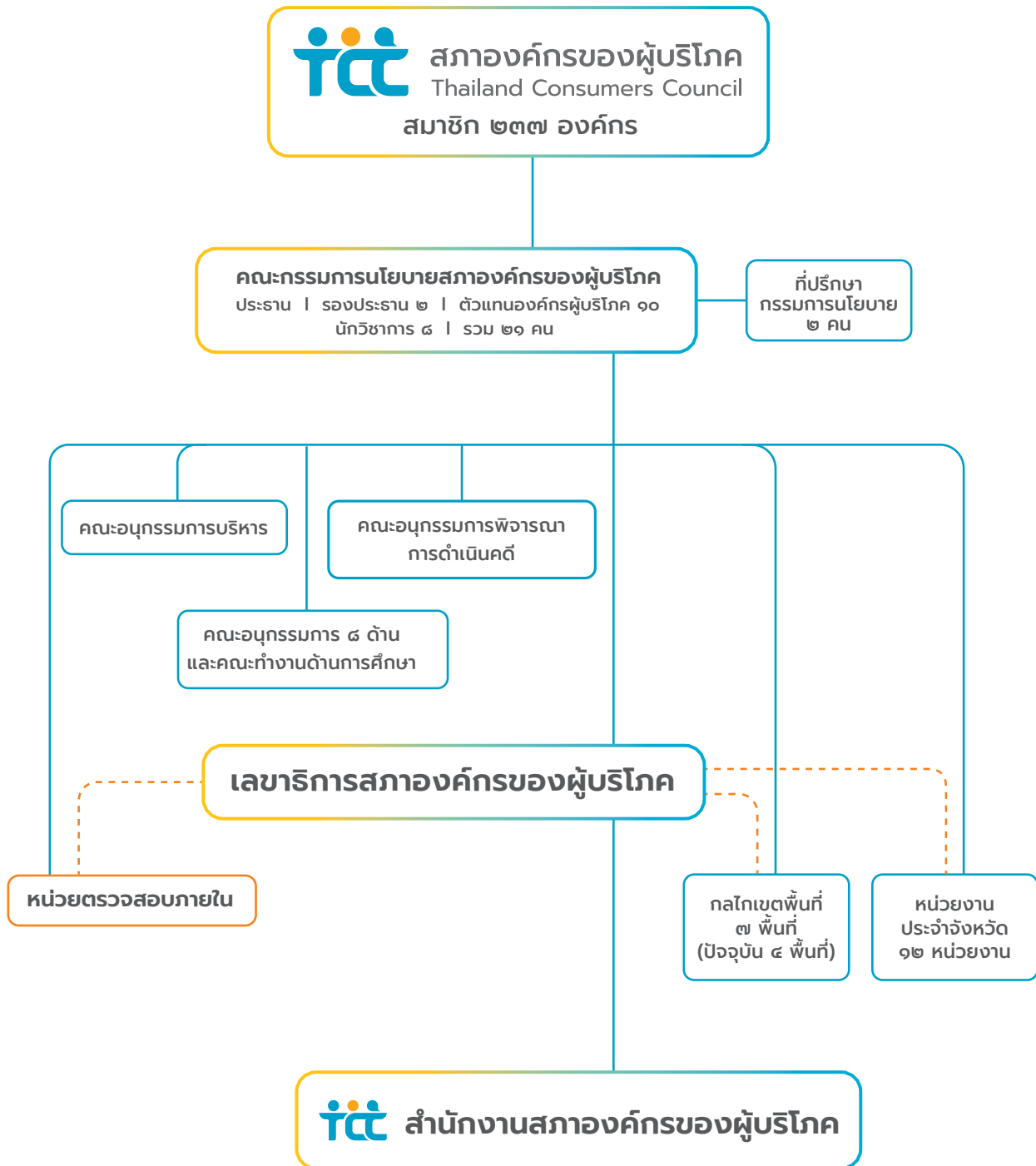
๑. สภาองค์กรของผู้บริโภค

- ๑.๑ คณะกรรมการนโยบาย
- ๑.๒ ที่ปรึกษาคณะกรรมการนโยบาย
- ๑.๓ คณะอนุกรรมการและคณะทำงานด้านต่าง ๆ ดังนี้
 - คณะอนุกรรมการ ๘ ด้าน และคณะทำงานด้านการศึกษา ๑ คณะ
 - คณะอนุกรรมการบริหาร
 - คณะอนุกรรมการพิจารณาการดำเนินคดี
 - คณะทำงานประสานงานและสนับสนุนการแสวงหาข้อเท็จจริงกรณี ๑๖ องค์กรของผู้บริโภค ซึ่งหมดวาระการดำเนินงานเมื่อเดือนกันยายน พ.ศ. ๒๕๖๔

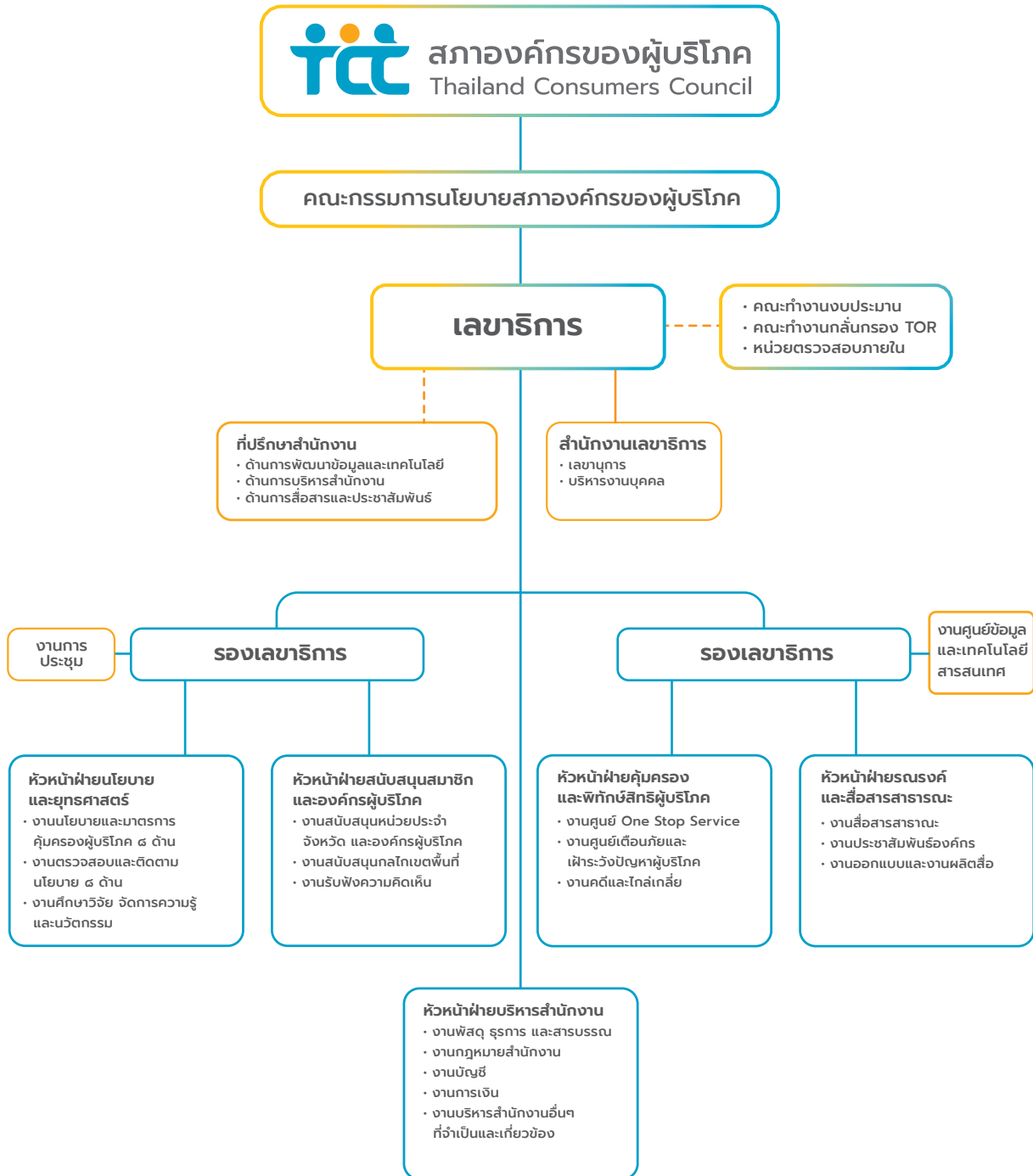
๒. สำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค

- ๒.๑ เลขานุการและรองเลขานุการ
- ๒.๒ ที่ปรึกษาสำนักงาน
- ๒.๓ หน่วยขับเคลื่อนแผนงานตามยุทธศาสตร์ ๕ ฝ่าย ประกอบด้วย
 - ๑) ฝ่ายนโยบายและยุทธศาสตร์
 - ๒) ฝ่ายสนับสนุนสมาชิกและองค์กรผู้บริโภค
 - ๓) ฝ่ายบริหารสำนักงาน
 - ๔) ฝ่ายคุ้มครองผู้บริโภคและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค
 - ๕) ฝ่ายรณรงค์และสื่อสารสาธารณะ
- ๒.๔ งานสนับสนุนสำนักงาน เช่น เลขานุการ บริหารงานบุคคล งานเทคโนโลยีและสารสนเทศ

โครงสร้างการบริหารสภาองค์กรของผู้บริโภค



โครงสร้างสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค



ข้อมูล ณ ธันวาคม ๒๕๖๔

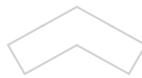
กรอบการดำเนินงานของสภาองค์กรของผู้บริโภค

วิสัยทัศน์

เป็นตัวแทนของผู้บริโภคทุกด้าน เพื่อคุณภาพชีวิตของทุกคน

พันธกิจ

คุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคทุกด้าน เสนอแนะนโยบายมาตรการเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค สนับสนุนสมาชิก องค์กรของผู้บริโภค และผู้บริโภคให้รักษาประโยชน์ของผู้บริโภคและได้รับความเชื่อถือ สร้างวัฒนธรรมและมุมมองใหม่ว่าการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นประโยชน์กับทุกฝ่าย สนับสนุนให้เกิดการบริโภคที่ยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม



กลไกขับเคลื่อน	แผนงาน	ยุทธศาสตร์
ฝ่ายคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค	๑. แผนสนับสนุนและดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภคและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค	๑. ยุทธศาสตร์การสนับสนุนและดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภคและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคทุกด้าน
ฝ่ายนโยบายและยุทธศาสตร์	๒. แผนพัฒนานโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค	๒. ยุทธศาสตร์การพัฒนาเสนอแนะและผลักดันนโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค
ฝ่ายสนับสนุนสมาชิกและองค์กรผู้บริโภค	๓. แผนสนับสนุนหน่วยงานประจำจังหวัดและองค์กรของผู้บริโภค	๓. ยุทธศาสตร์การสนับสนุนและสร้างความเข้มแข็งผู้บริโภคและองค์กรของผู้บริโภค
ฝ่ายรณรงค์และสื่อสารสาธารณะ	๔. แผนงานสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค	๔. ยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค
ฝ่ายบริหารสำนักงาน	๕. แผนงานการจัดตั้งสำนักงานและพัฒนากำลังคนของ	๕. ยุทธศาสตร์พัฒนากลไกสภาองค์กรของผู้บริโภคและหน่วยงานประจำจังหวัด
	๖. แผนงานเงินสำรองกรณีฉุกเฉินหรือจำเป็น	





“

สิทธิของผู้บริโภค ถือเป็นสิทธิขั้นพื้นฐาน
ที่ต้องได้รับการคุ้มครองเพื่อประสิทธิภาพ
และความเป็นธรรมของระบบเศรษฐกิจ
ที่ยังเป็นส่วนสำคัญในการส่งเสริม
ระบอบประชาธิปไตย

”

อภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ —————

อดีตนายกรัฐมนตรี
เห็นชอบผ่านร่างพระราชบัญญัติองค์การอิสระ
เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. (ภาคประชาชน)

ส่วนที่ ๒ ผลการดำเนินงาน



๕ ผลงานเด่นในรอบปี ๒๕๖๔

๑. การมีข้อเสนอด้านนโยบายที่มีผลกระทบต่อการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ทำให้คณะรัฐมนตรีและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องทบทวนนโยบายและมาตรการ

ในปี ๒๕๖๔ กำหนดวาระเร่งด่วน ๓ ประเด็น เพื่อขับเคลื่อนให้เกิดความเปลี่ยนแปลงโดยเร็วเนื่องจากเป็นเรื่องที่มีผลกระทบสูงต่อผู้บริโภค ดังนี้

“วาระเร่งด่วน” (quick win) ของสภาองค์กรของผู้บริโภค ๓ ประเด็น ในปี ๒๕๖๔

๑

ร่วมกำหนดทิศทางนโยบาย CPTPP

- ผลักดันให้มีการศึกษาผลกระทบต่อผู้บริโภค
- สนับสนุนองค์กรเครือข่าย ให้เกิดความรู้

๒

“ปลดล๊อค” ราคารถไฟฟ้า

- ประเด็นเฉพาะหน้า จัดทำข้อเสนอ BTS คัมแบ็ค ‘ตัวเดือน’
- ประเด็นระยะยาว ให้ข้อเสนอแนะรัฐต่อการกำหนดนโยบายรถไฟฟ้าหลากสี

๓

พิทักษ์สิทธิเจ็บป่วยฉุกเฉิน (UCEP)

- จัดทำวิจัย เพื่อพัฒนาแนวทางให้ผู้ป่วยที่เข้าข่ายอาการรุนแรง สามารถเข้าถึงสิทธิ UCEP ได้อย่างทั่วถึง

๑.๑ ชะลอการเข้าร่วมความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิก (CPTPP)

การแสดงเจตจำนงเข้าร่วมความตกลงที่ครอบคลุมและก้าวหน้าสำหรับหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิก (Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership : CPTPP) เป็นประเด็นที่ผู้บริโภคให้ความสนใจอย่างมาก หลังจากมีข้อมูลจากหลายฝ่าย เช่น คณะกรรมการวิสามัญสภาผู้แทนราษฎร สภาเกษตรกร ที่ต่างก็ชี้ให้เห็นว่าการเข้าร่วม CPTPP อาจไม่ใช่ปัจจัยหลักที่จะช่วยให้ไทยได้รับเงินลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ และจะเพิ่มภาระค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพของประเทศจากราคาที่สูงขึ้น ดังนั้นในปี ๒๕๖๔ จึงดำเนินการใน ๒ ด้าน ดังนี้

๑) ยื่นข้อเสนอกับคณะรัฐมนตรีและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในฐานะตัวแทนของผู้บริโภคเพื่อร่วมกำหนดทิศทางหรือนโยบาย ทำหนังสือถึงนายกรัฐมนตรีเพื่อขอให้ชะลอการส่งหนังสือแสดงเจตจำนงเข้าร่วม CPTPP หลังจากนั้น สำนักนายกรัฐมนตรี ได้มีหนังสือตอบกลับ โดยระบุว่า นายกรัฐมนตรีมีบัญชาให้กระทรวงพาณิชย์ประสาน เพื่อหารือก่อนที่จะตัดสินใจเข้าร่วม CPTPP

๒) สื่อสารให้องค์กรเครือข่ายมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับข้อตกลง CPTPP โดยร่วมมือกับเครือข่าย ทั่วประเทศดำเนินการจัดเวทีให้ความรู้กับเครือข่ายหลากหลายรูปแบบอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่เดือนมิถุนายน ๒๕๖๔ ผ่านช่องทางออนไลน์



๑.๒ ขนส่งมวลชนที่ทุกคนขึ้นได้อย่างมีคุณภาพและได้มาตรฐาน

แม้ว่ารถไฟฟ้าจะเป็นบริการขนส่งมวลชนสำหรับเมืองใหญ่ที่ให้ความสะดวกสบาย แก้ปัญหา รถติดและมลพิษได้ แต่ประชาชนในกรุงเทพฯ ที่ใช้บริการรถไฟฟ้าก็ยังมีเพียงร้อยละ ๒.๘๖ ของ ประชากรทั้งหมด โดยสาเหตุหลักที่คนกรุงเทพฯ ไม่นิยมใช้บริการรถไฟฟ้า เนื่องมาจากค่าบริการ ที่มีราคาแพง ดังนั้น สภาก่อสร้างของผู้บริโภครถไฟฟ้า จึงเห็นความสำคัญในการร่วม “ปลดล็อก” เพื่อให้ ผู้บริโภคเข้าถึงบริการขนส่งสาธารณะในราคาที่เหมาะสมและเป็นธรรม ดังนี้

๑) **ประเด็นเฉพาะหน้า** เนื่องมาจากการยกเลิกโปรโมชั่นตั๋วเดือน ทำให้ผู้บริโภคที่ใช้บริการรถไฟฟ้าต้อง เดือดร้อน เป็นอย่างมาก สภาก่อสร้างของผู้บริโภคจึง เรียกร้องให้ บีทีเอส นำระบบ ‘ตั๋วเดือน’ กลับมาใช้ เพื่อเรียกร้องให้ผู้บริโภคที่ เผชิญปัญหาค่าครองชีพสูง

๒) **ประเด็นระยะยาว** ร่วมมือกับหลายภาคส่วน รวมทั้งเป็นคณะทำงานศึกษาและจัดทำข้อเสนอแนะแก้ไขปัญหา รถไฟฟ้าสายสีเขียว เพื่อให้ข้อเสนอแนะต่อคณะรัฐมนตรี กระทรวงคมนาคม กระทรวงมหาดไทย และกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นผู้มีบทบาทในการกำหนดนโยบายเรื่องนี้ โดยมุ่งให้เกิดประสิทธิภาพในการขนส่งมวลชนที่ดีของเมือง และค่าโดยสาร รวมต่อวันที่ไม่เป็นภาระแก่ประชาชนมากเกินไปจนเกินควร จนทำให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องชะลอการต่อสัญญารถไฟฟ้าสาย สีเขียว



๑.๓ ค่ารักษาพยาบาลแพงของบริการสาธารณสุขเอกชน

แม้ว่าคนไทยทุกคนมีสิทธิตามโครงการ “สิทธิ UCEP เจ็บป่วยฉุกเฉินวิกฤติมีสิทธิทุกที่” (Universal Coverage for Emergency Patients : UCEP) แต่จะอย่างไรให้ผู้ป่วยเข้าถึงบริการทางการแพทย์ที่จำเป็น ได้อย่างทันต่อวิถี โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย

ตั้งแต่วันที่ ๑ เมษายน ๒๕๖๐ กำหนดให้ผู้ป่วยฉุกเฉินวิกฤติ ๖ อาการ สามารถเข้ารับการรักษาพยาบาลที่โรงพยาบาลที่ใกล้ที่สุดทั้งโรงพยาบาลรัฐและเอกชน โดยไม่จำเป็นต้องเป็นโรงพยาบาลตามสิทธิ และผู้ป่วยไม่ต้องทศรองจ่ายเงินในระยะ ๗๒ ชั่วโมงแรก แต่ผู้บริโภคยังคงพบปัญหาการถูกประเมินว่าไม่เข้าเกณฑ์ฉุกเฉินวิกฤติ ส่งผลให้ต้องแบกรับภาระค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนมากเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน จากสถานการณ์ดังกล่าว จึงพิจารณาให้เรื่อง

นี้เป็นหนึ่งในวาระเร่งด่วนในปี ๒๕๖๔ โดยเริ่มต้นจากการจัดทำวิจัยเรื่อง “การศึกษากลไกการจ่ายและการควบคุมอัตราการเบิกจ่ายค่าบริการกรณีการดูแลผู้ป่วยฉุกเฉินวิกฤติและผู้ป่วยฉุกเฉินหลังพ้น ๗๒ ชั่วโมง เพื่อเป็นการผลักดันให้มีการกำกับราคากลางค่ารักษาพยาบาลของผู้ป่วยฉุกเฉินวิกฤติในโรงพยาบาลเอกชน” และนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการขับเคลื่อนให้เกิดแนวทางการพัฒนาเพื่อให้ผู้ป่วยที่เข้าข่ายอาการรุนแรง สามารถเข้าถึงสิทธิ UCEP ได้อย่างทั่วถึงและทันต่อวิถี โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายได้อย่างแท้จริงโดยเร็ว

ขณะเดียวกัน ภายใต้สถานการณ์โควิด-19 ซึ่งมีผู้ป่วยฉุกเฉินวิกฤติเพิ่มมากขึ้น ในขณะที่สิทธิของผู้ป่วยแต่ละระบบสุขภาพยังมีความแตกต่างกัน จึงร่วมมือกับชมรมพิทักษ์สิทธิผู้ประกันตน เรียกร้องให้สำนักงานประกันสังคม ออกมาตรการดูแลผู้ประกันตนที่ติดโควิด-19 ให้ชัดเจน โดยเฉพาะการเข้ารับรักษาในโรงพยาบาลคู่สัญญาประกันสังคมที่ส่วนใหญ่เป็นโรงพยาบาลเอกชน และการเข้าระบบแยกกักตัวที่บ้าน (Home Isolation) ซึ่งส่งผลให้สำนักงานประกันสังคมมีการปรับเปลี่ยนแนวทางการดูแลผู้ประกันตนที่ป่วยชัดเจนเพิ่มมากขึ้น

๒. การขับเคลื่อน “สภาองค์กรของผู้บริโภค” ในปีแรก

ปี ๒๕๖๔ เป็นปีที่ “สภาองค์กรของผู้บริโภค” ถือกำเนิดและเริ่มต้นดำเนินงานอย่างเป็นทางการ ตามเจตนารมณ์และบทบัญญัติใน พระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๖๒



รายงานประจำปี ๒๕๖๔

นับจากนั้นสภาองค์กรของผู้บริโภค ได้ขับเคลื่อนงานอย่างเข้มแข็ง เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ ภารกิจ และโครงสร้างของการบริหารงาน ตาม พระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๖๒ ดังนี้^๑

๑. การจัดทำข้อบังคับของสภาองค์กรของผู้บริโภค (ครอบคลุมทั้ง ๙ เรื่อง ตามที่ระบุไว้ในมาตรา ๑๒)

๒. เลือกตั้งประธานและคณะกรรมการนโยบายของสภาองค์กรของผู้บริโภค โดยมีองค์ประกอบตามที่ระบุไว้ใน มาตรา ๑๓ คือ คณะกรรมการนโยบายที่ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญ ๘ ด้าน

๓. กำหนดนโยบาย แนวทาง หรือแผนงาน เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค

๔. จัดทำหลักเกณฑ์และวิธีการที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และภารกิจ

๕. เป็นตัวแทนผู้บริโภคดำเนินการในด้านต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการคุ้มครองผู้บริโภคในทุกด้านด้วยความสุจริต โดยในปีแรกนี้ ได้ดำเนินการครบถ้วนตามที่กำหนดตาม มาตรา ๑๔ ได้แก่

(๑) ให้ความคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค รวมตลอดทั้งเสนอแนะนโยบายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคต่อคณะรัฐมนตรีหรือหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง

(๒) สนับสนุนและดำเนินการ ตรวจสอบ ติดตาม เฝ้าระวังสถานการณ์ปัญหาสินค้าและบริการ แจ้งหรือโฆษณาข่าวสารหรือเตือนภัยเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่อาจกระทบต่อสิทธิของผู้บริโภค หรืออาจก่อให้เกิดความเสียหายหรือเกิดความเสียหายแก่ผู้บริโภค โดยจะระบุชื่อสินค้าหรือบริการหรือ ชื่อของผู้ประกอบธุรกิจด้วยก็ได้

(๓) รายงานการกระทำหรือละเลยการกระทำอันมีผลกระทบต่อสิทธิของผู้บริโภค ไปยังหน่วยงาน ของรัฐหรือหน่วยงานอื่นที่รับผิดชอบและเผยแพร่ให้ประชาชนทราบ

(๔) สนับสนุนและช่วยเหลือองค์กรของผู้บริโภค ในการรักษาประโยชน์ของผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพ และได้รับความเชื่อถือ ตลอดจนส่งเสริมการรวมตัวขององค์กรของผู้บริโภคในระดับจังหวัด และเขตพื้นที่

(๕) สนับสนุนการศึกษาและการวิจัยเพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค

(๖) สนับสนุนและช่วยเหลือสมาชิกในการไกล่เกลี่ยหรือประนีประนอมยอมความข้อพิพาท เกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคทั้งก่อนและในระหว่างการดำเนินคดีต่อศาล

(๗) ดำเนินคดีเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค ตามที่เห็นสมควรหรือเมื่อมีผู้ร้องขอ หรือให้ความช่วยเหลือในการดำเนินคดีในกรณีที่ผู้บริโภคหรือองค์กรของผู้บริโภคถูกฟ้องคดีจากการใช้สิทธิ ในฐานะผู้บริโภคหรือใช้สิทธิแทนผู้บริโภค รวมทั้งการประนีประนอมยอมความในกรณีที่เหมาะสม

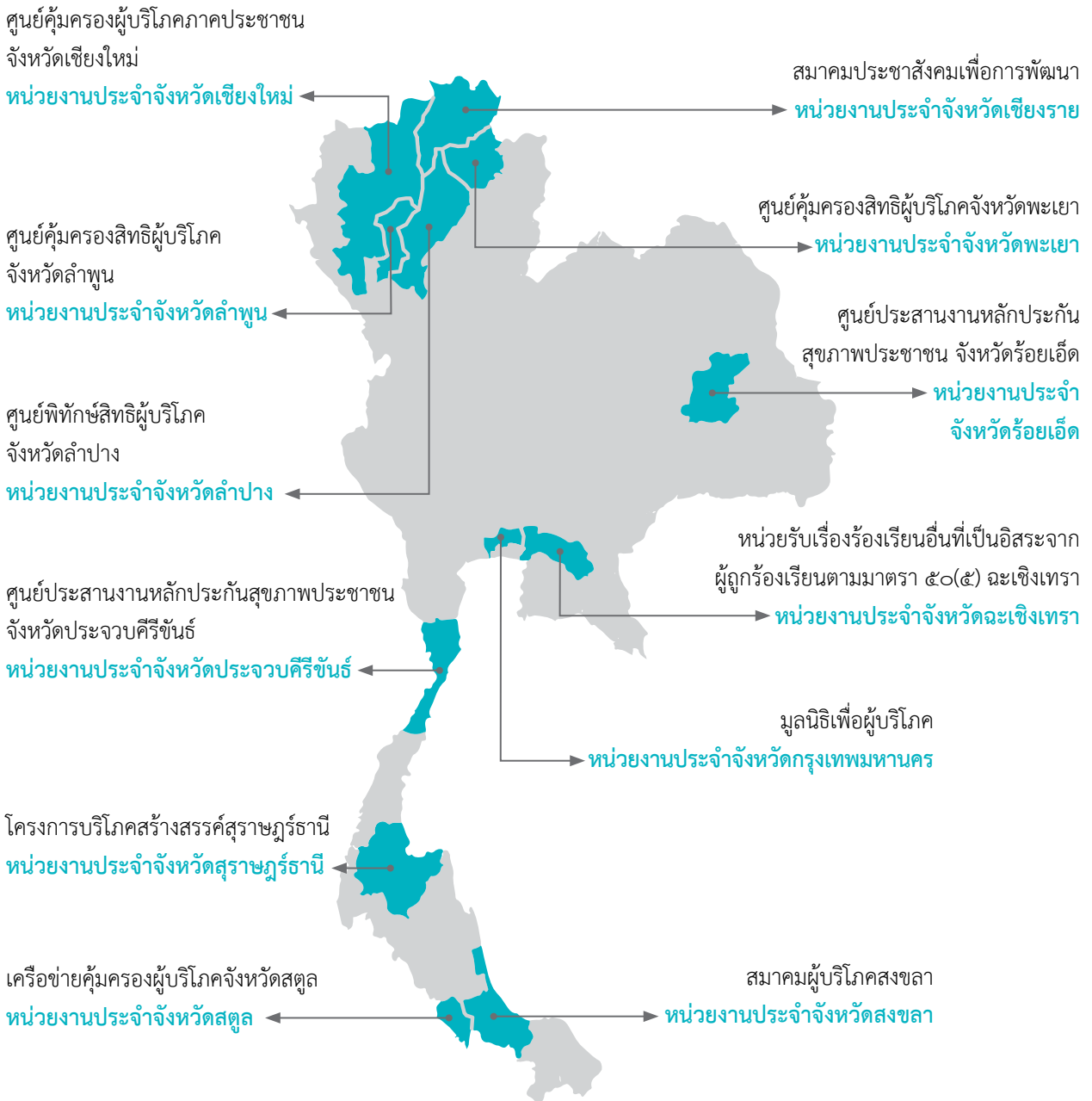
(๘) จัดให้มีหรือรวบรวม และเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการอันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการ ให้ประชาชนสามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก

๖. จัดทำรายงานผลการปฏิบัติงานประจำปี ตลอดจน ปัญหาและอุปสรรคเผยแพร่ให้ประชาชนทราบและเสนอต่อคณะรัฐมนตรี สภาผู้แทนราษฎร และวุฒิสภา เพื่อทราบภายในหกเดือนนับแต่วันสิ้นปีปฏิทิน

^๑ ข้อ (๑) - (๓) เป็นไปตาม ภารกิจในมาตรา ๑๑ พ.ร.บ.การจัดตั้งองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๖๒

๓. การสนับสนุนให้เกิด “หน่วยงานประจำจังหวัด”

หน่วยงานประจำจังหวัดเป็นนวัตกรรมของระบบการคุ้มครองผู้บริโภคที่เป็นโครงสร้างสำคัญของสภาองค์กรของผู้บริโภค กระจายอยู่ในจังหวัดต่าง ๆ เพื่อเป็นตัวแทนของผู้บริโภคทุกด้าน ทำให้สามารถดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว เท่าทันสถานการณ์และความต้องการ ปัจจุบันมีหน่วยงานประจำจังหวัดซึ่งเป็นสมาชิกสภาองค์กรของผู้บริโภคด้วย จำนวน ๑๒ แห่ง คือ



รายงานประจำปี ๒๕๖๔

นอกจากการทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงสิทธิผ่านการรับเรื่องร้องเรียนแล้ว หน่วยงานประจำจังหวัดยังทำการสื่อสารเตือนภัยผู้บริโภคผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียที่หลากหลาย เช่น Facebook, Twitter, Line group และผู้สื่อข่าวประจำท้องถิ่น ในประเด็นปัญหาผู้บริโภค ๘ ด้าน โดยสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภคได้มากกว่า ๓๐๐,๐๐๐ คน อีกทั้งยังสนับสนุนให้องค์กรสมาชิกจำนวน ๑๕๕ องค์กรได้รับการอบรมพัฒนาศักยภาพในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภครวมทั้งการทำให้เกิดการประชุมสภาผู้บริโภคระดับจังหวัดอย่างน้อยในพื้นที่ ๗ จังหวัด ทำให้ได้มติดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่เพื่อเสนอต่อหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องด้วย

๔. การคุ้มครองผู้บริโภคและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคจากวิกฤติโควิด-19

สถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่ยังคงดำเนินต่อเนื่องในปี ๒๕๖๔ เป็นภาวะที่ทำลายต่องานคุ้มครองผู้บริโภคเป็นอย่างยิ่ง ทั้งในเรื่องของโอกาสการเข้าถึงยาและบริการรักษาพยาบาล ตลอดจนวัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็นสำหรับการป้องกันโรค อย่างทั่วถึง เท่าเทียมและมีคุณภาพ

สภาองค์กรของผู้บริโภค ได้บูรณาการความรู้ เทคโนโลยี และความร่วมมือระหว่างภาคีเครือข่าย ให้เกิดปฏิบัติการที่ตอบสนองต่อปัญหาอย่างเท่าทันสถานการณ์และความต้องการของผู้บริโภคในเรื่องที่สำคัญ นับตั้งแต่ขั้นตอนของการเฝ้าระวังปัญหา การคุ้มครองพิทักษ์สิทธิ และการพัฒนานโยบาย ดังนี้

การดำเนินงานของสภาองค์กรของผู้บริโภค ในการคุ้มครองผู้บริโภคและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคท่ามกลางการระบาดของโควิด-19

การเฝ้าระวังปัญหา

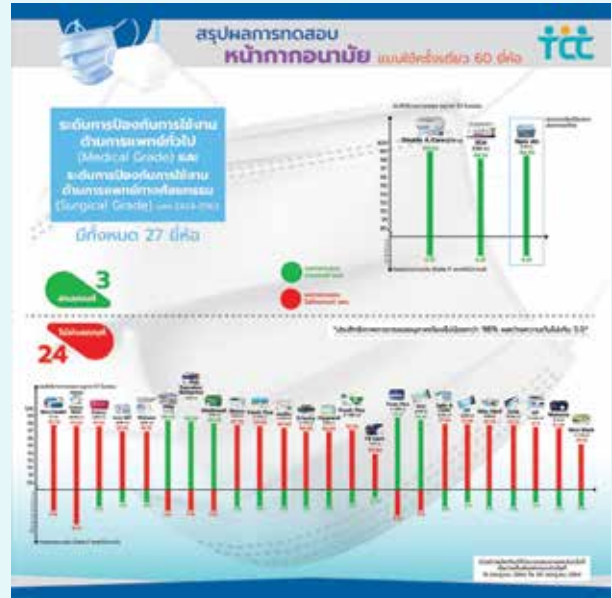
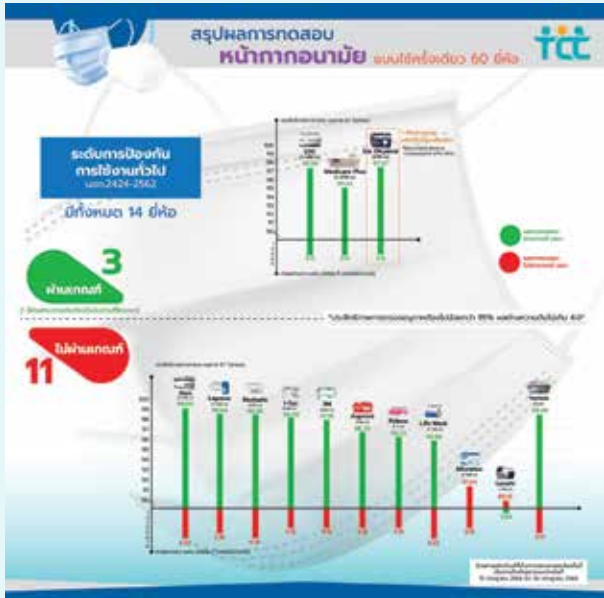
ยาสมุนไพรฟ้าทะลายโจร

- ร่วมกับเครือข่ายองค์กรผู้บริโภค ๑๒ จังหวัด ๗ ภูมิภาค ทำการสำรวจ “การเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์ยาฟ้าทะลายโจร” โดยเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์ยาฟ้าทะลายโจร ๒,๐๗๔ คน และร้านค้า ๘๗๙ ร้าน ครอบคลุมพื้นที่ ๓๗ จังหวัด และจัดแถลงข่าว

- ทดสอบยาสมุนไพรฟ้าทะลายโจร โดยวิเคราะห์ปริมาณสารสำคัญของฟ้าทะลายโจรที่ระบุบนผลิตภัณฑ์ที่มีขายตามท้องตลาดทั่วไป เทียบกับฉลากที่แสดงปริมาณด้วยยา



หน้ากากอนามัย



- ให้ความรู้ที่ถูกต้องสำหรับการเลือกใช้หน้ากากอนามัยเพื่อป้องกันเชื้อไวรัสโควิด-19
- ร่วมกับเครือข่ายนักวิชาการเพื่อผู้บริโภค ทดสอบและวิเคราะห์ข้อมูลหน้ากากอนามัย 60 ยี่ห้อ โดยทดสอบประสิทธิภาพการกรองอนุภาคขนาดเล็ก (filter efficiency) การทดสอบความสามารถในการซึมผ่านของอากาศ (air permeability) และมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมของหน้ากากอนามัย เพื่อเป็นข้อมูลในการเลือกซื้อ

• **ชุดทดสอบโควิด** ประกาศขอความร่วมมือร้านค้าออนไลน์ปลดหรือนำสินค้าชุดทดสอบโควิด (Antigen Test Kit : ATK) ที่จำหน่ายในราคาเกินราคากำหนดออกจากตลาด



• **วัคซีน** ประกาศเตือนผู้บริโภคไม่ให้หลงเชื่อลงทะเบียนจองการฉีดวัคซีนป้องกันโควิด-19 จากเว็บไซต์ที่อยู่นอกเครือข่ายแหล่งกระจายวัคซีนอย่างเป็นทางการ



การพัฒนานโยบาย

- **มาตรการดูแลผู้ประกันตนที่ติดโควิด-19** ร่วมกับชมรมพิทักษ์สิทธิผู้ประกันตน เรียกร้องให้สำนักงานประกันสังคม ออกมาตรการดูแลผู้ประกันตนที่ติดโควิด-19 ให้ชัดเจน โดยเฉพาะการเข้ารับการรักษาในโรงพยาบาลคู่สัญญาประกันสังคม และการเข้าระบบการแยกกักตัวที่บ้าน (Home Isolation)



- **การจัดการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ยาฟ้าทะลายโจร** จัดทำข้อเสนอมาตรการต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการจัดการผลิตภัณฑ์อย่างมีคุณภาพ สื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ ครอบคลุม เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์ยาฟ้าทะลายโจรแก่ประชาชน





“

พรรคเพื่อไทย สนับสนุนให้เดินหน้ากฎหมาย
องค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค
และหวังว่าสภาพองค์กรของผู้บริโภค
จะสามารถดำเนินงานได้ตามภารกิจ
ตามที่กำหนดไว้เป็นอำนาจหน้าที่ได้
และเป็นเครื่องมือในการพัฒนาคุณภาพชีวิต
ของประชาชน

”

บพ.ชลน่าน ศรีแก้ว _____

หัวหน้าพรรคเพื่อไทย
สนับสนุนให้พรรคเพื่อไทยเดินหน้ากฎหมาย
องค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.



“

*ผู้บริโภคนั้นแต่ละคน ต่างคนต่างอยู่
อาจเป็นเหยื่อของธุรกิจผูกขาด ผู้บริโภคจึงต้องรู้ทัน
รวมตัวและร่วมกับสภาองค์กรผู้บริโภค
แสวงหาข้อมูล ปกป้องตนเอง ร่วมกันกดดัน
ส่งเสริมธุรกิจภาคการผลิตและตลาด
ให้มีการแข่งขัน มีธรรมาภิบาล*

*เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้บริโภค
และจะได้ไม่ถูกเอาเปรียบอีกต่อไป*

”

ดร.เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง

ประธานกรรมการนโยบาย Thai PBS

ผู้ผลักดันร่างพระราชบัญญัติองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.

๕. จัดตั้ง “ศูนย์บริการผู้บริโภคแบบเบ็ดเสร็จ” (One-Stop Service)^๒

ศูนย์บริการผู้บริโภคแบบเบ็ดเสร็จ เป็นนวัตกรรมของงานคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทย เพื่อลดภาระให้กับผู้บริโภค ไม่ต้องเสียเวลาค้นหา เดินทางเพื่อติดต่อหรือติดตามเรื่องร้องเรียนหรือร้องทุกข์กับหน่วยงานหลายแห่ง เนื่องจากหน่วยงานที่ดูแลปัญหาผู้บริโภคมีสภาพแบบ “ดาวกระจาย” ขาดหน่วยงานที่จะดำเนินการแก้ไขปัญหาผู้บริโภคได้อย่างเบ็ดเสร็จ จนเกิดปัญหาที่มีผู้บริโภคร้องเรียนผิดหน่วยงาน หรือแม้ร้องเรียนถูกหน่วยงานแล้ว

ก็ยังคงประสบปัญหาข้อจำกัดด้านอำนาจหน้าที่ ทำให้หน่วยงานรับเรื่องไม่สามารถคลี่คลายปัญหาให้กับผู้บริโภคได้ในคราวเดียว ต้องส่งต่อเรื่องไปยังหน่วยงานอื่น

ศูนย์บริการผู้บริโภคแบบเบ็ดเสร็จ เริ่มดำเนินการเมื่อวันที่ ๑ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๔ เพื่อเป็นศูนย์รับเรื่องร้องเรียนปัญหาผู้บริโภคแบบ “จบครบในคราวเดียว” โดยทำหน้าที่เป็นทั้ง “เพื่อนผู้บริโภค” และ “ตัวแทนผู้บริโภค”

บทบาท ๒ ด้าน ของสภาองค์กรของผู้บริโภค “ศูนย์บริการผู้บริโภคแบบเบ็ดเสร็จ”

“เพื่อนผู้บริโภค”

สนับสนุนให้ผู้บริโภครวมตัวเพื่อ
เพิ่มอำนาจต่อรองกับผู้ประกอบการ
เพื่อให้เกิดพลังในการคุ้มครอง
สิทธิผู้บริโภค

“ตัวแทนผู้บริโภค”

ติดต่อ ประสานงานผู้ประกอบการให้เกิดการเจรจา
ไกล่เกลี่ย ช่วยให้ผู้บริโภคได้รับการคุ้มครองสิทธิอัน
พึงได้ และประสานงานกับหน่วยงานรัฐ เพื่อร่วม
ค้นหาแนวทางแก้ไขปัญหาผู้บริโภค

ศูนย์บริการผู้บริโภคแบบเบ็ดเสร็จ ให้บริการทั้งแบบช่องทางปกติและช่องทางออนไลน์ โดยมีวิธีดำเนินการต่อข้อร้องเรียน ๓ ขั้นตอนหลัก ได้แก่ (๑) ชั้นเจรจาประสานงานกับผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (๒) ชั้นไกล่เกลี่ย และ (๓) ชั้นฟ้องคดี โดยมุ่งหวังให้การดำเนินการต่อข้อร้องเรียนนั้น ๆ ยุติในชั้นเจรจาประสานงาน และชั้นไกล่เกลี่ยเป็นสำคัญ

เมื่อสิ้นเดือนกันยายน พ.ศ. ๒๕๖๔ ศูนย์บริการผู้บริโภคแบบเบ็ดเสร็จได้รับเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภครวมจำนวน ๑,๓๗๑ กรณี สามารถดำเนินการแก้ไขปัญหาให้แก่ผู้บริโภคได้ไม่น้อยกว่า ร้อยละ ๙๐ ของจำนวนเรื่องร้องเรียนทั้งหมด

^๒ รายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับ ศูนย์บริการผู้บริโภคแบบเบ็ดเสร็จ (One-Stop Service) ได้ในบทที่ ๓ ผลการดำเนินงาน ตามยุทธศาสตร์ที่ ๑

๓ ขั้นตอนการดำเนินงานของสภาองค์กรของผู้บริโภค “ศูนย์บริการผู้บริโภคแบบเบ็ดเสร็จ



ช่องทางรับเรื่องร้องเรียนออนไลน์ ให้บริการสะดวกจากทุกที่ทุกเวลา

Facebook : www.facebook.com/tccthailand

Line Official Account : @tccthailand

Website : www.tcc.or.th

Twitter : twitter.com/tccthailand

E-mail : complaint@tcc.or.th

ผลงานในปี ๒๕๖๔ (กรกฎาคม – กันยายน)

- ได้รับเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภคที่ส่งมาที่ส่วนกลาง โดยตรงรวมจำนวน ๑,๓๗๑ กรณี
- ดำเนินการแก้ไขปัญหาให้แก่ผู้บริโภคได้ไม่น้อยกว่า ร้อยละ ๙๐ ของจำนวนเรื่องร้องเรียนทั้งหมด
- ประเด็นที่มีการร้องเรียนและได้รับการแก้ไขจน ลุล่วง เช่น การถูกฉ้อโกงจากการซื้อขายสินค้าบนแพลตฟอร์มออนไลน์ เคลมประกันโควิดล่าช้า ห้องพักโฆษณาเกินจริง ไม่มีคุณภาพ ปัญหาถอนเงินจากกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ จากแอปฯ สั่งอาหาร



ความท้าทายงานคุ้มครองผู้บริโภค

ความปลอดภัย

สร้างความมั่นใจว่า อาหารที่เรากิน
สินค้าที่เราใช้ บริการขนส่งมวลชน
รถที่เราขับ ถนนที่เราเดิน
มีความปลอดภัยกับทุกคน

คุณภาพชีวิต

สร้างความเป็นธรรมว่า
ทุกคนเข้าถึงบริการที่จำเป็น
การศึกษา การสาธารณสุข
การเข้าถึงการเงินที่จำเป็น
และมีอำนาจประชาชน

สิทธิผู้บริโภคในโลกดิจิทัล

ความเท่าทันดิจิทัล และ
ความปลอดภัยในโลกดิจิทัล

การบริโภคที่ยั่งยืน

ทำให้การบริโภคที่ยั่งยืน
เป็นเรื่องง่าย สำหรับผู้บริโภค

ผลการดำเนินงานตาม ๕ ยุทธศาสตร์

สภาองค์กรของผู้บริโภคได้ร่วมกันกำหนดนโยบาย แนวทางและแผนงานเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคที่สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑

ผลจากการประชุมองค์การสมาชิกครั้งแรก ทำให้ได้ข้อสรุปสู่ยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคของสภาองค์กรของผู้บริโภค ๕ ประการ จากนั้น ได้จัดทำแผนงานหลัก ๖ แผนงาน และมอบหมายให้มีฝ่ายที่รับผิดชอบแต่ละแผน เพื่อดำเนินงานให้เกิดผลตามยุทธศาสตร์ที่กำหนดไว้ ดังนี้

๑. ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การสนับสนุนและดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภคและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคทุกด้าน

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ ขับเคลื่อนผ่าน **แผนสนับสนุนและดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภคและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค** ที่ประกอบด้วย ๓ แผนงานย่อย ดังภาพต่อไปนี้

องค์ประกอบและผลงานแผนสนับสนุนและดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภคและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค ในปี ๒๕๖๔

แผนงานย่อย ๑.๑

แผนงานตรวจสอบ ติดตามและเฝ้าระวังสถานการณ์ปัญหาของผู้บริโภค

- จัดตั้งศูนย์บริการผู้บริโภคแบบเบ็ดเสร็จ (one stop service)
- สนับสนุนและดำเนินการเฝ้าระวังสถานการณ์ปัญหา เตือนภัยเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่กระทบต่อสิทธิผู้บริโภค ร่วมกับเครือข่ายนักวิชาการและเครือข่ายองค์กรผู้บริโภค
- โครงการสนับสนุนการจัดการความรู้จากการเฝ้าระวังและแพร่ข้อมูลให้ผู้บริโภค เพื่อป้องกันปัญหาในช่วงสถานการณ์โรคระบาดของโควิด-19
- โครงการสนับสนุนผู้บริโภคในการเฝ้าระวังปัญหาผู้บริโภค

แผนงานย่อย ๑.๒

แผนงานพัฒนากลไกการไกล่เกลี่ยของสภาองค์กรของผู้บริโภค

- โครงการอบรมนักไกล่เกลี่ยของสภาองค์กรของผู้บริโภคและหน่วยประจำจังหวัดเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค
- จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ให้ความรู้กับผู้บริโภคและช่องทางร้องเรียนในเพจเฟซบุ๊กสภาองค์กรของผู้บริโภค
- ดำเนินงานไกล่เกลี่ยและความคืบหน้าของการแก้ไขปัญหาร้องเรียนผู้บริโภค

แผนงานย่อย ๑.๓

แผนงานสนับสนุนการฟ้องคดีเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

- จัดทำระเบียบว่าด้วยการดำเนินคดีของสภาองค์กรของผู้บริโภค
- จัดตั้งคณะกรรมการพิจารณาการดำเนินคดีสภาองค์กรของผู้บริโภค
- เตรียมดำเนินการฟ้องคดีคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค
- โครงการเครือข่ายทนายในภูมิภาคเพื่อสนับสนุนการทำงานของหน่วยประจำจังหวัด

๑.๑ แผนงานตรวจสอบ ติดตาม และเฝ้าระวังสถานการณ์ปัญหาของผู้บริโภค

• จัดตั้งศูนย์บริการผู้บริโภคแบบเบ็ดเสร็จ (one stop service)

ดำเนินการทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ พร้อมทั้งจัดทำระเบียบสำนักงาน สำหรับจัดการเรื่องร้องทุกข์และบริการประชาชนของสภาองค์กรของผู้บริโภค ปี ๒๕๖๔ แต่ด้วยสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ในช่วงที่ผ่านมา การรับเรื่องร้องเรียนและการทำงานส่วนใหญ่จึงดำเนินการผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ดังนี้

- ๑) เฟซบุ๊ก www.facebook.com/tccthailand
- ๒) ไลน์ [@tccthailand](https://www.line.me/@tccthailand)
- ๓) ทวิตเตอร์ twitter.com/tccthailand
- ๔) อีเมล complaint@tcc.or.th
- ๕) เว็บไซต์ www.tcc.or.th

จากการทำงานในปีแรก สภาองค์กรของผู้บริโภคได้รับเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภคที่ส่งมาที่ส่วนกลาง ๑,๓๗๑ กรณี สามารถดำเนินการแก้ไขปัญหาให้แก่ผู้บริโภคได้ประมาณ ร้อยละ ๕๐ ส่วนที่เหลือกำลังอยู่ระหว่างดำเนินการแก้ไขร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ร้องเรียนอย่างไรให้ได้ผล

สภาองค์กรของผู้บริโภค ขอแนะนำเทคนิคการร้องเรียนให้กับผู้บริโภค ที่จะให้การช่วยเหลือหรือแก้ไขปัญหาที่มีประสิทธิภาพ

- รวบรวมหลักฐานให้พร้อม**
เช่น ใบเสร็จรับเงิน, ใบแจ้งความ, ภาพแคปหน้าจอ, ใบโฆษณา, ภาพถ่าย, ไฟล์บันทึกเสียง, คลิปวิดีโอ
- จดบันทึกหรือถ่ายภาพให้เห็นชื่อผลิตภัณฑ์**
เกิดปัญหาอะไรเมื่อไหร่, เกิดที่ไหน, อย่งไร, มีความเสียหาย, มูลค่าเท่าไร
ปัญหาเกี่ยวกับการรักษาพยาบาลหรือประกันสุขภาพ: ให้เก็บหลักฐาน, เวชระเบียน, ใบรับรองแพทย์, ใบเสร็จรับเงิน
ปัญหา อาหาร ยา ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร: ควรเก็บตัวอย่างหรือภาพถ่ายสินค้าไว้, ถ่ายทุกมุม, พร้อมรายละเอียดความเสียหาย
- หากสงสัยว่าผลิตภัณฑ์ที่ใช้ อาจมีผลกระทบต่อร่างกาย ควรรีบพบแพทย์ และขอใบรับรองแพทย์ไว้เป็นหลักฐาน**
- ระบุความต้องการให้ผู้ประกอบการรับผิดชอบ**
เช่น ขอให้คืนเงิน, ขอให้ชดเชยความเสียหาย, ขอเปลี่ยนสินค้าหรือบริการ, ให้มีหนังสือขอโทษ หรือให้คืนเรียกเก็บสินค้าคืนทั้งหมด
- แจ้งชื่อ สกส และเบอร์โทรศัพท์ เพื่อให้ติดต่อได้**

สแกนเพื่อร้องเรียนออนไลน์ สามารถติดตามสถานะของการร้องเรียนได้ <https://bit.ly/3iVrc1S>

ศูนย์รับเรื่องร้องเรียนแบบเบ็ดเสร็จ ☎ 02 239 1839 Email : complaint@tcc.or.th

กรณีตัวอย่างการเจรจาประสานงานจนได้ข้อยุติ

• ทวงเงินแอปฯ สั่งอาหาร เปิดช่องคืนเงินทุกธนาคาร

ผู้บริโภคหลายรายประสบปัญหาการถอนเงินคืนจากกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ e-wallet เนื่องจากการยุติการให้บริการแอปพลิเคชัน Gojek และวิธีคืนเงินกับบัญชีลูกค้าถูกจำกัดอยู่เพียง ๓ ธนาคาร ศูนย์ฯ ได้ประสานงานกับผู้ให้บริการแอปฯ e-wallet ที่เกี่ยวข้อง และธนาคารแห่งประเทศไทย จนมีการปรับให้สามารถถอนเงิน โดยการคืนเข้าบัญชีธนาคารใดก็ได้ และปรับขั้นตอนการถอนเงินจาก e-wallet เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภค



การเจรจาเพื่อให้เยียวยาเร็วขึ้น

• เจรจาทันทีเร่งเยียวยาผู้เสียหายจากโรงงานหมิงตี้ระเบิด

จากเหตุโรงงานผลิตสารเคมีหมิงตี้ เกิดเพลิงไหม้และระเบิดเมื่อวันที่ ๕ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๔ สร้างความเสียหายให้บ้านเรือนที่อยู่ในรัศมี ๕ กิโลเมตร ศูนย์ฯ ได้ลงสำรวจความเสียหายและเข้ารับเรื่องร้องเรียนจากผู้ประสบภัย ในฐานะผู้ที่ต้องได้รับการเยียวยาจากประกันวินาศภัย โดยมีผู้ยื่นเรื่องร้องทุกข์ ๓๔ ราย เนื่องจากปัญหาการเบิกเคลมค่าสินไหมจากบริษัทประกันภัยล่าช้า ศูนย์ฯ ได้จัดการไกล่เกลี่ยระหว่างผู้เกี่ยวข้อง เพื่อพิทักษ์สิทธิ์และเร่งรัดให้ดำเนินการอย่างรวดเร็ว ปัจจุบันผู้ร้องเรียนทุกรายได้รับการอนุมัติวงเงินประกันฯ ครบถ้วนแล้ว



• โครงการสนับสนุนและดำเนินการเฝ้าระวังสถานการณ์ปัญหาสินค้าและบริการ และเตือนภัยเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่กระทบต่อสิทธิผู้บริโภค

โครงการนี้เป็นการทำงานร่วมกับเครือข่ายนักวิชาการและเครือข่ายองค์กรผู้บริโภคในพื้นที่ โดยการสนับสนุนการทดสอบ สืบสวนข้อมูล วิเคราะห์ และเผยแพร่สู่สาธารณะ เพื่อให้ผู้บริโภคมีข้อมูลอย่างรอบด้านเพียงพอต่อการตัดสินใจบริโภคและหลีกเลี่ยงสินค้าหรือบริการที่ไม่ปลอดภัยหรืออาจกระทบต่อสุขภาพ



การเฝ้าระวัง ทดสอบสินค้าและบริการ ภายใต้โครงการสนับสนุนและดำเนินการเฝ้าระวังสถานการณ์ปัญหาของสินค้าและบริการ และเตือนภัยเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่กระทบต่อสิทธิผู้บริโภค ใน ปี ๒๕๖๔

สินค้าและบริการที่มีการเฝ้าระวังและทดสอบ	รายละเอียด
ยาสมุนไพรฟ้าทะลายโจร	ดำเนินการทดสอบยาสมุนไพรฟ้าทะลายโจรที่กระทบต่อสิทธิของผู้บริโภค ๒๘ รายการ โดยวิเคราะห์ปริมาณสารสำคัญของฟ้าทะลายโจรที่ระบุบนผลิตภัณฑ์ที่มีขายตามท้องตลาดทั่วไป เทียบฉลากที่แสดงปริมาณตัวยา ทั้งด้านปริมาณตัวยาที่จะสามารถออกฤทธิ์ในการรักษา และจรรยาบรรณในการผลิตของผู้ประกอบการ จัดทำข้อเสนอมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องบนมาตรฐานเดียวกันเกี่ยวกับการใช้ฟ้าทะลายโจรในการรักษาโรคให้แก่ประชาชน
หน้ากากอนามัย	ร่วมกับเครือข่ายนักวิชาการเพื่อผู้บริโภคทำการทดสอบ และวิเคราะห์ข้อมูลหน้ากากอนามัยที่กระทบต่อสิทธิของผู้บริโภค จำนวน ๖๐ ยี่ห้อ โดยทดสอบประสิทธิภาพการกรองอนุภาคขนาดเล็ก (filter efficiency) การทดสอบความสามารถในการซึมผ่านของอากาศ (air permeability) และมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมของหน้ากากอนามัย
จักรยานยนต์	ร่วมกับสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ทำการวิจัยทดสอบ และวิเคราะห์ข้อมูลสมรรถนะการห้ามล้อจักรยานยนต์ตามมาตรฐานการทดสอบในประเทศไทยที่กระทบต่อสิทธิของผู้บริโภค เพื่อทดสอบและประเมินคุณภาพระบบห้ามล้อรถจักรยานยนต์ในกลุ่มครอบครัว
บริการสินเชื่อออนไลน์	สำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้บริโภค ในการใช้บริการสินเชื่อออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือที่กระทบต่อสิทธิของผู้บริโภค เพื่อชี้ให้เห็นถึงปัญหาการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคจากการใช้แอปฯ บริการกู้ยืมเงินออนไลน์ และแจ้งเตือนภัยให้ผู้บริโภคระมัดระวังการเลือกใช้บริการ

• โครงการสนับสนุนการจัดการความรู้จากการเฝ้าระวังและเผยแพร่ข้อมูลให้ผู้บริโภคเพื่อป้องกันปัญหาในช่วงสถานการณ์การระบาดของโควิด-19

ดำเนินการโดยร่วมกับเครือข่ายองค์กรผู้บริโภค ๑๒ จังหวัด ๗ ภูมิภาค ทำการสำรวจและเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์ยาฟ้าทะลายโจร โดยเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์ยาฟ้าทะลายโจร ๒,๐๗๔ คน และร้านค้า ๘๗๙ ร้าน ครอบคลุมพื้นที่ ๓๗ จังหวัด (จัดแถลงข่าวไปเมื่อวันที่ ๒๔ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๔) พบว่า มีการขายเกินราคา กักตุนสินค้า และไม่แสดงฉลาก ทั้งนี้ยังพบว่าผู้บริโภคบางส่วนเข้าใจผิดว่าผลิตภัณฑ์ยาฟ้าทะลายโจรสามารถป้องกันหรือเสริมภูมิคุ้มกันของร่างกายในการต้านเชื้อไวรัสโควิดได้ พร้อมเสนอต่อรัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อการสื่อสาร อย่างมีประสิทธิภาพ ในการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์ยาฟ้าทะลายโจรแก่ประชาชนทั่วไป

• โครงการสนับสนุนผู้บริโภคในการเฝ้าระวังปัญหาของผู้บริโภค

สนับสนุนให้ผู้บริโภคในการร่วมเฝ้าระวังปัญหาด้วยตนเอง ดังนี้

๑) โครงการสนับสนุนผู้บริโภคในการเฝ้าระวังปัญหาผู้บริโภค ๘ ด้าน สภาองค์กรของผู้บริโภคได้ดำเนินการให้ผู้เชี่ยวชาญวิเคราะห์กฎหมายที่มีเงินรางวัลจากค่าปรับ เพื่อสนับสนุนผู้บริโภคในการเฝ้าระวังปัญหาของผู้บริโภค โดยทำการศึกษากฎหมายของไทยและต่างประเทศเกี่ยวกับการให้เงินรางวัลจากค่าปรับ เช่น กระบวนการ ปัญหา และอุปสรรคของการให้รางวัลนำจับตามกฎหมาย รวมทั้งบทเรียนของการใช้สิทธิของผู้บริโภคในการดำเนินการตามกฎหมายที่มีการให้เงินรางวัลจากค่าปรับ และจัดทำร่างหลักเกณฑ์ของสภาองค์กรของผู้บริโภค ในการให้เงินรางวัลแก่ผู้บริโภคที่สนับสนุนการบังคับใช้กฎหมายและเฝ้าระวังปัญหาให้แก่ผู้บริโภค

๒) ประกาศเชิญชวนนักวิชาการและผู้บริโภค ร่วมสนับสนุนการเฝ้าระวังปัญหาสินค้าและบริการเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคทุกด้าน โดยมีโครงการที่ได้รับการสนับสนุน จำนวน ๕ โครงการ ดังนี้

- (๑) โครงการรณโดยสารสาธารณะของทุกคน
- (๒) โครงการสร้างเครือข่ายแกนนำเฝ้าระวังอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ไม่ปลอดภัย
- (๓) โครงการเฝ้าระวังตู้น้ำหยอดเหรียญ อำเภอเคียนซา จังหวัดสุราษฎร์ธานี
- (๔) โครงการเครือข่ายผู้บริโภคเฝ้าระวังปัญหาสินค้าและบริการผ่านระบบออนไลน์
- (๕) โครงการมหาวรรณสื่อสารสาธารณะ ชัยชนะของผู้บริโภค

๑.๒ แผนงานพัฒนากลไกการไกล่เกลี่ยของสภาองค์กรของผู้บริโภค

• โครงการอบรมนักไกล่เกลี่ยเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

โครงการนี้มุ่งส่งเสริมให้เจ้าหน้าที่สภาองค์กรของผู้บริโภค เจ้าหน้าที่ในหน่วยงานประจำจังหวัดและกลไกเขตพื้นที่มีความรู้และทักษะอันจำเป็นในการสนับสนุนและช่วยเหลือผู้บริโภคในการไกล่เกลี่ยประนีประนอมยอมความ อีกทั้งเป็นบทบาทสำคัญตามที่กำหนดไว้ใน พ.ร.บ.การจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๖๒ มาตรา ๑๔ (๔) และ (๖) ที่ให้อำนาจสนับสนุนช่วยเหลือองค์กรของผู้บริโภคในการรักษาประโยชน์ของผู้บริโภค รวมถึงสนับสนุนและช่วยเหลือสมาชิกในการไกล่เกลี่ยหรือประนีประนอมยอมความข้อพิพาทเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคทั้งก่อนและในระหว่างการดำเนินคดีต่อศาล

โครงการนี้เป็นการทำงานร่วมกับคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ จัดทำ **หลักสูตรพัฒนาศักยภาพงานไกล่เกลี่ยเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคสำหรับผู้ปฏิบัติงานของสภาองค์กรของผู้บริโภค** โดยหลักสูตรมีเนื้อหาเหมาะสมสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่ครอบคลุมความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการไกล่เกลี่ย แนวทางไกล่เกลี่ยและประนีประนอมยอมความข้อพิพาทเกี่ยวกับปัญหาผู้บริโภค และคดีพิพาทที่เกี่ยวกับผู้บริโภค ตาม พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. ๒๕๖๒ ตลอดจนกฎหมายหรือระเบียบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

หลักสูตรดังกล่าวมีระยะเวลาการอบรมไม่น้อยกว่า ๖๐ ชั่วโมง โดยจัดอบรม ๒ หลักสูตร หลักสูตรละ ๒ รุ่น รุ่นละ ๑๐๐ คน ดำเนินการตั้งแต่เดือนตุลาคมเป็นต้นไป

• การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์

มุ่งให้ความรู้แก่ผู้บริโภคผ่านช่องทางการร้องเรียนในเพจเฟซบุ๊กของสภาองค์กรของผู้บริโภค รวมถึงรายงานการดำเนินงานใกล้เคียงและความคืบหน้าของการแก้ไขปัญหาร้องเรียนแก่ผู้บริโภค

สื่อบริการ

แนะผู้บริโภคเลี้ยงซื้อสินค้าจากร้านค้าที่ไม่ใช่ร้านค้าทางการ

อย่าหัดต้องการซื้อ ควรตรวจสอบประวัติผู้ขายก่อนโอนทุกครั้งเพื่อความปลอดภัย

พบปัญหาเคลมประกันโควิด เจอ จ่าย จบ หรือ COVID 2 in 1 ไม่ได้

ร้องเรียนที่ สภาองค์กรของผู้บริโภค

หากพบปัญหาการเคลมประกันภัยโควิด เจอ จ่าย จบ หรือ COVID 2 in 1 กับบริษัท สันนิษฐานประกันภัย จำกัด (มหาชน)

ผู้บริโภคสามารถร้องเรียนมาที่สภาองค์กรของผู้บริโภค

โทร ๑ - mail : tcc.complaint@thaiconsumerscouncil.org หรือ Inbox Facebook : สภาองค์กรของผู้บริโภค

ปี	จำนวน	มูลค่า	มูลค่า	มูลค่า	มูลค่า	มูลค่า	มูลค่า
ปี 1	๑๑	๑๑,๐๐๐	๑๑,๐๐๐	๑๑,๐๐๐	๑๑,๐๐๐	๑๑,๐๐๐	๑๑,๐๐๐
ปี 2	๑๑	๑๑,๐๐๐	๑๑,๐๐๐	๑๑,๐๐๐	๑๑,๐๐๐	๑๑,๐๐๐	๑๑,๐๐๐
ปี 3	๑๑	๑๑,๐๐๐	๑๑,๐๐๐	๑๑,๐๐๐	๑๑,๐๐๐	๑๑,๐๐๐	๑๑,๐๐๐
ปี 4	๑๑	๑๑,๐๐๐	๑๑,๐๐๐	๑๑,๐๐๐	๑๑,๐๐๐	๑๑,๐๐๐	๑๑,๐๐๐

สภาองค์กรของผู้บริโภคเกิดแล้ว

ผู้บริโภคไทยพึ่งพาอะไรได้บ้าง

- ไม่ต้องเดินไปหลายหน่วยงานเพื่อร้องเรียน
- เจรจา ใกล้เกลี้ย พ้องคดี แทนผู้บริโภคได้
- เป็นอิสระ มีกรรมการมาจากผู้บริโภค

- เปิดเผยข้อมูล ชื่อสินค้า ชื่อผู้ประกอบการ ได้อย่างตรงไปตรงมา
- ติดตาม เฝ้าระวัง เตือนภัย ปัญหาสินค้าและบริการ
- ทำงานเชิงรุก รวดเร็ว จับใจ
- มีสภาองค์กรของผู้บริโภคในระดับจังหวัดทั่วไทย

มาร่วมพูดคุย สอบถาม: ร้องเรียนปัญหาผู้บริโภคได้ที่

Email : tcc.complaint@thaiconsumerscouncil.org
Website : http://tcc.thaiconsumerscouncil.org
Inbox Facebook : สภาองค์กรของผู้บริโภค

สื่อบริการ

จี 'Gojek' คืบเงินลูกค้า

หลังประกาศยุติการให้บริการ 31 ก.ค. แต่พบปัญหาการคืนเงินผ่าน e-Wallet

๑.๓ แผนงานสนับสนุนการฟ้องคดีเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

• จัดทำระเบียบว่าด้วยการดำเนินคดีของสภาองค์กรของผู้บริโภค

มีการจัดทำระเบียบเกี่ยวกับการดำเนินการด้านคดีของสภาองค์กรของผู้บริโภค เพื่อให้การดำเนินการด้านคดีของสภาองค์กรของผู้บริโภคเป็นไปด้วยความสะดวกรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ประชาชนได้รับการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิในฐานะผู้บริโภคให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ที่บัญญัติในรัฐธรรมนูญ กฎหมายและข้อบังคับของสภาองค์กรของผู้บริโภค โดยตามระเบียบได้กำหนดให้มีคณะอนุกรรมการพิจารณาการดำเนินคดี สภาองค์กรของผู้บริโภค ช่วยในการพิจารณากลับร่องสำนวนคดี เสนอแนะความเห็นและแนวทางในการดำเนินคดีของสำนักงานหรือหน่วยงานประจำจังหวัดที่ร้องขอ รวมถึงให้ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นต่อกฎหมายต่าง ๆ เพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานของสภาองค์กรของผู้บริโภค

• จัดตั้งคณะอนุกรรมการพิจารณาการดำเนินคดี

ได้จัดตั้งคณะอนุกรรมการพิจารณาการดำเนินคดีของสภาองค์กรของผู้บริโภค ประกอบด้วยอนุกรรมการที่เป็นผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งแต่งตั้งจากผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในด้านกฎหมาย ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค หรือด้านอื่นที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานด้านคดีของสภาฯ มีหน้าที่ในการพิจารณากลับร่องสำนวนคดี เสนอแนะความเห็นเกี่ยวกับแนวทางในการดำเนินคดีของสำนักงานหรือหน่วยงานประจำจังหวัดที่ร้องขอ

• ดำเนินการฟ้องคดีคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค

ในปี ๒๕๖๔ เตรียมดำเนินการฟ้องคดีคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค จำนวน ๓ คดี ดังนี้

๑) *คดีละเมิด* เรียกค่าเสียหาย กรณีผู้บริโภคสั่งซื้อที่นอนยางพาราจากเพจเฟซบุ๊กและไม่ได้รับสินค้า โดยคดีนี้มีผู้เสียหายรวม ๑๓๘ ราย

๒) *คดีผิดสัญญา* เรียกค่าเสียหาย กรณีผู้บริโภคจองตั๋วเครื่องบินของบริษัท ไทยแอร์เอเชีย จำกัด และ บริษัท ไทยแอร์เอเชีย เอ็กซ์ จำกัด แล้วถูกยกเลิกเที่ยวบินเนื่องจากโควิด-19 ระบาด

• โครงการเครือข่ายทนายในภูมิภาคเพื่อสนับสนุนการทำงานของหน่วยงานประจำจังหวัด

มีการดำเนินการประกาศรับสมัครขึ้นทะเบียนทนายความ สำหรับสนับสนุนการฟ้องคดีของสภาองค์กรของผู้บริโภค เพื่อให้เป็นไปด้วยความสะดวกรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ประชาชนได้รับการคุ้มครองสิทธิในฐานะผู้บริโภค มีทนายเข้าร่วมสนับสนุนการทำงานของสภาองค์กรของผู้บริโภคและหน่วยงานประจำจังหวัดรวม ๔๔ คน

ตารางแสดงผลการดำเนินงาน

แผนงาน	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน
ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การสนับสนุนและดำเนินการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคทุกด้าน		
๑. แผนงานสนับสนุนและดำเนินการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค		
๑.๑ แผนงานตรวจสอบ ติดตาม เฝ้าระวังสถานการณ์ปัญหาผู้บริโภค		
๑.๑.๑ การดำเนินงานของศูนย์บริการผู้บริโภคแบบเบ็ดเสร็จทั้งออนไลน์และออฟไลน์ (one stop service)	เปิดให้บริการศูนย์บริการผู้บริโภคแบบเบ็ดเสร็จแบบออนไลน์	ศูนย์บริการผู้บริโภคแบบเบ็ดเสร็จแบบออนไลน์ได้ดำเนินการรับเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ อีเมล และเว็บไซต์ของสภาองค์กรของผู้บริโภค มีผู้บริโภคเข้าถึงบริการการคุ้มครองสิทธิของศูนย์ฯ มากกว่า ๑,๓๗๑ กรณี
๑.๑.๒ โครงการสนับสนุนและดำเนินการเฝ้าระวังสถานการณ์ปัญหาสินค้าและบริการ และเตือนภัยเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่กระทบต่อสิทธิผู้บริโภค	มีรายงานผลทดสอบสินค้าและบริการเผยแพร่เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่ผู้บริโภคได้ใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ อย่างน้อย ๒ กรณี	มีรายงานผลทดสอบสินค้าและบริการเผยแพร่เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่ผู้บริโภคได้ใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ รวมถึงแจ้งเตือนภัยผู้บริโภค จำนวน ๒ กรณี คือ ๑. รายงานผลทดสอบหน้ากากอนามัย ๒. รายงานผลสำรวจบริการสินเชื่อออนไลน์
๑.๑.๓ โครงการสนับสนุนการจัดการความรู้จากการเฝ้าระวังและเผยแพร่ข้อมูลให้ผู้บริโภคเพื่อป้องกันปัญหา	มีข้อมูลเผยแพร่ให้ผู้บริโภคจากการเฝ้าระวังเพื่อสนับสนุนการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค ๑ กรณี	มีข้อมูลเผยแพร่ผลเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์ยาฟ้าทะลายโจร โดยเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์ยาฟ้าทะลายโจร ๒,๐๗๔ คน และร้านค้า ๘๗๙ ร้าน ครอบคลุมพื้นที่ ๓๗ จังหวัด พบว่ามีการขายเกินราคา กักตุนสินค้า และไม่แสดงฉลาก ทั้งนี้ยังพบว่า ผู้บริโภคบางส่วนเข้าใจผิดว่าผลิตภัณฑ์ยาฟ้าทะลายโจรสามารถป้องกันหรือเสริมภูมิคุ้มกันของร่างกายในการต้านเชื้อไวรัสโควิดได้ พร้อมเผยแพร่ข้อมูลเพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์ยาฟ้าทะลายโจรแก่ประชาชน

แผนงาน	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน
<p>๑.๑.๔ โครงการสนับสนุนผู้บริโภคในการเฝ้าระวังปัญหาผู้บริโภค ๘ ด้าน</p>	<ul style="list-style-type: none"> มีหลักเกณฑ์การสนับสนุนผู้บริโภคในการร่วมเฝ้าระวังปัญหาด้วยตนเอง ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการเฝ้าระวังและแก้ไขปัญหาผู้บริโภค ๓๐ คน 	<ul style="list-style-type: none"> จัดให้มีงานศึกษาวิจัย และจัดทำร่างระเบียบสภาองค์กรของผู้บริโภคว่าด้วยหลักเกณฑ์วิธีการ และการจ่ายเงินรางวัล เพื่อส่งเสริมการใช้สิทธิของผู้บริโภคในการเฝ้าระวังปัญหาของผู้บริโภค สนับสนุนนักวิชาการและผู้บริโภคในการดำเนินโครงการเฝ้าระวังปัญหาผู้บริโภคจำนวน ๕ โครงการ โดยผลของการทำโครงการทำให้เกิดปฏิบัติการร่วมกันของกลุ่มผู้บริโภคให้มีส่วนร่วมในการเฝ้าระวังโดยสาธารณะ ผู้นำดื่มหยอดเหรียญ และอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ รวมจำนวน ๓๐ คน
<p>๑.๒ แผนงานพัฒนากลไกการไกล่เกลี่ยของสภาองค์กรของผู้บริโภค</p>		
<p>๑.๒.๑ โครงการอบรมนักไกล่เกลี่ยของสภาองค์กรของผู้บริโภคและหน่วยงานประจำจังหวัดเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค</p>	<ul style="list-style-type: none"> มีหลักสูตรอบรมนักไกล่เกลี่ยของสภาองค์กรของผู้บริโภคและหน่วยงานประจำจังหวัดเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค 	<p>เกิดหลักสูตรอบรมนักไกล่เกลี่ยของสภาองค์กรของผู้บริโภคและหน่วยงานประจำจังหวัดเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค โดยหลักสูตรมีเนื้อหาที่ครอบคลุมความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการไกล่เกลี่ย แนวทางไกล่เกลี่ยและประนีประนอม ยอมความ ข้อพิพาทเกี่ยวกับปัญหาของผู้บริโภค และคดีพิพาทที่เกี่ยวกับผู้บริโภค ตาม พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. ๒๕๖๒ ตลอดจนกฎหมายหรือระเบียบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง หลักสูตรดังกล่าวข้างต้นมีระยะเวลาการอบรมไม่น้อยกว่า ๖๐ ชั่วโมง โดยจัดอบรมสองหลักสูตร หลักสูตรละสองรุ่น ๆ ละ ๑๐๐ คน</p>
<p>๑.๒.๒ การดำเนินการไกล่เกลี่ยของสำนักงานสภาฯ และหน่วยงานประจำจังหวัด</p>	<ul style="list-style-type: none"> มีสื่อประชาสัมพันธ์ให้ความรู้แก่ผู้บริโภคเพื่อให้ได้รู้จักงานไกล่เกลี่ยของสภาฯ และหน่วยงานประจำจังหวัด 	<p>มีสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบอินโฟกราฟฟิก ให้ความรู้แก่ผู้บริโภคและช่องทางร้องเรียนในเพจเฟซบุ๊กของสภาองค์กรของผู้บริโภค (www.facebook.com/tccthailand) รวมถึงแจ้งข่าวสารงานไกล่เกลี่ยและความคืบหน้าของการแก้ไขปัญหาร้องเรียนแก่ผู้บริโภค</p>

แผนงาน	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน
๑.๓ แผนงานสนับสนุนการป้องกันคดีเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค		
๑.๓.๑ โครงการสนับสนุนการป้องกันคดีเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค	<ul style="list-style-type: none"> • มีการป้องกันคดีเพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคหรือประชาชนอย่างน้อย ๑ คดี 	<p>มีการจัดทำระเบียบว่าด้วยการดำเนินคดีของสภาองค์กรของผู้บริโภค และแต่งตั้งคณะอนุกรรมการพิจารณาคดี โดยคณะอนุกรรมการได้มีมติเห็นควรเสนอป้องกันคดีคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค หรือคุ้มครองประชาชนจำนวน ๓ คดี ดังนี้</p> <p>๑) คดีละเมิด เรียกค่าเสียหาย กรณีผู้บริโภคสั่งซื้อที่นอนจากเพจเฟซบุ๊กและไม่ได้รับสินค้า โดยคดีนี้มีผู้เสียหาย ๑๓๘ ราย</p> <p>๒) คดีผิดสัญญา กรณีประกันภัยโควิดของบริษัท เอเชียประกันภัย ๑๙๕๐ จำกัด (มหาชน) โดยคดีนี้ มีผู้เสียหายเบื้องต้น ๑๖ ราย และ</p> <p>๓) คดีผิดสัญญา เรียกค่าเสียหาย กรณีผู้บริโภคจองตั๋วเครื่องบินของบริษัท ไทยแอร์เอเชีย จำกัด และ บริษัท ไทยแอร์เอเชีย เอ็กซ์ จำกัด แล้วถูกยกเลิกเที่ยวบินเนื่องจากโควิด-19 ระบาด</p>
๑.๓.๒ โครงการเครือข่ายทนายความในภูมิภาคเพื่อสนับสนุนการทำงานของหน่วยงานประจำจังหวัด	<ul style="list-style-type: none"> • มีเครือข่ายทนายความจำนวน ๑๐ คนเพื่อสนับสนุนการทำงานของสภาองค์กรของผู้บริโภค 	<p>มีทนายความ เข้าร่วมเป็นเครือข่ายทนายความของสภาองค์กรของผู้บริโภค และขึ้นทะเบียนทนายความของสภาองค์กรของผู้บริโภคเพื่อสนับสนุนการป้องกันคดีของสภาองค์กรของผู้บริโภค จำนวน ๔๔ คน</p>

๒. ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การพัฒนา เสนอแนะ และผลักดันนโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ ขับเคลื่อนผ่านแผนพัฒนานโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค ที่ประกอบด้วย ๓ แผนงานย่อย ดังภาพต่อไปนี้

องค์ประกอบและผลงานของแผนพัฒนานโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค ในปี ๒๕๖๔

แผนงานย่อย ๒.๑

แผนงานพัฒนานโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค

- จัดการประชุมคณะกรรมการนโยบาย คณะอนุกรรมการ ๘ ด้านและคณะทำงาน
- จัดทำข้อเสนอต่อคณะรัฐมนตรีและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- ติดตามนโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค
- ดำเนินความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการพัฒนานโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคที่เป็นธรรม

แผนงานย่อย ๒.๒

แผนงานศึกษาวิจัยเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

- สนับสนุนการศึกษารายการวิจัยเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค
- สนับสนุนการพัฒนานวัตกรรมคุ้มครองผู้บริโภคโดยประชาชน

แผนงานย่อย ๒.๓

แผนงานรายงานการกระทำหรือละเลยการกระทำด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

- โครงการศึกษาปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคและการบังคับใช้กฎหมายของหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภค
- จัดทำรายงานการละเมิดสิทธิผู้บริโภคระดับจังหวัดประจำปี
- โครงการติดตามข้อเสนอแนะการคุ้มครองผู้บริโภคของประชาชน
- จัดทำรายงานผลการปฏิบัติงานประจำปี

๒.๑ แผนงานพัฒนานโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค

จัดการประชุมคณะกรรมการนโยบาย คณะทำงานต่าง ๆ และคณะอนุกรรมการทั้ง ๘ ด้าน

สนับสนุนการประชุมและการปฏิบัติงานของคณะกรรมการนโยบาย คณะอนุกรรมการทั้ง ๘ ด้าน และคณะทำงานต่าง ๆ โดยมีเป้าหมายให้มีการจัดประชุมคณะกรรมการนโยบาย อย่างน้อยเดือนละ ๑ ครั้ง ปี ๒๕๖๔ ได้จัดประชุมไปแล้ว ๖ ครั้ง ส่วนคณะอนุกรรมการทั้ง ๘ ด้าน และคณะทำงานต่าง ๆ ก็มีการประชุมอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอตามเป้าหมาย

จัดทำข้อเสนอต่อคณะรัฐมนตรีและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ในปี ๒๕๖๔ คณะอนุกรรมการชุดต่าง ๆ ได้ดำเนินการจัดทำข้อเสนอต่อคณะรัฐมนตรีและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

การจัดทำข้อเสนอที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคโดยคณะกรรมการชุดต่าง ๆ ของสภาองค์กรของผู้บริโภค ในปี ๒๕๖๔

ผู้จัดทำข้อเสนอ	เสนอต่อ	ประเด็นการคุ้มครองผู้บริโภค
<p>คณะกรรมการด้านการขนส่งและยานพาหนะ</p>	<p>คณะรัฐมนตรี กระทรวงคมนาคม กระทรวงมหาดไทย และ กรุงเทพมหานคร</p>	<p>๑) กรณีรถไฟฟ้าหลากสี : ขอให้บริการรถไฟฟ้าเป็นบริการขนส่งมวลชนพื้นฐานสำคัญในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่ทุกคนขึ้นได้ และเร่งดำเนินการให้มีนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ ในการกำหนดค่าบริการขนส่งมวลชนไม่เกินร้อยละ ๑๐ ของรายได้ขั้นต่ำหรือเพดานค่าใช้จ่ายสูงสุดในการใช้บริการขนส่งมวลชนต่อวันของประชาชน</p> <p>๒) กรณีรถไฟฟ้าสายสีเขียว : ขอให้คณะรัฐมนตรีไม่เห็นชอบในการต่อสัญญาสัมปทานสายสีเขียวล่วงหน้า เนื่องจากยังมีเวลาอีก ๘ ปี ก่อนที่จะหมดสัญญาสัมปทานซึ่งจะทำให้รัฐเสียประโยชน์และขาดโอกาสในการจัดการระบบขนส่งมวลชนรถไฟฟ้าทุกสายให้เป็นระบบเดียว และเพื่อให้มีโอกาสพิจารณาแนวทางหรือทางเลือกที่ดีที่สุดในการจัดการเก็บค่าโดยสารรถไฟฟ้าสายดังกล่าว</p>
<p>คณะกรรมการด้านการเงินและการธนาคาร</p>	<p>คณะกรรมการสิทธิมนุษยชนสิทธิเสรีภาพและการคุ้มครองผู้บริโภค วุฒิสภา</p> <p>รัฐมนตรีว่าการกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ผู้บัญชาการตำรวจแห่งชาติ เลขาธิการคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ผู้ว่าการธนาคารแห่งประเทศไทย กูเกิล (ประเทศไทย)</p>	<p>ให้ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการแก้ไขปัญหาวิกฤติของคนยากคนจนและเกษตรกร</p> <p>ให้แก้ไขปัญหาแอปพลิเคชันเงินกู้ออนไลน์ที่ไม่ได้รับอนุญาตเนื่องจากก่อให้เกิดปัญหาการกู้เงิน การคิดดอกเบี้ยเงินกู้ และการทวงหนี้ที่ผิดกฎหมาย โดยให้หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องปฏิบัติหน้าที่ตามกฎหมาย</p>

ผู้จัดทำข้อเสนอ	เสนอต่อ	ประเด็นการคุ้มครองผู้บริโภค
<p>คณะอนุกรรมการด้านอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ</p>	<p>คณะรัฐมนตรี คณะกรรมการนโยบายเศรษฐกิจระหว่างประเทศ (กนศ.) และ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง</p>	<p>ให้ชะลอการแสดงความจำนงเข้าร่วมความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิก (CPTPP) จนกว่าจะมีความเห็นร่วมที่แท้จริงบนฐานของความถูกต้อง (จนกว่าจะมีการศึกษาวิจัยเปรียบเทียบผลกระทบด้านบวกและด้านลบแล้วเสร็จ และนำเสนอผลการศึกษาวิจัยเปรียบเทียบฯ ต่อสาธารณะทันทีเมื่อแล้วเสร็จ) หากข้อมูลพบผลกระทบด้านลบมากกว่าผลดีที่จะเกิดขึ้น ขอให้รัฐบาลมีมติหยุดการเข้าร่วมเจรจาความตกลง CPTPP ต่อไป</p>
<p>คณะอนุกรรมการด้านบริการสุขภาพ</p>	<p>สำนักงานประกันสังคม (สปส.)</p>	<p>สำนักงานประกันสังคม (สปส.) ต้องเร่งรัดพัฒนาระบบรับเรื่องร้องเรียน อย่างน้อยให้ได้ ๓๐๐ ถึง ๔๐๐ คู่สาย เพื่อเปิดรับปัญหาของผู้ประกันตนที่เข้าไม่ถึงบริการสุขภาพ</p> <p>(๑) สำนักงานประกันสังคม (สปส.) ต้องออกประกาศให้ผู้ประกันตนทุกคนสามารถไปตรวจคัดกรองที่หน่วยคัดกรองโควิดได้ในเครือข่ายของประกันสังคม หรือ โรงพยาบาลคู่สัญญาทั้งหมด</p> <p>(๒) สำนักงานประกันสังคม (สปส.) ต้องออกมาตรการให้โรงพยาบาลคู่สัญญาทำระบบ HI หรือ CI ทุกแห่ง เพื่อรองรับผู้ประกันตนที่อยู่ในชั้นสีเขียว ที่สามารถรักษาตัวเองได้ที่บ้าน</p> <p>(๓) สำนักงานประกันสังคม (สปส.) ต้องช่วยเหลือผู้ประกันตนทุกคน ทั้งผู้ประกันตนในมาตรา ๓๓, ๓๙ และ ๔๐ ทั้งที่เป็นแรงงานคนไทยและต่างชาติ อย่างเสมอภาค เท่าเทียมกัน ไม่เลือกปฏิบัติ</p> <p>(๔) สำนักงานประกันสังคม (สปส.) ต้องรีบจัดหาวัคซีนสำหรับผู้ประกันตนให้เพียงพอสำหรับแรงงานคนไทยและต่างชาติ อย่างเสมอภาค เท่าเทียมกัน ไม่เลือกปฏิบัติ</p>

ผู้จัดทำข้อเสนอ	เสนอต่อ	ประเด็นการคุ้มครองผู้บริโภค
<p>คณะกรรมการด้านการสื่อสารโทรคมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศ</p>	<p>คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ</p>	<p>๑) ความเห็นต่อ (ร่าง) ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การเรียกเก็บค่าบริการล่วงหน้าของบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงประจำที่ :</p> <p>จากการพิจารณา (ร่าง) ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การเรียกเก็บค่าบริการล่วงหน้าของบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงประจำที่ ที่ กสทช. ได้เผยแพร่และขอความเห็นสภาพองค์กรของผู้บริโภคพบว่า เนื้อหาของร่างประกาศฯ เป็นเพียงการอำนวยความสะดวกให้ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตในการเรียกเก็บค่าบริการล่วงหน้าได้เท่านั้น ไม่ได้มีการคุ้มครองผู้บริโภคหรือคำนึงถึงประโยชน์สาธารณะใด ๆ สภาพองค์กรของผู้บริโภคจึงได้ส่งหนังสือ ความเห็นต่อ (ร่าง) ประกาศฉบับดังกล่าวว่า ไม่เห็นด้วยกับการออกประกาศ กสทช. ฉบับดังกล่าว และขอให้ยุติการดำเนินการออกประกาศ</p> <p>๒) ความเห็นต่อ (ร่าง) ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง มาตรฐานของคุณภาพการให้บริการโทรคมนาคม</p> <p>จากการพิจารณา (ร่าง) ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง มาตรฐานของคุณภาพการให้บริการ</p>

ผู้จัดทำข้อเสนอ	เสนอต่อ	ประเด็นการคุ้มครองผู้บริโภค
<p>คณะอนุกรรมการด้านการสื่อสาร โทรคมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศ</p>	<p>คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ</p>	<p>โทรคมนาคม ที่ กสทช. ได้ส่งมาให้สภาองค์กรของผู้บริโภค พิจารณาเห็นว่า คุณภาพการให้บริการโทรคมนาคมเป็นประเด็นสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อผู้ใช้บริการหรือผู้บริโภคโดยตรง จึงควรที่จะจัดให้มีการรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง รับฟังความคิดเห็นของผู้บริโภคอย่างกว้างขวางจริงจัง มิใช่เพียงเผยแพร่การรับฟังความคิดเห็นต่อร่างประกาศฯ ทางเว็บไซต์ของสำนักงาน กสทช. และเปิดให้ส่งความคิดเห็นเข้าไปเท่านั้น</p> <p>๓) ขอให้ กสทช. กำหนดมาตรการ เรื่อง โฆษณาแฝงและการโฆษณาเกินเวลาทางช่องรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัล เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการบริโภคสื่อโฆษณาเกินสมควร :</p> <p>จากงานวิจัยเรื่อง โฆษณาแฝงและการโฆษณาเกินเวลาทางช่องรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ผลการศึกษา พบว่า รูปแบบโฆษณาแฝง ๗ ประเภท ได้แก่ แฝงสปอตสั้นหรือวีทีอาร์ (VTR) แฝงภาพกราฟิก แฝงวัตถุ แฝงบุคคล แฝงเนื้อหา และรายการแนะนำสินค้า ถูกนำมาใช้กันอย่างผสมผสานและแพร่หลายในรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ยิ่งไปกว่านั้น เนื้อหารายการมีน้อยกว่า ๔๗ นาที ๓๐ วินาที ซึ่งแสดงว่าใน ๑ ชั่วโมงมีโฆษณามากเกินกว่าเกณฑ์ที่ กสทช. กำหนด สภาองค์กรของผู้บริโภคจึงขอให้ กสทช. กำหนดมาตรการ เรื่อง โฆษณาแฝงและการโฆษณาเกินเวลาทางช่องรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัล</p>

ผู้จัดทำข้อเสนอ	เสนอต่อ	ประเด็นการคุ้มครองผู้บริโภค
<p>คณะกรรมการด้านบริการ สาธารณะ พลังงานและสิ่ง แวดล้อม</p>	<p>กระทรวงมหาดไทย คณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน (กกพ.) และกระทรวงพลังงาน</p>	<p>๑) การสร้างแรงจูงใจและลดอุปสรรคของ ประชาชนในการติดตั้งแผงพลังงานแสงอาทิตย์ เพื่อส่งเสริมการผลิตไฟฟ้าด้วยตนเองจาก พลังงานแสงอาทิตย์ โดยให้ใช้มาตรการคิดราคา รับซื้อไฟฟ้าแบบหักลบกลบหน่วยตามจริง (Net metering) ขยายกลุ่มเป้าหมายของโครงการ เป็น ๑ ล้านหลังคาเรือนภายใน ๓ ปี และ ลดอุปสรรคด้านต้นทุนของผู้เข้าสู่โครงการ</p>
	<p>คณะรัฐมนตรี กระทรวงพลังงาน กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์</p>	<p>๒) ให้กำกับราคาน้ำมันและราคาเชื้อเพลิง ในราคาที่เป็นธรรม เนื่องจากราคาน้ำมันและ ราคาเชื้อเพลิงมีราคาสูงเกินสมควร</p>
	<p>คณะรัฐมนตรี กระทรวงพลังงาน คณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่ง ชาติ (กพข.) คณะกรรมการบริหารนโยบาย พลังงาน (กบง.)</p>	<p>๓) ให้ยุติการอนุมัติรับซื้อไฟฟ้าจากโรงไฟฟ้า ใหม่เข้าระบบเพื่อลดภาระค่าไฟฟ้าที่ประชาชน ต้องจ่ายเพิ่มจากปัจจุบัน เนื่องจากมีกำลัง การผลิตไฟฟ้าในปัจจุบันที่ล้นเกินในระบบอยู่ กว่าร้อยละ ๖๐</p>
<p>คณะกรรมการด้านสินค้าและ บริการทั่วไป</p>	<p>ปลัดกระทรวงคมนาคม ผู้อำนวยการสำนักงานการบิน พลเรือนแห่งประเทศไทย และ คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค</p>	<p>๑) ให้ออกประกาศคุ้มครองสิทธิของ ผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินของไทยในเส้น ทางการบินระหว่างประเทศ ๒) ให้ออกมาตรการชดเชยต่อผู้โดยสารที่ได้รับ ผลกระทบกรณีที่มีการยกเลิกเที่ยวบินและการ รวมเที่ยวบินจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ ของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (covid-19) ๓) ให้ขยายสิทธิ จากเดิมกรณีสายการบิน ไม่ต้องจ่ายค่าชดเชย หากมีการแจ้งล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า ๓ วัน เป็นไม่น้อยกว่า ๗ วัน เนื่องจากการเดินทางไปต่างประเทศ มีขั้นตอน การทำเอกสารต่าง ๆ มากกว่าการเดินทาง ภายในประเทศ</p>

ผู้จัดทำข้อเสนอ	เสนอต่อ	ประเด็นการคุ้มครองผู้บริโภค
<p>คณะกรรมการด้านสินค้าและบริการทั่วไป</p>	<p>ปลัดกระทรวงคมนาคม ผู้อำนวยการสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย และ คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค</p>	<p>๔) ให้สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (กพท.) ควรเผยแพร่ภารกิจหน้าที่ ในการคุ้มครองสิทธิของผู้โดยสาร เพื่อเป็นการสร้างความเข้าใจระหว่าง กพท. และประชาชน</p>
	<p>เลขาธิการสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม</p>	<p>๑) ให้สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมกำหนดให้หน้ากากอนามัยแบบใช้ครั้งเดียวเป็นมาตรฐานบังคับ และให้มีบทกำหนดโทษในกรณีที่ผู้ประกอบการทำการฝ่าฝืน ละเมิดสิทธิผู้บริโภค เพื่อให้สอดคล้องกับความเสียหายของผู้บริโภค</p>
<p>คณะกรรมการด้านการศึกษา</p>	<p>รัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ</p>	<p>๑) ให้ยกเลิกประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่องการจัดเก็บเงินบำรุงการศึกษาของสถานศึกษา เนื่องจากประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง การเก็บเงินบำรุงการศึกษาของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานฯ ประกาศวันที่ ๒๐ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๕๔ ขัดต่อรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. ๒๕๖๐ คณะทำงานด้านการศึกษา จึงทำหนังสือถึงรัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ ขอให้ยกเลิกประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง การจัดเก็บเงินบำรุงการศึกษาของสถานศึกษา โดยการดำเนินการยกเลิกประกาศดังกล่าวจะทำให้เด็กทุกคนได้รับสิทธิในการได้รับการศึกษาภาคบังคับโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย</p>

ผู้จัดทำข้อเสนอ	เสนอต่อ	ประเด็นการคุ้มครองผู้บริโภค
คณะกรรมการด้านการศึกษา	รัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ	<p>๒) จัดทำข้อเสนอแนะถึงกระทรวงศึกษาธิการเกี่ยวกับนโยบายคุ้มครองผู้บริโภคต่อมาตรการให้ความช่วยเหลือบรรเทาภาระค่าใช้จ่ายด้านการศึกษาของครัวเรือนและประชาชน ตามมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ ๒๗ กรกฎาคม ๒๕๖๔ ซึ่งการดำเนินการจัดทำระเบียบแนววิธีการปฏิบัติในการช่วยเหลือบรรเทาภาระค่าใช้จ่ายด้านการศึกษาและการสนับสนุนค่าใช้จ่าย ดังกล่าวจะส่งผลให้ผู้ปกครอง นักเรียน ได้รับการช่วยเหลือบรรเทาภาระค่าใช้จ่ายด้านการศึกษาตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการ</p> <p>๓) จัดทำข้อสังเกต เรื่อง การขัดกันของร่าง พ.ร.บ.การศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. กับรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. ๒๕๖๐ เพื่อยับยั้งการลงมติรับร่างของสมาชิกสภาในส่วนของร่างพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. เนื่องจากร่างพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติพ.ศ. กำลังจะเข้าสู่การพิจารณาของสภาผู้แทนราษฎร ในวันที่ ๑๗ กันยายน ๒๕๖๔ โดยมาตรา ๒๑ ของ(ร่าง)พระราชบัญญัติ มีเนื้อความบางส่วนที่ระบุให้มีการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมที่สามารถจัดเก็บตามความจำเป็นได้ ทางคณะกรรมการด้านการศึกษาจึงจัดทำหนังสือถึงประธานรัฐสภาและประธานวุฒิสภา เรื่อง การขัดกันของร่าง พ.ร.บ.การศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. กับรัฐธรรมนูญ แห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. ๒๕๖๐</p>

การติดตามนโยบายและมาตรการการคุ้มครองผู้บริโภค

จัดเวทีสร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับ เมื่อวันที่ ๑๑ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๔ เพื่อให้ได้แนวทางในการติดตามนโยบายและมาตรการการคุ้มครองผู้บริโภค ที่เกิดจากความร่วมมือกัน และการแลกเปลี่ยนข้อมูลเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคในด้านต่าง ๆ ซึ่งกันและกัน

ดำเนินความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการพัฒนา นโยบายและมาตรการการคุ้มครองผู้บริโภคที่เป็นธรรม

จัดการประชุม ส่งหนังสือแนะนำ และขอความร่วมมือจากหน่วยงานที่มีคณะกรรมการหรือคณะอนุกรรมการที่ต้องมีส่วนตัวแทนของผู้บริโภคร่วมเป็นองค์ประกอบให้พิจารณาคัดเลือกผู้แทนจาก สภาองค์กรของผู้บริโภค เข้าร่วมด้วย

นอกจากนี้ ยังได้จัดประชุมสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับคณะอนุกรรมการทั้ง ๘ ด้าน แลกเปลี่ยนข้อมูลเรื่องร้องเรียน รวบรวมข้อมูลกฎหมาย และวางแผนงานร่วมกัน ในการผลักดันมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค ดังนี้



กิจกรรมการผลักดันมาตรการ และนโยบาย โดยคณะอนุกรรมการทั้ง ๘ ด้าน ในปี ๒๕๖๔

ประเด็นงานคุ้มครองผู้บริโภค	กิจกรรมในการผลักดันมาตรการและนโยบาย
๑. ด้านการเงินและการธนาคาร	<ul style="list-style-type: none"> • ทหารเรือเพื่อกำหนดแนวทางแก้ปัญหาหนี้สินเกษตรกร • จัดเวทีสร้างความร่วมมือด้านการควบคุมกำกับแอปพลิเคชันเงินกู้ รวมถึงจัดทำข้อเสนอแนะนโยบายไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง • ร่วมแสดงความเห็นหรือข้อเสนอแนะต่อร่างกฎหมาย ระเบียบ ประกาศ คำสั่ง ข้อบังคับ
๒. ด้านสินค้าและบริการทั่วไป	<p>ร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ตั้งคณะทำงานพิจารณา (ร่าง) พระราชบัญญัติการรับผิดสินค้าชำรุดบกพร่อง พ.ศ. รวมถึงดำเนินการจัดทำแผนสนับสนุนการคุ้มครองผู้สูงอายุในฐานะผู้บริโภค</p>
๓. ด้านที่อยู่อาศัยและอสังหาริมทรัพย์	<p>ประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อรวบรวมข้อมูลด้านกฎหมาย กฎระเบียบ และข้อบังคับต่าง ๆ สำหรับนำมาจัดทำฐานข้อมูลของผู้บริโภค</p>
๔. ด้านขนส่งและยานพาหนะ	<p>ร่วมเป็นคณะทำงานศึกษาและจัดทำข้อเสนอแนะแก้ไขปัญหาารถไฟฟ้าสายสีเขียวของคณะกรรมการการคุ้มครองผู้บริโภค สภาผู้แทนราษฎร พร้อมทั้งจัดทำข้อเสนอแนะแก้ไขปัญหาารถไฟฟ้าสายสีเขียว</p>
๕. ด้านสื่อสาร โทรคมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศ	<p>จัดทำแบบสอบถามเรื่อง SMS หลอกหลวงและสร้างความรำคาญ ก่อนจะรวบรวมข้อมูลและจัดทำข้อเสนอต่อ กสทช. และประสานเครือข่ายองค์กรผู้บริโภคเพื่อร่วมให้ความเห็นต่อ (ร่าง) ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง มาตรฐานของคุณภาพการให้บริการโทรคมนาคม</p>
๖. ด้านบริการสาธารณะ พลังงานและสิ่งแวดล้อม	<p>๑) จัดแถลงข่าวขอให้นายกรัฐมนตรียกเลิกการเก็บค่าบริการรายเดือน ค่าน้ำ-ค่าไฟ และกำกับดูแลราคาสินค้าให้เป็นธรรมสอดคล้องกับต้นทุนราคาน้ำมันเชื้อเพลิงและภาวะค่าครองชีพของประชาชน</p> <p>๒) การจัดเวทีสร้างการเรียนรู้เรื่อง (ร่าง) พระราชบัญญัติกำกับดูแลอากาศสะอาดเพื่อสุขภาพแบบบูรณาการ พ.ศ.</p> <p>๓) จัดรับฟังความคิดเห็นภาคประชาชนต่อแนวทางการจัดทำแผนพัฒนาและจัดการระบบไฟฟ้าของประเทศไทย</p>

ประเด็นงานคุ้มครองผู้บริโภค	กิจกรรมในการผลักดันมาตรการและนโยบาย
<p>๗. ด้านอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ</p>	<p>๑) จัดเสวนาสร้างความเข้าใจต่อผลกระทบที่จะเกิดกับผู้บริโภคและเกษตรกร รวมถึงการเสวนาเรื่อง “CPTPP กับผู้บริโภคต่อการกำกับดูแลอาหาร GMOs และการปฏิเสธรถนำเข้าสารเคมีอันตรายในประเทศ”</p> <p>๒) เครือข่ายองค์กรผู้บริโภคทั่วประเทศ รวมตัวกันยื่นจดหมายต่อผู้ว่าราชการจังหวัด สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกวุฒิสภา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อชะลอพิจารณาการเข้าร่วม CPTPP</p> <p>เพื่อป้องกันผลกระทบจากการปรับแก้กฎหมายเกี่ยวกับกัญชา จนทำให้มีการผลิตอาหารที่ทำจากกัญชงและกัญชาจำหน่ายอย่างแพร่หลาย จึงดำเนินการดังนี้</p> <p>๑) ส่งหนังสือถึงคณะกรรมการอาหารและยา เรื่อง ขอข้อมูลเกี่ยวกับมาตรการควบคุมอาหารกัญชงกัญชา ตามประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)</p> <p>๒) จัดเตรียมข้อมูลเพื่อทำงานวิจัยเรื่องการสำรวจสถานการณ์การบังคับใช้มาตรการควบคุมอาหารกัญชงกัญชาตามประกาศข้างต้น</p> <p>๓) จัดทำข้อเสนอแนะให้มีแผนการเฝ้าระวังและตรวจสอบอาหารกัญชงกัญชาควบคู่กับสภาองค์กรของผู้บริโภค</p> <p>ด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ซึ่งทำให้ต้องติดตามเรื่องวัคซีนอย่างใกล้ชิด จึงดำเนินการดังนี้</p> <p>๑) จัดส่งหนังสือถึง เลขาธิการราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์ เรื่อง การคุ้มครองผู้บริโภคจากการเข้าร่วมโครงการวิจัยวัคซีน</p> <p>๒) จัดทำอินโฟกราฟิกเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคจากการเข้าร่วมโครงการวิจัยวัคซีน</p>
<p>๘. ด้านบริการสุขภาพ</p>	<p>๑) จัดประชุมร่วมกับสำนักงานประกันสังคม เรื่องแนวทางการดูแลผู้ประกันตนที่ติดเชื้อโควิด-19 ตามมาตรการการแยกกักตัวที่บ้าน (Home Isolation)</p> <p>๒) จัดส่งหนังสือเพื่อขอเข้าพบอธิบดีกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ เรื่องมาตรการกำกับราคาค่ารักษาพยาบาล กรณีผู้ป่วยฉุกเฉินวิกฤติเกิน ๗๒ ชั่วโมง ที่ไม่มีเตียงรองรับ</p> <p>๓) ออกแถลงการณ์เรื่องการจัดซื้อ ATK ขององค์การเภสัชกรรม ๒ ฉบับ</p>

๒.๒ แผนงานศึกษาวิจัยเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

• โครงการสนับสนุนการศึกษาวิจัยเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

การศึกษาวิจัยที่จะช่วยสร้างองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในอนาคต นอกจากงานศึกษาวิจัยในกรอบความเชี่ยวชาญ ๘ ด้าน และการรับรู้เรื่องสิทธิและการใช้สิทธิของผู้บริโภคแล้ว ยังมีโครงการวิจัยเพื่อผลักดันมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคอีก ๔ เรื่องที่อยู่ระหว่างการศึกษา ประกอบด้วย

๑) โครงการศึกษากลไกการจ่ายและการควบคุมอัตราค่าบริการการฉุกเฉินดูแลผู้ป่วยฉุกเฉินวิกฤติ และผู้ป่วยฉุกเฉินหลังพัน ๗๒ ชั่วโมง ภายใต้การดำเนินงานตามวาระ quick win ประเด็นคำรักษาพยาบาลแพง ในโรงพยาบาลเอกชน

๒) โครงการศึกษาแนวทางการกำหนดอัตราดอกเบี้ยสินเชื่อทางเลือกที่เหมาะสม

๓) โครงการศึกษาปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคและการบังคับใช้กฎหมายของหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภคและการจัดทำรายงานการละเมิดสิทธิผู้บริโภคระดับจังหวัดประจำปี ที่สอดคล้องกับแผนงานรายงานการกระทำหรือละเลยการกระทำด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

๔) โครงการวิจัยเรื่องการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

๒.๓ แผนงานการรายงานการกระทำหรือละเลยการกระทำด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

โครงการศึกษาปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคและการบังคับใช้กฎหมายของหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภค และจัดทำรายงานการละเมิดสิทธิผู้บริโภคระดับจังหวัด

สนับสนุนให้นักวิชาการด้านกฎหมายที่เชี่ยวชาญด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ดำเนินโครงการศึกษาปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคและการบังคับใช้กฎหมายของหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภค จัดทำรายงานการละเมิดสิทธิผู้บริโภคระดับจังหวัด ซึ่งจัดทำโดย นายไพศาล ลิ้มสถิต นักวิชาการอิสระ ผู้เชี่ยวชาญด้านนโยบายและกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค การจัดทำรายงานการละเมิดสิทธิผู้บริโภคระดับจังหวัดประจำปี มีเป้าหมายเพื่อให้มีรายงานการละเมิดสิทธิผู้บริโภคของสภา และระดับจังหวัด ในปี ๒๕๖๔ เผยแพร่ต่อสาธารณะ ซึ่งพบข้อมูลสำคัญคือ

จากข้อมูลการร้องเรียนของผู้บริโภคที่เกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค ที่แจ้งมาที่สภาองค์กรของผู้บริโภค ในปีงบประมาณ ๒๕๖๔ (เดือนกรกฎาคม-เดือนกันยายน ๒๕๖๔) ผ่านช่องทางการติดต่อร้องเรียนสภาองค์กรของผู้บริโภค คือ ร้องเรียนทางโทรศัพท์ อีเมล (tcc.complaint@tcc.or.th) และ เฟซบุ๊ก (<https://www.facebook.com/tccthailand>)

ข้อมูลผลการดำเนินงาน ๓ เดือน พบว่า ปัญหาการร้องเรียนของผู้บริโภคที่แจ้งข้อมูลมายังสภาองค์กรของผู้บริโภค รวมจำนวน ๒,๐๘๓ เรื่อง โดยหากจำแนกข้อมูลการร้องเรียนตามช่องทางที่ส่งพบว่า มีการร้องเรียนมายังสภาองค์กรของผู้บริโภค (ส่วนกลาง) จำนวน ๑,๓๗๑ เรื่อง หรือคิดเป็นร้อยละ ๖๕.๘๔ และร้องเรียนที่หน่วยงานประจำจังหวัด จำนวน ๗๑๒ เรื่อง หรือคิดเป็นร้อยละ ๓๔.๑๖

นอกจากนี้ จากข้อมูลการร้องเรียนของผู้บริโภคที่ยื่นต่อสภาองค์กรของผู้บริโภค ในปีงบประมาณ ๒๕๖๔ (เดือน กรกฎาคม ๒๕๖๔ ถึง เดือนกันยายน ๒๕๖๔) พบว่า มีกรณีร้องเรียนบริการด้านการเงินและการธนาคารมากที่สุดเป็นอันดับที่ ๑ จำนวน ๑,๓๐๐ เรื่อง หรือคิดเป็นร้อยละ ๖๒.๔๐ รองลงมาคือ ด้านอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ จำนวน ๑๖๙ เรื่อง หรือคิดเป็นร้อยละ ๘.๑๑ และด้านสินค้าและบริการทั่วไป จำนวน ๑๔๖ เรื่อง หรือคิดเป็นร้อยละ ๗ สำหรับอันดับที่ ๔ ถึง ๖ มีจำนวนเรื่องร้องเรียนใกล้เคียงกัน คือ ด้านอสังหาริมทรัพย์และที่อยู่อาศัย ด้านบริการสุขภาพ และด้านการสื่อสาร โทรคมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศ

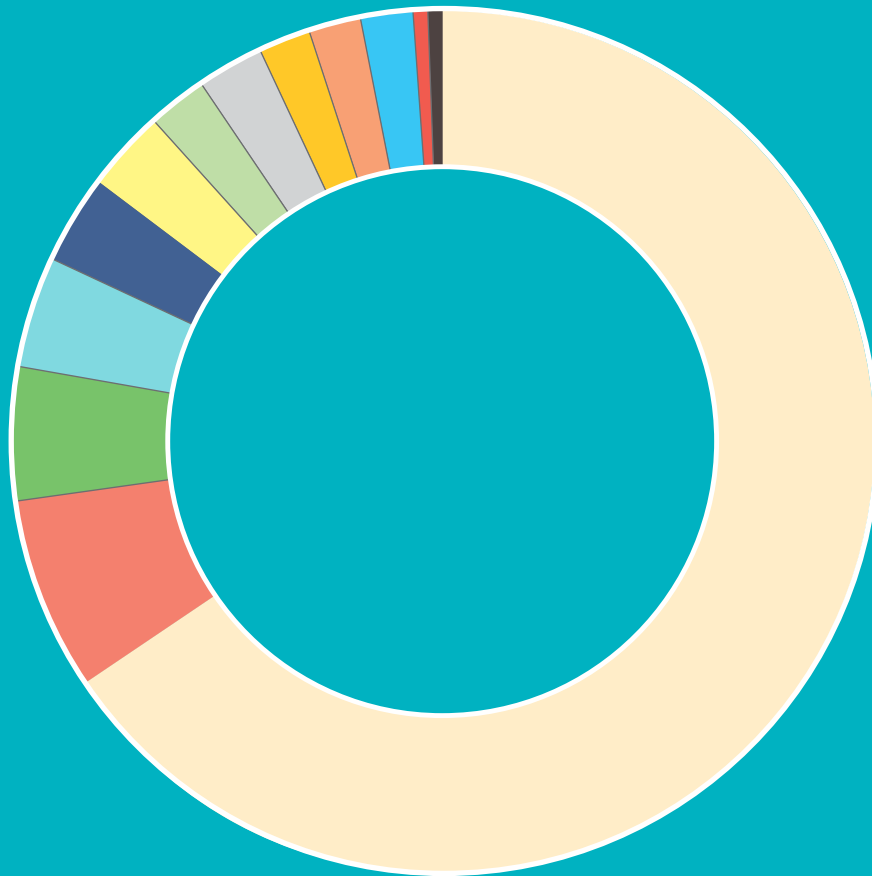
เดือนกรกฎาคม - เดือนกันยายน ๒๕๖๔



ประเภทเรื่องร้องเรียนปีงบประมาณ ๒๕๖๔ จำแนกตามแต่ละด้าน



ช่องทางการติดต่อร้องเรียนของผู้บริโภคมายังสภาองค์กรของผู้บริโภค และหน่วยงานประจำจังหวัด



● สภาฯ กลาง	๑,๓๗๑	● สุราษฎร์ธานี	๔๘
● ประจวบคีรีขันธ์	๑๕๐	● เชียงราย	๔๒
● พะเยา	๑๐๐	● ลำปาง	๔๐
● สงขลา	๙๐	● เชียงใหม่	๓๙
● สตูล	๗๐	● ร้อยเอ็ด	๓๓
● หน่วย กทม.	๖๐	● ลำพูน	๑๐
● ฉะเชิงเทรา	๕๐		

ประมวลปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคและการบังคับใช้กฎหมายของหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภค ในปี ๒๕๖๕^๓

- เมื่อสภาองค์กรของผู้บริโภค และหน่วยงานประจำจังหวัดซึ่งเป็นเครือข่ายของสภาองค์กรของผู้บริโภค ได้มีการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือผู้ประกอบการที่ผู้บริโภคร้องเรียน เพื่อหาทางแก้ไขปัญหาหรือประสานงานเรื่องข้อมูลต่าง ๆ บางเรื่องสามารถหาข้อยุติได้อย่างรวดเร็ว แต่บางเรื่องต้องอาศัยเวลาในการตรวจสอบข้อมูลจากฝ่ายที่เกี่ยวข้อง หลายเรื่องต้องมีการติดตามหน่วยงานที่รับผิดชอบในเรื่องร้องเรียนดังกล่าว หลายเรื่องอาจไม่มีความคืบหน้าเพราะไม่สามารถติดตามหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้

- ข้อมูลเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคที่ส่งมายังสภาองค์กรของผู้บริโภค (ส่วนกลาง) ในช่วงระยะเวลา ๓ เดือน มีจำนวนทั้งสิ้น ๑,๓๗๑ เรื่อง และอีกจำนวน ๗๓๒ เรื่อง มาจากหน่วยงานประจำจังหวัด

- ข้อมูลสำคัญที่พบจากเรื่องร้องเรียนมีดังนี้

- ช่องทางในการซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภคที่ได้รับความนิยมมากเป็นอันดับต้น ๆ ก็คือ การสั่งซื้อผ่านสื่อออนไลน์ ซึ่งสามารถทำได้โดยไม่จำกัดเวลาหรือสถานที่ และมีความสะดวกหรือรวดเร็ว ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภคจากการสั่งซื้อผ่านสื่อออนไลน์ เช่น

- ไม่สามารถติดตามผู้ขายหรือผู้ประกอบการได้เพราะไม่สามารถระบุตัวตนได้
- ชำระเงินไปแล้ว แต่ไม่ได้รับสินค้าตามที่สั่งซื้อ
- การโฆษณาเป็นเท็จ เกินจริง
- ได้รับสินค้าที่ชำรุดบกพร่อง ไม่ได้มาตรฐาน
- ผู้ขายไม่รับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า
- ผู้ขายจำหน่ายสินค้าผิดกฎหมาย
- ผู้ขายจำหน่ายสินค้าแต่ไม่แสดงราคาให้ทราบ

- ตัวอย่างปัญหาเหล่านี้เกิดจากกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของไทยและกฎหมายเกี่ยวกับการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ยังไม่มีระบบการตรวจสอบข้อมูลผู้ประกอบการหรือผู้ขาย ยังไม่มีการกำกับดูแลการทำธุรกรรมออนไลน์เพื่อคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งแตกต่างจากกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคบางประเทศที่จะให้ความสำคัญกับเรื่องนี้

- แนวโน้มจำนวนเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคในช่วงปีงบประมาณ ๒๕๖๕ จึงอาจมีจำนวนประมาณ ๓,๐๐๐ – ๕,๐๐๐ เรื่อง ซึ่งน่าจะเป็นภาระงานที่ค่อนข้างมากของสภาองค์กรของผู้บริโภค หากได้รับจัดสรรงบประมาณที่ไม่เพียงพออาจส่งผลทำให้เป็นอุปสรรคสำคัญต่อการดำเนินงานของในปีงบประมาณ ๒๕๖๕

^๓ ที่มา โครงการศึกษาปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคและการบังคับใช้กฎหมายของหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภค และการจัดทำรายงานการละเมิดสิทธิผู้บริโภคระดับจังหวัด โดย ไพศาล ลิ้มสถิต นักวิชาการอิสระ ผู้เชี่ยวชาญด้านนโยบายและกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค



“

ผู้บริโภค ไม่ได้ต้องการอะไรมากไปกว่า
"ข้อมูลที่ชัดเจน" และ "ความเป็นธรรม"
ที่ควรได้รับ

”

บุญยอด สุขถิ่นไทย

ผู้ผลักดันให้ ร่าง พระราชบัญญัติองค์กรอิสระ
เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับประชาชน)
ได้รับการพิจารณาในรัฐสภา



“

เป็นเส้นทางที่เดินยาก เป็นสิ่งที่ยังไปไม่ถึง
ให้อำนาจมาเพียงครั้งเดียว ทำให้การทำงาน
ของสภาองค์กรของผู้บริโภคทำได้ไม่เต็มที่
ไม่มีความเป็นอิสระแท้จริง

”

รัศมี วิศกเวทย์

อดีตเลขานุการสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
ที่สนับสนุนให้องค์กรอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

ตารางแสดงผลการดำเนินงาน

ผู้จัดทำข้อเสนอ	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน
ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การพัฒนา เสนอแนะ และผลักดันนโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค ๒. แผนพัฒนานโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค		
๒.๑ แผนงานพัฒนานโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค		
๒.๑.๑ การสนับสนุนการประชุมสภาองค์กรของผู้บริโภค การปฏิบัติงานของคณะกรรมการนโยบาย คณะอนุกรรมการและคณะทำงานต่าง ๆ	จัดทำนโยบายและมาตรการคุ้มครอง ไม่น้อยกว่า ๑ ด้าน เพื่อเสนอแนะต่อคณะรัฐมนตรี	ดำเนินการได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้โดยมีการจัดทำข้อเสนอรวมทั้งสิ้น ๑๕ ข้อเสนอ จากคณะอนุกรรมการ ๘ คณะ และ ๑ คณะทำงาน
๒.๑.๒ โครงการติดตามนโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค เช่น ความร่วมมือกับหน่วยงานรัฐ ความร่วมมือกับภาคเอกชน องค์กรผู้บริโภค	สภาองค์กรของผู้บริโภคมีข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และดำเนินการร่วมมือกับภาครัฐเพื่อดำเนินมาตรการในการคุ้มครองผู้บริโภค	ดำเนินการได้ตามเป้าหมาย โดยมีการจัดเวทีหารือแนวทางความร่วมมือและการทำงานร่วมกัน ของหน่วยงานต่าง ๆ ประมาณ ๒๐ กว่าองค์กร รวมถึงการจัดทำหนังสือแนะนำสภาองค์กรของผู้บริโภค และหนังสือขอเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการ หรือคณะอนุกรรมการด้านต่าง ๆ ในสัดส่วนของผู้บริโภค
๒.๒ แผนงานศึกษาวิจัยเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค		
โครงการสนับสนุนการศึกษาวิจัยเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค เช่น งานศึกษาวิจัยในกรอบความเชี่ยวชาญ ๘ ด้านที่สำคัญ การรับรู้เรื่องสิทธิและการใช้สิทธิของผู้บริโภค รายงานผลการปฏิบัติงานประจำปี	มีงานศึกษาวิจัยเพื่อสนับสนุนการทำงานของสภาอย่างน้อย ๑ เรื่อง	ดำเนินการได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยมีโครงการวิจัยเพื่อผลักดันมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคอีก ๔ เรื่องที่อยู่ระหว่างการศึกษาประกอบด้วย ๑) โครงการศึกษากลไกการจ่ายและการควบคุมอัตราค่าบริการรถแท็กซี่ การดูแลผู้ป่วยฉุกเฉินวิกฤติและผู้ป่วยฉุกเฉินหลังพ้น ๗๒ ชั่วโมง ภายใต้การดำเนินงานตามวาระ quick win ประเด็นคำรักษาพยาบาลแพงในโรงพยาบาลเอกชน

ผู้จัดทำข้อเสนอ	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน
		๒) โครงการศึกษาแนวทางการกำหนดอัตราดอกเบี้ยสินเชื่อทางเลือกที่เหมาะสม ๓) โครงการวิจัยเรื่องการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และรวมถึงโครงการศึกษาปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคและการบังคับใช้กฎหมายของหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภคและการจัดทำรายงานการละเมิดสิทธิผู้บริโภคระดับจังหวัดประจำปี ที่สอดคล้องกับแผนงานรายงานการกระทำหรือละเลยการกระทำด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
โครงการสนับสนุนการพัฒนาวัฒนธรรมคุ้มครองผู้บริโภคโดยประชาชน		การพัฒนานวัตกรรมเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ขณะนี้อยู่ระหว่างการศึกษากับหน่วยงานต่าง ๆ รวมถึงสถาบันการศึกษา เพื่อรวบรวมและพัฒนาข้อมูล และนำไปสู่การจัดทำโครงการเพื่อพัฒนานวัตกรรมโดยการมีส่วนร่วมจากประชาชน
๒.๓ แผนงานรายงานการกระทำหรือละเลยการกระทำด้านการคุ้มครองผู้บริโภค		
โครงการศึกษาปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคและการบังคับใช้กฎหมายของหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภคและการจัดทำรายงานการละเมิดสิทธิผู้บริโภคระดับจังหวัดประจำปี	มีรายงานการละเมิดสิทธิผู้บริโภคของสภาและระดับจังหวัด ในรอบ ๔ เดือนต่อสาธารณะ	ดำเนินการแล้วเสร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้
รายงานผลการปฏิบัติงานประจำปี	รายงานผลการปฏิบัติงานของสภาองค์กรของผู้บริโภคประจำปี ระยะเวลา ๔ เดือน	ดำเนินการแล้วเสร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

๓. ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การสนับสนุนและสร้างความเข้มแข็งแก่ผู้บริโภครวมและองค์กรของผู้บริโภค

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ ขับเคลื่อนผ่าน **แผนสนับสนุนหน่วยงานประจำจังหวัดและองค์กรของผู้บริโภค** ที่ประกอบด้วย ๓ แผนงานย่อย ดังภาพต่อไปนี้

องค์ประกอบและผลงานของ แผนสนับสนุนและสร้างความเข้มแข็งแก่ผู้บริโภครวมและองค์กรของผู้บริโภค ในปี ๒๕๖๔

แผนงานย่อย ๓.๑

แผนงานพัฒนากลไกสภาองค์กรของผู้บริโภคประจำจังหวัด (หน่วยงานประจำจังหวัด)

- สนับสนุนให้มีหน่วยงานประจำจังหวัดขึ้นใน ๑๒ จังหวัด
- อำนวยความสะดวก ประสานงาน และดำเนินการให้เกิดการประชุมสภาผู้บริโภครวมใน ๗ จังหวัด เพื่อให้เกิดมติสำคัญต่อการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับพื้นที่
- สนับสนุนให้องค์กรสมาชิกได้รับการอบรมพัฒนาศักยภาพในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค

แผนงานย่อย ๓.๒

แผนงานสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพองค์กรผู้บริโภคและเครือข่ายองค์กรผู้บริโภค ในการรักษาประโยชน์ของผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพและได้รับความเชื่อถือทั้งในระดับจังหวัดและเขตพื้นที่

- โครงการสนับสนุนเขตพื้นที่เพื่อจัดตั้งองค์กรผู้บริโภคในจังหวัดสำคัญ ๑๐ จังหวัด
- พัฒนาศักยภาพผู้นำองค์กรผู้บริโภคและผู้นำเครือข่ายองค์กรผู้บริโภคในการคุ้มครองพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค
- สนับสนุนให้เกิดกลไกเขตพื้นที่ใน ๔ ภูมิภาค
- ส่งเสริมองค์กรผู้บริโภคให้จัดแจ้ง ออกผ.๓

แผนงานย่อย ๓.๓

แผนงานรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการคุ้มครองผู้บริโภคประจำปี

- โครงการรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการคุ้มครองผู้บริโภคเฉพาะประเด็น ระดับภูมิภาค และประจำปี
- โครงการติดตามข้อเสนอแนะการคุ้มครองผู้บริโภคของประชาชน
- จัดทำรายงานผลการปฏิบัติงานประจำปี

๓.๑ แผนงานพัฒนากลไกสภาองค์กรของผู้บริโภคประจำจังหวัด (หน่วยงานประจำจังหวัด)

• สนับสนุนให้มีหน่วยงานประจำจังหวัด

เพื่อให้การคุ้มครองผู้บริโภคและการสร้างความตระหนักรู้ในสิทธิเป็นไปอย่างกว้างขวาง รวมถึงให้ประชาชนในแต่ละพื้นที่สามารถเข้าถึงการทำงานของสภาองค์กรของผู้บริโภคได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว คณะกรรมการนโยบายของสภาองค์กรของผู้บริโภค จึงสนับสนุนให้มีหน่วยงานประจำจังหวัดขึ้นใน ๑๒ จังหวัด ได้แก่ สตูล เชียงราย ลำปาง ฉะเชิงเทรา กรุงเทพมหานคร พะเยา สุราษฎร์ธานี ลำพูน สงขลา ประจวบคีรีขันธ์ เชียงใหม่ และร้อยเอ็ด สำหรับดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคใน ๘ ด้าน

ในปี ๒๕๖๔ หน่วยงานประจำจังหวัดทั้ง ๑๒ แห่ง มีที่ตั้งชัดเจนที่สะดวกต่อการเข้าถึงของผู้บริโภคเพื่อขอรับการช่วยเหลือ อีกทั้งมีช่องทางติดต่ออื่นที่หลากหลาย มีเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานในหน่วยงานประจำจังหวัดอย่างน้อย ๓ คนในทุกหน่วย และมีนายความ หรือนักกฎหมายประจำหน่วยงานเพื่อให้คำปรึกษาในการช่วยเหลือผู้บริโภค โดยได้รับเรื่องร้องเรียนและช่วยเหลือผู้บริโภคจำนวนทั้งสิ้น ๗๑๒ ราย สามารถแก้ไขปัญหาให้ผู้บริโภคได้ประมาณ ร้อยละ ๘๐ และอยู่ระหว่างดำเนินการอีก ร้อยละ ๒๐ ของเรื่องร้องเรียนทั้งหมด

นอกจากนี้ หน่วยงานประจำจังหวัดยังทำการสื่อสาร เตือนภัยผู้บริโภคผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียที่หลากหลาย เช่น Facebook, Twitter, Line group และผ่านผู้สื่อข่าวประจำท้องถิ่น ในประเด็นปัญหาผู้บริโภค ๘ ด้าน โดยสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภคได้มากกว่า ๕๐,๐๐๐ คน

“หน่วยงานประจำจังหวัด” กับตัวอย่างงานเชิงรุก ในปี ๒๕๖๔

๑. การเสนอแนะนโยบายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคต่อหน่วยงานของรัฐในระดับจังหวัด

• จ.พะเยา จัดทำข้อเสนอแนะต่อสาธารณสุขจังหวัด ในประเด็นสินค้าไม่ปลอดภัยเรื่องเจลลี่ลูกตา นำไปสู่การยึดสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานจากร้านชำและตลาดนัด ๒,๓๔๙ รายการ



- **จ.ลำปาง** จัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายเรื่องมาตรฐานและความปลอดภัยของผู้บริโภคในการใช้บริการน้ำดื่มจากตู้หยอดเหรียญ ส่งผลให้เกิดประกาศที่มีแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการตรวจติดตามมาตรฐานความสะอาดเพื่อความปลอดภัย เทศบาลเมืองเขลางค์นครและเทศบาลเมืองพิชัย อยู่ระหว่างยกร่างประกาศฯ และจะขยายผลให้ครอบคลุมทั้ง ๔๓ เทศบาล



๒. สนับสนุนและดำเนินการติดตามตรวจสอบและเฝ้าระวังสถานการณ์ปัญหาสินค้าและบริการ

- **กรุงเทพมหานคร** ร่วมกับ นิตยสารฉลาดซื้อของมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค และหน่วยงานประจำจังหวัดกรุงเทพมหานคร ร่วมกันเผยแพร่ผลทดสอบเครื่องกรองน้ำ ๓ ระบบ (RO, UF, UV) พบว่า เครื่องกรองน้ำบางยี่ห้อ ไม่สามารถกรองแบคทีเรียได้ พร้อมเสนอให้สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) ออกมาตรฐานมาใช้บังคับ





๓. รายงานการกระทำหรือการละเลยการกระทำอันมีผลกระทบต่อสิทธิของผู้บริโภค ไปยังหน่วยงานของรัฐหรือหน่วยงานอื่นที่รับผิดชอบในระดับจังหวัด และเผยแพร่ให้ประชาชนทราบ

- **จ.สุราษฎร์ธานี** ขยายผลเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคจากการซื้อทุเรียนออนไลน์ที่ไม่ได้คุณภาพตามที่โฆษณา โดยประสาน คณะทำงานชุดปฏิบัติการเฉพาะกิจป้องกันและแก้ไขปัญหาทุเรียนด้วยคุณภาพออกสู่ตลาดจังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งมีเกษตรกรจังหวัดและพาณิชย์จังหวัดเข้าร่วมจัดการปัญหา



๔. สนับสนุนการรวมตัวและช่วยเหลือองค์กรของผู้บริโภคภายในจังหวัด เพื่อรักษาประโยชน์ของผู้บริโภค

- **จ.ฉะเชิงเทรา** ได้สนับสนุนให้นักศึกษาสาขาวิชาสาธารณสุขศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ รวมกลุ่มกันดำเนินงานรับเรื่องร้องเรียน และประสานงานช่วยเหลือนักศึกษาเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค และมีเป้าหมายขยายรูปแบบไปยังสถาบันการศึกษาอื่น ๆ พร้อมทั้งเตรียมการเพื่อยื่นจดแจ้งองค์กรผู้บริโภค

• สนับสนุนให้เกิดการประชุมสภาผู้บริโภครดับจังหวัด

ในปีแรกของสภาฯ หน่วยงานประจำจังหวัดต่าง ๆ ได้ทำหน้าที่อำนวยความสะดวก ประสานงานและดำเนินการให้เกิดการประชุมสภาผู้บริโภคใน ๗ จังหวัด จนกระทั่งได้มติดำเนินการต่อการคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่

• สนับสนุนให้องค์กรสมาชิกได้รับการอบรมพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค

สนับสนุนให้องค์กรสมาชิกจำนวน ๑๕๕ องค์กรได้รับการอบรมพัฒนาศักยภาพในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค เช่น การใช้โปรแกรมประชุมด้วยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (ZOOM) การรับเรื่องร้องเรียน การเจรจาไกล่เกลี่ย

๓.๒ แผนงานสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพองค์กรของสภาผู้บริโภครวมและเครือข่ายองค์กรของผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพและได้รับความเชื่อถือทั้งในระดับจังหวัดและเขตพื้นที่

• โครงการสนับสนุนเขตพื้นที่เพื่อจัดตั้งองค์กรของผู้บริโภคในจังหวัดสำคัญ

คณะกรรมการนโยบายของสภาองค์กรของผู้บริโภคได้จัดตั้งองค์กรที่ได้รับฉันทามติจากการประชุมองค์กรสมาชิกใน ๔ ภูมิภาค คือ ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคตะวันออก และภาคตะวันตก ให้ทำหน้าที่สนับสนุนการดำเนินงานของหน่วยงานประจำจังหวัด และพัฒนาให้เกิดหน่วยงานประจำจังหวัดเพิ่มขึ้น รวมทั้งสนับสนุนองค์กรผู้บริโภคให้ผ่านการจดทะเบียน (ได้รับใบรับรองสถานะความเป็นองค์กรผู้บริโภค คือ อกผ. ๓) โดยได้เริ่มดำเนินงานวันที่ ๑ กันยายน ๒๕๖๔ ประกอบด้วย

- ๑) สมาคมผู้บริโภคสงขลา เป็นกลไกเขตพื้นที่ภาคใต้
- ๒) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจังหวัดฉะเชิงเทรา เป็นกลไกเขตพื้นที่ภาคตะวันออก

- ๓) ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจังหวัดพะเยา เป็นกลไกเขตพื้นที่ภาคเหนือ
- ๔) สมาคมผู้บริโภคภาคตะวันตก เป็นกลไกเขตพื้นที่ภาคตะวันตก

• ส่งเสริมองค์กรผู้บริโภคใหม่เข้าเป็นสมาชิกของสภาฯ

ส่งเสริมให้องค์กรผู้บริโภคที่ผ่าน อกผ.๓ จำนวน ๔๒ องค์กรสมัครเข้าเป็นสมาชิกสภาองค์กรของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น ทำให้ในปัจจุบันนี้ สภาองค์กรของผู้บริโภคมีองค์กรสมาชิกทั้งหมดจำนวน ๒๓๗ องค์กร กระจายตัวอยู่ในพื้นที่ ๓๓ จังหวัด

• การพัฒนาศักยภาพของผู้นำองค์กรผู้บริโภคและผู้นำเครือข่ายองค์กรผู้บริโภคในการพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค

สภาองค์กรของผู้บริโภคร่วมมือกับสถาบันการเรียนรู้การสร้างเสริมสุขภาพ (Thai Health Academy) พัฒนาหลักสูตรและอบรมพัฒนาศักยภาพเพื่อยกระดับการทำงานด้านคุ้มครองผู้บริโภคให้กับผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับสภาองค์กรของผู้บริโภคทุกระดับ โดยมีหลักสูตรการเรียนรู้เป็น ๓ ทักษะหลัก ๒๑ หลักสูตร คือ

- (๑) รู้จักและเข้าใจงานผู้บริโภค (orientation)
- (๒) องค์กรแห่งการเรียนรู้ organizational skill: Learning Organization (LO)
- (๓) ทักษะชีวิต (soft/non-technical skill) และ ทักษะวิชาชีพ (technical/professional skill)

และยังพัฒนาหลักสูตร E-Learning จำนวน ๒ หลักสูตร ซึ่งครอบคลุมประเด็นการทำงาน ๘ ด้าน ประกอบด้วยด้านการเงินและการธนาคาร ด้านการขนส่งและยานพาหนะ ด้านอสังหาริมทรัพย์และที่อยู่อาศัย ด้านอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ ด้านบริการสุขภาพ ด้านสินค้าและบริการทั่วไป ด้านการสื่อสาร โทรคมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านบริการสาธารณะ พลังงานและสิ่งแวดล้อม โดยมีแผนการพัฒนาศักยภาพตลอดระยะเวลา ๑๐ เดือน คือเริ่มตั้งแต่เดือนกันยายน ๒๕๖๔ ถึงเดือนมิถุนายน ๒๕๖๕

**๓.๓ แผนงานรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการ
คุ้มครองผู้บริโภคประจำปี**

**• โครงการรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการ
คุ้มครองผู้บริโภคเฉพาะประเด็น ระดับภูมิภาค และระดับ
ประเทศ (ประจำปี)**

สภาองค์กรของผู้บริโภคร่วมกับสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า) จัดการประชุมรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคของสภาองค์กรของผู้บริโภค ดังนี้

กลุ่มที่ ๑ กลุ่มองค์กรสมาชิกใน ๗ ภูมิภาคประกอบด้วย ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง กรุงเทพมหานคร และกลุ่มประชาชนทั่วไป มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมทั้งสิ้น ๒๖๐ คน

กลุ่มที่ ๒ ผู้บริโภคทั่วไปที่ใช้บริการและ/หรือสนใจในประเด็น quick win ๓ ประเด็น ได้แก่ ค่ารถไฟฟ้า CPTP และค่ารักษาพยาบาล จำนวน ๑,๒๐๐ คน

กลุ่มที่ ๓ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง ทั้งที่เป็นหน่วยงานภาครัฐ และเป็นหน่วยงานภาคเอกชน ทั้งที่เป็นเครือข่ายและเป็นหน่วยงานที่ต้องได้รับการตรวจสอบจากสภาองค์กรของผู้บริโภค จำนวน ๕๐ คน

ทั้ง ๓ กลุ่มได้มีข้อเสนอแนะต่อสภาองค์กรของผู้บริโภคใน ๗ ด้าน ดังนี้

๑. ด้านยุทธศาสตร์การดำเนินงาน จะต้อง:-
 - เข้มแข็ง ทำงานเชิงรุก ส่งต่อความรู้ หลักค่านิยมให้ผู้บริโภค และสนับสนุนผู้บริโภคอย่างเป็นระบบ มีกลไกที่สอดคล้องกันทั้งจังหวัด ภูมิภาคและท้องถิ่น
 - นำเชื่อถือ เป็นที่รู้จักในฐานะมืออาชีพ สร้างความร่วมมือกับทุกภาคส่วนตามหลักธรรมาภิบาล ดำเนินงานเพื่อผู้บริโภคอย่างครบวงจรและเป็นธรรมกับผู้ประกอบการ
 - ต่อเนื่อง ทำผลงานเป็นที่ประจักษ์ และขยายเครือข่ายเพื่อผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง
 - เป็นทางออกแรกในใจผู้บริโภค ในฐานะที่ฟังที่

ปรึกษา ผู้ช่วยแก้ปัญหาและเป็นช่องทางที่เข้าถึงได้ของคนทุกกลุ่ม

๒. ด้านทักษะความรู้ที่จำเป็นต่อการดำเนินงาน จะต้อง:-
 - เข้าถึงความรู้ใหม่ เรียนรู้วิธีการคุ้มครองผู้บริโภค ต่อสินค้าและบริการให้ทันสถานการณ์
 - เข้าถึงใจผู้บริโภคทุกกลุ่มได้
 - ร่วมมือกับภาคเอกชน กลไกรัฐและเครือข่ายสภาองค์กรของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี
 - สามารถผลักดันนโยบายเพื่อผู้บริโภคไปสู่การบังคับใช้ได้โดยมีกฎหมายรับรองด้วย
 - สามารถสื่อสารสาธารณะได้อย่างมีคุณภาพ
 - สามารถใช้เทคโนโลยีในการพัฒนางานเพื่อผู้บริโภคได้อย่างดี

๓. ด้านโครงสร้างองค์กร
 - เพิ่มความชัดเจนให้กับโครงสร้างการทำงาน วิเคราะห์ตำแหน่งงานที่ขาดแคลนซึ่งจำเป็นและเร่งด่วน

๔. ด้านการพัฒนาระบบงาน จะต้อง:-
 - ศึกษาเรียนรู้ระบบงบประมาณของภาครัฐให้ถ่องแท้
 - ศึกษาเรียนรู้เนื้อหาทางาน เรียนรู้ระบบการทำงานร่วมกันระหว่างกรมการนโยบาย อนุกรรมการ ๘ ด้าน และหน่วยงานประจำจังหวัด
 - พัฒนาระบบการรับเรื่องร้องเรียน ให้คำปรึกษา และการติดตามผล
 - พัฒนาระบบการให้ความรู้ และพัฒนาฐานข้อมูลสำคัญต่อผู้บริโภค เช่น กรณีศึกษาการร้องเรียนที่ได้รับการแก้ไข ฐานข้อมูล Blacklist ขององค์กรหรือร้านค้า
 - พัฒนาระบบการตรวจจับภัยคุกคามต่อผู้บริโภค ทั้งทางออนไลน์และออฟไลน์

๕. ด้านการพัฒนาบุคลากร จะต้อง:-
 - เรียนรู้เรื่องแนวปฏิบัติเพื่อผู้บริโภคจากทั่วทุกมุมโลก
 - ส่งเสริมให้เจ้าหน้าที่มีทัศนคติ ความรู้ และประสบการณ์ในการทำงานเพื่อให้ผู้บริโภคเข้มแข็งอย่างมีธรรมาภิบาล
 - เพิ่มบุคลากรและเครือข่ายที่จำเป็นอย่างเร่งด่วน ทั้งนี้ จะต้องออกแบบแนวทางในการติดตามประเมินผลงานอย่างมีธรรมาภิบาลตลอดกระบวนการ

รายงานประจำปี ๒๕๖๔

นอกจากนี้ สภาฯ ยังได้สร้าง clubhouse โดยใช้ชื่อห้อง Consumer Today จัดรายการทุกวันอังคาร เวลา ๒๐.๐๐-๒๑.๓๐ น. โดยเริ่มตั้งแต่เดือนธันวาคม ๒๕๖๔ เพื่อเป็นช่องทางในการรับฟังความคิดเห็นและสร้างความตระหนัก และการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคต่อการคุ้มครองผู้บริโภค

• การจัดทำรายงานผลการปฏิบัติงานประจำปี

พระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๖๒ มาตรา ๑๘ กำหนดให้สภาองค์กรของผู้บริโภคจัดทำรายงานผลการปฏิบัติงานประจำปี ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคเผยแพร่ให้ประชาชนทราบและเสนอต่อคณะรัฐมนตรี สภาผู้แทนราษฎร และวุฒิสภา เพื่อทราบภายในหกเดือนนับแต่วันสิ้นปีปฏิทิน จึงต้องจัดทำรายงานประจำปีเสนอต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด

The poster features the following content:

- Logos:** clubhouse, CONSUMERS TODAY, and ttt.
- Event Title:** สภาองค์กรของผู้บริโภค ขอเชิญร่วมรับฟัง Clubhouse CONSUMERS TODAY ในหัวข้อ **รถไฟฟ้าต้องถูกลง ทุกคนต้องขึ้นได้ทุกวัน**
- Host:** นำเสนอข้อมูลโดย
- Speakers:**
 - สารี อ๋องสมหวัง** เลขาธิการ สภาองค์กรของผู้บริโภค
 - สิริพงศ์ อังคสกุลเกียรติ** สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร พรรคภูมิใจไทย
 - เพชชา เกือบพลัก**
 - สิริมาภร ศรีสุนทร** สือนวลชนอิสระ
- Guests:**
 - วีชดา นฤวรพัฒน์** (ต๋องชัย)
 - คงศักดิ์ ชื่นไกรลาศ** (พีเอ็ม)
- Event Details:** ดำเนินรายการโดย **ร่วมรับฟังและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นได้ทาง CLUBHOUSE CONSUMERS TODAY วันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2565 เวลา 19:00 - 20:30**
- QR Code:** <https://bit.ly/34leohH>



“

*มีความยากลำบากนานัปการในการขับเคลื่อน
จนเกิดสภาพองค์กรของผู้บริโภคได้
แต่ ที่ยากลำบากมากกว่า คือการทำให้*

*สภาพองค์กรของผู้บริโภค สามารถบรรลุเป้าหมาย
เป็นที่พึงของผู้บริโภค ได้อย่างแท้จริง*

”

รศ.ภก.ดร.วิทยา กุลสมบูรณ์

ผู้อำนวยการสำนักงานแผนงานสนับสนุนยุทธศาสตร์
มหาวิทยาลัยแห่งชาติระดับโลก โครงการสร้างเสริมพลังจุฬาลงกรณ์
ก้าวสู่ศตวรรษที่ 2 (C2F) ผู้ผลักดันให้เกิดสภาพองค์กรของผู้บริโภค

ปีแรกของสภาองค์กรของผู้บริโภค จากมุมมองของภาคีเครือข่าย

การประเมินผลการทำงานของสภาองค์กรของผู้บริโภค ประจำปี ๒๕๖๔ จากการสำรวจความคิดเห็น และข้อเสนอแนะของภาคีเครือข่าย จัดทำโดย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ หรือ นิต้า (NIDA) สรุปได้ดังนี้

ข้อมูลจากการรับฟังความคิดเห็นและประเมินความพึงพอใจต่อการดำเนินงานของสภาองค์กรของผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๔ จากผู้เกี่ยวข้องที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วยหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน เครือข่ายองค์กรผู้บริโภค และหน่วยงานที่ต้องได้รับการตรวจสอบโดยสภาฯ พบข้อมูลสำคัญ ดังนี้

จุดเด่นในการทำหน้าที่ของ สภาองค์กรของผู้บริโภค

- o มีความมุ่งมั่นในการให้ความรู้ประเด็นสำคัญต่อผู้บริโภคอย่างถูกต้อง รวดเร็วและต่อเนื่อง
- o มีการทำหน้าที่ในการขับเคลื่อนตามแผนงานทั้ง ๘ ประเด็น อย่างครอบคลุมในกรอบการทำงาน
- o มีการทำงานเชิงรุก ส่งต่อความรู้ ผลักดันกฎหมายเพื่อผู้บริโภค และ สนับสนุนผู้บริโภคอย่างเป็นระบบมีกลไกที่สอดคล้องกันทั้งจังหวัด ภูมิภาค และท้องถิ่น
- o มีความน่าเชื่อถือ เป็นที่รู้จักในฐานะมืออาชีพ สร้างความร่วมมือกับทุกภาคส่วนตามหลักธรรมาภิบาล ดำเนินงานเพื่อผู้บริโภคอย่างครบวงจร และอย่างเป็นธรรมกับผู้ประกอบการ
- o เป็นทางออกแรกในใจผู้บริโภค ในฐานะที่ฟัง ที่ปรึกษา ผู้ช่วยแก้ปัญหา และเป็นช่องทางที่เข้าถึงได้ของคนทุกกลุ่ม
- o มีการประชาสัมพันธ์เชิงบวก ทำให้ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะตระหนักรู้ถึงสิทธิของตนเองเพิ่มขึ้น โดยพิจารณาจากปริมาณการรับเรื่องร้องเรียนทางสื่อสังคมออนไลน์ที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ความคาดหวังต่อการทำหน้าที่ของ สภาองค์กรของผู้บริโภค

การสร้างการรับรู้ของผู้บริโภคต่อหน้าที่การทำงานของ
สภาองค์กรของผู้บริโภคทุกระดับ

การเพิ่มยุทธศาสตร์การสื่อสารให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น เน้น
๓ ประเด็น ได้แก่ สิทธิของผู้บริโภค ช่องทางการติดต่อกับสภา
องค์กรของผู้บริโภคและกระบวนการร้องเรียน

การแสดงบทบาท “เอาจริงอย่างเป็นรูปธรรม” ต่อทุกความเห็น
และข้อร้องเรียนของผู้บริโภค

การสร้างความร่วมมือกับกลไกภาครัฐ ภาคเอกชน เครือข่ายนัก
วิชาการและเครือข่ายสภาองค์กรของผู้บริโภค ในการผลักดัน
นโยบายเพื่อผู้บริโภคไปสู่การปฏิบัติอย่างแท้จริง



ตารางแสดงผลการดำเนินงาน

แผนงาน	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน
ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การสนับสนุนและสร้างความเข้มแข็งแก่ผู้บริโภคและองค์กรของผู้บริโภค แผนการสนับสนุนหน่วยประจำจังหวัดและองค์กรผู้บริโภค		
๓.๑ แผนงานพัฒนาหน่วยงานประจำจังหวัดและกลไกเขตพื้นที่		
<p>สนับสนุนการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคของหน่วยงานประจำจังหวัด</p>	<p>มีหน่วยงานประจำจังหวัดอย่างน้อย ๕ จังหวัด ที่สามารถคุ้มครองผู้บริโภคและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคในจังหวัดได้</p>	<p>(๑) เกิดหน่วยงานประจำจังหวัดที่ได้รับการจัดตั้งโดยกรรมการนโยบายของสภาองค์กรของผู้บริโภคใน ๑๒ จังหวัด ได้แก่ สตูล เชียงราย ลำปาง ฉะเชิงเทรา กรุงเทพมหานคร พะเยา สุราษฎร์ธานี ลำพูน สงขลา ประจวบคีรีขันธ์ เชียงใหม่ และร้อยเอ็ด</p> <p>(๒) หน่วยงานประจำจังหวัดทั้ง ๑๒ แห่ง สามารถดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคในประเด็นการเงิน และการธนาคาร การขนส่งและยานพาหนะ อสังหาริมทรัพย์และที่อยู่อาศัย อาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ บริการสุขภาพ สินค้าและบริการทั่วไป การสื่อสารโทรคมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศ บริการสาธารณสุข พลังงาน และสิ่งแวดล้อม โดยรับเรื่องร้องเรียน และช่วยเหลือผู้บริโภคได้ทั้งสิ้น ๗๑๒ ราย</p> <p>(๓) ดำเนินการสำรวจ เฝ้าระวังปัญหาสินค้าและบริการที่ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคในประเด็นการขายฟ้าทะลายโจร</p> <p>(๔) สื่อสาร เตือนภัยผู้บริโภคผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียที่หลากหลาย เช่น Facebook, Twitter, Line group และผ่านผู้สื่อข่าวประจำท้องถิ่น ในประเด็นปัญหาของผู้บริโภค ๘ ด้าน โดยสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภคได้มากกว่า ๕๐,๐๐๐ คน</p> <p>(๕) อำนวยความสะดวกประสานงานและดำเนินการให้เกิดการประชุมสภาผู้บริโภคจังหวัดใน ๗ จังหวัด โดยเกิดมติสำคัญต่อการคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่</p>

แผนงาน	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน
		(๖) องค์กรสมาชิกจำนวน ๑๕๕ องค์กร ได้รับการอบรมพัฒนาศักยภาพในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค เช่น การใช้โปรแกรมประชุมด้วยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (ZOOM) การรับเรื่องร้องเรียน การเจรจาไกล่เกลี่ย และได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานประจำจังหวัดให้สามารถดำเนินงานพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคในพื้นที่ของตนเองได้
<p>โครงการสนับสนุนเขตพื้นที่เพื่อพัฒนาหน่วยงานประจำจังหวัดเพิ่มเติม และพัฒนาความเข้มแข็งของหน่วยงานประจำจังหวัด</p>	<ul style="list-style-type: none"> เกิดหน่วยงานประจำจังหวัดเพิ่มขึ้น ใน ๒ จังหวัดที่สามารถคุ้มครองผู้บริโภคและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคในจังหวัดได้ มีกลไกเขตพื้นที่สนับสนุนการทำงานของหน่วยงานประจำจังหวัด 	<p>เกิดกลไกเขตพื้นที่ใน ๔ ภูมิภาค คือ ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคตะวันออก และภาคตะวันตก ที่กรรมการนโยบายจัดตั้งขึ้น ทำหน้าที่สนับสนุนการดำเนินงานของหน่วยงานประจำจังหวัด พัฒนาให้เกิดหน่วยงานประจำจังหวัดแห่งใหม่ และสนับสนุนองค์กรผู้บริโภคให้ผ่านการจัดแจ้ง ออกผ.๓ โดยได้เริ่มดำเนินงานวันที่ ๑ กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๔</p>
<p>๓.๒ แผนงานสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพองค์กรของผู้บริโภคและเครือข่ายองค์กรของผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพในการรักษาประโยชน์ของผู้บริโภค และได้รับความเชื่อถือทั้งในระดับจังหวัดและเขตพื้นที่</p>		
<p>โครงการสนับสนุนกลไกเขตพื้นที่เพื่อจัดตั้งองค์กรผู้บริโภคในจังหวัดสำคัญ ๑๐ จังหวัด และพัฒนาศักยภาพผู้นำองค์กรของผู้บริโภค และผู้นำเครือข่ายองค์กรของผู้บริโภคในการพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค</p>	<p>เกิดเครือข่ายองค์กรผู้บริโภคไม่น้อยกว่า ๒ จังหวัดที่เข้าร่วมเป็นภาคี</p>	<p>(๑) เกิดกลไกเขตพื้นที่ใน ๔ ภูมิภาค คือ ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคตะวันออก และภาคตะวันตก ที่กรรมการนโยบายจัดตั้งขึ้น ทำหน้าที่สนับสนุนการดำเนินงานของหน่วยงานประจำจังหวัด พัฒนาให้เกิดหน่วยงานประจำจังหวัดแห่งใหม่ขึ้น และเริ่มดำเนินการสนับสนุนองค์กรผู้บริโภคให้ผ่านการจัดแจ้ง ออกผ.๓ ใน ๑๔ จังหวัด</p> <p>(๒) มีองค์กรผู้บริโภคที่ผ่าน ออกผ.๓ จำนวน ๔๒ องค์กร ได้สมัครเข้าเป็นสมาชิกสภาองค์กรของผู้บริโภค ทำให้สภาฯ มีองค์กรสมาชิกเพิ่มขึ้น ปัจจุบันมีสมาชิกจำนวน ๒๓๗ องค์กร</p>

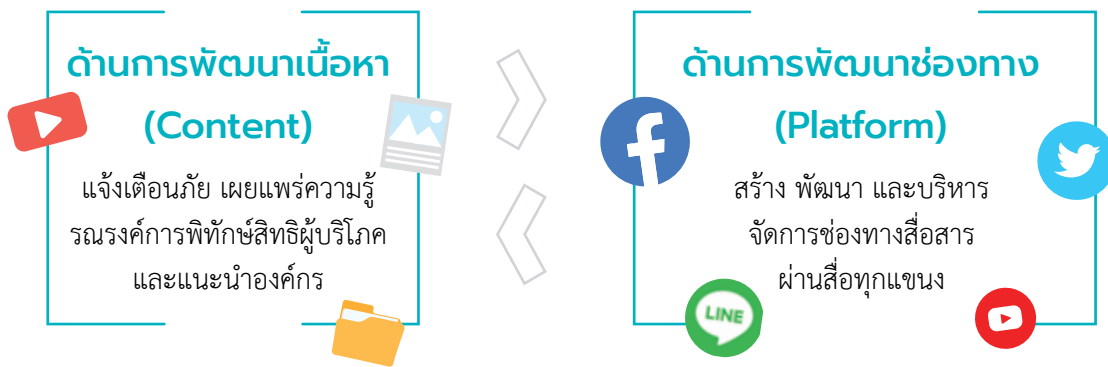
แผนงาน	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน
๓.๓ แผนงานรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการคุ้มครองผู้บริโภคประจำปี		
<p>โครงการรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการคุ้มครองผู้บริโภค เฉพาะประเด็น ระดับภูมิภาค และระดับประเทศ (ประจำปี)</p>	<p>มีข้อเสนอแนะต่อการคุ้มครองผู้บริโภค ในประเด็นคุ้มครองผู้บริโภค ๔ ด้าน</p>	<p>สภาองค์กรของผู้บริโภคร่วมกับสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า) จัดการรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคของสภาองค์กรของผู้บริโภคในกลุ่มองค์กรสมาชิกใน ๗ ภูมิภาคประกอบด้วย ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง กรุงเทพมหานคร เป้าหมายมีทั้งประชาชนทั่วไป ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ เอกชนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของสภาองค์กรของผู้บริโภค ส่งผลให้ได้รับข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะในหลายประการที่เป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคของสภาองค์กรของผู้บริโภคทั้ง ๘ ด้าน</p>



๔. ยุทธศาสตร์ที่ ๔ การสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ ขับเคลื่อนผ่าน **แผนสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค** มีการประชาสัมพันธ์องค์กรให้สาธารณชน รู้จัก รวมทั้งมีการเตือนภัยเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่อาจกระทบต่อสิทธิของผู้บริโภคเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคและ ขับเคลื่อนประเด็นสู่สาธารณะให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับผู้บริโภค ภายใต้แผนงานสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค อีกทั้งสร้างความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ขององค์กร รวมถึงเพื่อผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารการคุ้มครอง ผู้บริโภคในประเด็นต่าง ๆ โดยมีการจัดการการสื่อสารผ่านช่องทางการสื่อสารสมัยใหม่ที่ทำให้การเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสารเข้าถึงสาธารณชนได้จำนวนมาก และเผยแพร่ได้อย่างรวดเร็ว มีผลการดำเนินงาน ดังนี้

ผลการดำเนินงานของแผนสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ในปี ๒๕๖๔



• ด้านการสื่อสารเนื้อหาเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

เนื้อหาที่เผยแพร่ภายใต้ยุทธศาสตร์นี้ ให้ความสำคัญกับการแจ้งเตือนภัย เผยแพร่ความรู้ วรรณคดีการพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค และแนะนำองค์กรให้เป็นที่รู้จัก ดังนี้

- ๑) ข่าวผู้บริโภคตามสถานการณ์ทั่วไป
- ๒) ข่าวเตือนภัย
- ๓) ผู้บริโภค ๑๐๑ หรือการให้ความรู้เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคในด้านต่าง ๆ
- ๔) ประเด็นนโยบายเร่งด่วน (quick win) ของสภาองค์กรของผู้บริโภค
- ๕) แนะนำบทบาทหน้าที่ของสภาองค์กรของผู้บริโภคเพื่อให้สาธารณชนรู้จัก

เนื้อหาเหล่านี้สื่อสารในรูปแบบข่าว บทความ สกู๊ป อินโฟกราฟิก วิดีโอคลิป การแถลงข่าว และการถ่ายทอดสดผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook Live) โดยในช่วงที่ผ่านมา มีการทำข่าวเพื่อเผยแพร่ (press release) ออกไปยังสาธารณชนจำนวน ๔๔ ชิ้น มีการทำอินโฟกราฟิกเพื่อเผยแพร่ จำนวน ๑๘๘ ชิ้น มีการแถลงข่าวและถ่ายทอดสดผ่านเฟซบุ๊กจำนวน ๑๖ ชิ้น

• ด้านการพัฒนาช่องทางสื่อสารให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

การดำเนินงานในส่วนนี้ให้ความสำคัญกับการสื่อสารเชิงรุกโดยการสร้าง พัฒนา และบริหารจัดการช่องทางสื่อสารผ่านสื่อทุกแขนง เน้นหนักช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ ๒ ช่องทาง คือ เฟซบุ๊กแฟนเพจ “สภาองค์กรของผู้บริโภค” และทวิตเตอร์ “สภาองค์กรของผู้บริโภค” (@tccthailand)

แต่ละช่องทางสื่อสารมีผลการดำเนินงานสรุปได้ ดังนี้

๑) เฟซบุ๊กแฟนเพจ ตั้งแต่วันที่ ๑๒ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔ จนถึงวันที่ ๒๕ กันยายน ๒๕๖๔ มีผู้ติดตามเพจ (follower) ๓,๕๙๘ คน ผู้ถูกใจเพจ (like) ๒,๘๒๖ คน ยอดผู้เข้าถึง เฟซบุ๊กแฟนเพจทั้งหมด ๓๐๘,๒๔๒ โดยผู้เข้าถึงช่องทางของผู้ที่เข้ามาดูเพจของสภาองค์กรของผู้บริโภค ๕ อันดับแรก ได้แก่ การค้นหาผ่านช่องทางของเฟซบุ๊ก การค้นหาผ่าน Google.com การค้นหาผ่านทาง Google.co.th จากเว็บไซต์ t.co (จากทวิตเตอร์) และจากเว็บไซต์ springnews.co.th

สรุปผลงานของฝ่ายรณรงค์และสื่อสารสาธารณะ ตั้งแต่วันที่เปิดเพจคือ ๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔ ถึง ๒๕ กันยายน

๒๕๖๔ คือ ผลิตข่าว ๔๔ ชิ้น ผลิตสื่อภาพซึ่งประกอบด้วย infographic, news, quotation และ press invitation จำนวน ๑๘๘ ชิ้น ผลิต Facebook LIVE จำนวน ๑๖ ชิ้น และผลิต video clip จำนวน ๑ ชิ้น

๒) ทวิตเตอร์ (@tccthailand) ตั้งแต่วันที่ ๒๖ มิถุนายน ๒๕๖๔ ถึง ๒๕ กันยายน ๒๕๖๔ มียอดผู้เข้าถึงทวิตเตอร์ทั้งหมด ๑๒๘,๙๘๒ impressions โดยแบ่งเนื้อหาการโพสต์เป็น ๗ ประเด็นคือ ข่าวตามสถานการณ์ทั่วไป, ผู้บริโภค ๑๐๑ ซึ่งเป็นการให้ความรู้เกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคในด้านต่าง ๆ, ข่าวเตือนภัย, ประเด็น quick win เช่น CPTPP, ค้ารถไฟฟ้า, ค่ารักษาพยาบาล, แนะนำสภา, press invitation และ quotation ส่วนนี้เป็นการโพสต์พร้อมทั้งเฟซบุ๊กแฟนเพจ

แหล่งข้อมูล ๆ เพื่อผู้บริโภค

tccthailand

@tccthailand

@tccthailand

tccthailand

www.tcc.or.th

tcc.thailand

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

ตารางแสดงผลการดำเนินงาน

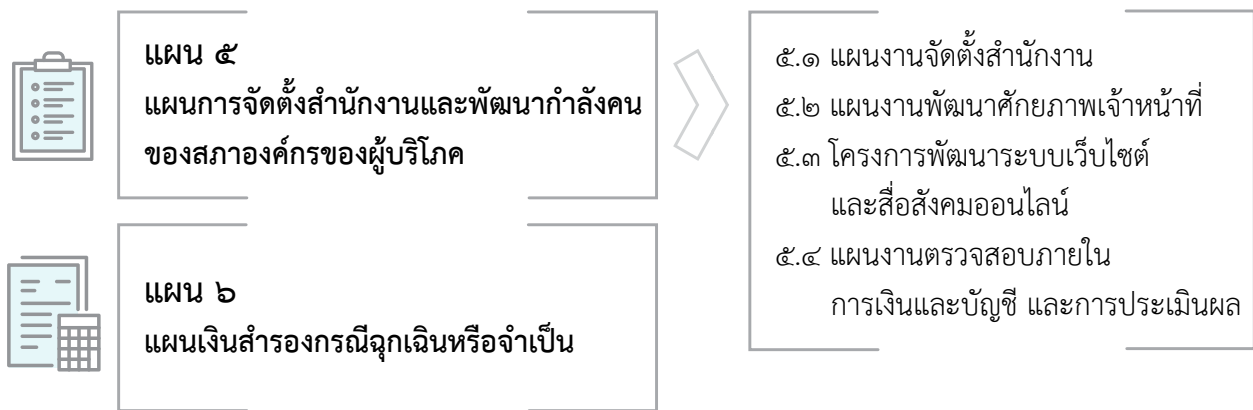
แผนงาน	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน
ยุทธศาสตร์ที่ ๔ การสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค แผนสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค		
<p>โครงการเผยแพร่ความรู้และรณรงค์การพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค เช่น การจัดทำสื่อ ความร่วมมือกับสื่อมวลชนในการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค เผยแพร่ความรู้กับผู้บริโภค แลกเปลี่ยน</p>	<p>สื่อเผยแพร่เพื่อให้ความรู้หรือเตือนภัยแก่ผู้บริโภคในการปกป้องคุ้มครองสิทธิอย่างน้อย ๑ เรื่อง</p> <ul style="list-style-type: none"> • ข้อมูลเผยแพร่ของสภาองค์กรของผู้บริโภคมีประชาชนเข้าถึงไม่น้อยกว่า ๒๕,๐๐๐ คน 	<p>ฝ่ายรณรงค์และสื่อสารสาธารณะ เผยแพร่ความรู้และรณรงค์การพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ๒ ช่องทาง คือ หนึ่ง เฟซบุ๊กแฟนเพจ ที่ชื่อ สภาองค์กรของผู้บริโภค และสอง ทวิตเตอร์ ที่ชื่อ สภาองค์กรของผู้บริโภค (@tccthailand) โดยมีข้อมูลเชิงลึกของแต่ละช่องทาง ดังนี้</p> <p>๑. เฟซบุ๊กแฟนเพจ</p> <p>สรุปการเข้าถึงทางเฟซบุ๊ก ตั้งแต่วันที่ ๑๒ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔ จนถึงวันที่ ๒๕ กันยายน ๒๕๖๔ มีผู้ติดตามเพจ ๓,๕๙๘ ผู้ติดตาม และมีผู้ติดตามเพจ ๓,๒๘๗ ผู้ติดตาม มียอดผู้เข้าถึงเฟซบุ๊กแฟนเพจทั้งหมด ๓๐๘,๒๔๒ ครั้ง</p> <ul style="list-style-type: none"> • ช่องทางของผู้ที่เข้ามาดูเฟซบุ๊ก ๕ อันดับแรกได้แก่ อันดับแรกคือการค้นหาผ่านช่องทางของเฟซบุ๊ก รองลงมา คือ ค้นหาผ่าน search engine อย่าง google.com อันดับสามคือ การค้นหาผ่านทาง google.co.th อันดับสี่คือ จากเว็บไซต์ t.co (ทวิตเตอร์) และสุดท้ายคือ จากเว็บไซต์ springnews.co.th • จากการประมวลข้อมูลจากเฟซบุ๊ก พบว่าประเภทของโพสต์ที่มียอดเข้าถึงมากที่สุดได้แก่ Status อันดับสองคือ Photo อันดับสามคือ Video และอันดับสุดท้ายคือ การแชร์ลิงก์ข่าวหรือแชร์ลิงก์ Facebook LIVE

แผนงาน	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน
		<p>๒. ทวิตเตอร์ (@tccthailand)</p> <p>สรุปการเข้าถึงทางทวิตเตอร์ ตั้งแต่วันที่ ๒๖ มิถุนายน ๒๕๖๔ ถึงวันที่ ๒๕ กันยายน ๒๕๖๔ มียอดผู้เข้าถึงทวิตเตอร์ทั้งหมด ๑๒๘,๙๘๒ Impressions (เก็บสถิติได้ย้อนหลัง ๙๐ วัน) โดยแบ่งเนื้อหาการโพสต์เป็น ๗ ประเด็น เช่นกัน คือ ๑. ข่าวตามสถานการณ์ทั่วไป ๒. ผู้บริโภค ๑๐๑ (ให้ความรู้เกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคในด้านต่าง ๆ ๓. ข่าวเตือนภัย ๔. ประเด็น Quick Win (CPTPP, คาร์ถไฟฟ้า, ค่ารักษาพยาบาล) ๕. แนะนำสภาองค์กรของผู้บริโภค ๖. Press Invitation และ ๗. Quotation (เผยแพร่ไปพร้อม ๆ กับ เฟซบุ๊กแฟนเพจ)</p> <p>สรุปการผลิตงานฝ่ายรณรงค์และสื่อสารสาธารณะ ตั้งแต่วันที่เปิดเพจ คือ ๘ กุมภาพันธ์ - ๒๕ กันยายน ๒๕๖๔</p> <ul style="list-style-type: none"> • ข่าว จำนวน ๔๔ ชิ้น • artwork (infographic, news, quotation, press invitation) จำนวน ๑๘๘ ชิ้น • Facebook LIVE จำนวน ๑๖ ชิ้น video clip จำนวน ๑ ชิ้น

๕. ยุทธศาสตร์ที่ ๕ พัฒนากลไกสภาองค์กรของผู้บริโภคและหน่วยงานประจำจังหวัด

ยุทธศาสตร์ที่ ๕ ขับเคลื่อนผ่าน ๒ แผนงาน ได้แก่ แผนการจัดตั้งสำนักงานและพัฒนากำลังคนของสภาองค์กรของผู้บริโภค และแผนเงินสำรองกรณีฉุกเฉินหรือจำเป็น

ผลการดำเนินงานเพื่อสนับสนุนยุทธศาสตร์พัฒนากลไกสภาองค์กรของผู้บริโภค และหน่วยงานประจำจังหวัด ในปี ๒๕๖๔



๕.๑ แผนการจัดตั้งสำนักงานและพัฒนากำลังคนของสภาองค์กรของผู้บริโภค

๕.๑.๑ แผนงานการจัดตั้งสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค

เดือนมิถุนายน ๒๕๖๔ ได้จัดตั้งสำนักงานชั่วคราว ณ มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร ต่อมาในเดือนกรกฎาคมถึงปัจจุบันจึงตั้งสำนักงานถาวร โดยเป็นสำนักงานแบบใช้ร่วมกัน (co-working space) ณ ชั้น ๓๐ อาคารจิวทาวเวอร์ แกรนด์ พระราม ๙ จัดหาเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานเต็มเวลา ณ วันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๔ จำนวน ๓๘ คน และจัดหาอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการทำงาน

๕.๑.๒ แผนงานพัฒนาศักยภาพเจ้าหน้าที่สำนักงานและหน่วยงานประจำจังหวัด

แผนงานนี้เป็นการร่วมมือกับสถาบันการเรียนรู้การส่งเสริมสุขภาพ (Thai Health Academy) พัฒนาหลักสูตรและอบรมพัฒนาศักยภาพให้กับผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับทุกระดับ มีหลักสูตรพัฒนา ๓ ทักษะจำนวน ๒๑ หลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการทำงานคุ้มครองผู้บริโภค ๘ ด้าน

โดยมีแผนการพัฒนาศักยภาพตลอดระยะเวลา ๑๐ เดือน คือ เริ่มตั้งแต่เดือนกันยายน ๒๕๖๔ ถึงเดือนมิถุนายน ๒๕๖๕

๕.๑.๓ โครงการพัฒนาระบบเว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์

เพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภค และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ รองรับเรื่องราวร้องเรียนจากผู้บริโภคได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว อำนวยความสะดวกให้กลุ่มเป้าหมายเข้าถึงข้อมูลได้โดยง่าย และประสานเชื่อมโยงการทำงานกับเครือข่ายการรับเรื่องราวร้องทุกข์ที่อยู่ตามภูมิภาคให้ทำงานร่วมกับสภาองค์กรของผู้บริโภคได้โดยสะดวก จึงได้พัฒนาโครงการบริหารจัดการดูแลระบบเว็บไซต์และระบบรับเรื่องราวร้องทุกข์ ซึ่งประกอบด้วย การพัฒนาระบบเว็บไซต์กลาง (web portal) ของสภาองค์กรของผู้บริโภค พัฒนาระบบการรับเรื่องราวร้องทุกข์ (complaint management) ที่รองรับทั้งการรับเรื่องราวร้องเรียน ระบบไกล่เกลี่ยระหว่างคู่กรณี และการติดตามผลการดำเนินงาน

นอกจากนี้ ยังทำการพัฒนาระบบบริการข้อมูลข่าวสาร (information service system) เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภค พัฒนาระบบ

รายงานประจำปี ๒๕๖๔

การยืนยันตัวตนและการจัดการการเข้าถึง (Identity and Access Management : IAM) สำหรับลงทะเบียนเข้าใช้งานระบบสารสนเทศที่พัฒนาและบริหารสิทธิการเข้าถึงทรัพยากรด้านไอที ครอบคลุมทั้งเครื่องคอมพิวเตอร์ เครือข่าย โปรแกรมประยุกต์ และระบบข้อมูลของสภาองค์กรของผู้บริโภค ตามบทบาทของผู้ใช้ที่เหมาะสมและปลอดภัย รวมถึงพัฒนาระบบวิเคราะห์ข้อมูลและรายงานผลการดำเนินงานต่าง ๆ ของสภาองค์กรของผู้บริโภค

๕.๑.๔ แผนงานตรวจสอบภายใน การเงินการบัญชีและการประเมินผล

ความโปร่งใสและธรรมาภิบาลในการทำงานเป็นหัวใจสำคัญ จึงจัดให้มีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบงานตรวจสอบภายใน ๑ คน วางแผนการตรวจสอบการดำเนินงานของฝ่ายต่าง ๆ ตามวัตถุประสงค์ของสภาองค์กรของผู้บริโภค ซึ่งรวมถึงการตรวจสอบหน่วยประจำจังหวัดทั้ง ๑๒ หน่วยด้วย อีกทั้งในส่วนของการเงินและบัญชีจะมีรายงานตรวจสอบบัญชีที่ดำเนินงานโดยบริษัท เอ.ซี. คลัง จำกัด เป็นผู้สอบบัญชีรับอนุญาตที่ได้รับการอนุมัติจากที่ประชุมกรรมการนโยบาย เมื่อวันที่ ๑๖ กรกฎาคม ๒๕๖๔ ถึงปัจจุบัน

๕.๒ แผนเงินสำรองกรณีฉุกเฉินหรือจำเป็น

คณะกรรมการนโยบาย สภาองค์กรของผู้บริโภค มีมติเห็นชอบให้ใช้ทุนประเดิมงบประมาณไม่เกิน ๕๐ ล้านบาท เพื่อดำเนินการดังนี้

ก) จัดซื้อที่ดินพร้อมอาคารสำนักงาน ๖ ชั้น ขนาดที่ดิน ๗๘.๕ ตารางวา โฉนดเลขที่ ๙๔๕๖๔ ขนาด ๕๐.๕ ตารางวา และโฉนดเลขที่ ๙๔๕๖๕ ขนาด ๒๘ ตารางวา ราคา ๒๖.๕ ล้านบาท เลขที่ ๑๑๐/๑ ซอยลาดพร้าว ๒๖ แยก ๑ ถนนลาดพร้าว แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ของบริษัท อโนมาบิสสิเนส จำกัด ทะเบียนนิติบุคคล เลขที่ ๐๑๐๕๕๕๙๑๕๖๔๕๐ เพื่อใช้เป็นสำนักงานถาวรของสภาองค์กรของผู้บริโภค

ข) ให้สำนักงานจัดซื้อจัดจ้างในการออกแบบ ปรับปรุงอาคารและตกแต่งภายในอาคาร ภายในกรอบวงเงินไม่เกิน ๒๓.๕ ล้านบาท ซึ่งขณะนี้ อยู่ในขั้นตอนการออกแบบปรับปรุงอาคารและตกแต่งภายใน โดย บริษัท สถาปนิก ชุมชนและสิ่งแวดล้อมอาศรมศิลป์ จำกัด



ตารางแสดงผลการดำเนินงาน

แผนงาน	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน
ยุทธศาสตร์ที่ ๕ พัฒนากลไกสภาองค์กรของผู้บริโภคและหน่วยงานประจำจังหวัด แผนงานบริหารจัดการสำนักงานและพัฒนาศักยภาพสภาองค์กรของผู้บริโภค		
แผนงานบริหารจัดการสำนักงาน สภาองค์กรของผู้บริโภค	สภาองค์กรของผู้บริโภคมีเจ้าหน้าที่ที่สามารถดำเนินงานได้ตามวัตถุประสงค์	
แผนงานสนับสนุนการดำเนินงานของหน่วยงานประจำจังหวัด (ใน ๑๑ จังหวัด) ได้แก่ สตูล, เชียงราย, ลำปาง, กรุงเทพมหานคร, ฉะเชิงเทรา, เชียงใหม่, พะเยา, ลำพูน, สงขลา, สุราษฎร์ธานี, ประจวบคีรีขันธ์ และจัดตั้งหน่วยงานประจำจังหวัด เพิ่มเติมจำนวน ๘ จังหวัด ได้แก่ ร้อยเอ็ด, กาญจนบุรี, สมุทรสงคราม, นครปฐม, แพร่, ขอนแก่น, สระแก้ว, นนทบุรี หรือ พระนครศรีอยุธยา	มีหน่วยงานประจำจังหวัด จำนวน ๘ จังหวัดหลักในการดำเนินงาน คัดกรองผู้บริโภคและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค	(๑) เกิดหน่วยงานประจำจังหวัดที่ได้รับการจัดตั้งโดยคณะกรรมการนโยบายของสภาองค์กรของผู้บริโภคใน ๑๒ จังหวัด ได้แก่ สตูล เชียงราย ลำปาง ฉะเชิงเทรา กรุงเทพมหานคร พะเยา สุราษฎร์ธานี ลำพูน สงขลา ประจวบคีรีขันธ์ เชียงใหม่ และร้อยเอ็ด (๒) หน่วยงานประจำจังหวัดทั้ง ๑๒ แห่งมีที่ตั้งที่เอื้อต่อการเข้าถึงของผู้บริโภคเพื่อขอรับความช่วยเหลือ อีกทั้งมีช่องทางติดต่ออื่นที่หลากหลาย (๓) มีเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานในหน่วยงานประจำจังหวัดอย่างน้อย ๓ คนในทุกหน่วย และมีนายความหรือนักกฎหมายประจำหน่วยงานให้คำปรึกษาเพื่อช่วยเหลือผู้บริโภคด้วย
แผนงานพัฒนาศักยภาพเจ้าหน้าที่ของสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภคและเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานประจำจังหวัด	เจ้าหน้าที่ของสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภคและเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานประจำจังหวัดได้รับการพัฒนาศักยภาพในการทำงาน คัดกรองผู้บริโภค ๔ ด้าน	สภาองค์กรของผู้บริโภคร่วมกับสถาบันการเรียนรู้การสร้างเสริมสุขภาพ (Thai Health Academy) พัฒนาหลักสูตรและอบรมพัฒนาศักยภาพให้แก่ผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับสภาองค์กรของผู้บริโภคทุกระดับ โดยมีหลักสูตรทั้งสิ้น ๒๑ หลักสูตร ที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน คัดกรองผู้บริโภค ๘ ด้าน รวมทั้งที่เกี่ยวข้องกับทักษะการใช้ชีวิตและทักษะในการทำงาน โดยขณะนี้อยู่ระหว่างการอบรมใน ๕ หลักสูตร ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการพัฒนาองค์กรแห่งการเรียนรู้ มีผู้เข้าร่วมอบรมแล้วทั้งสิ้น ๒๐๐ คน

แผนงาน	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน
<p>แผนงานพัฒนาระบบเทคโนโลยีสำนักงาน</p>		
<p>โครงการพัฒนาระบบเว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ ระบบฐานข้อมูลร้องเรียน ระบบการใกล้เคียงด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในออนไลน์ ระบบฐานข้อมูลสมาชิกและองค์กรของผู้บริโภค ระบบอัตโนมัติในการคุ้มครองผู้บริโภค</p>	<ul style="list-style-type: none"> • มีระบบฐานข้อมูลร้องเรียน • มีเว็บไซต์สภาองค์กรของผู้บริโภค และระบบโซเชียลมีเดียอื่น ๆ 	<p>สภาองค์กรของผู้บริโภค ได้พัฒนาโครงการบริหารจัดการดูแลระบบเว็บไซต์ของสภาองค์กรของผู้บริโภค โดยมีรายละเอียด ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> ๑. พัฒนาระบบการรับเรื่องร้องทุกข์ (complaint management) เพื่อรับเรื่องร้องทุกข์หรือร้องเรียนที่ผู้บริโภคมุ่งเข้าถึงง่ายและสะดวก เชื่อมโยงการทำงานรับเรื่องร้องเรียนกับหน่วยงานประจำจังหวัดให้สามารถแก้ไขปัญหาพร้อมกันได้ ๒. มีระบบดำเนินการใกล้เคียงระหว่างคู่กรณีที่มีระบบการติดตามผลการดำเนินงานได้ ๓. พัฒนาระบบเว็บไซต์กลาง (web portal) ของสภาองค์กรของผู้บริโภค ๔. พัฒนาระบบบริการข้อมูลข่าวสาร (information service system) เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภค ๕. พัฒนาระบบการยืนยันตัวตนและการจัดการการเข้าถึง (Identity and Access Management: IAM) เพื่อใช้การลงทะเบียนเข้าใช้งานระบบสารสนเทศที่พัฒนาและบริหารสิทธิการเข้าถึงทรัพยากรด้านไอที (ครอบคลุมทั้งเครื่องคอมพิวเตอร์เครือข่าย โปรแกรมประยุกต์และระบบข้อมูล) ของสภาองค์กรของผู้บริโภคตามบทบาทของผู้ใช้และกลุ่มของผู้ใช้งานอย่างเหมาะสมและปลอดภัย ๖. พัฒนาระบบวิเคราะห์ข้อมูลและรายงานผลการดำเนินงานของสภาองค์กรของผู้บริโภค

แผนงาน	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน
<p>แผนงานตรวจสอบภายใน การเงิน การบัญชีและการประเมินผล</p>	<p>มีรายงานตรวจสอบภายใน รายงานการเงิน และรายงานการดำเนินงาน ปี ๒๕๖๔</p>	<p>๑. มีเจ้าหน้าที่ตรวจสอบภายใน ๑ คน และได้มีการตรวจสอบการดำเนินงานของฝ่ายต่าง ๆ ตามวัตถุประสงค์ของสภาฯ และการตรวจสอบหน่วยงานประจำจังหวัด ๑๑ หน่วย ภาพรวมของการดำเนินงานของส่วนต่าง ๆ เป็นไปตามแผนงาน ข้อบังคับ และระเบียบของสภาองค์กรของผู้บริโภค</p> <p>๒. รายงานตรวจสอบบัญชีโดย บริษัท เอ.ซี. คลีย์ จำกัด เป็นผู้สอบบัญชีรับอนุญาตที่ได้รับการอนุมัติจากที่ประชุมสภาองค์กรของผู้บริโภค เมื่อวันที่ ๑๖ กรกฎาคม ๒๕๖๔ และปัจจุบันได้สอบบัญชีตามปีงบประมาณเสร็จสมบูรณ์แล้ว</p>
<p>แผนเงินสำรองกรณีฉุกเฉินหรือจำเป็น</p>	<p>สำนักงานถาวรของสภาองค์กรของผู้บริโภค</p>	<p>คณะกรรมการนโยบายมีมติเห็นชอบ ให้ใช้ทุนประเดิมงบประมาณไม่เกิน ๕๐ ล้านบาทสำหรับ</p> <p>๑. จัดซื้อที่ดินพร้อมอาคารสำนักงาน ๖ ชั้น ขนาดที่ดิน ๗๘.๕ ตารางวา โฉนดเลขที่ ๙๔๕๖๔ ขนาด ๕๐.๕ ตารางวา และโฉนดเลขที่ ๙๔๕๖๕ ขนาด ๒๘ ตารางวา ราคา ๒๖.๕ ล้านบาท (ยี่สิบหกล้านบาทถ้วน) เลขที่ ๑๑๐/๑ ซอยลาดพร้าว ๒๖ แยก ๑ ถนนลาดพร้าว แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ของบริษัท อโนมาบิสซิเนส จำกัด ทะเบียนนิติบุคคลเลขที่ ๐๑๐๕๕๕๙๑๕๖๔๕๐ เพื่อใช้เป็นสำนักงานถาวรของสภาฯ</p> <p>๒. ให้สำนักงานจัดซื้อจัดจ้างในการออกแบบปรับปรุงอาคารและตกแต่งภายในอาคารภายในกรอบวงเงินไม่เกิน ๒๓.๕ ล้านบาท</p> <p>ปัจจุบันอยู่ระหว่างการออกแบบปรับปรุงอาคารและตกแต่งภายใน โดย บริษัท สถาปนิก ชุมชนและสิ่งแวดล้อมอาคารศิลป์ จำกัด</p>

ปัญหา และอุปสรรค

จากการดำเนินงานในปีแรก พบปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญ ดังนี้

๑. การจัดสรรงบประมาณที่ล่าช้า ทำให้สภาฯ มีเวลาทำงานเพียง ๓ เดือนจากแผนงานและแผนงบประมาณที่วางไว้จำนวน ๘ เดือน จึงส่งผลที่ทำให้การดำเนินงานของทุกฝ่ายต้องเร่งผลงานอย่างหนัก
๒. ปัญหาการระบาดของโควิด-19 เป็นอุปสรรคสำคัญในการดำเนินงาน ต้องมีการปรับรูปแบบการทำงานโดยใช้ช่องทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้น จึงทำให้เกิดความไม่คล่องตัวในการทำงานร่วมกับ กลุ่มเป้าหมาย
๓. การบริหารจัดการองค์กรรูปแบบใหม่ที่เป็นหน่วยงานนิติบุคคลและได้รับงบประมาณอุดหนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ทำให้ต้องศึกษาระเบียบและประกาศที่เกี่ยวข้องเป็นจำนวนมาก
๔. การได้รับการวินิจฉัยสถานะองค์กรว่าเป็นหน่วยงานของรัฐ จากสำนักงาน ก.พ.ร. ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อความเป็นอิสระในการดำเนินงานขององค์กร ตามที่ระบุไว้ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. ๒๕๖๐ และพ.ร.บ. การจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๖๒







“

*การก่อเกิดของสภาองค์กรของผู้บริโภค
นับเป็นหมุดหมายสำคัญของการเดินทาง
เพื่อสุขภาวะอันยาวนานของผู้บริโภค
และสังคมไทยโดยรวม*

”

ดร.สุปรีดา อุดุลยานนท์ ———

ผู้จัดการ สสส.

สนับสนุนให้เกิดการนำร่องการปฏิบัติการองค์กรอิสระ
เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชน

ส่วนที่ ๓

อนาคต และความท้าทายในงานคุ้มครองผู้บริโภค



สถานการณ์ปัญหาของผู้บริโภค

การระบาดของโควิด-19 ส่งผลให้ครัวเรือนไทยเปราะบางมากขึ้น เนื่องจากภาวะตกงานหรือรายได้ลดลง จากข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า ณ ไตรมาส ๓ ปีพ.ศ. ๒๕๖๔ จำนวนผู้ว่างงานเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญจากค่าเฉลี่ยในปี ๒๕๖๒ ที่จำนวน ๓.๗ แสนคน หรือคิดเป็นร้อยละ ๑.๐ ของกำลังแรงงานทั้งหมด เพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ ๘.๗ แสนคน หรือคิดเป็นร้อยละ ๒.๓ ของกำลังแรงงานทั้งหมด

สอดคล้องกับข้อมูลธนาคารแห่งประเทศไทยที่พบว่า ปัญหาหนี้ครัวเรือนสูงถึงร้อยละ ๘๙.๓ ต่อ GDP ในไตรมาส ๓ ปี ๒๕๖๔ เช่นเดียวกัน

การเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคไทยในก้าวต่อไปหลังสถานการณ์โควิด-19 โดยต้องกักตัวอยู่บ้านเป็นหลักได้เปลี่ยนพฤติกรรม การรับสื่อและการบริโภคของประชาชนที่เน้นช่องทางออนไลน์มากขึ้น และมีแนวโน้มจะกลายเป็นพฤติกรรมถาวร ซึ่งได้ส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิต หรือส่งผลกระทบต่อปัญหาของผู้บริโภคในด้านต่าง ๆ อาทิ

๑. ด้านอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ เน้นการซื้อขายสินค้าทางระบบออนไลน์และการทำธุรกรรมตลาดแบบตรงกับผู้บริโภคมากขึ้น พบปัญหาการฉ้อโกงหรือละเลยข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องและเกิดความเสี่ยงต่อความปลอดภัยของผู้บริโภค เช่น การจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่สำนักคณะกรรมการอาหารและยายกเลิกทะเบียน (เลขสารบบอาหาร) หรือการปลอมแปลงเลขสารบบอาหารการจำหน่ายสินค้าอาหารไม่มีฉลากหรือไม่แสดงฉลากภาษาไทย การโฆษณาชวนเชื่อผลิตภัณฑ์สุขภาพเกินจริง และการจำหน่ายยาออนไลน์ ทำให้ผู้บริโภคเสียชีวิตหรือได้รับอันตรายจากการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ไม่ได้มาตรฐานดังกล่าว

นอกจากนี้การที่รัฐบาลไทยเตรียมจะเข้าร่วมความตกลงที่ครอบคลุมและก้าวหน้าสำหรับหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิก (CPTPP) ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคในหลายด้าน โดยเฉพาะผลกระทบด้านการแพทย์และสาธารณสุข ทำให้ภาระค่าใช้จ่ายด้านยาของประเทศเพิ่มขึ้นอย่างน้อย ๑๔,๐๐๐ ล้านบาทต่อปี เพราะ

ต้องยอมให้ต่างชาติผูกขาดการจำหน่ายยาจำเป็นและข้อมูลเกี่ยวกับยา การถูกบังคับให้นำเข้าเครื่องมือแพทย์มือสองที่อาจจะส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยและเกิดขยะอิเล็กทรอนิกส์อย่างมาก อีกทั้งจะมีผลกระทบต่อสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวันตั้งแต่เครื่องสำอางไม่ต้องขึ้นทะเบียน ทำให้มีโอกาสใช้เครื่องสำอางที่อันตรายและด้อยคุณภาพ หรือสินค้าออนไลน์ไม่ต้องขึ้นทะเบียนจะทำให้มีความเสี่ยงมากขึ้น รวมทั้งการติดตามสินค้าหรือบริการที่เป็นอันตรายได้ยากมากขึ้นด้วย

๒. ด้านการขนส่งและยานพาหนะ ผู้ให้บริการเดินทางประจำทางหลายพื้นที่ทั่วประเทศต้องหยุดหรือลดจำนวนการให้บริการลงตามมาตรการล็อกดาวน์ของประเทศ ส่งผลให้ประชาชนได้รับผลกระทบด้านการเดินทาง เด็กเยาวชนหลายพื้นที่ได้รับผลกระทบเนื่องจากจำนวนรถโดยสารสาธารณะและรถรับส่งนักเรียนวิ่งให้บริการจากบ้านไปโรงเรียนลดน้อยลงอย่างมาก ขณะเดียวกันรถไฟฟ้าซึ่งเป็นระบบขนส่งมวลชนที่ควรเป็นหัวใจหลักของการคมนาคมขั้นพื้นฐานของคนในเมืองถูกทำให้เป็นบริการทางเลือกของคนมีรายได้สูงเท่านั้น ปัญหาราคาค่าโดยสารที่สูงเกินกว่าอัตราค่าแรงขั้นต่ำของประชากร หากต้องใช้รถไฟฟ้าเดินทางจะมีค่าใช้จ่ายสูงถึง ๒๖-๒๘ % จึงส่งผลให้คนส่วนใหญ่ต้องเลือกใช้รถยนต์หรือรถจักรยานยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะเดินทาง โดยใช้รถไฟฟ้าเพียง ๒.๘๖% เท่านั้น จึงเป็นปัญหาที่ทุกคนไม่สามารถใช้บริการขนส่งมวลชนได้อย่างทั่วถึงเท่าเทียม และจะขาดโอกาสในการจัดการให้ระบบรถไฟฟ้าเป็นระบบขนส่งมวลชนหากการต่อสัญญาสัมปทานไม่รวมถึงระบบตัวร่วม การยกเว้นค่าแรกเข้าของผู้โดยสารราคาต่ำโดยสารสูงสุดต่อวันในการต่อสัมปทานรถไฟฟ้าสายสีเขียวให้เอกชนล่วงหน้า ๓๐ ปี

ทำไม 'ยาดีจะมีราคาแพง' เมื่อเข้าร่วม CPTPP

ปัจจุบัน

หากมีข้อพิพาทเกี่ยวกับการ
ละเมิดสิทธิบัตรยา



มีการฟ้องร้องเป็นคดีความ
จะใช้เวลาานหลายปีกว่าจะสิ้นสุด

แต่...บริษัทยาชีวเภสัชภัณฑ์ยังสามารถ
จำหน่ายยาที่ได้รับการอนุมัติจาก ออย. ได้



ทำให้ประชาชนเข้าถึง
ยาได้ในราคาถูกลง

หากเข้าร่วม CPTPP

ประเทศจะมีศักยภาพในการ
พึ่งตนเองด้านยาลดลง

ทำให้ยาดีมีราคา
แพงมากขึ้น



เพราะบริษัทยาชีวเภสัชภัณฑ์
จะไม่สามารถจำหน่ายยาได้
ในระหว่างมีคดีพิพาท
กับบริษัทยาต้นแบบ



ดังนั้น ยาที่มีจำหน่ายอยู่ในระบบจะเป็นของบริษัท
ยาต้นแบบที่ติดสิทธิบัตรและมีราคาสูง



เมื่อบริษัทขนาดกลางและเล็ก ไม่มีศักยภาพต่อรอง
กับบริษัทยาต้นแบบ อาจจะทำให้บริษัทยาชีวเภสัชภัณฑ์
ในประเทศยกเลิกการขอขึ้นทะเบียนยากับ ออย. ไป

ซื้อสินค้าออนไลน์ เสี่ยงมากยิ่งขึ้น

ปัจจุบัน

บังคับขึ้นทะเบียนสินค้า



ทุกวันนี้ ออย. บังคับให้คนที่ขายของออนไลน์
ต้องจดทะเบียนสินค้าและบริการของตัวเอง



แต่ขนาดจดทะเบียนแล้ว ผู้บริโภคก็ยัง
ได้รับสินค้าที่ชำรุด หรือได้รับของไม่ตรงปก



พอไปร้องเรียนที่ใช้ระยะเวลา
ในขณะที่ผู้กระทำผิดก็ยังขายของได้ต่อไป

หากเข้าร่วม CPTPP

ไม่ได้บังคับขึ้นทะเบียนสินค้า



ความตกลง #CPTPP กำหนดไม่ให้หน่วยงานรัฐ
บังคับคนที่จำหน่ายสินค้าออนไลน์
ต้องขึ้นทะเบียนสินค้าและบริการในประเทศ



เมื่อไม่ต้องขึ้นทะเบียนสินค้า ร้านที่ไม่หวังดี
ก็อาจนำสินค้าที่ชำรุด บกพร่องเข้ามาขายได้



เมื่อเกิดปัญหา ผู้บริโภคและหน่วยงาน
จะหาคนรับผิดชอบได้ยากขึ้นไปด้วย

๓. ด้านบริการสุขภาพ ภาวะการเจ็บป่วยของประชาชนจากโรคไวรัสโควิด-19 อย่างมากมาย ทำให้การเข้าถึงบริการรักษามีข้อจำกัดและไม่ทั่วถึง การที่โรงพยาบาลมีเตียงไม่เพียงพอต่อการเจ็บป่วยของประชาชน จึงทำให้เกิดการแยกกักตัวและรักษาแบบที่บ้าน (Home Isolation) หรือชุมชน (Community Isolation) เข้ามาเป็นทางเลือกในการช่วยการรักษา มีการเรียกเก็บค่ารักษาพยาบาลที่ค่อนข้างสูงจากโรงพยาบาลเอกชน การไม่ได้รับความสะดวกในการเข้าถึงสิทธิทั้งในเรื่องของโอกาสการเข้าถึงยาและบริการรักษาพยาบาล ตลอดจนวัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็นสำหรับการป้องกันโรคอย่างทั่วถึงเท่าเทียมและมีคุณภาพ รวมถึงปัญหาต่อเนื่องจากการปิดกิจการและการถูกเพิกถอนการให้บริการประกันของบริษัทประกันภัย จากระบบประกันภัยโควิดเจอจ่ายจบที่เกิดผลกระทบต่อผู้บริโภคมากมาย

ถึงแม้ว่าคนไทยทุกคนมีสิทธิตามโครงการ “สิทธิ UCEP เจ็บป่วยฉุกเฉินวิกฤติ ทุกคนมีสิทธิทุกที่” (Universal Coverage for Emergency Patients - UCEP) เพื่อให้ผู้ป่วยสามารถเข้าถึงบริการทางการแพทย์ที่จำเป็นได้อย่างทั่วถึง และทันทั่วถึงโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย ตั้งแต่วันที่ ๑ เมษายน ๒๕๖๐ กำหนดให้ผู้ป่วยฉุกเฉินวิกฤติ ๖ อาการสามารถเข้ารับการรักษาพยาบาลที่โรงพยาบาลที่ใกล้ที่สุดทั้งโรงพยาบาลรัฐและเอกชน โดยไม่จำเป็นต้องเป็นโรงพยาบาลตามสิทธิ และผู้ป่วยไม่ต้องทอรองจ่ายเงินในระยะ ๗๒ ชั่วโมงแรก แต่ยังคงพบปัญหาการถูกประเมินว่าไม่เข้าเกณฑ์ฉุกเฉินวิกฤติ ส่งผลให้ต้องแบกรับภาระค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนมากจนถึงปัจจุบัน

๔. ด้านสินค้าและบริการทั่วไป ความต้องการซื้อสินค้าจำเป็นผ่านออนไลน์มีอัตราการเติบโตสูงขึ้น รวมถึงผู้บริโภคยังหันมาให้ความสำคัญกับคุณภาพและประสิทธิภาพของสินค้ามากขึ้น ขณะเดียวกันผู้บริโภคกลุ่มใหม่ เช่น ผู้สูงอายุ นิยมซื้อสินค้าออนไลน์สูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด นอกจากนี้โซเชียลมีเดียยังได้กลายเป็นสื่อกระแสหลักและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

จากผลสำรวจมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ปี ๒๕๖๔ ของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม พบว่า ในปี ๒๕๖๓ ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรืออีคอมเมิร์ซในประเทศไทยมีมูลค่าเท่ากับ ๓.๗๘ ล้านล้านบาท โดยมีสัดส่วนของมูลค่าอีคอมเมิร์ซในรูปแบบ B๒C* มากที่สุด คิดเป็นมูลค่ากว่า ๒.๑๗ ล้านล้านบาท B๒B** มีมูลค่ากว่า ๐.๘๔ ล้านล้านบาท และ B๒G*** มีมูลค่า ๐.๗๗ ล้านล้านบาท โดยคาดการณ์ว่ามูลค่าอีคอมเมิร์ซในประเทศไทยในปี ๒๕๖๔ เดิมโตอยู่ที่ ๔.๐๑ ล้านล้านบาท

๕. ด้านการสื่อสาร โทรคมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศ ปัญหาการควบรวมกิจการของบริษัทโทรคมนาคมหลักจากสามผู้ให้บริการรายใหญ่เหลือเพียงสองบริษัท ย่อมส่งผลกระทบต่อทางเลือกและค่าใช้จ่ายของผู้บริโภคในท้ายที่สุด ปัญหาภัยคุกคามทางโทรศัพท์และออนไลน์เป็นปัญหาที่หลากหลายรูปแบบทั้ง SMS (บริการส่งข้อความทางโทรศัพท์) และการส่งลิงก์ให้ดาวน์โหลดเพื่อรับเงินหรือสิทธิพิเศษต่าง ๆ การให้เงินกู้ออนไลน์ การพนันออนไลน์ การชักชวนให้ชมภาพอนาจารลิงก์รับสมัครงาน การโทรศัพท์เข้ามาทวงหนี้ ชมชู้คุกคามและปัญหา SIM ถูกล้วง ในปีที่ผ่านมามีหมายเลขโทรศัพท์ของมิจฉาชีพสูงถึง ๖.๔ ล้านหมายเลข และช่วงครึ่งปีหลังมีอัตราการโทรหลอกลวงเพิ่มขึ้นถึง ๒.๕ เท่าเมื่อเทียบกับช่วงต้นปี สร้างความเสียหายให้แก่ผู้บริโภคจำนวนมาก การให้บริการของค่ายมือถือไม่มีคุณภาพในขณะที่ประชาชนจำนวนมากต้องทำงานที่บ้าน นักเรียนต้องเรียนหนังสือทางออนไลน์ แต่ขาดแคลนอุปกรณ์และเข้าไม่ถึงอินเทอร์เน็ต

๖. ด้านการเงินและการธนาคาร ปัญหาหนี้สินครัวเรือนที่เพิ่มสูงขึ้น ปัญหาภัยคุกคามและความไม่ปลอดภัยจากบริการการเงินออนไลน์ การกู้หนี้ยืมสินผ่านระบบแพลตฟอร์ม ทั้งการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล การถูกหลอกถูกโกงในรูปแบบต่าง ๆ ที่เชื่อมโยงสังคมออนไลน์และระบบโทรคมนาคม ปัญหาการเงินในรูปแบบใหม่ บิทคับ บิทคอยน์ การลงทุนในรูปแบบใหม่ ๆ ความเท่าทันและความเป็นธรรมในระบบการเงินใหม่ทั้งระบบสำหรับผู้บริโภค

B๒C* = business to consumers B๒B** = business to business B๒G*** = business to government

รักษาทุกที่ - ไม่มีค่าใช้จ่าย ผ่านสิทธิ UCEP



'สิทธิ UCEP' หรือรู้จักกันในชื่อ สิทธิ 'เจ็บป่วยฉุกเฉินวิกฤต มีสิทธิทุกที่' (Universal Coverage for Emergency Patients) เป็นสิทธิการรักษาตามนโยบายรัฐ มีขึ้นเพื่อคุ้มครองผู้ป่วยที่ฉุกเฉินวิกฤต หรือผู้ที่มีอาการเจ็บป่วยเข้าข่ายฉุกเฉินสีแดงและมีความเสี่ยงต่อชีวิต ให้สามารถเข้ารับการรักษาในโรงพยาบาลทุกแห่งที่ใกล้ที่สุดได้โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย

6 อาการเข้าข่ายฉุกเฉินวิกฤต เสี่ยงต่อชีวิต

- หมดสติ ไม่รู้สึกตัว ไม่หายใจ
- เจ็บหน้าอกเฉียบพลัน รุนแรง
- หายใจเร็ว หอบเหนื่อยรุนแรง หายใจติดขัดมีเสียงดัง
- แขนขาอ่อนแรงครึ่งซีก พูดไม่ชัด หรือชักต่อเนื่องไม่หยุด
- ซีมลง เหงื่อแตก ตัวเย็น
- อาการอื่นที่มีผลต่อการหายใจ ระบบการไหลเวียนโลหิต และระบบสมอง

ถ้าเข้าข่ายอาการฉุกเฉิน ให้รีบไปรักษาที่โรงพยาบาลรัฐหรือเอกชนโดยเร็วที่สุด

โรงพยาบาลมีขั้นตอนอะไรบ้าง หากแจ้งใช้สิทธิ UCEP



1. ผู้บริโภคแจ้งใช้สิทธิ UCEP
2. โรงพยาบาลประเมินภาวะเจ็บป่วยฉุกเฉิน ตามแนวทางสถาบันการแพทย์ฉุกเฉินแห่งชาติ
3. โรงพยาบาล แจ้งผลการประเมินให้ผู้ป่วยหรือญาติทราบ
4. หากเข้าเกณฑ์เจ็บป่วยฉุกเฉินจะต้องเข้ารับการรักษาตามสิทธิ UCEP และไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย แต่ถ้าไม่เข้าเกณฑ์เจ็บป่วยฉุกเฉิน ผู้ป่วยรับผิดชอบค่ารักษาเอง

สภาองค์กรของผู้บริโภค เสนอรัฐบาล

แก้ปัญหาราคาน้ำมันแพง ช่วยประชาชน



1. ลดภาษีน้ำมัน 5 บ./ลิตร
2. ยกเลิกการใช้ E85 และ B20
3. ให้ปรับราคาน้ำมันไม่เกิน 2 ครั้ง/เดือน
4. ราคาน้ำมัน ณ โรงกลั่น ห้ามบวกค่าขนส่งเทียม
5. ดูแลค่าการกลั่นและค่าการตลาดให้ใกล้ชิด
6. เปิดเผยแพร่ราคาน้ำมันตลาดต่างประเทศที่ใช้อ้างอิง
7. เปิดเผยโครงสร้างราคาดีเซลพรีเมียม
8. ดูแลราคาสินค้าบริการอย่าให้เอาเปรียบประชาชน

จากการแถลงข่าว ข้อเสนอรัฐบาล ประเด็นการจัดการราคาน้ำมัน และราคาค่าสาธารณูปโภคพื้นฐาน | วันที่ 9 สิงหาคม 2564 เวลา 10.00 - 11.00 น.

๗. ด้านบริการสาธารณะ พลังงาน และสิ่งแวดล้อม ทุกวันนี้ เป็นภาระของผู้บริโภคในการจ่ายเงินให้กับโรงไฟฟ้าที่ไม่ได้ผลิตไฟฟ้าที่มีอยู่ถึงร้อยละ ๖๐ ของจำนวนโรงไฟฟ้าทั้งหมด เพราะปัญหาการสำรองไฟฟ้าสูงเกินความจำเป็นที่สร้างภาระให้ผู้บริโภคมูลค่าสูงถึง ๒,๕๕๐ ล้านบาทต่อเดือน ในขณะที่การติดตั้งเพื่อใช้งานพลังงานแสงอาทิตย์เพราะต้องการมีส่วนร่วมกับการลดภาวะโลกร้อนนั้นยังมีระเบียบและค่าธรรมเนียมที่เป็นอุปสรรคสำหรับประชาชนค่อนข้าง

ขวางมาก ปัญหาต้นทุนเทียมในราคาน้ำมัน ภาษีน้ำมันที่เป็นธรรมทั้งระบบต่างรอการแก้ไขจากรัฐบาล

๘. ด้านอสังหาริมทรัพย์และที่อยู่อาศัย ยังคงเป็นปัญหาเรื้อรังโดยเฉพาะกลุ่มคนรายได้น้อยที่ต้องแบกรับภาระเกือบ ๕๐% ของรายได้ครัวเรือนที่ต้องจ่ายค่าเช่าบ้าน การมีที่อยู่อาศัยสำหรับคนจนเมืองที่ต้องไกลแหล่งทำมาหากินเพื่อลดภาระการเดินทางและทำให้เกิดรายได้

ของครอบครัว ส่วนกลุ่มคนในเมืองก็พบปัญหาที่เกี่ยวกับโครงการบ้านจัดสรรหรือบ้านพร้อมอยู่ โดยมีระดับความรุนแรงของปัญหาตั้งแต่ซื้อบ้านไม่ได้บ้าน ซื้อแล้วสร้างไม่เสร็จ ไม่โอนตามสัญญา สร้างไม่ได้มาตรฐาน ส่วนปัญหาด้านสาธารณสุขโรค คือ ไม่มีพื้นที่ส่วนกลางตามที่ระบุในโฆษณาหรือการนำพื้นที่ส่วนกลางไปใช้ประโยชน์อื่น เป็นต้น ขณะที่ปัญหาของผู้อาศัยอาคารชุดหรือคอนโดมิเนียมก็มีเพิ่มมากขึ้นด้วย เช่น การก่อสร้างล่าช้า คุณภาพไม่เป็นไปตามโฆษณา ไม่มีสาธารณสุขโรค หลอกบังคับรับโอนปัญหาการจัดการของนิติบุคคล และปัญหาเรื่องค่าส่วนกลาง เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีประเด็นการปรับปรุงผังเมืองรวมใหม่สำหรับคนกรุงเทพมหานคร ที่พบว่าไม่ได้มีการกำหนดโซนอาคารสูงในพื้นที่กรุงเทพฯ เอาไว้ ทำให้เป็นช่องทางในการก่อสร้างอาคารสูงขนาดใหญ่ที่ขัดต่อกฎหมายขึ้นได้ในอนาคต ซึ่งจะนำไปสู่ผลกระทบและความเดือดร้อนของผู้บริโภคที่เกิดจากการก่อสร้างอาคารขนาดใหญ่ที่ขัดต่อกฎหมาย โดยไม่สนใจความเดือดร้อนของชุมชนที่อยู่มาก่อน เช่น กรณีโรงแรมดิเอทท์บางกอก ซอยร่วมฤดีที่แม่ศาลปกครองสูงสุดจะมีคำพิพากษาตั้งปี ๒๕๕๗ แต่จนถึงปัจจุบันก็ยังไม่สามารถรื้อถอนอาคารที่ผิดกฎหมายได้ หรือกรณีโครงการคอนโดแอชตัน อโศก ที่ศาลปกครองกลางมีคำพิพากษาให้เพิกถอนใบอนุญาต เป็นต้น

ส่วนปัญหาข้อร้องเรียนของผู้บริโภคกับหน่วยงานต่าง ๆ เช่น สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) เพิ่มขึ้นจากจำนวน ๒๒,๒๗๐ ราย เป็นจำนวน ๒๒,๕๙๒ ราย ในปี ๒๕๖๓ และปี ๒๕๖๔ ตามลำดับ หรือปัญหาการซื้อขายออนไลน์ของผู้บริโภคไม่ว่าจะเป็นปัญหาซื้อสินค้าแล้วไม่ได้สินค้า สินค้าชำรุดบกพร่องหรือสินค้าไม่ตรงปกมีจำนวนเพิ่มขึ้นจาก ๔๒,๙๗๔ ราย เป็นจำนวน ๔๔,๑๕๙ รายในปี ๒๕๖๒ และปี ๒๕๖๓ ตามลำดับจากจำนวนเรื่องร้องเรียนของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ETDA

สำหรับข้อร้องเรียนและปัญหาที่ผู้บริโภคได้รับผลกระทบของมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค พบว่า มีผู้ร้องเรียนจำนวน ๓,๓๒๑ ราย ในปี พ.ศ. ๒๕๖๔ ปัญหาที่มากเป็นอันดับหนึ่ง

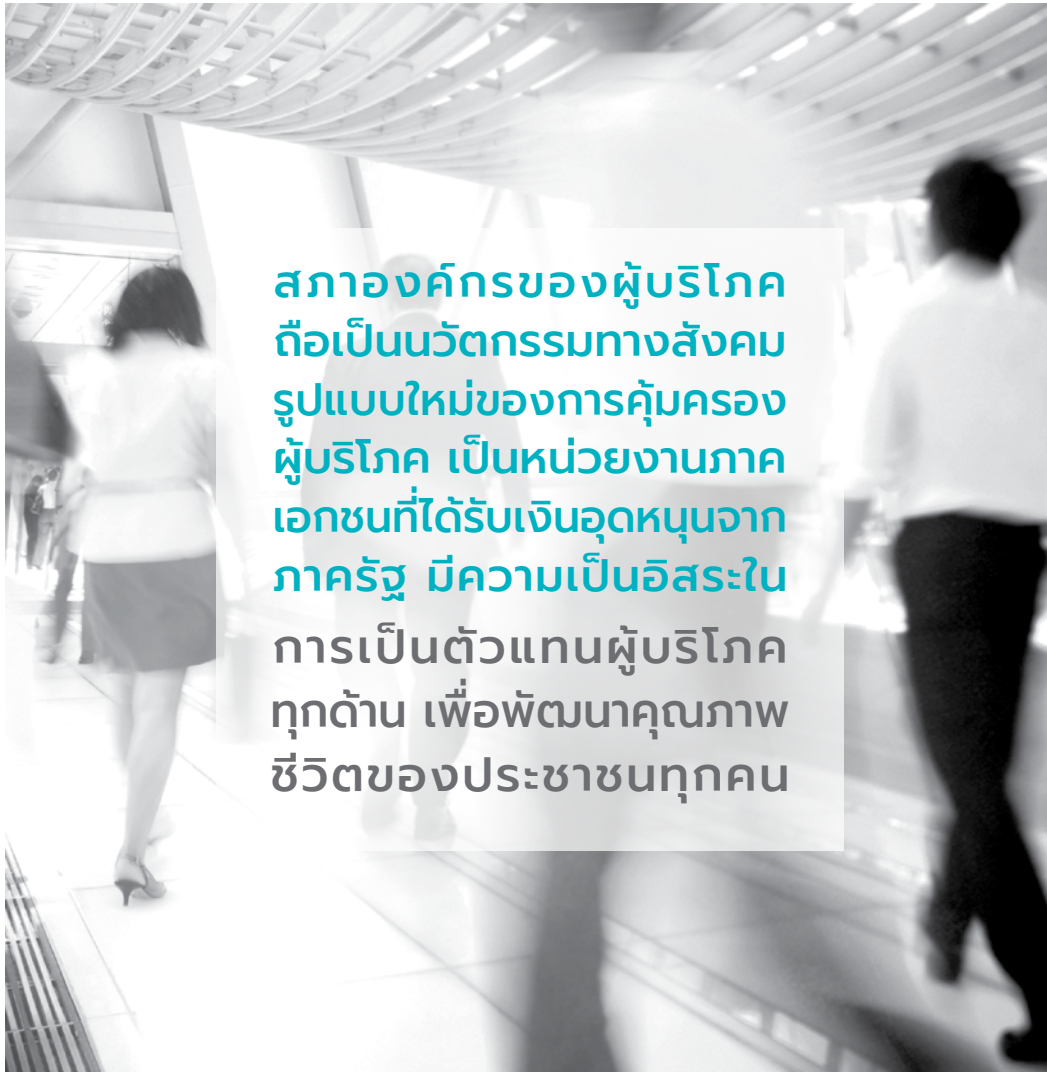
คือ ปัญหา SMS ด้านสื่อและโทรคมนาคม ๑,๘๑๖ เรื่อง รองลงมา คือ ปัญหาด้านการเงินและการธนาคาร/ประกันภัย จำนวน ๗๔๐ เรื่อง และอันดับที่ ๓ คือ ปัญหาด้านสินค้าและบริการทั่วไป จำนวน ๔๐๐ เรื่อง เป็นต้น

นอกจากนี้เรื่องร้องเรียนของสภาองค์กรของผู้บริโภค และหน่วยงานร้องเรียนประจำจังหวัด ๑๒ จังหวัด นับตั้งแต่มีการดำเนินการในเดือนกรกฎาคม - ธันวาคม ๒๕๖๔ มีจำนวนทั้งสิ้น ๒,๘๑๖ ราย โดยปัญหาที่มีผู้ร้องเรียนมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง คือด้านการเงินและการธนาคาร จำนวน ๑,๔๖๐ ราย โดยส่วนใหญ่เป็นปัญหาการถูกยกเลิกกรมธรรม์ประกันโควิด, ไม่จ่ายค่าสินไหม, จ่ายค่าสินไหมล่าช้า ส่วนอันดับที่สอง เป็นเรื่องร้องเรียนด้านสินค้าและบริการทั่วไป มีผู้ร้องเรียนทั้งหมด ๗๗๐ ราย โดยเป็นปัญหาเรื่องการซื้อบริการบัตรคอนเสิร์ต แต่ผู้จัดไม่ได้จัดงานคอนเสิร์ตตามเวลาที่แจ้งและไม่สามารถคืนเงินให้ผู้บริโภคได้ และอันดับที่สามเป็นปัญหาด้านอสังหาริมทรัพย์ และที่อยู่อาศัย มีเรื่องร้องเรียน ๑๔๙ ราย โดยเป็นปัญหาการเช่าซื้อบ้านพักอาศัยไม่ปิดจำนอง ปัญหาบ้านทรุด และปัญหาการไม่จัดให้มีสาธารณสุขโรคที่เพียงพอในโครงการบ้านจัดสรรของบริษัท ส่วนเรื่องร้องเรียนที่เหลืออีก ๔๓๗ ราย เป็นปัญหาการใช้สิทธิจากอุบัติเหตุรถจักรยานยนต์ส่วนบุคคล

ประเทศไทยถือได้ว่า มีกลไกที่ค่อนข้างครบถ้วนในการคุ้มครองผู้บริโภค หากเปรียบเทียบกับประเทศในภูมิภาคอาเซียน เช่น มีพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค ตั้งแต่ปี ๒๕๒๒ มีหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภคเฉพาะด้านอีกหลายหน่วยงาน เช่น ด้านบริการสุขภาพ ผลิตภัณฑ์สุขภาพ ราคาสินค้า มาตรฐานอุตสาหกรรม การผูกขาด และการแข่งขันทางการค้า กิจการสื่อและโทรคมนาคม รวมทั้งมีกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคอีกหลายฉบับ สถานการณ์ปัญหาความปลอดภัยของผู้บริโภค คุณภาพมาตรฐานสินค้าและบริการ การผูกขาดทางการค้า ทางเลือกในการบริโภค และการเข้าถึงบริการสาธารณะจำเป็นขั้นพื้นฐาน และการละเมิดสิทธิผู้บริโภคยังคงปรากฏให้เห็นปัญหาอยู่ในปัจจุบัน

ท่ามกลางความหลากหลายและซับซ้อน อำนาจการต่อรองของผู้บริโภครายบุคคลทำได้ยากลำบากหรือกิจการบางประเภทที่ผูกขาดโดยรัฐ แต่เอื้อประโยชน์ให้ภาคเอกชนรายใหญ่ผ่านรูปแบบสัญญาสัมปทานระยะยาว ขาดการมีส่วนร่วมหรือตัวแทนผู้บริโภคในการให้ข้อคิดเห็นในการกำหนดมาตรการหรือนโยบายที่ส่งผลกระทบต่อและเกี่ยวข้องกับผู้บริโภค หรือข้อเสนอไม่ได้รับความเห็นชอบหรือใช้เป็นแนวนโยบายในการดำเนินการ ผู้บริโภคเป็นผู้รับภาระปลายทางในด้านต่าง ๆ

การทำงานคุ้มครองผู้บริโภคในยุควิกฤติโควิด 19 หรือ หลังโควิด 19 กลายเป็นโรคประจำถิ่น จึงมีความจำเป็นในการมีกลไกที่หลากหลายทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชนในการสนับสนุนการคุ้มครองผู้บริโภค หากเทียบเคียงกับการเติบโตของกลไกรัฐในการสนับสนุนภาคธุรกิจหรือภาคอุตสาหกรรมในด้านต่าง ๆ ในปัจจุบัน



**สภาพองค์กรของผู้บริโภค
ถือเป็นนวัตกรรมทางสังคม
รูปแบบใหม่ของการคุ้มครอง
ผู้บริโภค เป็นหน่วยงานภาค
เอกชนที่ได้รับเงินอุดหนุนจาก
ภาครัฐ มีความเป็นอิสระใน
การเป็นตัวแทนผู้บริโภค
ทุกด้าน เพื่อพัฒนาคุณภาพ
ชีวิตของประชาชนทุกคน**



“

สภาองค์กรของผู้บริโภค
ศูนย์รวมพลังผู้บริโภคเพื่อผู้บริโภค

”

พว.ประวิทย์ ลี่สถาพรวงศ์ —

ต้นแบบการคุ้มครองผู้บริโภค
ผ่านสถาบันการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม
ผู้สนับสนุนและผลักดันให้เกิดสภาองค์กรของผู้บริโภค

ความท้าทายในงานคุ้มครองผู้บริโภค

งานคุ้มครองผู้บริโภคที่ทำนายสำหรับสภาฯ มีดังนี้

๑. พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในการซื้อขายออนไลน์ที่เพิ่มมากขึ้นทั้งสินค้า บริการและการทำธุรกรรมทางการเงิน ส่งผลโดยตรงต่อจำนวนเรื่องร้องทุกข์ที่เกี่ยวข้องกับระบบอินเทอร์เน็ตที่สูงขึ้น ไม่ว่าจะเป็นปัญหาสินค้าชำรุดบกพร่อง สินค้าไม่ตรงปก หรือการโฆษณาสินค้าและบริการทางออนไลน์ที่หลอกลวง ทำให้ผู้บริโภคสามารถร้องเรียนได้มากขึ้นจากช่องทางออนไลน์ของทุกหน่วยงาน โดยที่ผ่านมามีการทำความร่วมมือกับกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและตลาดออนไลน์ (E-market place) ความท้าทายคือ จะทำให้ผู้ร้องเรียนเหล่านี้ได้รับการชดเชยความเสียหายที่ชัดเจน รวดเร็ว และเกิดบรรทัดฐานในการคุ้มครองผู้บริโภค โดยไม่จำเป็นต้องร้องเรียนกับหน่วยงานหรือสภาองค์กรของผู้บริโภคได้อย่างไร การเข้าถึงการดำเนินคดีจากการซื้อขายออนไลน์และความร่วมมือในการแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภค ทั้งการป้องปรามและการเตือนภัยจะทำอย่างไรให้มีระบบที่ดีเกิดขึ้นได้

๒. การร้องเรียนที่เพิ่มสูงขึ้น แนวโน้มจำนวนเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคในช่วงปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕ คาดว่าจะมีจำนวนประมาณ ๘,๐๐๐-๑๐,๐๐๐ เรื่อง เทียบกับจำนวนเรื่องร้องเรียน ๒,๐๘๓ เรื่องในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ สภาองค์กรของผู้บริโภคจะต้องเตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพสมาชิกและหน่วยงานประจำจังหวัดให้สามารถแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๓. จะทำอย่างไรให้ผู้บริโภคมีโอกาสสนับสนุนข้อเสนอ นโยบายและมาตรการเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของตนเอง ลดความเหลื่อมล้ำสร้างความเป็นธรรมในสังคม ทำอย่างไรให้การคุ้มครองผู้บริโภคเป็นเรื่องพื้นฐานของภาคธุรกิจ เกิดมุมมองใหม่ที่เชื่อว่าการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นผลดีต่อภาคธุรกิจและไม่ส่งผลกระทบต่อการเติบโตของธุรกิจใด ๆ ทำอย่างไรให้การคุ้มครองผู้บริโภคหรือความรับผิดชอบพื้นฐานของภาคธุรกิจเป็น



วัฒนธรรมปกติที่ไม่ต้องเรียกร้องหรือร้องเรียน แต่เป็นบรรทัดฐานที่พึงปฏิบัติต่อกันของสังคม

๔. การทำให้เกิดความครอบคลุมขององค์กรของผู้บริโภคและมีการกระจายตัวอย่างเหมาะสม อย่างน้อยที่สุดควรให้มืองค์กรของผู้บริโภคครบทุกจังหวัด เพื่อให้ผู้บริโภคในแต่ละจังหวัดมีที่พึ่งได้โดยสะดวก ณ ปัจจุบันมีสมาชิกจำนวน ๒๔๗ องค์กร (ณ สิ้นเดือนธันวาคม ๒๕๖๔) และครอบคลุมพื้นที่เพียง ๓๓ จังหวัดเท่านั้น

๕. การตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้บริโภค องค์กรของผู้บริโภค หน่วยงานประจำจังหวัด กลไกเขตพื้นที่ และหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องต่อการดำเนินงานของสภาองค์กรของผู้บริโภค ในฐานะองค์กรใหม่ตามกฎหมายในการสนับสนุนการคุ้มครองผู้บริโภคและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค และการดำเนินงานภายใต้ อำนาจหน้าที่ตาม พ.ร.บ.การจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๖๒

ซึ่งต้องอาศัยความเข้าใจ การมีส่วนร่วมขององค์กรผู้บริโภค และความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างเต็มที่

๖. ความยั่งยืนของสภาองค์กรของผู้บริโภคในการทำงานคุ้มครองผู้บริโภค สภาฯ ยังจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณจากรัฐบาลอย่างต่อเนื่องและเพียงพอ ดังนั้น สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี ควร มีบทบาทในการสนับสนุนให้ภาคส่วนต่าง ๆ ได้รับทราบถึง วัตถุประสงค์และอำนาจหน้าที่ของสภาองค์กรของผู้บริโภค ตามเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญ และพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๖๒ เพื่อให้เกิดการสนับสนุนจากทุกภาคส่วน





“

*ฝันที่เป็นจริง ผู้บริโภคมีที่พึ่ง
เป็นบ้านหลังใหญ่ ขอให้มียพลัง
และเป็นบ้านที่อบอุ่นให้กับผู้บริโภค*

”

เรณู ภู่อาร

ตัวแทนสมาคมพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค จังหวัดสมุทรสงคราม
แกนนำเครือข่ายองค์กรผู้บริโภค จังหวัดสมุทรสงคราม

ส่วนที่ ๔

รายงานการเงิน ปังบประมาณ ๒๕๖๔



ผลการใช้จ่ายงบประมาณ

ตามมาตรา ๑๙ ใน พ.ร.บ.การจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๖๒ ได้รับเงินอุดหนุนจากรัฐบาลเพื่อเป็นทุนประเดิมเบื้องต้น โดยเป็นการจ่ายขาด จำนวน ๓๕๐ ล้านบาท (สามร้อยห้าสิบล้านบาทถ้วน) เมื่อวันที่ ๑๘ มิถุนายน ๒๕๖๔ มีการตรวจสอบการเงินของสภาองค์กรของผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วยงบแสดงฐานะการเงิน ณ วันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๔ งบรายได้และค่าใช้จ่าย งบแสดงการเปลี่ยนแปลงส่วนของเงินทุนสะสมและงบกระแสเงินสด สำหรับรอบระยะเวลาบัญชีแรก ตั้งแต่วันที่ ๒๒ มิถุนายน ๒๕๖๔ ถึงวันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๔ โดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน ๕๔๕๐ บริษัท เอ. ซี คล้ายย์ จำกัด

รายละเอียดของรายงานของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและงบการเงินของกิจการ แสดงดังตารางต่อไปนี้



A. C. CLUB CO., LTD.

บริษัท เอ. ซี. คลับ จำกัด

รายงานของผู้สอบบัญชีรับอนุญาต

เสนอ สมาชิกและคณะกรรมการนโยบายสภาองค์กรของผู้บริโภค

ความเห็น

ข้าพเจ้าได้ตรวจสอบงบการเงินของสภาองค์กรของผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วยงบแสดงฐานะการเงิน ณ วันที่ 30 กันยายน 2564 งบรายได้และค่าใช้จ่าย งบแสดงการเปลี่ยนแปลงส่วนของผู้ถือหุ้นสะสม และ งบกระแสเงินสด สำหรับรอบระยะเวลาบัญชีแรกตั้งแต่วันที่ 22 มิถุนายน 2564 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2564 และหมายเหตุประกอบงบการเงิน รวมถึงสรุปนโยบายการบัญชีที่สำคัญ

ข้าพเจ้าเห็นว่า งบการเงินข้างต้นนี้แสดงฐานะการเงินของสภาองค์กรของผู้บริโภค ณ วันที่ 30 กันยายน 2564 ผลการดำเนินงาน และกระแสเงินสด สำหรับรอบระยะเวลาบัญชีแรกตั้งแต่วันที่ 22 มิถุนายน 2564 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2564 โดยถูกต้องตามที่ควรในสาระสำคัญตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน

เกณฑ์ในการแสดงความเห็น

ข้าพเจ้าได้ปฏิบัติตามตรวจสอบตามมาตรฐานการสอบบัญชี ความรับผิดชอบของข้าพเจ้าได้กล่าวไว้ในวรรค ความรับผิดชอบของผู้สอบบัญชีต่อการตรวจสอบงบการเงินในรายงานของข้าพเจ้า ข้าพเจ้ามีความเป็นอิสระ จากสภาองค์กรของผู้บริโภค ตามข้อกำหนดจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีที่กำหนดโดยสภาวิชาชีพบัญชีในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบงบการเงิน และข้าพเจ้าได้ปฏิบัติตามความรับผิดชอบด้าน จรรยาบรรณอื่นๆ ซึ่งเป็นไปตามข้อกำหนดเหล่านี้ ข้าพเจ้าเชื่อว่าหลักฐานการสอบบัญชีที่ข้าพเจ้าได้รับ เพียงพอและเหมาะสมเพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการแสดงความเห็นของข้าพเจ้า

ข้อมูลอื่น

ผู้บริหารเป็นผู้รับผิดชอบต่อข้อมูลอื่น ข้อมูลอื่นประกอบด้วย ข้อมูลซึ่งรวมอยู่ในรายงานประจำปี แต่ไม่รวมถึง รายงานการเงินและรายงานของผู้สอบบัญชีที่อยู่ในรายงานประจำปีนั้น ซึ่งผู้บริหารจะจัดเตรียมรายงาน ประจำปีให้ข้าพเจ้าภายหลังวันที่ในรายงานของผู้สอบบัญชีนี้

ความเห็นของข้าพเจ้าต่อรายงานการเงินไม่ครอบคลุมถึงข้อมูลอื่นและข้าพเจ้าไม่ได้ให้ความเชื่อมั่นต่อข้อมูลอื่น ความรับผิดชอบของข้าพเจ้าที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบรายงานการเงิน คือการอ่านพิจารณาว่าข้อมูลอื่น มีความขัดแย้งที่มีสาระสำคัญกับรายงานการเงินหรือกับความรู้ที่ได้รับจากการตรวจสอบของข้าพเจ้า หรือปรากฏว่าข้อมูลอื่นมีการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญหรือไม่

เมื่อข้าพเจ้าได้อ่านรายงานประจำปี หากข้าพเจ้าสรุปได้ว่ามีการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็น สาระสำคัญข้าพเจ้าต้องสื่อสารเรื่องดังกล่าวกับผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแล

1559/5 ถนนประชาราษฎร์ 1 แขวงวงศ์สว่าง เขตบางซื่อ กรุงเทพมหานคร 10800
1559/5 Pracha Rard I Rd., Wongsawang, Bangsue Bangkok 10800 Tel.0-2913-0768-9 Fax.0-2913-0761

ความรับผิดชอบของผู้บริหารและผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแลต้องบการเงิน

ผู้บริหารมีหน้าที่รับผิดชอบในการจัดทำและนำเสนองบการเงินเหล่านี้โดยถูกต้องตามที่ควรตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน และรับผิดชอบเกี่ยวกับการควบคุมภายในที่ผู้บริหารพิจารณาว่า จำเป็นเพื่อให้สามารถจัดทำงบการเงินที่ปราศจากการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญไม่ว่าจะเกิดจากการทุจริตหรือข้อผิดพลาด

ในการจัดทำงบการเงิน ผู้บริหารรับผิดชอบในการประเมินความสามารถของสภาพองค์กรของผู้บริโภค ในการดำเนินงานต่อเนื่อง เปิดเผยเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานต่อเนื่อง และการใช้เกณฑ์การบัญชีสำหรับการดำเนินงานต่อเนื่อง เว้นแต่ผู้บริหารมีความตั้งใจที่จะเลิกสภาพองค์กรของผู้บริโภค หรือหยุดดำเนินงานหรือไม่สามารถดำเนินงานต่อเนื่องต่อไปได้

ผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแลมีหน้าที่ในการกำกับดูแลกระบวนการในการจัดทำรายงานทางการเงินของสภาพองค์กรของผู้บริโภค

ความรับผิดชอบของผู้สอบบัญชีต่อการตรวจสอบงบการเงิน

การตรวจสอบของข้าพเจ้ามีวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้ความเชื่อมั่นอย่างสมเหตุสมผลว่างบการเงินโดยรวมปราศจากการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญหรือไม่ ไม่ว่าจะเกิดจากการทุจริตหรือข้อผิดพลาด และเสนอรายงานของผู้สอบบัญชีซึ่งรวมความเห็นของข้าพเจ้าอยู่ด้วย ความเชื่อมั่นอย่างสมเหตุสมผลคือความเชื่อมั่นในระดับสูงแต่ไม่ได้เป็นการรับประกันว่าการปฏิบัติงานตรวจสอบตามมาตรฐานการสอบบัญชีจะสามารถตรวจพบข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญที่มีอยู่ได้เสมอไป ข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอาจเกิดจากการทุจริตหรือข้อผิดพลาดและถือว่ามีสาระสำคัญเมื่อคาดการณ์ได้อย่างสมเหตุสมผลว่ารายการที่ขัดต่อข้อเท็จจริงแต่ละรายการหรือทุกรายการรวมกันจะมีผลต่อการตัดสินใจทางเศรษฐกิจของผู้ใช้งบการเงินจากการใช้งบการเงินเหล่านี้

ในการตรวจสอบของข้าพเจ้าตามมาตรฐานการสอบบัญชี ข้าพเจ้าได้ใช้ดุลยพินิจและการสังเกตและสงสัยเยี่ยงผู้ประกอบวิชาชีพตลอดการตรวจสอบ การปฏิบัติงานของข้าพเจ้ารวมถึง

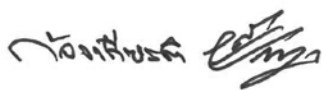
- ระบุและประเมินความเสี่ยงจากการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญในงบการเงิน ไม่ว่าจะเกิดจากการทุจริตหรือข้อผิดพลาด ออกแบบและปฏิบัติตามวิธีการตรวจสอบเพื่อตอบสนองต่อความเสี่ยงเหล่านั้น และได้หลักฐานการสอบบัญชีที่เพียงพอและเหมาะสมเพื่อเป็นเกณฑ์ในการแสดงความเห็นของข้าพเจ้า ความเสี่ยงที่ไม่พบข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญซึ่งเป็นผลมาจากการทุจริตจะสูงกว่าความเสี่ยงที่เกิดจากข้อผิดพลาด เนื่องจากการทุจริตอาจเกี่ยวกับการสมรู้ร่วมคิด การปลอมแปลงเอกสารหลักฐาน การตั้งใจละเว้นการแสดงผลการแสดงผลที่ไม่ตรงตามข้อเท็จจริงหรือการแทรกแซงการควบคุมภายใน

1559/5 ถนนประชาราษฎร์ 1 แขวงวงศ์สว่าง เขตบางซื่อ กรุงเทพมหานคร 10800

1559/5 Pracha Rad I Rd., Wongsawang, Bangsue Bangkok 10800 Tel.0-2913-0768-9 Fax.0-2913-0761

- ทำความเข้าใจในระบบการควบคุมภายในที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบ เพื่อออกแบบวิธีการตรวจสอบที่เหมาะสมกับสถานการณ์ แต่ไม่ใช่เพื่อวัตถุประสงค์ในการแสดงความเห็นต่อความมีประสิทธิภาพของการควบคุมภายในของสภาองค์กรของผู้บริโภค
- ประเมินความเหมาะสมของนโยบายการบัญชีที่ผู้บริหารใช้และความสมเหตุสมผลของประมาณการทางบัญชีและการเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องซึ่งจัดทำขึ้นโดยผู้บริหาร
- สรุปลักษณะความเหมาะสมของการใช้เกณฑ์การบัญชีสำหรับการดำเนินงานต่อเนื่องของผู้บริหาร และจากหลักฐานการสอบบัญชีที่ได้รับ สรุปว่ามีความไม่แน่นอนที่มีสาระสำคัญเกี่ยวกับเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่อาจเป็นเหตุให้เกิดข้อสงสัยอย่างมีนัยสำคัญต่อความสามารถของสภาฯ ในการดำเนินงานต่อเนื่องหรือไม่ ถ้าข้าพเจ้าได้ข้อสรุปว่ามีความไม่แน่นอนที่มีสาระสำคัญ ข้าพเจ้าต้องกล่าวไว้ในรายงานของผู้สอบบัญชีของข้าพเจ้าโดยให้ข้อสังเกตถึงการเปิดเผยข้อมูลในงบการเงินที่เกี่ยวข้อง หรือถ้าการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวไม่เพียงพอ ความเห็นของข้าพเจ้า จะเปลี่ยนแปลงไป ข้อสรุปของข้าพเจ้าขึ้นอยู่กับหลักฐานการสอบบัญชีที่ได้รับจนถึงวันที่ในรายงานของผู้สอบบัญชีของข้าพเจ้า อย่างไรก็ตาม เหตุการณ์หรือสถานการณ์ในอนาคตอาจเป็นเหตุให้สภาฯ ต้องหยุดการดำเนินงานต่อเนื่อง
- ประเมินการนำเสนอ โครงสร้างและเนื้อหาของงบการเงินโดยรวม รวมถึงการเปิดเผยข้อมูลว่า งบการเงินแสดงรายการและเหตุการณ์ในรูปแบบที่ทำให้มีการนำเสนอข้อมูลโดยถูกต้องตามที่ควรหรือไม่

ข้าพเจ้าได้สื่อสารกับผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแลในเรื่องต่างๆ ที่สำคัญ ซึ่งรวมถึงขอบเขตและช่วงเวลาของการตรวจสอบตามที่ได้วางแผนไว้ ประเด็นที่มีนัยสำคัญที่พบจากการตรวจสอบรวมถึงข้อบกพร่องที่มีนัยสำคัญในระบบการควบคุมภายในหากข้าพเจ้าได้พบในระหว่างการตรวจสอบของข้าพเจ้า



(นายกองเกียรติ ยิ้มสกุล)

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 5450

บริษัท เอ.ซี. คลีย์ จำกัด

25 กุมภาพันธ์ 2565

1559/5 ถนนประชาราษฎร์ 1 แขวงวงศ์สว่าง เขตบางซื่อ กรุงเทพมหานคร 10800

1559/5 Pracha Rard I Rd., Wongsawang, Bangsue Bangkok 10800 Tel.0-2913-0768-9 Fax.0-2913-0761

สภาองค์กรของผู้บริโภค

งบแสดงฐานะการเงิน

ณ วันที่ 30 กันยายน 2564

หน่วย : บาท

สินทรัพย์

สินทรัพย์หมุนเวียน	หมายเหตุ	2564
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	5.2 และ 6	325,058,793.06
ลูกหนี้หมุนเวียนอื่น	5.3 และ 7	2,023,068.05
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน		327,081,861.11
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน		
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ - สุทธิ	5.4 และ 8	1,938,500.61
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน	5.5 และ 9	104,271.95
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน		2,042,772.56
รวมสินทรัพย์		329,124,633.67

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้



สภาองค์กรของผู้บริโภค

งบแสดงฐานะการเงิน (ต่อ)

ณ วันที่ 30 กันยายน 2564

หน่วย : บาท

หนี้สินและเงินทุนสะสม

หนี้สินหมุนเวียน	หมายเหตุ	2564
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น	10	1,407,907.34
หนี้สินหมุนเวียนอื่น		229,331.08
รวมหนี้สินหมุนเวียน		1,637,238.42
หนี้สินไม่หมุนเวียน		
ภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงาน	11	246,917.26
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน		246,917.26
รวมหนี้สิน		1,884,155.68
เงินทุนสะสม		
ทุนประเดิมเบื้องต้นที่รัฐบาลจ่ายขาดให้	12	350,000,000.00
รายได้สูง(ต่ำ)กว่าค่าใช้จ่ายสะสม		(22,759,522.01)
รวมเงินทุนสะสม		327,240,477.99
รวมหนี้สินและเงินทุนสะสม		329,124,633.67

กตท

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้

สภาองค์กรของผู้บริโภค

งบรายได้และค่าใช้จ่าย

สำหรับรอบระยะเวลาบัญชีแรกตั้งแต่วันที่ 22 มิถุนายน 2564 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2564

หน่วย : บาท

รายได้	หมายเหตุ	2564
เงินบริจาคหรือทรัพย์สินที่มีผู้ทูลให้		10,000.00
ดอกเบี้ยรับ		115,780.23
รวมรายได้		125,780.23
ค่าใช้จ่าย		
รายจ่ายสำหรับการดำเนินงานของสภา คณะกรรมการ และสำนักงาน		
รายจ่ายเกี่ยวกับบุคลากรของสภา		7,641,555.70
รายจ่ายเกี่ยวกับการบริหารจัดการ	13	3,168,872.01
รายจ่ายเกี่ยวกับครุภัณฑ์ ที่ดิน และสิ่งก่อสร้าง		207,058.76
รายจ่ายแผนงาน โครงการและงานต่างๆ	14	1,710,565.44
เงินที่สนับสนุนให้แก่องค์กรของผู้บริโภค	15	10,157,250.33
รวมค่าใช้จ่าย		22,885,302.24
รายได้สูง(ต่ำ) กว่าค่าใช้จ่ายสำหรับปี		(22,759,522.01)

mm

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้

สภาองค์กรของผู้บริโภค

งบแสดงการเปลี่ยนแปลงในส่วนของเงินทุนสะสม

สำหรับรอบระยะเวลาบัญชีแรกตั้งแต่วันที่ 22 มิถุนายน 2564 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2564

ส่วนของเงินทุนสะสม	หมายเหตุ	หน่วย : บาท
		2564
เงินทุนประเดิม ได้รับจากสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี วันที่ 22 มิถุนายน 2564		350,000,000.00
รายได้สูง (ต่ำ) กว่าค่าใช้จ่าย รวมสะสม		
ยอดคงเหลือต้นปี		-
รายได้สูง (ต่ำ) กว่าค่าใช้จ่ายสำหรับปี		(22,759,522.01)
ยอดเพิ่มขึ้นสำหรับปี		(22,759,522.01)
ยอดคงเหลือสิ้นปี		(22,759,522.01)
รวมส่วนของเงินทุนสะสม		327,240,477.99



หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้

สภาองค์กรของผู้บริโภค

งบกระแสเงินสด

สำหรับรอบระยะเวลาบัญชีแรกตั้งแต่วันที่ 22 มิถุนายน 2564 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2564

หน่วย : บาท

กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน	2564
รายได้สูง(ต่ำ) กว่าค่าใช้จ่ายสำหรับปี	(22,759,522.01)
ปรับกระทบยอดรายได้สูง(ต่ำ)กว่าค่าใช้จ่ายเป็นเงินสดรับจากกิจกรรมดำเนินงาน	
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	142,179.75
ผลประโยชน์ของพนักงาน	246,917.26
รายได้ดอกเบี้ย	(115,780.23)
รายได้สูง(ต่ำ) กว่าค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์	
และหนี้สินดำเนินงาน	(22,486,205.23)
สินทรัพย์ดำเนินงาน (เพิ่มขึ้น) ลดลง	
ลูกหนี้หมุนเวียนอื่น	(2,023,068.05)
หนี้สินดำเนินงานเพิ่มขึ้น (ลดลง)	
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น	1,407,907.34
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	229,331.08
รวมเงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมดำเนินงาน	(22,872,034.86)

mm

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้

สภาองค์กรของผู้บริโภค

งบกระแสเงินสด (ต่อ)

สำหรับรอบระยะเวลาบัญชีแรกตั้งแต่วันที่ 22 มิถุนายน 2564 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2564

หน่วย : บาท

2564

กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน

เงินสดจ่ายซื้อที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	(2,075,919.31)
เงินสดจ่ายซื้อสินทรัพย์ไม่มีตัวตน	(109,033.00)
เงินรับจากดอกเบี้ยรับ	115,780.23
รวมเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุน	(2,069,172.08)

กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน

ทุนประเดิมเบื้องต้นที่รัฐบาลจ่ายขาดให้	350,000,000.00
รวมเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงิน	350,000,000.00
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด เพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ	325,058,793.06
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันต้นปี	-
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันสิ้นปี	325,058,793.06



หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้

สภาองค์กรของผู้บริโภค
หมายเหตุประกอบงบการเงิน
วันที่ 30 กันยายน 2564

หน่วย : บาท

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสภาองค์กรของผู้บริโภค

สภาองค์กรของผู้บริโภค (Thailand Consumers Council) ได้รับการประกาศจาก นายทะเบียนกลาง จัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค เมื่อวันที่ 9 ธันวาคม พ.ศ. 2563 อาศัยอำนาจตาม มาตรา 9 วรรคสี่ และวรรคหก แห่งพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562

เลขประจำตัวผู้เสียภาษีอากร 099-4-00264574-8

ณ วันที่ 30 กันยายน 2564 สภาองค์กรของผู้บริโภค มีสมาชิกจำนวน 237 องค์กร

สภาองค์กรของผู้บริโภคได้รับการโอนเงินทุนประเดิมเบื้องต้นในการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภคเข้าบัญชีธนาคารเมื่อวันที่ 22 มิถุนายน 2564 สภาฯ จึงถือเป็นวันที่เริ่มรอบระยะเวลาบัญชีแรก

2. วัตถุประสงค์และอำนาจดำเนินการของสภาองค์กรของผู้บริโภค

สภาองค์กรของผู้บริโภค มีวัตถุประสงค์เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในทุกด้านในฐานะเป็นผู้แทน ผู้บริโภค และมีสิทธิหน้าที่ และอำนาจตามบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย มาตรา 46 พระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง สภาองค์กรของผู้บริโภค มีอำนาจดำเนินการในเรื่องดังต่อไปนี้

- 2.1 ให้ความคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค รวมตลอดทั้งเสนอแนะนโยบายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคต่อคณะรัฐมนตรีหรือหน่วยงานของรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง
- 2.2 สนับสนุนและดำเนินการ ตรวจสอบ ติดตาม เฝ้าระวังสถานการณ์ปัญหาสินค้าและบริการ แจ้งหรือโฆษณาข่าวสารหรือเตือนภัยเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่อาจกระทบต่อสิทธิของผู้บริโภค หรืออาจก่อให้เกิดความเสียหายหรือเกิดความเสื่อมเสียแก่ผู้บริโภค โดยจะระบุชื่อ สินค้าหรือบริการหรือชื่อของผู้ประกอบธุรกิจด้วยก็ได้
- 2.3 รายงานการกระทำหรือละเลยการกระทำอันมีผลกระทบต่อสิทธิของผู้บริโภคไปยังหน่วยงานของรัฐหรือหน่วยงานอื่นที่รับผิดชอบและเผยแพร่ให้ประชาชนทราบ

สภาองค์กรของผู้บริโภค
 หมายเหตุประกอบงบการเงิน
 วันที่ 30 กันยายน 2564

หน่วย : บาท

2. วัตถุประสงค์และอำนาจดำเนินการของสภาองค์กรของผู้บริโภค (ต่อ)
- 2.4 สนับสนุนและช่วยเหลือองค์กรของผู้บริโภคในการรักษาประโยชน์ของผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพและได้รับความเชื่อถือ ตลอดจนส่งเสริมการรวมตัวขององค์กรของผู้บริโภคในระดับจังหวัดและเขตพื้นที่
 - 2.5 สนับสนุนการศึกษาและการวิจัยเพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค
 - 2.6 สนับสนุนและช่วยเหลือสมาชิกในการไกล่เกลี่ยประนีประนอมยอมความข้อพิพาทเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคทั้งก่อนและในระหว่างดำเนินคดีต่อศาล
 - 2.7 ดำเนินคดีหรือสนับสนุนการดำเนินคดีของสมาชิกเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคตามที่เห็นสมควร หรือเมื่อมีผู้ร้องขอ หรือให้ความช่วยเหลือในการดำเนินคดี ในกรณีที่ผู้บริโภคหรือองค์กรผู้บริโภคถูกฟ้องคดีจากการใช้สิทธิในฐานะผู้บริโภคหรือ ใช้สิทธิแทนผู้บริโภค แล้วแต่กรณี และมีอำนาจประนีประนอมยอมความ
 - 2.8 จัดให้มีหรือรวบรวม และเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการอันจะเป็นประโยชน์ ต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการ ให้ประชาชนสามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก
 - 2.9 เสนอชื่อบุคคล ในฐานะเป็นตัวแทนผู้บริโภคเข้าเป็นกรรมการหรืออนุกรรมการในหน่วยงานต่างๆ ตามที่มีในกำหนดไว้ในกฎหมาย
 - 2.10 ถือกรรมสิทธิ์ มีสิทธิครอบครอง และมีทรัพย์สินสิทธิต่างๆ รวมถึงอาจมอบอำนาจในการดำเนินการให้กับเลขาธิการ
 - 2.11 ปฏิบัติการอื่นๆ ตามที่มีกฎหมายกำหนด

สภาองค์กรของผู้บริโภค
หมายเหตุประกอบงบการเงิน
วันที่ 30 กันยายน 2564

หน่วย : บาท

3. สถานที่ตั้งสำนักงาน กลไกเขตพื้นที่ 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 มีกลไกเขตพื้นที่ และหน่วยงานประจำจังหวัด ดังต่อไปนี้

หมายเลข กลไกเขต	กลไกเขตพื้นที่	องค์กร	สถานที่ตั้ง
01	กลไกเขตพื้นที่ภาคใต้	สมาคมผู้บริโภคสงขลา	จังหวัดสงขลา
02	กลไกเขตพื้นที่ภาคตะวันออก	ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน จังหวัดฉะเชิงเทรา	จังหวัดฉะเชิงเทรา
03	กลไกเขตพื้นที่ภาคเหนือ	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจังหวัดพะเยา	จังหวัดพะเยา
04	กลไกเขตพื้นที่ภาคตะวันตก	สมาคมผู้บริโภคภาคตะวันตก	จังหวัดสมุทรสงคราม

หมายเลข หน่วยงาน	หน่วยงานประจำจังหวัด	องค์กร	สถานที่ตั้ง
01	หน่วยงานประจำจังหวัดสตูล	เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดสตูล	จังหวัดสตูล
02	หน่วยงานประจำจังหวัดเชียงราย	สมาคมประชาสังคมเพื่อการพัฒนา	จังหวัดเชียงราย
03	หน่วยงานประจำจังหวัดลำปาง	ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคจังหวัดลำปาง	จังหวัดลำปาง
04	หน่วยงานประจำจังหวัดฉะเชิงเทรา	หน่วยรับเรื่องร้องเรียนอื่นที่เป็นอิสระจาก ผู้ถูกร้องเรียนตามมาตรา ๕๐(๕) ฉะเชิงเทรา	จังหวัดฉะเชิงเทรา
05	หน่วยงานประจำจังหวัดกรุงเทพมหานคร	มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค	จังหวัดกรุงเทพมหานคร
06	หน่วยงานประจำจังหวัดพะเยา	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจังหวัดพะเยา	จังหวัดพะเยา
07	หน่วยงานประจำจังหวัดสุราษฎร์ธานี	โครงการบริโภคสร้างสรรค์ สุราษฎร์ธานี	จังหวัดสุราษฎร์ธานี
08	หน่วยงานประจำจังหวัดลำพูน	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจังหวัดลำพูน	จังหวัดลำพูน
09	หน่วยงานประจำจังหวัดประจวบคีรีขันธ์	ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
10	หน่วยงานประจำจังหวัดสงขลา	สมาคมผู้บริโภคสงขลา	จังหวัดสงขลา
11	หน่วยงานประจำจังหวัดเชียงใหม่	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคภาคประชาชน จังหวัด เชียงใหม่	จังหวัดเชียงใหม่
12	หน่วยงานประจำจังหวัดร้อยเอ็ด	ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน จังหวัดร้อยเอ็ด	จังหวัดร้อยเอ็ด

สภาองค์กรของผู้บริโภค
 หมายเหตุประกอบงบการเงิน
 วันที่ 30 กันยายน 2564

หน่วย : บาท

4. เกณฑ์การจัดทำงบการเงิน

4.1 เกณฑ์การจัดทำงบการเงิน

งบการเงินได้จัดทำขึ้นตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไปของประเทศไทยภายใต้พระราชบัญญัติวิชาชีพบัญชี พ.ศ. 2543 ซึ่งหมายถึงมาตรฐานการรายงานทางการเงินที่ออกตามพระราชบัญญัติวิชาชีพบัญชี พ.ศ. 2547 รวมถึงการตีความและแนวปฏิบัติทางการบัญชีที่ประกาศใช้โดยสภาวิชาชีพบัญชีฯ

งบการเงินนี้ได้จัดทำขึ้นโดยใช้เกณฑ์ราคาทุนเดิมเว้นแต่จะได้เปิดเผยเป็นอย่างอื่นในนโยบายการบัญชี

4.2 มาตรฐานการรายงานทางการเงินที่มีผลบังคับใช้ในปัจจุบัน

สภาองค์กรของผู้บริโภค ได้นำกรอบแนวคิดสำหรับการรายงานทางการเงิน มาตรฐานการรายงานทางการเงินและการตีความมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับปรับปรุง (ปรับปรุง 2563) และฉบับใหม่ จำนวนหลายฉบับ ซึ่งมีผลบังคับใช้สำหรับงบการเงินที่มีรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มในหรือหลังวันที่ 1 มกราคม 2564 มาถือปฏิบัติ กรอบแนวคิดสำหรับการรายงานทางการเงินและมาตรฐานการรายงานทางการเงินดังกล่าวได้รับการปรับปรุงหรือจัดให้ดีขึ้นเพื่อให้มีเนื้อหาเท่าเทียมกับมาตรฐานการรายงานทางการเงินระหว่างประเทศ โดยส่วนใหญ่เป็นการอธิบายให้ชัดเจนเกี่ยวกับวิธีปฏิบัติทางการบัญชีและการให้แนวปฏิบัติทางการบัญชีกับผู้ใช้มาตรฐานการนำกรอบแนวคิดสำหรับการรายงานทางการเงินและมาตรฐานการรายงานทางการเงินดังกล่าวมาถือปฏิบัตินี้ไม่มีผลกระทบอย่างเป็นทางการสำคัญต่องบการเงินของสภาฯ อย่างไรก็ตาม กรอบแนวคิดสำหรับการรายงานทางการเงินและมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับใหม่ ซึ่งได้มีการเปลี่ยนแปลงหลักการสำคัญสามารถสรุปได้ดังนี้

สภาองค์กรของผู้บริโภค
หมายเหตุประกอบงบการเงิน
วันที่ 30 กันยายน 2564

หน่วย : บาท

4. เกณฑ์การจัดทำงบการเงิน (ต่อ)

4.2 มาตรฐานการรายงานทางการเงินที่มีผลบังคับใช้ในปัจจุบัน (ต่อ)

กรอบแนวคิดสำหรับการรายงานทางการเงิน

กรอบแนวคิดสำหรับการรายงานทางการเงิน ประกอบด้วย คำนิยามที่ทันสมัยของสินทรัพย์ และหนี้สิน เกณฑ์ที่ทันสมัยในการรวมสินทรัพย์และหนี้สินในงบการเงิน นอกจากนี้ยังรวมถึงหลักการใหม่ และแนวปฏิบัติที่ได้ถูกเพิ่มเติมเข้าไป ดังต่อไปนี้

1. การวัดมูลค่า ซึ่งรวมถึงปัจจัยที่ต้องพิจารณาในการเลือกเกณฑ์ในการวัดมูลค่า
2. การแสดงรายการและการเปิดเผยข้อมูล ซึ่งรวมถึงเมื่อใดที่จะจัดประเภทรายการรายได้ และค่าใช้จ่ายในกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น
3. กิจการที่เสนอรายงาน และ
4. เมื่อใดสินทรัพย์และหนี้สินจะถูกเอาออกจากงบการเงิน

กรอบแนวคิด ยังได้อธิบายให้ชัดเจนขึ้นถึงบทบาทของความสามารถของฝ่ายบริหาร ในการดูแลรักษาทรัพยากรเชิงเศรษฐกิจของกิจการ 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

สภาองค์กรของผู้บริโภค
หมายเหตุประกอบงบการเงิน
วันที่ 30 กันยายน 2564

หน่วย : บาท

4. เกณฑ์การจัดทำงบการเงิน (ต่อ)**4.2 มาตรฐานการรายงานทางการเงินที่มีผลบังคับใช้ในปัจจุบัน (ต่อ)**

การตีความมาตรฐานการรายงานทางการเงิน

TFRIC 12 เรื่อง ข้อตกลงสัมปทานบริการ

TFRIC 19 เรื่อง การชำระหนี้สินทางการเงินด้วยตราสารทุน

TFRIC 20 เรื่อง ต้นทุนการเปิดหน้าดินในช่วงการผลิตสำหรับเหมืองผิวดิน

TFRIC 22 เรื่อง รายการที่เป็นเงินตราต่างประเทศและสิ่งตอบแทนรับหรือจ่ายล่วงหน้า

การตีความมาตรฐานการบัญชี

TSIC 32 เรื่อง สินทรัพย์ไม่มีตัวตน-ต้นทุนเว็บไซต์

มาตรฐานกลุ่มนี้ไม่มีผลกระทบอย่างมีสาระสำคัญต่องบการเงินของสภาองค์กรของผู้บริโภค

มาตรฐานเกี่ยวกับ เรื่องการปฏิรูปอัตราดอกเบี้ยอ้างอิง

การปฏิรูปอัตราดอกเบี้ยอ้างอิง ทำให้เกิดการปรับปรุงมาตรฐานการรายงานทางการเงิน

ฉบับที่ 9 เรื่อง เครื่องมือทางการเงิน

ฉบับที่ 7 เรื่อง การเปิดเผยข้อมูลเครื่องมือทางการเงิน

การปรับปรุงนั้นได้ปรับเปลี่ยนข้อกำหนดของการบัญชีป้องกันความเสี่ยงโดยเฉพาะเพื่อเป็นการบรรเทาผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากความไม่แน่นอนที่เกิดจากการปฏิรูปอัตราดอกเบี้ยอ้างอิง เช่น อัตราดอกเบี้ยอ้างอิงที่กำหนดจากธุรกรรมการกู้ยืม (interbank offer rates – IBORs) นอกจากนี้ การปรับปรุงได้กำหนดให้กิจการให้ข้อมูลเพิ่มเติมกับนักลงทุนเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของการป้องกันความเสี่ยงที่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากความไม่แน่นอนใด ๆ นั้น

สภาองค์กรของผู้บริโภค
หมายเหตุประกอบงบการเงิน
วันที่ 30 กันยายน 2564

หน่วย : บาท

4. เกณฑ์การจัดทำงบการเงิน (ต่อ)

4.3 มาตรฐานการรายงานทางการเงินที่จะมีผลบังคับใช้สำหรับงบการเงินที่มีรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มในหรือหลังวันที่ 1 มกราคม 2565

สภาวิชาชีพบัญชี ได้ประกาศใช้มาตรฐานการรายงานทางการเงินและการตีความมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับปรับปรุง ซึ่งจะมีผลบังคับใช้สำหรับงบการเงินที่มีรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มในหรือหลังวันที่ 1 มกราคม 2565 มาตรฐานการรายงานทางการเงินดังกล่าวได้รับการปรับปรุงหรือจัดให้มีขึ้นเพื่อให้มีเนื้อหาเท่าเทียมกับมาตรฐานการรายงานทางการเงินระหว่างประเทศ โดยส่วนใหญ่เป็นการอธิบายให้ชัดเจนเกี่ยวกับวิธีปฏิบัติทางการบัญชีและการให้แนวปฏิบัติทางบัญชีกับผู้ใช้งานมาตรฐาน

ฝ่ายบริหารของสภาองค์กรของผู้บริโภคพิจารณาว่ามาตรฐานดังกล่าวจะไม่มีผลกระทบต่ออย่างมีสาระสำคัญต่องบการเงินของสภาองค์กรของผู้บริโภค ในปีที่จะเริ่มนำมาตรฐานดังกล่าวมาถือปฏิบัติ

5. นโยบายการบัญชีที่สำคัญ

5.1 การรับรู้รายได้และค่าใช้จ่าย

5.1.1 เงินอุดหนุนทั่วไปที่รัฐบาลจัดสรรให้โดยตรงเป็นรายปีที่เป็นการจ่ายขาดให้แก่สภาองค์กรของผู้บริโภค รับรู้รายได้เงินอุดหนุนทั่วไปเมื่อได้รับหลักฐานแจ้งการจ่ายเงินแล้ว

5.1.2 รายได้อื่น รับรู้ตามเกณฑ์คงค้าง

5.1.3 ค่าใช้จ่าย รับรู้ตามเกณฑ์คงค้าง

5.2 เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด

เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด หมายถึง เงินสด เงินฝากธนาคารและเงินลงทุนระยะสั้นที่มีสภาพคล่องสูง ซึ่งพร้อมที่จะเปลี่ยนเป็นเงินสดในจำนวนที่ทราบได้และมีความเสี่ยงที่ไม่มีนัยสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่า โดยถึงกำหนดจ่ายคืนภายในระยะเวลาไม่เกิน 3 เดือน นับจากวันที่ได้มา ทั้งนี้เงินฝากธนาคารและเงินลงทุนระยะสั้นต้องไม่มีข้อจำกัดในการเบิกใช้

สภาพองค์กรของผู้บริโภค
 หมายเหตุประกอบงบการเงิน
 วันที่ 30 กันยายน 2564

หน่วย : บาท

5. นโยบายการบัญชีที่สำคัญ (ต่อ)

5.3 ลูกหนี้หมุนเวียนอื่น

ลูกหนี้หมุนเวียนอื่นรับรู้เมื่อเริ่มแรกด้วยจำนวนเงินของสิ่งตอบแทนที่ปราศจากเงื่อนไขในการได้รับชำระ ในกรณีที่มีส่วนประกอบด้านการจัดหาเงินที่มีนัยสำคัญจะรับรู้ด้วยมูลค่าปัจจุบันของสิ่งตอบแทน

ลูกหนี้หมุนเวียนอื่นแสดงมูลค่าตามจำนวนมูลค่าสุทธิที่จะได้รับ สภาวิชาชีพบัญชีฯ บันทึกค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น (ถ้ามี) ตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 9 ในการวัดมูลค่าผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นโดยวิธีอย่างง่าย

5.4 ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ และค่าเสื่อมราคา

ที่ดินแสดงในราคาทุนและไม่มีการคิดค่าเสื่อมราคาสำหรับที่ดิน

อาคารและอุปกรณ์แสดงในราคาทุนหักด้วยค่าเสื่อมราคาสะสมและผลขาดทุนจากการด้อยค่าสะสม (ถ้ามี)

ราคาทุนรับรู้เมื่อเริ่มแรกที่ได้สินทรัพย์มา รวมถึงต้นทุนทางตรงอื่นๆ ที่เกี่ยวกับการจัดหาสินทรัพย์ เพื่อให้สินทรัพย์อยู่ในสภาพพร้อมที่จะใช้ได้ตามวัตถุประสงค์ รวมทั้งต้นทุนในการรื้อถอนขนย้าย และการบูรณะสถานที่ตั้งของสินทรัพย์ที่เป็นภาระผูกพันของกิจการ (ถ้ามี)

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

ค่าเสื่อมราคาของอาคารและอุปกรณ์คำนวณจากราคาทุนหักมูลค่าคงเหลือของสินทรัพย์ตามอายุการให้ประโยชน์โดยประมาณของสินทรัพย์ ดังนี้

คอมพิวเตอร์	3 ปี
อุปกรณ์สำนักงาน	5 ปี

สภาองค์กรของผู้บริโภค
หมายเหตุประกอบงบการเงิน
วันที่ 30 กันยายน 2564

หน่วย : บาท

5. นโยบายการบัญชีที่สำคัญ (ต่อ)

สภาองค์กรของผู้บริโภค มีการทบทวนมูลค่าคงเหลือและอายุการให้ประโยชน์ทุกปี และคิดค่าเสื่อมราคาสำหรับส่วนประกอบของรายการสินทรัพย์แต่ละส่วนแยกต่างหากหากต่างกัน เมื่อส่วนประกอบแต่ละส่วนนั้นมีต้นทุนที่มีนัยสำคัญเมื่อเทียบกับต้นทุนทั้งหมดของสินทรัพย์นั้น ค่าเสื่อมราคารวมอยู่ในการคำนวณผลการดำเนินงาน ไม่มีการคิดค่าเสื่อมราคาสำหรับที่ดิน สินทรัพย์ระหว่างก่อสร้าง และอุปกรณ์ระหว่างติดตั้ง สภาองค์กรของผู้บริโภคตัดรายการที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ ออกจากบัญชีเมื่อจำหน่ายสินทรัพย์ รายการผลกำไรหรือขาดทุนจากการจำหน่ายหรือตัดจำหน่าย สินทรัพย์จะรับรู้ในงบรายได้และค่าใช้จ่าย

5.5 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

สินทรัพย์ไม่มีตัวตน ได้แก่ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ วัสดุมูลค่าด้วยราคาทุนหักด้วยค่าตัดจำหน่ายสะสม และผลขาดทุนจากการด้อยค่าสะสม (ถ้ามี)

สินทรัพย์ไม่มีตัวตนถูกตัดจำหน่ายและบันทึกในงบรายได้และค่าใช้จ่ายโดยวิธีเส้นตรงตามระยะเวลาที่คาดว่าจะได้รับประโยชน์ที่ประมาณไว้ นับจากวันที่อยู่ในสภาพพร้อมใช้งานดังนี้

โปรแกรมสำเร็จรูป

5 ปี

5.6 การด้อยค่าของสินทรัพย์ที่ไม่ใช่สินทรัพย์ทางการเงิน

ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ และสินทรัพย์ไม่มีตัวตน ที่มีอายุการใช้งานจำกัดจะมีการทบทวนการด้อยค่าเมื่อมีเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่บ่งชี้ว่า มูลค่าตามบัญชีอาจสูงกว่ามูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืน รายการขาดทุนจากการด้อยค่าจะรับรู้เมื่อมูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์สูงกว่ามูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืน ซึ่งมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืน คือ จำนวนที่สูงกว่าระหว่างมูลค่ายุติธรรมหักต้นทุนในการจำหน่ายเทียบกับมูลค่าจากการใช้ เพื่อวัตถุประสงค์ของการประเมินการด้อยค่า สินทรัพย์จะถูกจัดเป็นหน่วยที่เล็กที่สุดที่สามารถแยกออกมาได้ สินทรัพย์ที่มีการรับรู้รายการขาดทุนจากการด้อยค่าไปแล้ว จะมีการประเมินความเป็นไปได้ที่จะกลับรายการขาดทุนการด้อยค่า ณ วันที่ในงบแสดงฐานะการเงิน

สภาองค์กรของผู้บริโภค
หมายเหตุประกอบงบการเงิน
วันที่ 30 กันยายน 2564

หน่วย : บาท

5. นโยบายการบัญชีที่สำคัญ (ต่อ)

5.7 ผลประโยชน์ของพนักงาน

สภาองค์กรของผู้บริโภค มีภาระผูกพันสำหรับเงินชดเชยที่ต้องจ่ายให้แก่พนักงานเมื่อออกจากงาน ตามกฎหมายแรงงานและตามระเบียบของสภาองค์กรของผู้บริโภค ฉบับที่ 3 ว่าด้วยการบริหารงานบุคคล พ.ศ. 2564 ซึ่งสภาองค์กรของผู้บริโภค ถือว่าเงินชดเชยดังกล่าวเป็นโครงการผลประโยชน์หลังออกจากงานสำหรับพนักงาน

หนี้สินตามโครงการผลประโยชน์พนักงานหลังออกจากงานของพนักงานและตามโครงการผลประโยชน์ระยะยาวอื่นของพนักงานประมาณขึ้นตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัย ซึ่งต้องอาศัยข้อสมมติฐานต่างๆ ในการประมาณการนั้น เช่น อัตราคิดลด อัตราการขึ้นเงินเดือนในอนาคต อัตราการเสียชีวิต และอัตราการเปลี่ยนแปลงในจำนวนพนักงาน เป็นต้น

6. เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ประกอบด้วย

ณ วันที่ 30 กันยายน	2564
เงินสด	50,000.00
เงินฝากธนาคาร - กระแสรายวัน	487,584.00
เงินฝากธนาคาร - ออมทรัพย์	323,809,738.12
เงินฝากเพื่อสนับสนุน - กลไกเขตพื้นที่	282,000.00
เงินฝากเพื่อสนับสนุน - หน่วยงานประจำจังหวัด	429,470.94
รวมเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	325,058,793.06

สภาองค์กรของผู้บริโภค
หมายเหตุประกอบงบการเงิน
วันที่ 30 กันยายน 2564

หน่วย : บาท

7. ลูกหนี้หมุนเวียนอื่น ประกอบด้วย

ณ วันที่ 30 กันยายน	2564
ลูกหนี้อื่น	128,801.93
เงินทตรงจ่าย	56,050.00
ค่าใช้จ่ายล่วงหน้า	515,386.12
เงินมัดจำ	1,322,830.00
รวมลูกหนี้หมุนเวียนอื่น	2,023,068.05

8. ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์-สุทธิ ประกอบด้วย

ราคาทุน	22 มิถุนายน 2564	เพิ่มขึ้น	ลดลง	30 กันยายน 2564
คอมพิวเตอร์	-	1,874,025.00	-	1,874,025.00
อุปกรณ์สำนักงาน	-	125,618.99	-	125,618.99
งานระหว่างทำ	-	76,275.32	-	76,275.32
รวมราคาทุน	-	2,075,919.31	-	2,075,919.31
ค่าเสื่อมราคาสะสม				
คอมพิวเตอร์	-	135,236.88	-	135,236.88
อุปกรณ์สำนักงาน	-	2,181.82	-	2,181.82
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	-	137,418.70	-	137,418.70
อาคารและอุปกรณ์ - สุทธิ	-			1,938,500.61
ค่าเสื่อมราคาประจำปี	-			137,418.70

สภาองค์กรของผู้บริโภค
หมายเหตุประกอบงบการเงิน
วันที่ 30 กันยายน 2564

หน่วย : บาท

9. สินทรัพย์ไม่มีตัวตน ประกอบด้วย	
ณ วันที่ 30 กันยายน	2564
โปรแกรมคอมพิวเตอร์	109,033.00
หัก ค่าตัดจำหน่าย - สะสม	4,761.05
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน - สุทธิ	104,271.95
10. เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น ประกอบด้วย	
ณ วันที่ 30 กันยายน	2564
เจ้าหนี้การค้า	156,620.51
เจ้าหนี้อื่น :-	
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย	876,286.83
เงินประกัน	375,000.00
รวมเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	1,407,907.34

สภาองค์กรของผู้บริโภค
หมายเหตุประกอบงบการเงิน
วันที่ 30 กันยายน 2564

หน่วย : บาท

11. ภาวะผูกพัน-ผลประโยชน์ของพนักงาน ประกอบด้วย

	2564
ภาวะผูกพันของโครงการผลประโยชน์ของพนักงาน ยกมาต้นปี	-
ขาดทุนจากการประมาณการตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัย	-
ต้นทุนบริการและดอกเบี้ยจากการปรับปรุงในโครงการ :-	
- การปรับปรุงในโครงการผลประโยชน์พนักงานหลังออกจากงาน	-
- โครงการผลประโยชน์พนักงานระยะยาวอื่น	-
ต้นทุนบริการและดอกเบี้ยงวดปัจจุบัน	246,917.26
ภาวะผูกพันผลประโยชน์พนักงานที่จ่ายจริง	-
ภาวะผูกพันของโครงการผลประโยชน์พนักงาน ยกไปปลายปี	246,917.26

รายได้และค่าใช้จ่ายที่รับรู้ในงบรายได้และค่าใช้จ่ายเบ็ดเสร็จสำหรับงวดสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2564 มีรายละเอียดดังนี้

	2564
รับรู้ในรายได้และค่าใช้จ่าย	
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	246,917.26
รวม	246,917.26
รับรู้ในรายได้และค่าใช้จ่ายอื่น	
ขาดทุนจากการประมาณการตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัย	-
รวม	-

กำไรและขาดทุนจากการประมาณการตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัยที่รับรู้ในรายได้และค่าใช้จ่ายอื่นสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2564 เกิดขึ้นจาก

สภาองค์กรของผู้บริโภค
หมายเหตุประกอบงบการเงิน
วันที่ 30 กันยายน 2564

หน่วย : บาท

11. ภาระผูกพัน-ผลประโยชน์ของพนักงาน (ต่อ)

รับรู้ในรายได้และค่าใช้จ่ายเบ็ดเสร็จอื่น

	2564
การปรับปรุงจากประสบการณ์	-
สมมติฐานประชากร	-
สมมติฐานทางการเงิน	-
รวม	-

สภาองค์กรของผู้บริโภค ใช้ข้อสมมติฐานตามเกณฑ์คณิตศาสตร์ประกันภัยที่สำคัญ ดังนี้

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

การวิเคราะห์ความอ่อนไหว

การเปลี่ยนแปลงในแต่ละข้อสมมติฐานที่เกี่ยวข้องในการประมาณการตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัยที่อาจเป็นไปได้อย่างสมเหตุสมผล ณ วันที่รายงานโดยถือว่าข้อสมมติฐานอื่นๆ คงที่ จะมีผลกระทบต่อภาระผูกพันผลประโยชน์ของพนักงานที่กำหนดไว้ ณ วันที่ 30 กันยายน 2564 ดังนี้

ผลประโยชน์ของพนักงานหลังจากออกจากงาน	การเปลี่ยนแปลงมูลค่าปัจจุบันของ ภาระผูกพันผลประโยชน์ของพนักงาน	
	เพิ่มขึ้น	ลดลง
ภาระผูกพันของโครงการผลประโยชน์ของพนักงาน ณ วันที่ 30 กันยายน 2564		
อัตราคิดลด (เปลี่ยนแปลงร้อยละ 1.0)	(25,005.45)	29,768.43
อัตราการเพิ่มขึ้นของเงินเดือนในอนาคต (เปลี่ยนแปลงร้อยละ 1.0)	28,752.75	(24,713.84)
อัตราการหมุนเวียนพนักงาน (เปลี่ยนแปลงร้อยละ 20)	(17,072.63)	20,267.05

สภาองค์กรของผู้บริโภค
หมายเหตุประกอบงบการเงิน
วันที่ 30 กันยายน 2564

หน่วย : บาท

12. ทุนประเดิมเบื้องต้นจากรัฐบาล

ทุนประเดิมเบื้องต้นที่รัฐบาลถ่ายทอดให้เป็นการอุดหนุนสำหรับการดำเนินการ
จำนวน 350 ล้านบาท

13. รายจ่ายเกี่ยวกับการบริหารจัดการ ประกอบด้วย

ณ วันที่ 30 กันยายน	2564
ค่าใช้จ่ายการประชุม	1,418,264.00
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอาคารสถานที่	1,266,330.00
ค่าอุปกรณ์สำนักงาน	61,227.13
ค่าวัสดุสำนักงาน	129,116.85
ค่าพาหนะและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	22,359.00
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	117,364.10
ค่าสาธารณูปโภค	29,039.04
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสารสนเทศ	2,152.89
ค่าสอบบัญชี	100,000.00
ค่าใช้จ่ายอื่น	23,019.00
รวมรายจ่ายเกี่ยวกับการบริหารจัดการ	3,168,872.01

14. รายจ่ายแผนงาน โครงการและงานต่างๆ ประกอบด้วย

ณ วันที่ 30 กันยายน	2564
โครงการติดตามนโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค	39,900.00
โครงการสนับสนุนการศึกษาวิจัยเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค	6,395.00
ศูนย์บริการ ผบก.แบบเบ็ดเสร็จ One Stop Service	16,460.00
โครงการสนับสนุน/เฝ้าระวังปัญหาสินค้าและบริการกระทบต่อผู้บริโภค	1,318,144.75
โครงการสนับสนุนผู้บริโภคในการเฝ้าระวังปัญหาผู้บริโภค ๘ ด้าน	14,425.00
โครงการสนับสนุนการฟ้องคดีเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค	12,000.00
โครงการพัฒนาศักยภาพกลไกสภาองค์กรของผู้บริโภค	303,240.69
รวมรายจ่ายแผนงาน โครงการและงานต่างๆ	1,710,565.44

สภาองค์กรของผู้บริโภค
หมายเหตุประกอบงบการเงิน
วันที่ 30 กันยายน 2564

หน่วย : บาท

15.เงินที่สนับสนุนให้แก่องค์กรของผู้บริโภค	ประกอบด้วย	
ณ วันที่ 30 กันยายน		2564
กลไกเขตพื้นที่ :-		
กลไกเขตพื้นที่ภาคใต้		87,800.00
กลไกเขตพื้นที่ภาคตะวันออก		85,100.00
กลไกเขตพื้นที่ภาคเหนือ		102,200.00
กลไกเขตพื้นที่ภาคตะวันตก		88,400.00
หน่วยงานประจำจังหวัด :-		
หน่วยงานประจำจังหวัดสตูล		1,042,623.45
หน่วยงานประจำจังหวัดเชียงราย		980,185.65
หน่วยงานประจำจังหวัดลำปาง		900,630.00
หน่วยงานประจำจังหวัดฉะเชิงเทรา		1,085,139.61
หน่วยงานประจำจังหวัดกรุงเทพมหานคร		620,184.62
หน่วยงานประจำจังหวัดพะเยา		1,038,320.00
หน่วยงานประจำจังหวัดสุราษฎร์ธานี		779,412.00
หน่วยงานประจำจังหวัดลำพูน		458,305.00
หน่วยงานประจำจังหวัดประจวบคีรีขันธ์		1,067,000.00
หน่วยงานประจำจังหวัดสงขลา		842,148.00
หน่วยงานประจำจังหวัดเชียงใหม่		814,240.00
หน่วยงานประจำจังหวัดร้อยเอ็ด		165,562.00
รวมเงินที่สนับสนุนให้แก่องค์กรของผู้บริโภค		10,157,250.33

สภาองค์กรของผู้บริโภค
หมายเหตุประกอบงบการเงิน
วันที่ 30 กันยายน 2564

หน่วย : บาท

16. ภาระผูกพัน

ณ วันที่ 30 กันยายน 2564 สภาองค์กรของผู้บริโภคมีภาระผูกพันจากการทำใบสั่งซื้อ ใบสั่งจ้าง สัญญาต่างๆ ดังนี้

ลำดับ	สัญญา ใบสั่งซื้อ/สั่งจ้าง	วันที่ทำสัญญา	วันสิ้นสุดสัญญา	มูลค่าสัญญา	ภาระผูกพัน			
					งบประมาณปี 2565	งบประมาณปี 2566	งบประมาณปี 2567	จำนวนเงินรวม
1	สัญญาการเป็นสมาชิก บริษัท คอมมอนคราวด์ (ประเทศไทย) จำกัด การใช้พื้นที่สำนักงานอาคารจิตตาวเวอร์	18 มิ.ย. 64	30 มิ.ย. 67	14,568,264.00	4,776,480.00	4,836,186.00	3,761,478.00	13,374,144.00
2	การจัดฝึกอบรมพัฒนาศักยภาพเพื่อยกระดับการทำงานคุ้มครองผู้บริโภค สำหรับผู้ปฏิบัติงานในสภาองค์กรของผู้บริโภคทุกระดับ	31 ส.ค. 64	27 มิ.ย. 65	2,500,000.00	2,000,000.00	-	-	2,000,000.00
3	สัญญาจะซื้อจะขายที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง	16 ก.ย. 64	15 ต.ค. 64	26,500,000.00	26,000,000.00	-	-	26,000,000.00
4	โครงการสื่อสารนโยบายสภาองค์กรของผู้บริโภค ผ่าน influencer ในระบบอัตโนมัติทางการตลาด (Influencer Marketing Automation Platform)	17 ก.ย. 64	17 ก.ย. 65	2,000,000.00	2,000,000.00	-	-	2,000,000.00
5	โครงการสื่อสารสร้างความเข้าใจเพื่อขับเคลื่อนประเด็นบริการขนส่งมวลชนทุกชนิดขึ้นได้สภาองค์กรของผู้บริโภค	22 ก.ย. 64	22 ก.ย. 65	2,500,000.00	2,500,000.00	-	-	2,500,000.00

สภาองค์กรของผู้บริโภค
หมายเหตุประกอบงบการเงิน
วันที่ 30 กันยายน 2564

หน่วย : บาท

16. ภาวะผูกพัน (ต่อ)

ลำดับ	สัญญา ใบสั่งซื้อ/สั่งจ้าง	วันที่ทำสัญญา	วันสิ้นสุดสัญญา	มูลค่าสัญญา	ภาวะผูกพัน			
					งบประมาณปี 2565	งบประมาณปี 2566	งบประมาณปี 2567	จำนวนเงินรวม
6	การรับประกันความคิดเห็นและประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสภาองค์กรของผู้บริโภคปีงบประมาณ 2564	23 ก.ย. 64	22 ธ.ค. 64	1,482,250.00	1,482,250.00	-	-	1,482,250.00
7	โครงการเผยแพร่ประเด็นปัญหาผู้บริโภค แจ้งข่าวสารเตือนภัยและให้ความรู้ผู้บริโภค ผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ ดิจิทัลทีวีและสื่อสังคมออนไลน์	23 ก.ย. 64	23 ก.ย. 65	3,000,000.00	3,000,000.00	-	-	3,000,000.00
8	โครงการวิจัยและตรวจสอบสมรรถนะการห้ามล้อจักรยานยนต์ตามมาตรฐานการทดสอบในประเทศ	23 ก.ย. 64	20 มิ.ย. 65	2,826,230.00	2,826,230.00	-	-	2,826,230.00
9	โครงการสร้างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารในประเด็นนโยบายสาธารณะ และประชาสัมพันธ์สำนักงานและหน่วยงานประจำจังหวัดของสภาองค์กรของผู้บริโภค ผ่านสื่อดิจิทัลทีวี วิทยุ และสื่อออนไลน์	23 ก.ย. 64	18 ก.ย. 65	3,000,000.00	3,000,000.00	-	-	3,000,000.00
10	การบริหารจัดการดูแลระบบเว็บไซต์ และระบบรับเรื่องราวร้องทุกข์ สภาองค์กรของผู้บริโภค	27 ก.ย. 64	25 ม.ค. 65	9,630,000.00	9,630,000.00	-	-	9,630,000.00

สภาองค์กรของผู้บริโภค
หมายเหตุประกอบงบการเงิน
วันที่ 30 กันยายน 2564

หน่วย : บาท

16. ภาระผูกพัน (ต่อ)

ลำดับ	สัญญา ใบสั่งซื้อ/สั่งจ้าง	วันที่ทำสัญญา	วันสิ้นสุดสัญญา	มูลค่าสัญญา	ภาระผูกพัน			
					งบประมาณปี 2565	งบประมาณปี 2566	งบประมาณปี 2567	จำนวนเงินรวม
11	โครงการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจและภาพลักษณ์ สภาองค์กรของผู้บริโภค	27 ก.ย. 64	27 ก.ย. 65	3,000,000.00	3,000,000.00	-	-	3,000,000.00
12	การจ้างที่ปรึกษาทำหลักสูตรและฝึกอบรมพัฒนาศักยภาพงานไกลเกลี่ยเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคสำหรับผู้ปฏิบัติงานของสภาองค์กรของผู้บริโภค	27 ก.ย. 64	27 ก.ย. 65	900,000.00	900,000.00	-	-	900,000.00
13	จ้างทำโครงการทดสอบและวิเคราะห์ข้อมูลหน้ากานอนามัยที่กระทบต่อสิทธิของผู้บริโภค	6 ส.ค. 64	6 พ.ย. 64	400,000.00	100,000.00	-	-	100,000.00
14	จ้างที่ปรึกษาวิเคราะห์กฎหมายที่มีเงินรางวัลจากค่าปรับเพื่อสนับสนุนผู้บริโภค ในการเฝ้าระวังปัญหาผู้บริโภค	9 ส.ค. 64	6 ม.ค. 65	144,250.00	129,825.00	-	-	129,825.00
15	จ้างทดสอบสินค้าฟ้าทะลายโจรที่กระทบต่อสิทธิของผู้บริโภคสภาองค์กรของผู้บริโภค	14 ก.ย. 64	13 ธ.ค. 64	200,000.00	160,000.00	-	-	160,000.00

สภาองค์กรของผู้บริโภค
 หมายเหตุประกอบงบการเงิน
 วันที่ 30 กันยายน 2564

หน่วย : บาท

16. ภาวะผูกพัน (ต่อ)

ลำดับ	สัญญา ใบสั่งซื้อ/สั่งจ้าง	วันที่ทำสัญญา	วันสิ้นสุดสัญญา	มูลค่าสัญญา	ภาวะผูกพัน			
					งบประมาณปี 2565	งบประมาณปี 2566	งบประมาณปี 2567	จำนวนเงินรวม
16	จ้างสำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้บริโภคในการใช้บริการสินเชื่อออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือที่กระทบต่อสิทธิของผู้บริโภค สภาองค์กรของผู้บริโภค	14 ก.ย. 64	30 ต.ค. 64	198,000.00	158,400.00	-	-	158,400.00
17	จ้างวิจัยเรื่อง การศึกษากลไกการจ่ายและการควบคุมอัตราดอกเบี้ยจ่ายค่าบริการกรมการดูแลผู้เปราะบางและผู้เปราะบางและผู้เปราะบาง 72 ชั่วโมง	20 ก.ย. 64	28 พ.ค. 65	416,000.00	416,000.00	-	-	416,000.00
18	จ้างการจัดทำและผลิตคู่มือปฏิบัติงานรับเรื่องร้องทุกข์สภาองค์กรของผู้บริโภค	20 ก.ย. 64	19 พ.ย. 64	73,295.00	73,295.00	-	-	73,295.00
19	จ้างผู้สอบบัญชี ประจำปี 2564 ของสภาองค์กรของผู้บริโภค	23 ก.ย. 64	29 ธ.ค. 64	40,000.00	40,000.00	-	-	40,000.00
20	จ้างผู้สอบบัญชี ประจำปี 2564 ของสาขาสภาองค์กรของผู้บริโภค จำนวน 11 สาขา	23 ก.ย. 64	29 ธ.ค. 64	60,000.00	60,000.00	-	-	60,000.00

สภาองค์กรของผู้บริโภค
หมายเหตุประกอบงบการเงิน
วันที่ 30 กันยายน 2564

หน่วย : บาท

16. ภาระผูกพัน (ต่อ)

ลำดับ	สัญญา ใบสั่งซื้อ/สั่งจ้าง	วันที่ทำสัญญา	วันสิ้นสุดสัญญา	มูลค่าสัญญา	ภาระผูกพัน			
					งบประมาณปี 2565	งบประมาณปี 2566	งบประมาณปี 2567	จำนวนเงินรวม
21	โครงการศึกษาปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคและการบังคับใช้กฎหมายของหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภค และการจัดทำรายงานการละเมิดสิทธิผู้บริโภคระดับจังหวัด	23 ก.ย. 64	28 ธ.ค. 64	120,000.00	120,000.00	-	-	120,000.00
22	จ้างทำโครงการรถโดยสารสาธารณะของทุกคน Everyone's public transport project ด่านขนส่งและยานพาหนะ	30 ก.ย. 64	29 ธ.ค. 64	29,950.00	29,950.00	-	-	29,950.00
23	จ้างทำโครงการสร้างเครือข่ายแกนนำเฝ้าระวังอาหารและยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ ที่ไม่ปลอดภัย จังหวัดอุบลราชธานี ด้านอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ	30 ก.ย. 64	29 พ.ย. 64	30,000.00	30,000.00	-	-	30,000.00
24	จ้างทำโครงการเฝ้าระวังตู้จำหน่ายเครื่องดื่มร้อน อ้าเภอเทียนชา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ	30 ก.ย. 64	29 พ.ย. 64	29,350.00	29,350.00	-	-	29,350.00
25	จ้างทำโครงการเครือข่ายผู้บริโภคเฝ้าระวังปัญหาสินค้าและบริการ ผ่านระบบออนไลน์ จ.อุบลราชธานี ด้านสินค้าและบริการทั่วไป	30 ก.ย. 64	29 ธ.ค. 64	30,000.00	30,000.00	-	-	30,000.00
26	จ้างทำโครงการมหาวิทยาลัยสารนิพนธ์ของสภาผู้บริโภค จ.ร้อยเอ็ด ด้านสินค้าและบริการทั่วไป	30 ก.ย. 64	28 ม.ค. 65	30,000.00	30,000.00	-	-	30,000.00
	รวม			73,707,589.00	62,521,780.00	4,836,186.00	3,761,478.00	71,119,444.00

สภาองค์กรของผู้บริโภค
หมายเหตุประกอบงบการเงิน
วันที่ 30 กันยายน 2564

หน่วย : บาท

18. งบประมาณอนุมัติที่สำคัญดังนี้

ลำดับ	แผนงานที่ได้รับอนุมัติ	วันที่อนุมัติ	วันที่สิ้นสุด การ ดำเนินงาน	วงเงินงบประมาณ อนุมัติ
งบประมาณอนุมัติของการปรับปรุงและตกแต่งอาคาร				
1	งบประมาณสำหรับการปรับปรุงและตกแต่งอาคารสำนักงาน ตามมติของคณะกรรมการนโยบาย ครั้งที่ 12/2564	17 ก.ย. 64	17 ก.ย. 65	23,500,000.00
รวม งบประมาณอนุมัติของการปรับปรุงและตกแต่งอาคาร				23,500,000.00

19. การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

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

20. การอนุมัติงบการเงิน

งบการเงินได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการนโยบายสภาองค์กรของผู้บริโภค เมื่อวันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2565





“

จากที่ไม่เคยตระหนักถึงสิทธิของความเป็นผู้บริโภคร
พอได้มาศึกษาข้อมูลเพื่อทำสื่อ จึงได้รู้ว่าปัญหา
ที่ผู้บริโภครประสบนั้นมีมากเหลือเกิน บางครั้งก็คิดว่า
เรื่องบางเรื่องเป็นเรื่องปกติ แต่ความจริงแล้ว
มันไม่ปกติ เส้นทางของการสร้างคุณภาพชีวิต
ให้ประชาชนแม้จะยากและเนิ่นนาน

แต่ขอขอบคุณทุกคนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง
ในการผลักดันกฎหมายจนเกิดองค์กรของผู้บริโภคร
นี้ขึ้นมาในที่สุดครับ

”

พัฒน: จีรวงศ์

ผู้กำกับภาพยนตร์สั้น

เรื่ององค์กรอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคร ๖+๑ ปี พ.ศ. ๒๕๕๖

ภาคผนวก



คณะกรรมการนโยบายสภาองค์กรของผู้บริโภค

ลำดับ	ชื่อ - สกุล	ตำแหน่ง
๑	นายดำรง พุฒตาล	ที่ปรึกษาคณะกรรมการนโยบาย
๒	นางดวงตา ตันโซ	ที่ปรึกษาคณะกรรมการนโยบาย
๓	นางสาวบุญยืน ศิริธรรม	ประธานสภา
๔	นายวีรพงษ์ เกรียงสินยศ	รองประธานสภา คนที่ ๑
๕	นายนิมิตร เทียนอุดม	รองประธานสภา คนที่ ๒
๖	นางสาวพิมพ์ลี นิตาวัฒนานันท์	กรรมการผู้แทนเขตภาคเหนือ
๗	นางบุพพัณฑ์ คำธิตา	กรรมการผู้แทนเขตภาคเหนือ
๘	นายปฏิวัติ เฉลิมชาติ	กรรมการผู้แทนเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
๙	นางสาวสิรินนา เพชรรัตน์	กรรมการผู้แทนเขตภาคใต้
๑๐	นายเริงชัย ตันสกุล	กรรมการผู้แทนเขตภาคใต้
๑๑	นางสาวชลดา บุญเกษม	กรรมการผู้แทนเขตภาคกลาง
๑๒	นางสาววิภารัตน์ พิพัฒน์เตชากร	กรรมการผู้แทนเขตภาคตะวันตก
๑๓	นายกิตชัย กิตติคุณ	กรรมการผู้แทนเขตภาคตะวันออก
๑๔	นายสมชาย กระจ่างแสง	กรรมการผู้แทนเขตกรุงเทพมหานคร
๑๕	นายกมล กมลตระกูล	กรรมการผู้เชี่ยวชาญด้านการเงินและการธนาคาร
๑๖	นายสุเมธ องกิตติกุล	กรรมการผู้เชี่ยวชาญด้านการขนส่งและยานพาหนะ
๑๗	นายจุมพล ชื่นจิตต์ศิริ	กรรมการผู้เชี่ยวชาญด้านอสังหาริมทรัพย์และที่อยู่อาศัย
๑๘	นายภาณุโชติ ทองยัง	กรรมการผู้เชี่ยวชาญด้านอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ
๑๙	นางสาวสุภัทรา นาคะผิว	กรรมการผู้เชี่ยวชาญด้านบริการสุขภาพ
๒๐	นายไพบุลย์ ช่างทอง	กรรมการผู้เชี่ยวชาญด้านสินค้าและบริการทั่วไป
๒๑	นางสาวสุภิญญา กลางณรงค์	กรรมการผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสาร โทรคมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศ
๒๒	นายประสาธ มีแต่้ม	กรรมการผู้เชี่ยวชาญด้านบริการสาธารณะ พลังงานและสิ่งแวดล้อม

ผู้บริหารสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค

ลำดับ	ชื่อ - สกุล	ตำแหน่ง
๑	นางสาวสารี อ๋องสมหวัง	เลขาธิการสภาองค์กรของผู้บริโภค
๒	นางสุภาพร ถิ่นวัฒนากุล	รองเลขาธิการสภาองค์กรของผู้บริโภค
๓	นายอิฐบุรณ์ อ้นวงษา	รองเลขาธิการสภาองค์กรของผู้บริโภค
๔	นางสาววรลักษณ์ ศรีวัย	หัวหน้าฝ่ายนโยบายและนวัตกรรม
๕	นางสาวแหวดาว เขียวเกษม	หัวหน้าฝ่ายสนับสนุนสมาชิก และองค์กรของผู้บริโภค
๖	นายสุรชัย โรจนไพรวงศ์	หัวหน้าฝ่ายบริหารสำนักงาน
๗	นายวิฑูรย์ บุตรสาระ	หัวหน้าฝ่ายงานเลขาธิการ
๘	นายโสภณ หนูรัตน์	หัวหน้าฝ่ายคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิ
๙	นางสาวสถาพร อารักษ์วฑนะ	หัวหน้าฝ่ายสื่อสารสาธารณะและประชาสัมพันธ์



คณะอนุกรรมการ ๘ ด้าน

ด้านการเงินและการธนาคาร	
รายชื่อ	ตำแหน่ง
๑. นายกมล กมลตระกูล	ประธานอนุกรรมการ
๒. นางชโลม เกตุจินดา	อนุกรรมการ
๓. นางนฤมล เมฆบริสุทธิ์	อนุกรรมการ
๔. นางสาวอาจิน จุ่งลภ	อนุกรรมการ
๕. นางสาวธารทิพย์ ศรีสุวรรณเกษตร	อนุกรรมการ
๖. นายจิณณะ แยม่อวม	อนุกรรมการ
๗. นางสาวมลฤดี ณิชากรพงศ์	อนุกรรมการ
๘. นางอรมนต์ จันทพันธ์	อนุกรรมการ

ด้านบริการสาธารณะ พลังงาน และสิ่งแวดล้อม	
รายชื่อ	ตำแหน่ง
๑. นายประสาท มีแต่้ม	ประธานอนุกรรมการ
๒. นางสาวบุญยืน ศิริธรรม	อนุกรรมการ
๓. พ.ท. หญิง กมลพรรณ ชิวพันธ์ศรี	อนุกรรมการ
๔. นางสาวเพ็ญโฉม แซ่ตั้ง	อนุกรรมการ
๕. นางสาวจริยา เสนพงศ์	อนุกรรมการ
๖. นางสาวรสนา โตสีตระกูล	อนุกรรมการ
๗. นายชาติ เจริญลาภนพรัตน์	อนุกรรมการ
๘. นายเรจชัย ต้นสกุล	อนุกรรมการ

คณะอนุกรรมการ ๘ ด้าน

ด้านอสังหาริมทรัพย์และที่อยู่อาศัย	
รายชื่อ	ตำแหน่ง
๑. นายจุมพล ชื่นจิตต์ศิริ	ประธานอนุกรรมการ
๒. นางสาวสิรินนา เพชรรัตน์	อนุกรรมการ
๓. นางสาวกชนุช แสงแกลง	อนุกรรมการ
๔. นายสุนทร สุริโย	อนุกรรมการ
๕. นางประจวบ ทิทอง	อนุกรรมการ
๖. นางสาวสรณรัชฎ์ กาญจนะวณิชช์	อนุกรรมการ
๗. นายเฉลิมพงษ์ กลับดี	อนุกรรมการ
๘. นางทรงศิริ จุมพล	อนุกรรมการ

ด้านบริการสุขภาพ	
รายชื่อ	ตำแหน่ง
๑. นางสาวสุภัทรา นาคะผิว	ประธานอนุกรรมการ
๒. นางบุพผพันธ์ คำธิตา	อนุกรรมการ
๓. นางกัลยพรรณ ตังหวั่ง	อนุกรรมการ
๔. นางสาวสุภาวดี วิเวก	อนุกรรมการ
๕. นายมนัส โกศล	อนุกรรมการ
๖. นายอรรถพร ลิ้มปัญญาเลิศ	อนุกรรมการ
๗. นายสมชาย กระจำแสง	อนุกรรมการ
๘. นางอาภรณ์ อะทาโส	อนุกรรมการ

คณะอนุกรรมการ ๘ ด้าน

ด้านสินค้าและบริการทั่วไป	
รายชื่อ	ตำแหน่ง
๑. นายไพบูลย์ ช่างทอง	ประธานอนุกรรมการ
๒. นางสาวพิมพ์ลีสี่ นิสาววัฒนานันท์	อนุกรรมการ
๓. นางสาวทัศนีย์ แน่นอุดร	อนุกรรมการ
๔. นางชุนทร ศรีเสาวชาติ	อนุกรรมการ
๕. นายชัยภวิศร์ ธวัชชัยนันท์	อนุกรรมการ
๖. นายวีระพันธ์ รังสิวิจิตรประภา	อนุกรรมการ
๗. นางสาวสิวินีย์ สวัสดิ์อารี	อนุกรรมการ
๘. นายสุทธิศักดิ์ ภัทรมานะวงศ์	อนุกรรมการ

ด้านการสื่อสาร โทคมขนาดมและเทคโนโลยีสารสนเทศ	
รายชื่อ	ตำแหน่ง
๑. นางสาวสุภิญญา กลางณรงค์	ประธานอนุกรรมการ
๒. นางสาวจุฑา สังขชาติ	อนุกรรมการ
๓. นายนคร เสรีรักษ์	อนุกรรมการ
๔. นางสาวโสภิตา วีระกุลเทวัญ	อนุกรรมการ
๕. นายรุจน์ โกมลบุตร	อนุกรรมการ
๖. นายอาทิตย์ สุริยวงศ์กุล	อนุกรรมการ
๗. นางสาวชลดา บุญเกษม	อนุกรรมการ

คณะอนุกรรมการ ๘ ด้าน

ด้านขนส่งและยานพาหนะ	
รายชื่อ	ตำแหน่ง
๑. นายสุเมธ องกิตติกุล	ประธานอนุกรรมการ
๒. นายปฏิวัติ เฉลิมชาติ	อนุกรรมการ
๓. นายสว่าง ศรีสม	อนุกรรมการ
๔. นางสาวสลิสร ทองมีนสุข	อนุกรรมการ
๕. นายธนพงษ์ จี๋นวงษ์	อนุกรรมการ
๖. นายอภิวัฒน์ รัตนวราหะ	อนุกรรมการ
๗. นายจิตติพัฒน์ ไทยจงรักษ์	อนุกรรมการ

ด้านอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ	
รายชื่อ	ตำแหน่ง
๑. นายภาณุโชติ ทองยัง	ประธานอนุกรรมการ
๒. นายสมศักดิ์ ชมภูบุตร	อนุกรรมการ
๓. นางสาวปรกชล อู๋ทรัพย์	อนุกรรมการ
๔. นางสาวกรรณิการ์ กิจติเวชกุล	อนุกรรมการ
๕. นายไพโรจน์ แก้วมณี	อนุกรรมการ
๖. นางยุพดี ศิริสินสุข	อนุกรรมการ
๗. นางสาวจิราพร ลีмпานานนท์	อนุกรรมการ

คณะกรรมการด้านการศึกษา

คณะกรรมการด้านการศึกษา ภายใต้คณะกรรมการ ด้านสินค้าและบริการทั่วไป	
รายชื่อ	ตำแหน่ง
๑. นายคมเทพ ประภาณนต์	ประธานคณะกรรมการ
๒. นายเริงชัย ต้นสกุล	คณะกรรมการ
๓. พ.ท. หญิง กมลพรรณ ชิวพันธ์ศรี	คณะกรรมการ
๔. นางกมลทิพย์ ใบเงิน	คณะกรรมการ
๕. นางรัชณี ธงไชย	คณะกรรมการ
๖. นายสมชาย คุ่มพูล	คณะกรรมการ
๗. นายสาโรช บุตรเนียร	คณะกรรมการ



องค์กรสมาชิกสภาองค์กรของผู้บริโภค ปี ๒๕๖๕

ลำดับ	รายชื่อองค์กร	ที่อยู่
๑	เครือข่ายประชาชนปกป้องประเทศ	๕๑ หมู่ที่๑๗ หมู่บ้านวินด์มิลล์ ถนนบางนา-ตราด กม.๑๐ ตำบลบางพลีใหญ่ อำเภอบางพลีใหญ่ จังหวัดสมุทรปราการ ๑๐๕๕๐
๒	มูลนิธิเข้าถึงเอดส์	๔๘/๒๘๓ ถนนรามคำแหง แขวงสะพานสูง เขตสะพานสูง กรุงเทพมหานคร ๑๐๒๔๐
๓	มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค	๔/๒ ซอยวิวัฒน์โยธิน แขวงพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร ๑๐๔๐๐
๔	เครือข่ายนักวิชาการเพื่อผู้บริโภค	๑๒๖ ถนนประชาอุทิศ แขวงบางมด เขตทุ่งครุ กรุงเทพมหานคร ๑๐๑๔๐
๕	ชมรมคัมภีร์ผู้บริโภคเขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร	๙๔ ถนนบรรทัดทอง แขวงถนนเพชรบุรี เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร ๑๐๕๐๐
๖	ชมรมคัมภีร์ผู้บริโภคเขตหนองจอก	๓๐/๒ หมู่ที่ ๒ แขวงโคกแฝด เขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร ๑๐๕๓๐
๗	ชมรมคัมภีร์ผู้บริโภคเขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร	๖๔๓ ถนนลาดพร้าว แขวงวังทองหลาง เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร ๑๐๓๑๐
๘	ชมรมคัมภีร์ผู้บริโภคเขตบางคอแหลม กรุงเทพมหานคร	๑๙๓ ถนนพระราม ๓ แขวงบางคอแหลม เขตบางคอแหลม กรุงเทพมหานคร ๑๐๑๒๐
๙	ชมรมคัมภีร์ผู้บริโภคเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร	๑๖๖/๓๙๔ หมู่บ้านณัฐกานต์ ๕ ซอยพหลโยธิน ๕๒ แขวงคลองถนน เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร ๑๐๒๒๐
๑๐	ชมรมคัมภีร์ผู้บริโภคเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร	๓๓๓ ถนนสีหบุรานุกิจ แขวงแสนแสบ เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร ๑๐๕๑๐
๑๑	ชมรมคัมภีร์ผู้บริโภคเขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร	๖๗/๔๖ ซอยพุทธมณฑล สาย ๓ ซอย๑๙ แยก ๑๒ แขวงศาลาธรรมสพน์ เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร ๑๐๑๗๐
๑๒	ชมรมคัมภีร์ผู้บริโภคเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร	๒๕๘ ถนนสมเด็จพระเจ้าพระยา แขวงสมเด็จพระเจ้าพระยา เขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร ๑๐๖๐๐
๑๓	สมาคมเครือข่ายผู้ประกอบการแห่งชาติ	๓๖๔/๒๓ ซอยพระรามเก้า ๑๗ แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร ๑๐๓๑๐
๑๔	กลุ่มไพรเวซี ไทยแลนด์ (Privacy Thailand)	๕๒/๕๘๘ ซอยจรัญสนิทวงศ์ ๙๖/๑ ถนนจรัญสนิทวงศ์ แขวงบางอ้อ เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร ๑๐๗๐๐
๑๕	ชมรมคัมภีร์ผู้บริโภคเขตบางนา	๘๘๘ ถนนสรรพาวุธ แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพมหานคร ๑๐๒๖๐
๑๖	ศูนย์คัมภีร์สิทธิผู้บริโภคประชาชน จังหวัดนนทบุรี	๑๒๐/๓๓ หมู่ที่ ๙ ถนนกาญจนาภิเษก ตำบลบางรักพัฒนา อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี ๑๑๑๑๐
๑๗	ประชาคมงดเหล้าจังหวัดนนทบุรี	๑๑๘/๗ หมู่ที่ ๙ ถนนกาญจนาภิเษก ตำบลบางรักพัฒนา อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี ๑๑๑๑๐

องค์กรสมาชิกสภาองค์กรของผู้บริโภค ปี ๒๕๖๔

ลำดับ	รายชื่อองค์กร	ที่อยู่
๑๘	ชมรมเมฆขาว	๑-๑๐๐ ถนนสุวรรณศร ตำบลนครนายก อำเภอเมืองนครนายก จังหวัดนครนายก ๒๖๐๐๐
๑๙	ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคตำบลหัวโตน	๒๑ หมู่ที่ ๘ ตำบลหัวโตน อำเภอสุวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด ๔๕๑๓๐
๒๐	ชมรมคุ้มครองผู้บริโภค ตำบลหนองใหญ่	๑๐๑ หมู่ที่ ๘ ตำบลหนองใหญ่ อำเภอศรีสมเด็จ จังหวัดร้อยเอ็ด ๔๕๐๐๐
๒๑	ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชนตำบลกู่กาสิงห์	๔๕ หมู่ที่ ๒ ตำบลกู่กาสิงห์ อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด ๔๕๑๕๐
๒๒	ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคตำบลโคกกล่าม	๑๒ หมู่ที่ ๑๑ ตำบลโคกกล่าม อำเภอจตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด ๔๕๑๘๐
๒๓	ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคตำบลเทอดไทย	๑๐๗ หมู่ที่ ๘ ตำบลเทอดไทย อำเภอทุ่งเขาหลวง จังหวัดร้อยเอ็ด ๔๕๑๗๐
๒๔	ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคตำบลเชียงใหม่	๒๓๒ หมู่ที่ ๘ ตำบลเชียงใหม่ อำเภอโพธิ์ชัย จังหวัดร้อยเอ็ด ๔๕๒๓๐
๒๕	ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคตำบลเมืองบัว	๒๐ หมู่ที่ ๑ ตำบลเมืองบัว อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด ๔๕๑๕๐
๒๖	ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน จังหวัดยโสธร	๑๖๙ หมู่ที่ ๓ ตำบลก้าแมต อำเภอกุตุชุม จังหวัดยโสธร ๕๓๑๔๐
๒๗	เครือข่ายองค์กรผู้บริโภค อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น	๙๗ หมู่ที่ ๑๔ บ้านโนนสูง ตำบลในเมือง อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น ๔๐๑๕๐
๒๘	กลุ่มเพื่อนไดโนเสาร์	๔๘ หมู่ที่ ๑๐ โรงพยาบาลสหพันธ์ ตำบลโนนบุรี อำเภอสหพันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ ๔๖๑๔๐
๒๙	องค์กรเครือข่ายเพื่อนกาฬสินธุ์	๙ หมู่ที่ ๗ นิคมสร้างตนเองลำปาว ตำบลนิคม อำเภอสหพันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ ๔๖๑๔๐
๓๐	เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค จังหวัดอุบลราชธานี	๓๖๓ หมู่ที่ ๑๐ ตำบลโนนผึ้ง อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี ๓๔๑๙๐
๓๑	หน่วยรับเรื่องร้องเรียนอื่นที่เป็นอิสระจากผู้ถูกร้องเรียนตามมาตรา ๕๐ (๕) ฉะเชิงเทรา	๓๓๓/๓ หมู่ที่ ๑ ตำบลนครสารคาม อำเภอพนมสารคาม จังหวัดฉะเชิงเทรา ๒๔๑๖๐
๓๒	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค จังหวัดฉะเชิงเทรา	๓๓๓/๓ หมู่ที่ ๑ ตำบลนครสารคาม อำเภอพนมสารคาม จังหวัดฉะเชิงเทรา ๒๔๑๖๐
๓๓	ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชนจังหวัดฉะเชิงเทรา (ประเด็นคนพิการ)	๖ หมู่ที่ ๓ ตำบลหมอนทอง อำเภอบางน้ำเปรี้ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา ๒๔๑๕๐
๓๔	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค อำเภอบางน้ำเปรี้ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา (ประเด็นคนพิการ)	๑๔/๑ หมู่ที่ ๑๖ ตำบลโพรงอากาศ อำเภอบางน้ำเปรี้ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา ๒๔๑๕๐

องค์กรสมาชิกสภาองค์กรของผู้บริโภค ปี ๒๕๖๕

ลำดับ	รายชื่อองค์กร	ที่อยู่
๓๕	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค จังหวัดฉะเชิงเทรา อ.บางปะกง ประเด็นเด็กและเยาวชน	๑๒๙/๑๗๐ หมู่ที่ ๓ ตำบลบางสมัคร อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ๒๔๑๓๐
๓๖	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคอำเภอ บางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา (ประเด็นคนพิการ)	๕๔/๓๗ หมู่ที่ ๕ ตำบลท่าสะพาน อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ๒๔๑๓๐
๓๗	ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพ ประชาชน จังหวัดฉะเชิงเทรา (อ.แปลงยาว) (ประเด็น เกษตรกร)	๖๑/๑๐ หมู่ที่ ๙ ตำบลหัวสำโรง อำเภอแปลงยาว จังหวัดฉะเชิงเทรา ๒๔๑๙๐
๓๘	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคอำเภอ คลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา (ประเด็นเกษตรกร)	๗/๒ หมู่ที่ ๒ ตำบลคลองเขื่อน อำเภอคลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา ๒๔๐๐๐
๓๙	ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพ ประชาชนจังหวัดฉะเชิงเทรา	๓๓๓/๓ หมู่ที่ ๑ ตำบลนครสวรรค์ อำเภอพนมสารคาม จังหวัดฉะเชิงเทรา ๒๔๑๒๐
๔๐	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจังหวัด ฉะเชิงเทรา (อำเภอราชสาส์น) (ประเด็นเด็กและเยาวชน)	๑๑๔ หมู่ที่ ๔ ตำบลดงน้อย อำเภอราชสาส์น จังหวัดฉะเชิงเทรา ๒๔๑๒๐
๔๑	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจังหวัด ฉะเชิงเทรา ประเด็นเกษตรกร	๔๓ หมู่ที่ ๘ ตำบลแปลงยาว อำเภอแปลงยาว จังหวัดฉะเชิงเทรา ๒๔๑๙๐
๔๒	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคอำเภอ พนมสารคาม จังหวัดฉะเชิงเทรา (ประเด็นสตรี)	๗๗/๕๗ หมู่ที่ ๒ ถนนเทศบาล ๑๒ ตำบลพนมสารคาม อำเภอพนมสารคาม จังหวัดฉะเชิงเทรา ๒๔๑๒๐
๔๓	ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพ ประชาชน จังหวัดฉะเชิงเทรา (ประเด็นเกษตรกร)	๑๑/๓ หมู่ที่ ๓ ตำบลท่าตะเกียบ อำเภอท่าตะเกียบ จังหวัดฉะเชิงเทรา ๒๔๑๖๐
๔๔	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค จังหวัดฉะเชิงเทรา ประเด็นคนพิการ	๒๓/๓ หมู่ที่ ๒ ตำบลบางขวัญ อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา ๒๔๐๐๐
๔๕	ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพ ประชาชน จังหวัดฉะเชิงเทรา ประเด็นผู้สูงอายุ	๘ หมู่ที่ ๓ ตำบลสาวชะโงก อำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา ๒๔๑๑๐
๔๖	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค อำเภอท่าตะเกียบ จังหวัดฉะเชิงเทรา (ประเด็นเกษตรกร)	๑๑/๓ หมู่ที่ ๓ ตำบลท่าตะเกียบ อำเภอท่าตะเกียบ จังหวัดฉะเชิงเทรา ๒๔๑๖๐
๔๗	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ตำบลบางแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา	๓๔ หมู่ที่ ๑๐ ตำบลบางแก้ว อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา ๒๔๐๐๐

องค์กรสมาชิกสภาองค์กรของผู้บริโภค ปี ๒๕๖๔

ลำดับ	รายชื่อองค์กร	ที่อยู่
๔๘	ศูนย์คุ้มครองผู้บริโภค ตำบลหนองหว้า จังหวัดสระแก้ว	๕๗ หมู่ที่ ๑๖ ตำบลหนองหว้า อำเภอเขาฉกรรจ์ จังหวัดสระแก้ว ๒๗๐๐๐
๔๙	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค จังหวัดสระแก้ว	๓๖๙/๘๐ ถนนสุวรรณศร ตำบลสระแก้ว อำเภอเมืองสระแก้ว จังหวัดสระแก้ว ๒๗๐๐๐
๕๐	ศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคตำบลพระเพลิง	๒๐ หมู่ที่ ๗ ตำบลพระเพลิง อำเภอเขาฉกรรจ์ จังหวัดสระแก้ว ๒๗๐๐๐
๕๑	กลุ่มคนรักสุขภาพบ้านเขาใหญ่	๑๐๒/๑๖ หมู่ที่ ๑ ตำบลท่ามะขาม อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ๗๑๐๐๐
๕๒	เครือข่ายประชาชนคุ้มครองสิทธิ	๔๗/๑ หมู่ที่ ๓ ตำบลท่าเสา อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี ๗๑๑๕๐
๕๓	ศูนย์คุ้มครองสิทธิตำบลปากแพรก	๑๓๒/๕๖ หมู่ที่ ๑๐ ตำบลปากแพรก อำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี ๗๑๐๐๐
๕๔	เครือข่ายพลังสังคม จังหวัดกาญจนบุรี	๕๙ หมู่ที่ ๑๓ ถนนเลาขวัญ-หนองปรือ ตำบลทุ่งกระบือ อำเภอเลาขวัญ จังหวัดกาญจนบุรี ๗๑๒๑๐
๕๕	ศูนย์ประสานงานสิทธิชุมชน อำเภอสังขละบุรี	๓๒ หมู่ที่ ๑ ตำบลปรางค์ อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี ๗๑๒๔๐
๕๖	กลุ่มคนรักสุขภาพเทศบาล เมืองกาญจนบุรี	๒๘๙ ถนนเตาปูน ตำบลบ้านเหนือ อำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี ๗๑๐๐๐
๕๗	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ตำบลหนองโรง	๓/๒ หมู่ที่ ๑ ตำบลหนองโรง อำเภอพนมทวน จังหวัดกาญจนบุรี ๗๑๑๔๐
๕๘	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค จังหวัดนครปฐม	๑๙/๔๓ ตำบลลำพญา อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม ๗๓๐๐๐
๕๙	สหาคีความร่วมมือนักประชาชน จังหวัดนครปฐม	๑๙/๔๓ ตำบลลำพญา อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม ๗๓๐๐๐
๖๐	เครือข่ายองค์กรงดเหล้า จังหวัดนครปฐม	๑๙/๔๓ ตำบลลำพญา อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม ๗๓๐๐๐
๖๑	ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพ ประชาชนจังหวัดนครปฐม	๑๙/๔๓ หมู่ที่ ๕ ตำบลลำพญา อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัด นครปฐม ๗๓๐๐๐
๖๒	เครือข่ายองค์กรงดเหล้า จังหวัดสมุทรสงคราม	๑๐๕/๑๓ หมู่ที่ ๒ ตำบลบางแก้ว อำเภอเมืองสมุทรสงคราม จังหวัดสมุทรสงคราม ๗๕๐๐๐
๖๓	ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพ ประชาชนภาคตะวันตก	๑๐๕/๑๖ หมู่ที่ ๒ ตำบลบางแก้ว อำเภอเมืองสมุทรสงคราม จังหวัดสมุทรสงคราม ๗๕๐๐๐
๖๔	ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพ ประชาชน จังหวัดสมุทรสงคราม	๒/๗๑ หมู่ที่ ๒ ตำบลบางแก้ว อำเภอเมืองสมุทรสงคราม จังหวัดสมุทรสงคราม ๗๕๐๐๐
๖๕	สมาคมผู้บริโภคภาคตะวันตก	๑๐๕/๑๖ หมู่ที่ ๒ ตำบลบางแก้ว อำเภอเมืองสมุทรสงคราม จังหวัดสมุทรสงคราม ๗๕๐๐๐

องค์กรสมาชิกสภาองค์กรของผู้บริโภค ปี ๒๕๖๔

ลำดับ	รายชื่อองค์กร	ที่อยู่
๖๖	ศูนย์เพื่อผู้บริโภคจังหวัดสุพรรณบุรี	๓๑/๔ หมู่ที่ ๓ ตำบลสนามชัย อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี ๗๒๐๐๐
๖๗	ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพ ประชาชนจังหวัดประจวบคีรีขันธ์	๑/๕๖ หมู่บ้านเตชินี ๕ ถ.มหาราช ตำบลประจวบคีรีขันธ์ อำเภอเมืองประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ๗๗๐๐๐
๖๘	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค อำเภอเมืองประจวบคีรีขันธ์	๓๙/๗ ถ. สุขใจ ตำบลประจวบคีรีขันธ์ อำเภอเมืองประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ๗๗๐๐๐
๖๙	องค์กรคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ตำบลทองมงคล อำเภอบางสะพาน	๑๖๐ หมู่ที่ ๑๐ ตำบลทองมงคล อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ๗๗๒๓๐
๗๐	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	๒๖๐ หมู่ที่ ๒ ตำบลหนองพลับ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ๗๗๑๑๐
๗๑	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคอำเภอ บางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	๒๗๓/๒ หมู่ที่ ๔ ตำบลทองมงคล อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ๗๗๒๓๐
๗๒	องค์กรคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ตำบลคลองวาฬ	๒๐๑ หมู่ที่ ๑ ตำบลคลองวาฬ อำเภอเมืองประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ๗๗๐๐๐
๗๓	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคอำเภอ ทับสะแก จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	๑๐๓ หมู่ที่ ๑๐ ตำบลอ่างทอง อำเภอทับสะแก จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ๗๗๑๓๐
๗๔	องค์กรคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ตำบลปากน้ำปราณ	๒๓/๑๑ หมู่ที่ ๒ ตำบลปากน้ำปราณ อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ๗๗๒๒๐
๗๕	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค อำเภอกุยบุรี	๑๓๕ หมู่ที่ ๙ ตำบลสามกระชาย อำเภอกุยบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ๗๗๑๕๐
๗๖	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค อำเภอปราณบุรี	๓๗๔ หมู่ที่ ๗ ตำบลวังกัฟง อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ๗๗๑๒๐
๗๗	องค์กรคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ตำบลบ่อนอก	๔๔๙ หมู่ที่ ๙ ตำบลบ่อนอก อำเภอเมืองประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ๗๗๒๑๐
๗๘	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค อำเภอสามร้อยยอด	ศาลาเอนกประสงค์บ้านหนองคาง หมู่ที่ ๓ ตำบลศิลาลอย อำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ๗๗๑๘๐
๗๙	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	๑๔๗/๑ หมู่ที่ ๓ ตำบลช้างแร้ง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ๗๗๑๗๐
๘๐	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค จังหวัดราชบุรี	๖๕/๒๕๕ ถ.คชาธร ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมืองราชบุรี จังหวัดราชบุรี ๗๐๐๐๐
๘๑	สมาคมผู้บริโภคสงขลา	๒ หมู่บ้านไทยสมุทร ตำบลหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ๙๐๑๑๐
๘๒	เครือข่ายผู้บริโภคอำเภอหาดใหญ่	๑๓/๓ หมู่ที่ ๑ ตำบลคลองอู่ตะเภา อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ๙๐๑๑๐

องค์กรสมาชิกสภาองค์กรของผู้บริโภค ปี ๒๕๖๔

ลำดับ	รายชื่อองค์กร	ที่อยู่
๘๓	กลุ่มเครือข่ายผู้บริโภค ตำบลคลองอู่ตะเภา อำเภอบางใหญ่	๑๓/๓ หมู่ที่ ๑ ตำบลคลองอู่ตะเภา อำเภอบางใหญ่ จังหวัดสงขลา ๙๐๑๑๐
๘๔	เครือข่ายหลักประกันสุขภาพภาค ประชาชนจังหวัดสงขลา	๒ หมู่บ้านไทยสมุทร ตำบลบางใหญ่ อำเภอบางใหญ่ จังหวัดสงขลา ๙๐๑๑๐
๘๕	เครือข่ายผู้บริโภคอำเภอรัตภูมิ	๒๐๑ หมู่ที่ ๑๐ ตำบลคูหาใต้ อำเภอรัตภูมิ จังหวัดสงขลา ๙๐๑๘๐
๘๖	เครือข่ายผู้บริโภค อำเภอนาหม่อม จังหวัดสงขลา	๖๒/๙ หมู่ที่ ๑ ตำบลคลองหรีง อำเภอนาหม่อม จังหวัดสงขลา ๙๐๓๑๐
๘๗	เครือข่ายผู้บริโภคอำเภอสทิงพระ	๔๙/๑ หมู่ที่ ๓ ตำบลวัดจันทร์ อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา ๙๐๑๙๐
๘๘	เครือข่ายผู้บริโภคอำเภอคลองหอยโข่ง จังหวัดสงขลา	๓๔ หมู่ที่ ๕ ตำบลโคกม่วง อำเภอคลองหอยโข่ง จังหวัดสงขลา ๙๐๒๓๐
๘๙	เครือข่ายผู้บริโภคอำเภอเมืองสงขลา	๑๓๑/๑ ถ.ไทรงาม ตำบลบ่อยาง อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา ๙๐๐๐๐
๙๐	เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคตำบลเกตุรี	๑๐ หมู่ที่ ๓ ตำบลเกตุรี อำเภอเมืองสตูล จังหวัดสตูล ๙๑๑๔๐
๙๑	เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคตำบลทุ่งหว้า	๙/๕ หมู่ที่ ๔ ตำบลทุ่งหว้า อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล ๙๑๑๒๐
๙๒	เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคอำเภอทุ่งหว้า	๓/๑ หมู่ที่ ๘ ตำบลทุ่งหว้า อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล ๙๑๑๒๐
๙๓	เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค ตำบลนาทอน	อาคารเอนกประสงค์ หมู่ที่ ๒ ตำบลนาทอน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล ๙๑๑๒๐
๙๔	เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค ตำบลขนคลาน	๑๕๗ หมู่ที่ ๒ ตำบลขนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล ๙๑๑๒๐
๙๕	ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพ ประชาชนจังหวัดสตูล	องค์การบริหารส่วนตำบลละงู (หลังเก่า) หมู่ที่ ๑๒ ตำบลละงู อำเภอละงู จังหวัดสตูล ๙๑๑๑๐
๙๖	เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค จังหวัดสตูล	องค์การบริหารส่วนตำบลละงู (หลังเก่า) หมู่ที่ ๑๒ ตำบลละงู อำเภอละงู จังหวัดสตูล ๙๑๑๑๐
๙๗	เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคตำบลคลองขุด	๕๕๖ หมู่ที่ ๗ ตำบลคลองขุด อำเภอเมืองสตูล จังหวัดสตูล ๙๑๐๐๐
๙๘	เครือข่ายผู้บริโภคอำเภอพุนพิน	๓๕ หมู่ที่ ๒ ตำบลมะลวน อำเภอพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ๘๔๑๓๓
๙๙	ศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคอำเภอคีรีรัฐนิคม	๕/๑ หมู่ที่ ๙ ตำบลบ้านยาง อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี ๘๔๑๘๐
๑๐๐	โครงการบริโภคสร้างสรรค์ สุราษฎร์ธานี	๑๘๐/๓ หมู่ที่ ๑ ถนนวัดโพธิ์-บางใหญ่ ตำบลมะขามเตี้ย อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี ๘๔๐๐๐
๑๐๑	ศูนย์ประสานงานคุ้มครองสิทธิ ผู้บริโภคอำเภอท่าฉาง	๑๑๕/๑ หมู่ที่ ๔ ตำบลเขาถ่าน อำเภอท่าฉาง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ๘๔๑๕๐

องค์กรสมาชิกสภาองค์กรของผู้บริโภค ปี ๒๕๖๕

ลำดับ	รายชื่อองค์กร	ที่อยู่
๑๐๒	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคอำเภอไชยา	๙๒ หมู่ ๔ ตำบลโม่ถาย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ๘๔๑๑๐
๑๐๓	ชมรมเมล็ดพันธุ์บ้านเทิง	๑๑๙/๖ หมู่ที่ ๑๖ ตำบลทุ่งหลวง อำเภอเวียงสระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี ๘๔๑๙๐
๑๐๔	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี	๒๖๑ หมู่ที่ ๔ ตำบลขุนทะเล อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี ๘๔๑๑๐
๑๐๕	เครือข่ายจิตอาสา เพื่อนช่วยเพื่อน	๖ หมู่ที่ ๒ ตำบลเคียนซา อำเภอเคียนซา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ๘๔๒๖๐
๑๐๖	เครือข่ายผู้บริโภคจังหวัดกระบี่	๒๘๔ หมู่ ๘ ตำบลทับปริก อำเภอเมืองกระบี่ จังหวัดกระบี่ ๘๑๐๐๐
๑๐๗	ศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดเชียงราย	๔๓๘-๔๓๙ หมู่ที่ ๑๙ ตำบลรอบเวียง อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย ๕๗๐๐๐
๑๐๘	สมาคมประชาสังคมเพื่อการพัฒนา	๓๓๑/๓ หมู่ที่ ๑๙ ตำบลรอบเวียง อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย ๕๗๐๐๐
๑๐๙	ศูนย์ประสานงานบริการชุมชนแม่สรวย	๑๔๕ หมู่ที่ ๑๑ ตำบลแม่สรวย อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ๕๗๑๘๐
๑๑๐	เครือข่ายแรงงานนอกระบบ ตำบลดอยงาม	๑๒๙ หมู่ที่ ๔ ตำบลดอยงาม อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย ๕๗๑๒๐
๑๑๑	สถาบันการเรียนรู้เพื่อพัฒนาประชา สังคมเชียงราย (สรปส.)	๒๑๙ หมู่ที่ ๙ ตำบลป่าหุง อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย ๕๗๑๒๐
๑๑๒	ศูนย์สุขภาพसानใจชุมชนตำบลแม่ฮ้อ	๑๔๑ หมู่ที่ ๖ ตำบลแม่ฮ้อ อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย ๕๗๑๒๐
๑๑๓	สมาคมคนพิการทางการเคลื่อนไหว หรือร่างกายเชียงราย	๘๘/๕๙ หมู่ที่ ๖ ตำบลสันทราย อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย ๕๗๐๐๐
๑๑๔	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค จังหวัดลำพูน	๙ ถนนรถแก้ว ตำบลในเมือง อำเภอเมืองลำพูน จังหวัดลำพูน ๕๑๐๐๐
๑๑๕	กลุ่มเอ็มลี้รักสุขภาพจังหวัดลำพูน	๑๑๑ หมู่ที่ ๗ ตำบลลี้ อำเภอลี้ จังหวัดลำพูน ๕๑๑๑๐
๑๑๖	เครือข่ายผู้ติดเชื้อเอชไอวี เอดส์ จังหวัดลำพูน	๙ ถนนรถแก้ว ตำบลในเมือง อำเภอเมืองลำพูน จังหวัดลำพูน ๕๑๐๐๐
๑๑๗	ฮ่วมใจหลายดอยจังหวัดลำพูน	๔๘ หมู่ที่ ๓ ตำบลทุ่งหัวช้าง อำเภอทุ่งหัวช้าง จังหวัดลำพูน ๕๑๑๖๐
๑๑๘	กลุ่มเยาวชนตำบลทากาศจังหวัดลำพูน	๙๙ หมู่ ๘ ตำบลทากาศ อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน ๕๑๑๗๐
๑๑๙	กลุ่มทอผ้าบ้านแม่ขนาดจังหวัดลำพูน	๙๙ หมู่ ๘ ตำบลทากาศ อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน ๕๑๑๗๐
๑๒๐	ศูนย์เครือข่ายปราชญ์ชาวบ้าน ตำบลป่าไผ่	๑๔๘ หมู่ที่ ๕ ตำบลป่าไผ่ อำเภอลี้ จังหวัดลำพูน ๕๑๑๑๐
๑๒๑	กลุ่มพึ่งตนเองบ้านแม่ปือก	๓๖๖ หมู่ที่ ๖ ตำบลศรีวิชัย อำเภอลี้ จังหวัดลำพูน ๕๑๑๑๐

องค์กรสมาชิกสภาองค์กรของผู้บริโภค ปี ๒๕๖๔

ลำดับ	รายชื่อองค์กร	ที่อยู่
๑๒๒	กลุ่มช่วยเหลือชาวลี	๑๑๑ หมู่ที่ ๗ ตำบลลี อำเภอลี้ จังหวัดลำพูน ๕๑๑๑๐
๑๒๓	กลุ่มฟ้าหลังฝน	๑๐๕ หมู่ที่ ๔ ตำบลนาทราย อำเภอลี้ จังหวัดลำพูน ๕๑๑๑๐
๑๒๔	กลุ่มแฟกักริมน้ำตำบลแม่กา	๒๔๕ หมู่ที่ ๒ ตำบลแม่กา อำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา ๕๖๐๐๐
๑๒๕	กลุ่มผู้หญิงรักษาสภาพตำบลบ้านใหม่	๑๗/๑ หมู่ที่ ๓ ตำบลบ้านใหม่ อำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา ๕๖๐๐๐
๑๒๖	กลุ่มอัญญา	๗๙ หมู่ที่ ๖ ตำบลสบง อำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา ๕๖๑๑๐
๑๒๗	กลุ่มคนสามวัยสานสายใยสุขภาพ	๖๔ หมู่ที่ ๖ ตำบลปง อำเภอปง จังหวัดพะเยา ๕๖๑๔๐
๑๒๘	เครือข่ายสตรีอำเภอภูกามยาว	๕๙ หมู่ที่ ๙ ตำบลดงเจน อำเภอภูกามยาว จังหวัดพะเยา ๕๖๐๐๐
๑๒๙	กลุ่มผู้เสียหายเสาสัญญาณโทรศัพท์ตำบลน้ำแวน	๒๖๐ หมู่ที่ ๒ ตำบลน้ำแวน อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา ๕๖๑๑๐
๑๓๐	เครือข่ายแรงงานนอกระบบตำบลแม่ลาว	๒๑๕ หมู่ที่ ๘ ตำบลแม่ลาว อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา ๕๖๑๑๐
๑๓๑	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจังหวัดพะเยา	๙๑ หมู่ที่ ๒ ตำบลบ้านสันป่าม่วง อำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา ๕๖๐๐๐
๑๓๒	ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน จังหวัดพะเยา	๙๑ หมู่ที่ ๒ ตำบลบ้านสันป่าม่วง อำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา ๕๖๐๐๐
๑๓๓	เครือข่ายผู้หญิงรักษาสภาพตำบลสันป่าม่วง	๖๓ หมู่ที่ ๖ ตำบลบ้านสันป่าม่วง อำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา ๕๖๐๐๐
๑๓๔	คณะทำงานส่งเสริมบทบาทหญิงชายในการพัฒนา จังหวัดพะเยา	๑๑๑ หมู่ที่ ๖ ตำบลบ้านต๋อม อำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา ๕๖๐๐๐
๑๓๕	กลุ่มขับเคลื่อนเด็กและเยาวชนอำเภอแม่ใจ	๖๗ หมู่ที่ ๑ ตำบลแม่ใจ อำเภอแม่ใจ จังหวัดพะเยา ๕๖๑๓๐
๑๓๖	กลุ่มเยาวชนต้นกล้าบ้านต้า	๑๐๔ หมู่ที่ ๖ ตำบลบ้านต้า อำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา ๕๖๐๐๐
๑๓๗	สถาบันพัฒนาชุมชนเข้มแข็งจังหวัดพะเยา	๑๙ หมู่ที่ ๘ ตำบลบ้านสันป่าม่วง อำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา ๕๖๐๐๐
๑๓๘	กลุ่มสุขชีวิตใหม่	๗ หมู่ที่ ๗ ถนนจุน-ปง ตำบลห้วยข้าวก่า อำเภอจุน จังหวัดพะเยา ๕๖๑๕๐
๑๓๙	ศูนย์องค์กรรวมอำเภอเมืองจังหวัดพะเยา	๒๖๙ หมู่ที่ ๑๑ ตำบลบ้านต๋อม อำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา ๕๖๐๐๐
๑๔๐	ชมรมผู้สูงอายุตำบลหนองหล่ม	วัดไชยมงคล หมู่ที่ ๗ ตำบลหนองหล่ม อำเภอดอกคำใต้ จังหวัดพะเยา ๕๖๑๒๐
๑๔๑	องค์กรน้ำกว๊านหลากสี	๓๐๗/๑๕ หมู่ที่ ๑ ตำบลนาปริง อำเภอปง จังหวัดพะเยา ๕๖๑๔๐

องค์กรสมาชิกสภาองค์กรของผู้บริโภค ปี ๒๕๖๕

ลำดับ	รายชื่อองค์กร	ที่อยู่
๑๔๒	ชมรมเพื่อนใจดอกคำใต้	๒๒๕ หมู่ที่ ๔ ตำบลดอนศรีชุม อำเภอดอกคำใต้ จังหวัดพะเยา ๕๖๑๒๐
๑๔๓	กลุ่มสายธารน้ำใจตำบลหนองหล่ม	๑๘๗ หมู่ที่ ๕ ตำบลหนองหล่ม อำเภอดอกคำใต้ จังหวัดพะเยา ๕๖๑๒๐
๑๔๔	กลุ่มเครือข่ายผู้ติดเชื้อเอชไอวี/เอดส์ จังหวัดน่าน	๗๙ หมู่ที่ ๑๐ ตำบลกองควาย อำเภอเมืองน่าน จังหวัดน่าน ๕๕๐๐๐
๑๔๕	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ตำบลหนองหล่ม	๖๓ หมู่ที่ ๔ ตำบลหนองหล่ม อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง ๕๒๑๙๐
๑๔๖	กลุ่มแสงตะวัน	๑๙๙ หมู่ที่ ๑ ตำบลทุ่งงาม อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง ๕๒๒๑๐
๑๔๗	กลุ่มชาววัง	๓๖๒ หมู่ที่ ๔ ตำบลวังเหนือ อำเภอวังเหนือ จังหวัดลำปาง ๕๒๑๔๐
๑๔๘	ชมรมเพื่อนแก้ว	๒๘๐ ถนนพหลโยธิน ตำบลหัวเวียง อำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง ๕๒๐๐๐
๑๔๙	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ตำบลเสริมชัย	๒๖๕ หมู่ที่ ๔ ตำบลเสริมชัย อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง ๕๒๒๑๐
๑๕๐	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ตำบลแม่กัวะ	๑๗ หมู่ที่ ๔ ตำบลแม่กัวะ อำเภอสบปราบ จังหวัดลำปาง ๕๒๑๗๐
๑๕๑	เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค อำเภอห้างฉัตร	๙๓ หมู่ที่ ๘ ตำบลเวียงตาล อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง ๕๒๑๙๐
๑๕๒	เครือข่ายลำปางหนา	๑๒/๑ ถนนนาก่วม ตำบลสบตุ๋ย อำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง ๕๒๐๐๐
๑๕๓	เครือข่ายผู้ติดเชื้อ เอชไอวีเอดส์ จังหวัดลำปาง	๑๒๔/๕๐ ถนนท่าครวน้อย ตำบลสบตุ๋ย อำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง ๕๒๑๐๐
๑๕๔	เครือข่ายผู้บริโภคมุสลิมจังหวัดลำปาง	๒๘๙/๓ หมู่ที่ ๓ ตำบลท่าศาลา อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง ๕๒๑๓๐
๑๕๕	ศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคคนพิการ ตำบลแม่กัวะ	๘๘ หมู่ที่ ๓ ตำบลแม่กัวะ อำเภอสบปราบ จังหวัดลำปาง ๕๒๑๗๐
๑๕๖	ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค จังหวัดลำปาง	๑๒๔/๕๐ ถนนท่าครวน้อย ตำบลสบตุ๋ย อำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง ๕๒๑๐๐
๑๕๗	ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพ ประชาชน จังหวัดลำปาง	๑๒๔/๕๐ ถนนท่าครวน้อย ตำบลสบตุ๋ย อำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง ๕๒๑๐๐
๑๕๘	กลุ่มทานตะวัน	๒๘๙ หมู่ที่ ๑๐ ตำบลแม่ทะ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง ๕๒๑๕๐
๑๕๙	กลุ่มเยาวชนอาสาสมัครม้าลำปาง	๑๒๔/๕๐ ถนนท่าครวน้อย ตำบลสบตุ๋ย อำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง ๕๒๑๐๐
๑๖๐	กลุ่มรวมน้ำใจ	๒๓๐ หมู่ที่ ๔ ตำบลหลวงเหนือ อำเภองาว จังหวัดลำปาง ๕๒๑๑๐
๑๖๑	ชมรมพลังใหม่ ๒๐๐๑	๑๙๕ หมู่ที่ ๓ ตำบลลิเซตนคร อำเภอแจ้ห่ม จังหวัดลำปาง ๕๒๑๒๐

องค์กรสมาชิกสภาองค์กรของผู้บริโภค ปี ๒๕๖๔

ลำดับ	รายชื่อองค์กร	ที่อยู่
๑๖๒	ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค ตำบลต้นธงชัย	๒๔๑ หมู่ที่ ๑๒ ตำบลต้นธงชัย อำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง ๕๒๐๐๐
๑๖๓	ชมรมใจประสานใจ	๓๗๔ หมู่ที่ ๔ ตำบลเมืองปาน อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง ๕๒๒๔๐
๑๖๔	กลุ่มเขลางค์เพื่อการพัฒนา	๑๒๔/๔๓ ถนนท่าคราวน้อย ตำบลสบตุ๋ย อำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง ๕๒๑๐๐
๑๖๕	สถาบันธรรมาภิวัฒน์	๓๙๓ หมู่ที่ ๑๑ วิทยาลัยเทคโนโลยีและการจัดการ กฟผ. แม่เมาะ (สถาบันธรรมาภิวัฒน์ อาคารอำนวยการชั้น ๓) ตำบลแม่เมาะ อำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง ๕๒๒๒๐
๑๖๖	เครือข่ายผู้ติดเชื้อเอชไอวี/เอดส์ จังหวัดเชียงใหม่	๑/๑๐๐ ถนนรัตนโกสินทร์ ตำบลวัดเกต อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ๕๐๐๐๐
๑๖๗	ชมรมอาสาสมัครดูแลผู้สูงอายุที่บ้าน (ช.อ.บ.) เขตเมืองเชียงใหม่	๗๗/๖๘ ถนนชลประทาน ตำบลป่าตัน อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ๕๐๓๐๐
๑๖๘	ชมรมผู้สูงอายุชุมชนบ้านใหม่	๔ ถนนบ้านใหม่ ตำบลท่าศาลา อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ๕๐๐๐๐
๑๖๙	ชมรมไชยปราการยิ้มสู้	๑๓๑ หมู่ที่ ๓ ตำบลศรีดงเย็น อำเภอไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่ ๕๐๓๒๐
๑๗๐	ศูนย์ประสานงานเครือข่ายแรงงาน นอกระบบเชียงใหม่	โครงการเชียงใหม่วิวัฒนาการ ๒ อาคาร B-๐๔ ม.๑ ต.ป่าแดด อ.เมือง จังหวัดเชียงใหม่ ๕๐๑๐๐
๑๗๑	ชมรมโกลบอลแคมปัสเชียงใหม่	สถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ห้อง ๑๒๕ ตำบลสุเทพ อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ๕๐๒๐๐
๑๗๒	ชมรมใจเขาใจเรา	ร้านคำรวมใจ บริเวณที่ว่าการอำเภอสันป่าตอง อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ ๕๐๑๒๐
๑๗๓	ชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดภัยจังหวัด เชียงใหม่	๙/๙๒๗ หมู่ที่ ๑ ตำบลหนองหาร อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ๕๐๒๙๐
๑๗๔	คณะทำงานฝึกปลอดภัย บ้านห้วยงูกลาง	๑๐๖/๑ หมู่ ๙ ตำบลสันทราย อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ ๕๐๑๑๐
๑๗๕	มูลนิธิพัฒนาศักยภาพชุมชน North Net foundation	๒๒๕/๑๑๒ หมู่ที่ ๕ ตำบลสันพระเนตร อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ๕๐๒๑๐
๑๗๖	ชมรมสู่ขวัญดอยหลวง	๒๘๕ หมู่ที่ ๒ ตำบลเชียงดาว อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ๕๐๑๗๐
๑๗๗	ศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชน จังหวัดเชียงใหม่	๑๑๑ หมู่ที่ ๕ ตำบลแม่เหียะ อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ๕๐๑๒๐
๑๗๘	ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพ ประชาชน จังหวัดเชียงใหม่	๑๑๑ หมู่ที่ ๕ ตำบลแม่เหียะ อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ๕๐๑๒๐
๑๗๙	ชมรมเพื่อสุขภาพ ร.พ.ฝาง	๒ หมู่ที่ ๑๗ ตำบลสันทราย อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ ๕๐๑๑๐

องค์กรสมาชิกสภาองค์กรของผู้บริโภค ปี ๒๕๖๕

ลำดับ	รายชื่อองค์กร	ที่อยู่
๑๘๐	เครือข่ายองค์กรชุมชนอำเภอจอมทอง	๓๐๖ หมู่ที่ ๔ ตำบลข่วงเปา อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ ๕๑๐๖๐
๑๘๑	ชมรมผู้สูงอายุชุมชนหนองหอย	๕ ซอย ๑ ก. ถนนเกาะกลาง ตำบลหนองหอย อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ๕๐๐๐๐
๑๘๒	เครือข่ายผู้ติดเชื้อ HIV / AIDS อำเภอดอยหล่อ	๑๐๙ หมู่ที่ ๗ ตำบลยางคราม อำเภอดอยหล่อ จังหวัดเชียงใหม่ ๕๑๑๖๐
๑๘๓	ศูนย์ช่วยเหลือผู้หญิงและเด็ก จังหวัดเชียงใหม่	๗๘ ซอย ๗ ถนนวิภาวดี ตำบลหายยา อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ๕๐๑๐๐
๑๘๔	ชมรมเด็กเยาวชนสตรีห้วยโพธิ์ ห่วงใยใส่ใจผู้บริโภค	๖๐ หมู่ที่ ๓ ตำบลห้วยโพธิ์ อำเภอเมืองกาฬสินธุ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ ๔๖๐๐๐
๑๘๕	กลุ่มเพื่อนคำม่วง	๙๒ หมู่ที่ ๑๐ โรงพยาบาลคำม่วง ตำบลทุ่งคล่อง อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ ๔๖๑๘๐
๑๘๖	เครือข่ายวิทยุนักสื่อสารชุมชนเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค	๒๐๖ หมู่ที่ ๓ ถนนบ้านโนนยาง ตำบลเหล่าไทรงาม อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ ๔๖๑๑๐
๑๘๗	เครือข่ายผู้บริโภคอำเภอโคกโพธิ์	๘๑ หมู่ที่ ๗ ตำบลนาเกตุ อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี ๙๔๑๒๐
๑๘๘	เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค ตำบลปะกาฮะรัง	๙/๙ หมู่ที่ ๘ ตำบลปะกาฮะรัง อำเภอเมืองปัตตานี จังหวัดปัตตานี ๙๔๐๐๐
๑๘๙	ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชนอำเภอสีวิ จังหวัดชุมพร	๕๙๗/๒๙ หมู่ที่ ๕ ตำบลนาโพธิ์ อำเภอสีวิ จังหวัดชุมพร ๘๖๑๓๐
๑๙๐	ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร	๗ หมู่ที่ ๗ ตำบลวังไผ่ อำเภอเมืองชุมพร จังหวัดชุมพร ๘๖๐๐๐
๑๙๑	ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพและคุ้มครองผู้บริโภค อำเภอประทิว ๑	๗๔/๔ หมู่ที่ ๗ ตำบลบางสน อำเภอประทิว จังหวัดชุมพร ๘๖๑๖๐
๑๙๒	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ภาคประชาชนจังหวัดแม่ฮ่องสอน	๑๕๘/๑ หมู่ที่ ๓ ตำบลปางหมู อำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน ๕๘๐๐๐
๑๙๓	องค์กรผู้บริโภค ตำบลสันติสุข จังหวัดเชียงราย	๒๔๗ หมู่ที่ ๘ ตำบลสันติสุข อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย ๕๗๑๒๐
๑๙๔	เครือข่ายเยาวชนคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ตำบลแม่ไร่	๑๑๕/๑ หมู่ที่ ๗ ตำบลแม่ไร่ จังหวัดเชียงราย ๕๗๒๔๐
๑๙๕	องค์กรผู้บริโภคตำบลสันมะเค็ด	๓ หมู่ที่ ๕ ตำบลสันมะเค็ด อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย ๕๗๑๒๐
๑๙๖	องค์กรผู้บริโภคตำบลต้า	๙๐ หมู่ที่ ๑๑ ตำบลต้า อำเภอขุนตาล จังหวัดเชียงราย ๕๗๓๔๐
๑๙๗	องค์กรผู้บริโภคอำเภอเวียงชัย	๒๖๓ หมู่ที่ ๓ ตำบลเวียงชัย อำเภอเวียงชัย จังหวัดเชียงราย ๕๗๒๑๐

องค์กรสมาชิกสภาองค์กรของผู้บริโภค ปี ๒๕๖๔

ลำดับ	รายชื่อองค์กร	ที่อยู่
๑๙๘	องค์กรผู้บริโภคตำบลแม่ไร่	๑๔๕ หมู่ที่ ๗ ตำบลแม่ไร่ อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย ๕๗๒๔๐
๑๙๙	เครือข่ายองค์กรผู้บริโภคจังหวัดเชียงราย	๑๐๕/๙ หมู่ที่ ๑ ถนนเด่นห้า-ดงมะดะ ตำบลรอบเวียง อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย ๕๗๐๐๐
๒๐๐	โครงการสตรีนานาชาติพันธ์ุจังหวัดVเชียงราย	๗๑ หมู่ที่ ๑ ซอย ๗ ตำบลโป่งผา อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย ๕๗๑๓๐
๒๐๑	กลุ่มบ้านบุรี	๓๑๔ หมู่ที่ ๑๐ ตำบลจิม อำเภอปง จังหวัดพะเยา ๕๖๑๔๐
๒๐๒	เครือข่าย PHA จังหวัดแพร่	๑๗๒ ตำบลในเวียง อำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่ ๕๔๐๐๐
๒๐๓	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจังหวัดแพร่	๑๗๒/๓๒ ตำบลในเวียง อำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่ ๕๔๐๐๐
๒๐๔	เครือข่ายสตรีพิการ จังหวัดแพร่	๑/๒ ถนนร่องซ้อ ตำบลในเวียง อำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่ ๕๔๐๐๐
๒๐๕	สถาบันปั้มผญา อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่	๑๒๒/๒ หมู่ที่ ๕ ตำบลร่องกาศ อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่ ๕๔๑๓๐
๒๐๖	กลุ่ม M โกศัยนคร จังหวัดแพร่	๑๗๒/๓๒ ตำบลแม่ยางฮ่อ อำเภอร่องกวาง จังหวัดแพร่ ๕๔๑๔๐
๒๐๗	คณะกรรมการเอดส์ ตำบลแม่ยางฮ่อ	๑๐ หมู่ที่ ๑ ตำบลแม่ยางฮ่อ อำเภอร่องกวาง จังหวัดแพร่ ๕๔๑๔๐
๒๐๘	ชมรมผู้บริโภคจังหวัดอุตรดิตถ์	๔๒๗/๘ หมู่ที่ ๖ ตำบลท่าเสา อำเภอเมืองอุตรดิตถ์ จังหวัดอุตรดิตถ์ ๕๓๐๐๐
๒๐๙	ศูนย์บริการประชาชนตำบลสายนางวัง	๑๐๓ หมู่ที่ ๔ บ้านกุดตาไถ่ ตำบลสายนางวัง อำเภอนาคู จังหวัดกาฬสินธุ์ ๕๖๑๖๐
๒๑๐	ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชนจังหวัดกาฬสินธุ์ (ขบวนเครือข่ายผู้หญิงไทย)	๔๔ หมู่ที่ ๒ ตำบลสะอาดไชยศรี อำเภอดอนจาน จังหวัดกาฬสินธุ์ ๕๖๐๐๐
๒๑๑	กลุ่มเพื่อนกมลาไสย / ซ้องชัย	๑๑๑ หมู่ที่ ๑๑ ตำบลกมลาไสย อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ ๕๖๑๓๐
๒๑๒	ชมรมเครือข่ายผู้รักสุขภาพ	๔ ซ.๑๖ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ๓๔๐๐๐
๒๑๓	ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชนตำบลธงธานี	๑๒๘ หมู่ที่ ๓ ตำบลธงธานี อำเภอธวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด ๔๕๑๗๐
๒๑๔	ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชนจังหวัดร้อยเอ็ด	๕๐๕ หมู่ที่ ๓ ตำบลสระคู อำเภอสว่างภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด ๔๕๑๓๐
๒๑๕	ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคตำบลนาใหญ่	๖๐ หมู่ที่ ๑๔ ตำบลนาใหญ่ อำเภอสว่างภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด ๔๕๐๐๐
๒๑๖	ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคตำบลดงสิงห์	๔๔ หมู่ที่ ๗ ตำบลดงสิงห์ อำเภอจังหาร จังหวัดร้อยเอ็ด ๔๕๐๐๐
๒๑๗	เครือข่ายผู้บริโภคจังหวัดร้อยเอ็ด	๕๐๕ หมู่ที่ ๓ ตำบลสระคู อำเภอสว่างภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด ๔๕๑๓๐

องค์กรสมาชิกสภาองค์กรของผู้บริโภค ปี ๒๕๖๕

ลำดับ	รายชื่อองค์กร	ที่อยู่
๒๑๘	ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคอำเภอธวัชบุรี	๑๑๒ หมู่ที่ ๑๖ ตำบลนิเวศน์ อำเภอธวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด ๔๕๑๗๐
๒๑๙	ชมรมคุ้มครองผู้บริโภค ตำบลท่าหาดยาว	๓๕ หมู่ที่ ๗ ตำบลท่าหาดยาว อำเภอโพธาราม จังหวัดร้อยเอ็ด ๔๕๒๔๐
๒๒๐	ชมรมนักวิทย์ชุมชนเพื่อการคุ้มครอง ผู้บริโภค บ้านหนองลุมพุก หมู่ที่ ๑๓	๒๖ หมู่ที่ ๑๓ บ้านหนองลุมพุก ตำบลนาม่วง อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี ๔๑๑๑๐
๒๒๑	ชมรมนักวิทย์ชุมชนเพื่อการคุ้มครอง ผู้บริโภค บ้านโนนแสง หมู่ที่ ๑๑	๒๑ หมู่ที่ ๑๑ บ้านโนนแสง ตำบลนาม่วง อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี ๔๑๑๑๐
๒๒๒	ชมรมนักวิทย์ชุมชนเพื่อการคุ้มครอง ผู้บริโภค บ้านโนนทรายทอง	๒๕ หมู่ที่ ๙ ตำบลนาม่วง อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี ๔๑๑๑๐
๒๒๓	ชมรมนักวิทย์ชุมชนเพื่อการคุ้มครอง ผู้บริโภค บ้านหนองลุมพุก หมู่ที่ ๖	๑๔๗ หมู่ที่ ๖ บ้านหนองลุมพุก ตำบลนาม่วง อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี ๔๑๑๑๐
๒๒๔	ชมรมนักวิทย์ชุมชนเพื่อการคุ้มครอง ผู้บริโภค หมู่ที่ ๓ บ้านดอนม่วง	๒๖๒ หมู่ที่ ๓ บ้านดอนม่วง ตำบลนาม่วง อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี ๔๑๑๑๐
๒๒๕	ชมรมนักวิทย์ชุมชนเพื่อการคุ้มครอง ผู้บริโภค บ้านเชียงกรม	๒๒๗ หมู่ที่ ๘ ตำบลนาม่วง อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี ๔๑๑๑๐
๒๒๖	ชมรมอาสาสมัครแจ้งเตือนภัยและ รับเรื่องร้องเรียน หมู่ที่ ๕	๑๐๑ หมู่ที่ ๕ ตำบลนาม่วง อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี ๔๑๑๑๐
๒๒๗	ชมรมนักวิทย์ชุมชนเพื่อการคุ้มครอง ผู้บริโภค บ้านนาม่วง หมู่ที่ ๑	๖๕ หมู่ที่ ๑ ตำบลนาม่วง อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี ๔๑๑๑๐
๒๒๘	ชมรมนักวิทย์ชุมชนเพื่อการคุ้มครอง ผู้บริโภค บ้านเชียงกรม หมู่ที่ ๑๔	๓ หมู่ที่ ๑๖ บ้านเชียงกรม ตำบลนาม่วง อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี ๔๑๑๑๐
๒๒๙	ชมรมนักวิทย์ชุมชนเพื่อการคุ้มครอง ผู้บริโภค บ้านโนนสา หมู่ที่ ๑๒	๑๑๐ หมู่ที่ ๑๒ ตำบลนาม่วง อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี ๔๑๑๑๐
๒๓๐	ชมรมนักวิทย์ชุมชนเพื่อการคุ้มครอง ผู้บริโภค บ้านดอนค้อ หมู่ที่ ๒	๒๒๖ หมู่ที่ ๒ ตำบลนาม่วง อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี ๔๑๑๑๐
๒๓๑	ชมรมนักวิทย์ชุมชนเพื่อการคุ้มครอง ผู้บริโภค บ้านหนองหญ้าม้า หมู่ที่ ๗ ตำบลนาม่วง	๑๒๔ หมู่ที่ ๗ ตำบลนาม่วง อำเภอประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดอุดรธานี ๔๑๑๑๐
๒๓๒	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค จ.สระบุรี	๑๒ ซ.๑๐ ตำบลปากเพรียว อำเภอเมือง จังหวัดสระบุรี ๑๘๐๐๐
๒๓๓	สมาคมคุ้มครองผู้บริโภค จังหวัดปัตตานี	๑๑๙/๓๙ หมู่ที่ ๘ ตำบลบานา อำเภอเมืองปัตตานี จังหวัดปัตตานี ๙๔๐๐๐
๒๓๔	ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพ ภาคประชาชน จังหวัดชลบุรี	๓/๑๖ หมู่ที่ ๑๖ ตำบลบ้านปึก อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ๒๐๑๓๐

องค์กรสมาชิกสภาองค์กรของผู้บริโภค ปี ๒๕๖๔

ลำดับ	รายชื่อองค์กร	ที่อยู่
๒๓๕	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค จังหวัดชลบุรี	๓/๑๖ หมู่ที่ ๑๖ ตำบลบ้านปึก อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ๒๐๑๓๐
๒๓๖	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจังหวัด ชลบุรี (ประเด็นเด็กและเยาวชน)	๗๙/๕ หมู่ที่ ๑ ตำบลอ่างศิลา อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ๒๐๐๐๐
๒๓๗	สมาคมคนพิการจันทบุรี	๘๑/๑๙๕ หมู่ที่ ๔ ตำบลบางกะจะ อำเภอเมืองจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี ๒๒๐๐๐
๒๓๘	สมาคมผู้บริโภคจังหวัดขอนแก่น	๘๖/๕ ซอยวุฒาราม ถนนหน้าเมือง ตำบลในเมือง อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น ๔๐๐๐๐
๒๓๙	ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพ ภาคประชาชน จังหวัดขอนแก่น	๖๘๖/๕ ซอยวุฒาราม ถนนหน้าเมือง ตำบลในเมือง อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น ๔๐๐๐๐
๒๔๐	กลุ่มพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค จังหวัดสระบุรี	๒ หมู่ที่ ๗ ตำบลหนองกบ อำเภอหนองแซง จังหวัดสระบุรี ๑๘๑๗๐
๒๔๑	เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค ตำบลทรายขาว	๙๘๐๙ หมู่ที่ ๑๒ ตำบลทรายขาว อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย ๕๗๑๒๐
๒๔๒	เครือข่ายกะเหรี่ยงเพื่อวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมจังหวัดลำพูน	๙๙ หมู่ที่ ๘ ตำบลทาगत อำเภอมะทิง จังหวัดลำพูน ๕๑๑๗๐
๒๔๓	หน่วยรับเรื่องร้องเรียนอิสระ มาตรา ๕๐(๕) จังหวัดกำแพงเพชร	๓๖ หมู่ที่ ๑๖ ตำบลเทพนคร อำเภอเมืองกำแพงเพชร จังหวัดกำแพงเพชร ๖๒๐๐๐
๒๔๔	ศูนย์สิทธิผู้บริโภคเขตสะพานสูง	๔๐ นครเทพกรีฑา แขวงสะพานสูง เขตสะพานสูง กรุงเทพมหานคร ๑๐๒๔๐
๒๔๕	ศูนย์สิทธิผู้บริโภคเขตบางบอน	๑๔/๓ ถนนเอกชัย ซอยเอกชัย ๑๓๓ แขวงบางบอน เขตบางบอน กรุงเทพมหานคร ๑๐๑๕๐
๒๔๖	ศูนย์สิทธิผู้บริโภคเขตประเวศ	๒๗/๕ ถนนเฉลิมพระเกียรติ ร.๘ ซอย๓๙ แยก ๑ แขวงหนองบอน เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร ๑๐๒๕๐
๒๔๗	ศูนย์สิทธิผู้บริโภคเขตบางแค	๓ ซอยศิริเกษม ๑๙ แยก ๔ แขวงบางไผ่ เขตบางแค กรุงเทพมหานคร ๑๐๑๖๐
๒๔๘	ชมรมคุ้มครองผู้บริโภค กรุงเทพมหานคร เขตบางรัก	๑๕๗ ซอยสองพระ แขวงมหาพฤฒาราม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร ๑๐๕๐๐
๒๔๙	สมาพันธ์ชมรมคุ้มครองผู้บริโภค กรุงเทพมหานคร	๑๖๖/๓๙๔ หมู่ที่ ๕ ถนนพหลโยธิน ซอยพหลโยธิน ๕๒ แยก ๑๑-๑ แขวงคลองถนน เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร ๑๐๒๒๐
๒๕๐	ชมรมคุ้มครองผู้บริโภค เขตปทุมธานี	๑๘๑๒ ซอยเสรีไทย ๕๗ แขวงคลองกุ่ม เขตปทุมธานี กรุงเทพมหานคร ๑๐๒๔๐
๒๕๑	ศูนย์สิทธิผู้บริโภคเขตบางกอกน้อย	๓๑๙/๑ ถนนเจริญสุขุมวิท ๓ แขวงบางขุนศรี เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร ๑๐๗๐๐

องค์กรสมาชิกสภาองค์กรของผู้บริโภค ปี ๒๕๖๕

ลำดับ	รายชื่อองค์กร	ที่อยู่
๒๕๒	ชมรมชาวนาเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ต. ห้วยเหนือ	๑๖๐ หมู่ที่ ๑๓ ตำบลห้วยเหนือ อำเภอชูขันธุ์ จังหวัดศรีสะเกษ ๓๓๑๔๐
๒๕๓	ชมรมชาวนาเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ตำบลปรีอใหญ่	๕๑/๑ หมู่ที่ ๒๐ ตำบลปรีอใหญ่ อำเภอชูขันธุ์ จังหวัดศรีสะเกษ ๓๓๑๔๐
๒๕๔	ชมรมเกษตรอินทรีย์อาหารปลอดภัย ตำบลหนองดลอง	๘๖/๒ หมู่ที่ ๒ ตำบลปรีอใหญ่ อำเภอชูขันธุ์ จังหวัดศรีสะเกษ ๓๓๑๔๐
๒๕๕	ชมรมชาวนาเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ต. กันทรารมย์	๑๓๑ หมู่ที่ ๔ ตำบลหนองดลอง อำเภอชูขันธุ์ จังหวัดศรีสะเกษ ๓๓๑๔๐
๒๕๖	ชมรมเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคชุมชนโนนค้อ ตำบลโนนค้อ	๑๔ หมู่ที่ ๕ ตำบลโนนค้อ อำเภอโนนคูณ จังหวัดศรีสะเกษ ๓๓๒๕๐
๒๕๗	ชมรมสภาองค์กรคุ้มครองผู้บริโภค บ้านร่องเก่าเหนือ ม.๑๕	๒๕ หมู่ที่ ๑๕ ตำบลโนนค้อ อำเภอโนนคูณ จังหวัดศรีสะเกษ ๓๓๒๕๐
๒๕๘	ชมรมเครือข่ายหนองกุ้ง คุ้มครองผู้บริโภค	๗๖ หมู่ที่ ๑๖ ตำบลหนองกุ้ง อำเภอโนนคูณ จังหวัดศรีสะเกษ ๓๓๒๕๐
๒๕๙	ชมรมจิตอาสาคุ้มครองผู้บริโภค ตำบลโพธิ์	๔๕ หมู่ที่ ๔ ตำบลโพธิ์ อำเภอโนนคูณ จังหวัดศรีสะเกษ ๓๓๒๕๐
๒๖๐	โคกสะอาดร่วมใจคุ้มภัยผู้บริโภค	๕๐ หมู่ที่ ๖ ตำบลหนองกุ้ง อำเภอโนนคูณ จังหวัดศรีสะเกษ ๓๓๒๕๐
๒๖๑	ชมรมเคียงคู่ ดูแลและใส่ใจ คุ้มครองผู้บริโภคหนองมะเกลือ	๑๙๑ หมู่ที่ ๖ ตำบลโนนค้อ อำเภอโนนคูณ จังหวัดศรีสะเกษ ๓๓๒๕๐
๒๖๒	ชมรมรวมใจรวมพลัง คุ้มครองผู้บริโภค ตำบลบก	๑ หมู่ที่ ๑๖ ตำบลบก อำเภอโนนคูณ จังหวัดศรีสะเกษ ๓๓๒๕๐
๒๖๓	ชาว กุ้ง เก่า ช่ง ขาม ร่วมใจ	๑๑๔ หมู่ที่ ๑๓ ตำบลกุ้ง อำเภอศีลาลาด จังหวัดศรีสะเกษ ๓๓๑๖๐
๒๖๔	ตำบลยางชุมน้อยใส่ใจผู้บริโภค	๘/๕ หมู่ที่ ๓ ตำบลยางชุมน้อย อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ ๓๓๑๙๐
๒๖๕	ศูนย์นวัตกรรมเพื่อการพัฒนา ศักยภาพเด็กและเยาวชน	๖๓/๒๘ ถนนสุขาภิบาล ตำบลในเมือง อำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี ๓๔๐๐๐
๒๖๖	ศูนย์ประสานงานคุ้มครองผู้บริโภค หน่วยรับเรื่องร้องเรียน อำเภอปรางค์ชัย	๒๒๖/๖ หมู่ที่ ๑๒ ตำบลเมืองปัก อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา ๓๐๑๕๐
๒๖๗	ศูนย์คุ้มครองผู้บริโภค อำเภอหนองบุญมาก	๓๖ หมู่ที่ ๕ ตำบลบ้านใหม่ อำเภอหนองบุญมาก จังหวัดนครราชสีมา ๓๐๔๑๐
๒๖๘	ศูนย์ประสานงานคุ้มครองผู้บริโภค หน่วยรับเรื่องร้องเรียน อำเภอประทาย	๑๗/๓ หมู่ที่ ๓ ตำบลโคกกลาง อำเภอประทาย จังหวัดนครราชสีมา ๓๐๑๘๐

องค์กรสมาชิกสภาองค์กรของผู้บริโภค ปี ๒๕๖๔

ลำดับ	รายชื่อองค์กร	ที่อยู่
๒๖๙	องค์กรศูนย์การเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างศักยภาพชุมชน	๑๐๕ หมู่ที่ ๗ ตำบลไชยสถาน อำเภอเมืองน่าน จังหวัดน่าน ๕๕๐๐๐
๒๗๐	เครือข่ายสื่อสร้างสรรค์สำหรับผู้บริโภค "ปะทิวนิวส์"	๗๔/๑๒ หมู่ที่ ๗ ตำบลบางสน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ๘๖๑๖๐
๒๗๑	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคกาญจนบุรี	๑๗๘/๗ หมู่ที่ ๑๑ ถนนพรางนimit-เลียะงเมือง ตำบลปากแพรก อำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี ๗๑๐๐๐

ข้อมูล ณ มีนาคม ๒๕๖๕





สภาองค์กรของผู้บริโภค

อาคารจี ทาวเวอร์ แกรนด์ พระราม 9

ห้องเลขที่ W19 ชั้นที่ 30 เลขที่ 9 ถนนพระราม 9

แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310

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

ที่ สอ.บ.นย.๓๖๘/๒๕๖๕

๒๔ มิถุนายน ๒๕๖๕

สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา
เลขรับ ๕๐๗
วันที่ 27 มิ.ย. 2565
เวลา 11.10 น.

เรื่อง รายงานผลการปฏิบัติงานประจำปี ๒๕๖๔ สภาองค์กรของผู้บริโภค

เรียน เลขาธิการวุฒิสภา

สิ่งที่ส่งมาด้วย รายงานผลการปฏิบัติงานประจำปี ๒๕๖๔ สภาองค์กรของผู้บริโภค จำนวน ๒๕๐ เล่ม

สภาองค์กรของผู้บริโภค เป็นองค์กรที่จัดตั้งขึ้นตามเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช ๒๕๖๐ โดยพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๖๒ กำหนดให้สภาองค์กรของผู้บริโภค เป็นตัวแทนผู้บริโภค มีอำนาจคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค ในทุกด้าน รวมถึงตลอดทั้งเสนอแนะนโยบายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ต่อคณะรัฐมนตรีหรือหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง และตามมาตรา ๑๘ ของพระราชบัญญัติดังกล่าว กำหนดให้สภาองค์กรของผู้บริโภคจัดทำ รายงานผลการปฏิบัติงานประจำปี ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคเผยแพร่ให้ประชาชนทราบและเสนอต่อ คณะรัฐมนตรี สภาผู้แทนราษฎร และวุฒิสภา เพื่อทราบภายในหกเดือนนับแต่วันสิ้นปีปฏิทิน

สภาองค์กรของผู้บริโภค ได้ดำเนินการจัดทำ “รายงานผลการปฏิบัติงานประจำปี ๒๕๖๔” เรียบร้อยแล้ว จึงขอส่งรายงานผลการปฏิบัติงานฯ ดังกล่าวต่อท่าน รายละเอียดดังที่ส่งมาด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณานำเสนอสมาชิกวุฒิสภาเพื่อทราบ จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(นางสาวสารี อ๋องสมหวัง)

เลขาธิการสภาองค์กรของผู้บริโภค

ฝ่ายนโยบายและนวัตกรรม

คุณวรลักษณ์ ศรีโย

โทร. ๐๙ ๙๔๒๔ ๕๓๒๖

ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ woralak.s@tcc.or.th

ผู้ส่ง	ผู้รับ
วันที่ ๑๕ มิ.ย. ๒๕๖๕	วันที่ ๒๗ มิ.ย. ๒๕๖๕
เวลา ๑๕.๑๗ น.	
สำนักงานประชุม	

กลุ่มงานบริหารทั่วไป
วันที่ ๒๕ มิ.ย. ๒๕๖๕ วันที่ ๒๗ มิ.ย. ๒๕๖๕
เวลา ๑๕.๑๕ น. ส่ง พ.ศ. ๒๕๖๕
สำนักงานประชุม