



**สภาองค์กรของผู้บริโภค**  
**Thailand Consumers Council**

**แผนบริหารความเสี่ยง**  
**ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗**  
**(ไตรมาสที่ ๓-๔)**

**คณะกรรมการนโยบายให้ความเห็นชอบ**  
**ในคราวประชุมครั้งที่ 3/2567 วันที่ 28 มีนาคม 2567**

## บทสรุปผู้บริหาร

สภาองค์กรของผู้บริโภค เป็นหน่วยงานนิติบุคคลที่เกิดขึ้นตามเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญ พ.ศ. ๒๕๖๐ มาตรา ๔๖ และพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๖๒ มีวัตถุประสงค์เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในทุกด้านในฐานะเป็นผู้แทนผู้บริโภค คุ้มครองสิทธิอันพึงมีพึงได้ของผู้บริโภค สภาองค์กรของผู้บริโภคได้จัดทำแผนการดำเนินงานประจำปี ๒๕๖๗ ภายใต้ง ๕ แผนการดำเนินงาน ประกอบด้วย

- ๑) แผนสนับสนุนและดำเนินการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค
- ๒) แผนพัฒนานโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค
- ๓) แผนสนับสนุนหน่วยงานประจำจังหวัดและองค์กรผู้บริโภค
- ๔) แผนสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค
- ๕) แผนบริหารจัดการสำนักงานและพัฒนาศักยภาพสภาองค์กรของผู้บริโภค

ในปัจจุบันการดำเนินงานของสภาองค์กรของผู้บริโภคจะต้องเผชิญจากปัจจัยภายใน และ ภายนอกองค์กร ซึ่งก่อให้เกิดเหตุการณ์ทั้งที่เป็นความเสี่ยง และโอกาส (Risk and Opportunities) ต่อองค์กร โดยความเสี่ยงจะส่งผลกระทบต่อในเชิงลบ ในขณะที่โอกาสจะเป็นตัวสร้างมูลค่าต่อองค์กร ดังนั้น การบริหาร ความเสี่ยงจึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่จะช่วยป้องกัน รักษา และส่งเสริมให้องค์กรสามารถบรรลุ วัตถุประสงค์ และเป้าหมายขององค์กร นอกจากนี้ การบริหารความเสี่ยงเป็นองค์ประกอบสำคัญของการกำกับ ดูแลกิจการ ที่ดี (Good Corporate Governance) โดยมุ่งเน้นให้ทุกกระบวนการดำเนินงานด้วยความโปร่งใส มี ประสิทธิภาพ ส่งผลดีต่อภาพลักษณ์ และการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่องค์กรทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ซึ่งสภาองค์กรของผู้บริโภค จัดลำดับอยู่ในส่วนหน่วยงานของรัฐและมีการตรวจสอบภายใน การควบคุมภายในและการบริหารจัดการความเสี่ยง โดยให้ถือปฏิบัติตามมาตรฐานและหลักเกณฑ์ที่กระทรวงการคลังกำหนด ซึ่งการบริหารจัดการความเสี่ยง (Risk Management) เป็นกระบวนการที่ใช้ในการบริหารจัดการเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อหน่วยงานของรัฐ และการบริหารจัดการความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพจะช่วยเพิ่มโอกาสความสำเร็จ ลดโอกาสของความล้มเหลว ในการดำเนินงานโดยรวมขององค์กรและยุทธศาสตร์ที่วางไว้

เพื่อให้เป็นไปข้างต้น สภาองค์กรของผู้บริโภค จึงทำการระบุความเสี่ยง วิเคราะห์ความเสี่ยงและจัดทำแผนบริหารจัดการความเสี่ยงตามมาตรฐาน COSO เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินงานตามแผนงาน/โครงการที่สำคัญและเพื่อประโยชน์สูงสุดต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ตามยุทธศาสตร์ขององค์กร โดยใน ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗ ได้ระบุความเสี่ยงจากกิจกรรมหลักขององค์กรไว้ ๖ ความเสี่ยง ดังนี้

ประเภท (S-O-F-C-IT)	ลำดับที่	ชื่อความเสี่ยง (Risk Factor)	ต้นปีงบประมาณ (Likelihood x Impact)		
F	RF๑	งบประมาณประจำปีได้รับจัดสรรไม่เพียงพอ	๔	๔	๑๖ สูงมาก
S/F	RF๒	การดำเนินงานและใช้จ่ายงบประมาณล่าช้า/ไม่เป็นไปตาม แผนฯ	๔	๔	๑๖ สูงมาก
S/IT	RF๓	องค์กรไม่สามารถทำงานได้ต่อเนื่อง จากเหตุวิกฤต/ฉุกเฉิน (ขาดแผน BCP)	๓	๔	๑๒ สูง
S	RF๔	สมาชิกลาออกจากสภาองค์กรของผู้บริโภค	๓	๔	๑๒ สูง
O/C	RF๕	การบริหารจัดการหน่วยประจำจังหวัด และหน่วยงานเขต พื้นที่ ไม่เป็นไปตามระเบียบของสภาฯ นำไปสู่การยุบเลิก หน่วยงานประจำจังหวัด / เขตพื้นที่	๒	๔	๘ สูง
O	RF๖	การดำเนินการจัดการข้อร้องทุกข์ของผู้บริโภคมีความล่าช้า ไม่เป็นไปตามกรอบเวลาที่กำหนด	๓	๓	๙ ปานกลาง

# สารบัญ

หน้า

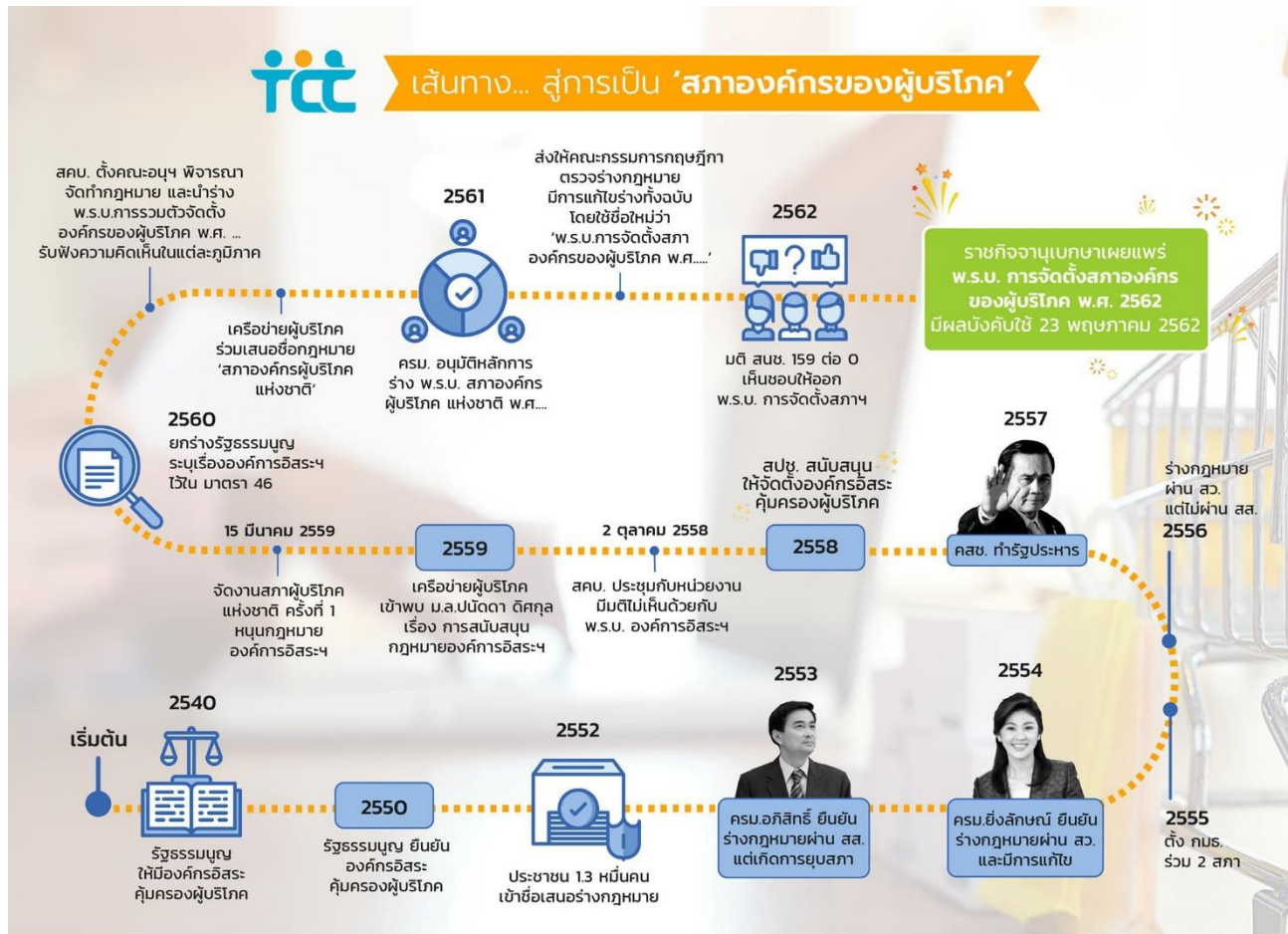
## บทสรุปผู้บริหาร

ส่วนที่ ๑	ข้อมูลพื้นฐานของสภาองค์กรของผู้บริโภค	๑
ส่วนที่ ๒	กรอบการบริหารความเสี่ยงของ สภาองค์กรของผู้บริโภค	๑๐
ส่วนที่ ๓	การระบุความเสี่ยงและแผนบริหารความเสี่ยงสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๖๗	๑๔
	- การระบุความเสี่ยงระดับองค์กร ของ สภาองค์กรของผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗	๑๕
	- แผนบริหารความเสี่ยงสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗ (ไตรมาสที่ ๓-๔)	๑๘

# ส่วนที่ ๑

## ข้อมูลพื้นฐานของสภาองค์กรของผู้บริโภค

### ความเป็นมาและวัตถุประสงค์การจัดตั้ง



สภาองค์กรของผู้บริโภค เกิดจากการรวมตัวขององค์กรผู้บริโภค ตามเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญ แห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2560 มาตรา 46 และตามพระราชบัญญัติ (พ.ร.บ.) การจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ.2562 มีสถานะองค์กรเป็นนิติบุคคล เป็นตัวแทนผู้บริโภคที่มีความเป็นอิสระ และมีวัตถุประสงค์เพื่อคุ้มครอง ผู้บริโภคในทุกด้าน

## วิสัยทัศน์

เป็นผู้แทนของผู้บริโภคทุกด้าน เพื่อคุณภาพชีวิตของทุกคน

## พันธกิจ

๑. ค้ำครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคทุกด้าน ทุกด้าน
๒. เสนอแนะนโยบายและมาตรการเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค
๓. สนับสนุนสมาชิก องค์กรของผู้บริโภค และผู้บริโภค ให้รักษาประโยชน์ของผู้บริโภค ให้ได้รับความเชื่อถือ
๔. สร้างวัฒนธรรมและมุมมองใหม่ว่าการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นประโยชน์กับทุกฝ่าย
๕. สนับสนุนให้เกิดการบริโภคที่ยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

## ยุทธศาสตร์

๑. สนับสนุนและดำเนินการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคทุกด้าน
๒. พัฒนา เสนอแนะ ผลักดันนโยบายและมาตรการเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค
๓. สนับสนุนและสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้บริโภค และองค์กรของผู้บริโภค
๔. สื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค
๕. พัฒนากลไกสภาองค์กรของผู้บริโภคและหน่วยงานประจำจังหวัด

## อำนาจและหน้าที่

พระบาทสมเด็จพระปรเมนทรรามาธิบดีศรีสินทรมหาวชิราลงกรณ พระวชิรเกล้าเจ้าอยู่หัวมีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ ให้ประกาศว่าโดยที่เป็นการสมควรมีกฎหมายว่าด้วยการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภคจึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ตราพระราชบัญญัติขึ้นไว้โดยคำแนะนำและยินยอมของสภานิติบัญญัติแห่งชาติทำหน้าทีรัฐสภา ดังต่อไปนี้

มาตรา ๑ พระราชบัญญัตินี้เรียกว่า “พระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๖๒”

มาตรา ๒ พระราชบัญญัตินี้ให้ใช้บังคับเมื่อพ้นกำหนดหกสิบวันนับแต่วันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป

มาตรา ๓ ในพระราชบัญญัตินี้

“สภาองค์กรของผู้บริโภค” หมายความว่า สภาขององค์กรของผู้บริโภคที่จัดตั้งขึ้น ตามพระราชบัญญัตินี้

“องค์กรของผู้บริโภค” หมายความว่า องค์กรที่ผู้บริโภคซึ่งเป็นบุคคลธรรมดาตั้งแต่สิบคน ขึ้นไปรวมตัวกันจัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ในการคุ้มครองผู้บริโภคและไม่แสวงหากำไร ไม่ว่าจะรวมตัวจัดตั้งนั้นจะจัดตั้งเป็นรูปแบบใด และจะเป็นนิติบุคคลหรือไม่ก็ตาม และให้หมายความรวมถึงนิติบุคคลที่มีวัตถุประสงค์ดังกล่าวด้วย

“ผู้ประกอบการธุรกิจ” หมายความว่า ผู้ประกอบธุรกิจตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภค

“นายทะเบียน” หมายความว่า นายทะเบียนกลางหรือนายทะเบียนประจำจังหวัด

“นายทะเบียนกลาง” หมายความว่า ปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีหรือผู้ซึ่งปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีมอบหมาย

“นายทะเบียนประจำจังหวัด” หมายความว่า ผู้ว่าราชการจังหวัดหรือผู้ซึ่งผู้ว่าราชการจังหวัด มอบหมาย

มาตรา ๔ องค์กรของผู้บริโภคมีสิทธิรวมกันดำเนินการเพื่อจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค ตามพระราชบัญญัตินี้ได้

มาตรา ๕ องค์กรของผู้บริโภคที่จะรวมตัวกันดำเนินการเพื่อจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค หรือที่จะเข้าเป็นสมาชิกของสภาองค์กรของผู้บริโภคต้องมีลักษณะ ดังต่อไปนี้

(๑) ไม่เป็นองค์กรของผู้บริโภคที่จัดตั้งขึ้นไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อมหรือถูกครอบงำโดยผู้ประกอบการธุรกิจที่เป็นนิติบุคคล กรรมการหรือผู้มีอำนาจบริหารของผู้ประกอบการธุรกิจดังกล่าว หรือ โดยหน่วยงานของรัฐ เจ้าหน้าที่ของรัฐ หรือพรรคการเมือง

(๒) ไม่เป็นองค์กรของผู้บริโภคที่ได้รับเงินอุดหนุนไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อมจากบุคคลตาม (๑) เว้นแต่เป็นเงินที่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐหรือเจ้าหน้าที่ของรัฐ หรือได้รับตามพระราชบัญญัตินี้

(๓) เป็นองค์กรของผู้บริโภคที่ได้แจ้งสถานะความเป็นองค์กรตามมาตรา ๖ องค์กรของผู้บริโภคใดที่มีลักษณะตามมาตรา ๕ (๑) และ (๒) ประสงค์จะเข้าร่วมจัดตั้งหรือเป็นสมาชิกของสภาองค์กรของผู้บริโภค ให้แจ้งสถานะความเป็นองค์กรของผู้บริโภคไว้ต่อนายทะเบียน โดยจะแจ้งต่อนายทะเบียนกลางหรือนายทะเบียนประจำจังหวัดที่ผู้แจ้งมีภูมิลำเนาอยู่ก็ได้

องค์กรของผู้บริโภคที่จะแจ้งการดำเนินการตามวรรคหนึ่ง ต้องมีหลักฐานแสดงว่าเป็นผู้ดำเนินการเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นที่ประจักษ์มาแล้วไม่น้อยกว่าสองปีก่อนวันยื่นแจ้ง

การแจ้งให้เป็นไปตามแบบและวิธีการที่นายทะเบียนกลางกำหนด ซึ่งจะกำหนดให้แจ้งโดยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศหรือระบบหรือวิธีการอื่นใดที่ผู้แจ้งสามารถดำเนินการได้โดยสะดวกด้วยก็ได้

ในการกำหนดแบบและวิธีการตามวรรคสาม ต้องไม่มีลักษณะเป็นการสร้างขั้นตอนโดยไม่จำเป็นและให้รับฟังความคิดเห็นขององค์กรของผู้บริโภคประกอบด้วย

เมื่อได้รับแจ้งและเห็นว่าเป็นองค์กรของผู้บริโภคที่มีลักษณะตามมาตรา ๕ แล้วให้นายทะเบียนกลางหรือนายทะเบียนประจำจังหวัดผู้รับแจ้งออกหลักฐานการแจ้งไว้ให้แก่ผู้แจ้ง และให้นายทะเบียนกลางประกาศให้ประชาชนทราบเป็นการทั่วไปทางระบบเทคโนโลยีสารสนเทศหรือระบบหรือวิธีการอื่นใดที่ประชาชนทั่วไปสามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก

มาตรา ๗ ให้ปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีหรือผู้ซึ่งปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีมอบหมายเป็น นายทะเบียนกลาง มีหน้าที่รับแจ้งสถานะความเป็นองค์กรของผู้บริโภคได้ทั่วราชอาณาจักร และมีหน้าที่อื่นตามพระราชบัญญัตินี้

ให้ผู้ว่าราชการจังหวัดหรือผู้ซึ่งผู้ว่าราชการจังหวัดมอบหมายเป็นนายทะเบียนประจำจังหวัดมีหน้าที่รับแจ้งสถานะความเป็นองค์กรของผู้บริโภคภายในจังหวัดนั้น และเมื่อได้รับแจ้งแล้วให้ส่งรายชื่อองค์กรของผู้บริโภคให้นายทะเบียนกลางโดยเร็วเพื่อประกาศให้ประชาชนทราบตามมาตรา ๖ วรรคห้า

มาตรา ๘ ผู้ใดเห็นว่าองค์กรของผู้บริโภคที่ได้แจ้งไว้ตามมาตรา ๖ มีลักษณะไม่ถูกต้อง ตามมาตรา ๕ ให้มีสิทธิยื่นคำคัดค้านพร้อมทั้งหลักฐานต่อนายทะเบียนกลางได้

เมื่อนายทะเบียนกลางได้รับคำคัดค้านตามวรรคหนึ่ง ให้ดำเนินการสอบข้อเท็จจริงแล้ววินิจฉัยโดยเร็ว ในกรณีเห็นว่าองค์กรของผู้บริโภคนั้นมีลักษณะไม่ถูกต้องตามมาตรา ๕ ให้เพิกถอนการรับแจ้ง พร้อมทั้งแจ้งให้ผู้ร้องและองค์กรของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องทราบ

### **คำวินิจฉัยของนายทะเบียนกลางให้เป็นที่สุด**

มาตรา ๙ องค์กรของผู้บริโภคที่มีลักษณะตามมาตรา ๕ ไม่น้อยกว่าหนึ่งร้อยห้าสิบบองค์กรมีสิทธิเข้าชื่อกันแจ้งต่อนายทะเบียนกลางเพื่อเป็นผู้เริ่มก่อนการในการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค

เมื่อได้แจ้งตามวรรคหนึ่งแล้ว ให้ผู้เริ่มก่อนการรวบรวมองค์กรของผู้บริโภคที่ยินยอมเข้าร่วมในการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภคให้ได้จำนวนไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งขององค์กรของผู้บริโภคที่นายทะเบียนกลางได้ประกาศการรับแจ้งตามมาตรา ๖ วรรคห้า ไว้ครั้งสุดท้ายก่อนวันที่แจ้งตามวรรคหนึ่ง

ทั้งนี้ให้แล้วเสร็จภายในเก้าสิบวันนับแต่วันแจ้งตามวรรคหนึ่งในการดำเนินการตามวรรคสอง ผู้เริ่มก่อนการจะขอให้นายทะเบียนกลางเป็นผู้ประกาศเชิญชวนให้องค์กรของผู้บริโภคมาแสดงความยินยอมเข้าร่วมต่อนายทะเบียนกลางแทนผู้เริ่มก่อนการก็ได้



เมื่อผู้เริ่มก่อนการรวบรวมองค์กรของผู้บริโภคได้ครบถ้วนภายในกำหนดเวลาตามวรรคสองแล้ว ให้แจ้งให้นายทะเบียนกลางทราบพร้อมด้วยหลักฐานการยินยอมเข้าร่วมขององค์กรของผู้บริโภคเมื่อนายทะเบียนกลางได้รับแจ้ง และตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนแล้ว ให้ประกาศการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภคในราชกิจจานุเบกษาและทางระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

ในกรณีที่นายทะเบียนกลางเป็นผู้ประกาศเชิญชวนตามวรรคสาม เมื่อนายทะเบียนกลางรวบรวมองค์กรของผู้บริโภคได้ครบถ้วนตามจำนวนและภายในกำหนดเวลาตามวรรคสองแล้ว ให้นายทะเบียนกลางดำเนินการตรวจสอบและประกาศการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภคตามวรรคสี่ต่อไป

การประกาศการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภคให้นายทะเบียนกลางดำเนินการให้แล้วเสร็จภายในสามสิบวันนับแต่วันที่ได้รับแจ้งตามวรรคสี่หรือวันที่รวบรวมองค์กรของผู้บริโภคได้ครบถ้วนตามวรรคห้า

องค์กรของผู้บริโภคที่เข้าชื่อตามวรรคหนึ่งหรือยินยอมเข้าร่วมตามวรรคสองแล้ว จะขอถอนชื่อออกและจะเข้าชื่อกับคณะผู้เริ่มก่อนการอื่นหรือยินยอมเข้าร่วมในการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภคอื่นไม่ได้เว้นแต่ได้มีการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภคภายในกำหนดเวลาตามที่ได้เริ่มก่อนการไว้

มาตรา ๑๐ ให้สภาองค์กรของผู้บริโภคที่จัดตั้งตามมาตรา ๙ เป็นนิติบุคคล มีวัตถุประสงค์เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในทุกด้านและดำเนินการอื่นใดตามที่บัญญัติไว้ในพระราชบัญญัตินี้ โดยให้ถือว่าองค์กรของผู้บริโภคที่เป็นผู้เริ่มก่อนการและที่ได้ลงชื่อยินยอมเข้าร่วมในการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภคตามมาตรา ๙ เป็นสมาชิกของสภาองค์กรของผู้บริโภคนับแต่วันที่ประกาศจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค

ให้สภาองค์กรของผู้บริโภคมีความเป็นอิสระ ไม่อยู่ภายใต้อำนาจหรือการครอบงำหรือการสั่งการไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อมจากหน่วยงานของรัฐ เจ้าหน้าที่ของรัฐ พรรคการเมือง ผู้ประกอบธุรกิจหรือพนักงานหรือลูกจ้างของผู้ประกอบธุรกิจ

มาตรา ๑๑ เมื่อมีการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภคตามมาตรา ๙ แล้ว ให้คณะผู้เริ่มก่อนการจัดทำร่างข้อบังคับของสภาองค์กรของผู้บริโภคและเรียกประชุมสมาชิกภายในสามสิบวันนับแต่วันที่ประกาศการจัดตั้งในราชกิจจานุเบกษา เพื่อดำเนินกิจกรรม ดังต่อไปนี้

- (๑) จัดทำข้อบังคับของสภาองค์กรของผู้บริโภค
- (๒) เลือกตั้งประธานและคณะกรรมการนโยบายของสภาองค์กรของผู้บริโภค
- (๓) กำหนดนโยบาย แนวทาง หรือแผนงาน เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค
- (๔) กิจกรรมอื่นที่คณะผู้เริ่มก่อนการเห็นสมควร

มาตรา ๑๒ ข้อบังคับของสภาองค์กรของผู้บริโภคอย่างน้อยต้องมีเรื่อง ดังต่อไปนี้

- (๑) วัตถุประสงค์ของสภาองค์กรของผู้บริโภค
- (๒) แนวทางในการดำรงความเป็นอิสระตามมาตรา ๑๐
- (๓) โครงสร้างของการบริหารงานซึ่งอย่างน้อยต้องมีคณะกรรมการนโยบายที่ประกอบด้วยประธาน

รองประธาน และกรรมการนโยบายตามที่กำหนด และคุณสมบัติ ลักษณะต้องห้าม วาระการดำรงตำแหน่ง การพ้นจากตำแหน่ง และวิธีการได้มาซึ่งคณะกรรมการนโยบาย โดยกรรมการนโยบายอย่างน้อยต้องประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ ตามมาตรา ๑๓ และตัวแทนขององค์กรของผู้บริโภคจากพื้นที่ต่าง ๆ โดยจะให้มีคณะกรรมการบริหารด้วยหรือไม่ก็ได้

(๔) โครงสร้างขององค์กรซึ่งอย่างน้อยต้องมีสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภคและหน่วยงานประจำจังหวัด ซึ่งอาจมีทุกจังหวัดหรือบางจังหวัดตามที่เห็นสมควร ตลอดทั้งวิธีการบริหารงานของสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค ซึ่งอย่างน้อยต้องมีเลขธิการสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภคเป็นหัวหน้าสำนักงานและวิธีการบริหารงานใน หน่วยงานประจำจังหวัด รวมตลอดทั้งผู้มีอำนาจกระทำการแทนสภาองค์กรของผู้บริโภค

(๕) หลักเกณฑ์และวิธีการในการรับรองครุของผู้บริโภคเข้าเป็นสมาชิก และสิทธิ หน้าที่และประโยชน์ของ สมาชิก ทั้งนี้ หลักเกณฑ์และวิธีการในการรับสมาชิกต้องไม่มีลักษณะเป็นการกีดกันมิให้องค์กรของผู้บริโภคที่มี คุณสมบัติครบถ้วนเข้าเป็นสมาชิกได้

(๖) จรรยาบรรณและการควบคุมการปฏิบัติงาน ให้เป็นไปตามจรรยาบรรณและโทษกรณีมีการละเมิด จรรยาบรรณ

(๗) ค่าลงทะเบียน ค่าบำรุง และค่าบริการที่จะพึงเรียกเก็บจากสมาชิกหรือบุคคลภายนอก

(๘) การบัญชีและการเงิน การสอบบัญชี และการประเมินผลการปฏิบัติงานของสภาองค์กรของผู้บริโภค

(๙) การบรรจุ การแต่งตั้ง การถอดถอน การกำหนดตำแหน่ง อัตราเงินเดือน ค่าจ้าง และเงินบำเหน็จ รางวัลพนักงาน รวมทั้งระเบียบ วินัย การลงโทษ และการร้องทุกข์ของพนักงาน

ข้อบังคับของสภาองค์กรของผู้บริโภคต้องแจ้งให้นายทะเบียนกลางทราบและเผยแพร่ทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือระบบหรือวิธีการอื่นใดที่ประชาชนทั่วไปสามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก

มาตรา ๑๓ คณะกรรมการนโยบายสภาองค์กรของผู้บริโภคอย่างน้อยต้องประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญในด้าน ต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

(๑) ด้านการเงินและการธนาคาร

(๒) ด้านการขนส่งและยานพาหนะ

(๓) ด้านอสังหาริมทรัพย์และที่อยู่อาศัย

(๔) ด้านอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ

(๕) ด้านบริการสุขภาพ

(๖) ด้านสินค้าและบริการทั่วไป

(๗) ด้านการสื่อสารและโทรคมนาคม

(๘) ด้านบริการสาธารณะ

มาตรา ๑๔ สภาองค์กรของผู้บริโภค นอกจากมีอำนาจดำเนินการตามวัตถุประสงค์ที่ได้จัดตั้งแล้ว ในฐานะ เป็นผู้แทนผู้บริโภค ให้มีอำนาจดำเนินการในเรื่องดังต่อไปนี้ด้วย

(๑) ให้ความคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค รวมตลอดทั้งเสนอแนะนโยบายเกี่ยวกับการคุ้มครอง ผู้บริโภคต่อคณะรัฐมนตรีหรือหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง

(๒) สนับสนุนและดำเนินการ ตรวจสอบ ติดตาม เฝ้าระวังสถานการณ์ปัญหาสินค้าและบริการ แจ้งหรือ โฆษณาข่าวสารหรือเตือนภัยเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่อาจกระทบต่อสิทธิของผู้บริโภคหรืออาจก่อให้เกิดความ เสียหายหรือเกิดความเสียหายแก่ผู้บริโภค โดยจะระบุชื่อสินค้าหรือบริการหรือชื่อของผู้ประกอบธุรกิจด้วยก็ได้

(๓) รายงานการกระทำหรือละเลยการกระทำอันมีผลกระทบต่อสิทธิของผู้บริโภค ไปยังหน่วยงานของรัฐ หรือหน่วยงานอื่นที่รับผิดชอบและเผยแพร่ให้ประชาชนทราบ

(๔) สนับสนุนและช่วยเหลือองค์กรของผู้บริโภคในการรักษาประโยชน์ของผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพและได้รับความเชื่อถือ ตลอดจนส่งเสริมการรวมตัวขององค์กรของผู้บริโภคในระดับจังหวัดและเขตพื้นที่ ทั้งนี้ ตามที่กำหนดในข้อบังคับของสภาองค์กรของผู้บริโภค

(๕) สนับสนุนการศึกษาและการวิจัยเพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค

(๖) สนับสนุนและช่วยเหลือสมาชิกในการไกล่เกลี่ยหรือประนีประนอมยอมความข้อพิพาทเกี่ยวกับกรละเมิดสิทธิของผู้บริโภคทั้งก่อนและในระหว่างการดำเนินคดีต่อศาล

(๗) ดำเนินคดีเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคตามที่เห็นสมควรหรือเมื่อมีผู้ร้องขอ หรือให้ความช่วยเหลือในการดำเนินคดีในกรณีที่ผู้บริโภคหรือองค์กรของผู้บริโภคถูกฟ้องคดีจากการใช้สิทธิในฐานะผู้บริโภคหรือใช้สิทธิแทนผู้บริโภค แล้วแต่กรณี และเพื่อประโยชน์แห่งการนี้ ให้มีอำนาจประนีประนอมยอมความด้วย

(๘) จัดให้มีหรือรวบรวม และเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการอันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการ ให้ประชาชนสามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก

การดำเนินการตาม (๑) (๒) (๓) (๗) หรือ (๘) ถ้าเป็นการกระทำโดยสุจริต ให้สภาองค์กรของผู้บริโภคพ้นจากความรับผิด

ในกรณีที่หน่วยงานของรัฐได้รับรายงานตาม (๓) ให้แจ้งผลการดำเนินงานให้สภาองค์กรของผู้บริโภคทราบภายในหกสิบวันนับแต่วันที่รับแจ้ง

ในการดำเนินการตาม (๗) ให้สภาองค์กรของผู้บริโภคมีอำนาจฟ้องคดีได้ทั้งคดีแพ่ง คดีอาญา คดีปกครอง และคดีผู้บริโภค เช่นเดียวกับผู้เสียหายตามกฎหมายว่าด้วยวิธีพิจารณาคดีแพ่ง กฎหมายว่าด้วยวิธีพิจารณาคดีอาญา กฎหมายว่าด้วยการจัดตั้งศาลปกครองและวิธีพิจารณาคดีปกครอง และกฎหมายว่าด้วยวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค รวมทั้งเช่นเดียวกับคู่กรณีตามกฎหมายว่าด้วยวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง และเมื่อศาลพิพากษาว่าผู้ประกอบการกระทำการละเมิด หรือผิดสัญญาต่อผู้บริโภคให้ศาลสั่งให้ผู้ประกอบธุรกิจชำระค่าใช้จ่ายและค่าป่วยการให้แก่สภาองค์กรของผู้บริโภคไม่น้อยกว่าร้อยละยี่สิบห้าแต่ไม่เกินกึ่งหนึ่งของค่าเสียหายและค่าสินไหมทดแทนที่ศาลกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจชำระให้แก่ผู้บริโภค เว้นแต่สภาองค์กรของผู้บริโภคจะพิสูจน์ได้ว่ามีค่าใช้จ่ายมากกว่านั้น ก็ให้ศาลสั่งให้ผู้ประกอบธุรกิจชดใช้ค่าใช้จ่ายตามจำนวนดังกล่าวและชำระค่าป่วยการให้เท่ากับจำนวนค่าใช้จ่ายนั้น

มาตรา ๑๕ ให้เป็นหน้าที่ของสภาองค์กรของผู้บริโภคที่จะต้องจัดให้มีการประชุมสมาชิกและผู้บริโภคทั่วไปที่สนใจอย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง เพื่อรายงานผลการดำเนินงานของสภาองค์กรของผู้บริโภคและรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอันจะยังประโยชน์แก่การคุ้มครองผู้บริโภค และการปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงานของสภาองค์กรของผู้บริโภค

มาตรา ๑๖ ให้เป็นหน้าที่ของสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีที่จะเสนอต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อพิจารณาจัดสรรเงินอุดหนุนเป็นรายปีเป็นการจ่ายขาดให้แก่สภาองค์กรของผู้บริโภคตามที่สภาองค์กรของผู้บริโภคเสนอในการจัดสรรเงินอุดหนุนตามวรรคหนึ่ง ให้คณะรัฐมนตรีจัดสรรให้เพียงพอต่อการดำเนินงาน โดยอิสระของสภาองค์กรของผู้บริโภคในกรณีที่สภาองค์กรของผู้บริโภคเห็นว่าจำนวนเงินที่คณะรัฐมนตรีจัดสรรให้ไม่เพียงพอต่อการดำเนินงานตามวรรคสอง สภาองค์กรของผู้บริโภคจะมีหนังสือขอให้คณะรัฐมนตรีทบทวนเพื่อจัดให้เพียงพอก็ได้

มาตรา ๑๗ เพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมประสิทธิภาพและการตรวจสอบการดำเนินงานของสภาองค์กรของผู้บริโภคให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ ให้สภาองค์กรของผู้บริโภคจัดให้มีการประเมินผลการดำเนินงานของสภาองค์กรของผู้บริโภคตามระยะเวลาที่สภาองค์กรของผู้บริโภคกำหนด แต่ต้องไม่เกินสามปี

การประเมินผลการดำเนินงานตามวรรคหนึ่ง ให้จัดทำโดยสถาบันหรือองค์กรที่เป็นกลางและมีความเชี่ยวชาญในด้านการประเมินผลการดำเนินงาน โดยมีการคัดเลือกตามวิธีการที่สภาองค์กรของผู้บริโภคกำหนด

การประเมินผลการดำเนินงานของสภาองค์กรของผู้บริโภคจะต้องแสดงข้อเท็จจริงให้ปรากฏในด้านประสิทธิผล ประสิทธิภาพ การพัฒนาสภาองค์กรของผู้บริโภค และการสนับสนุนจากประชาชนหรือในด้านอื่นตามที่สภาองค์กรของผู้บริโภคจะได้กำหนดเพิ่มเติมขึ้น

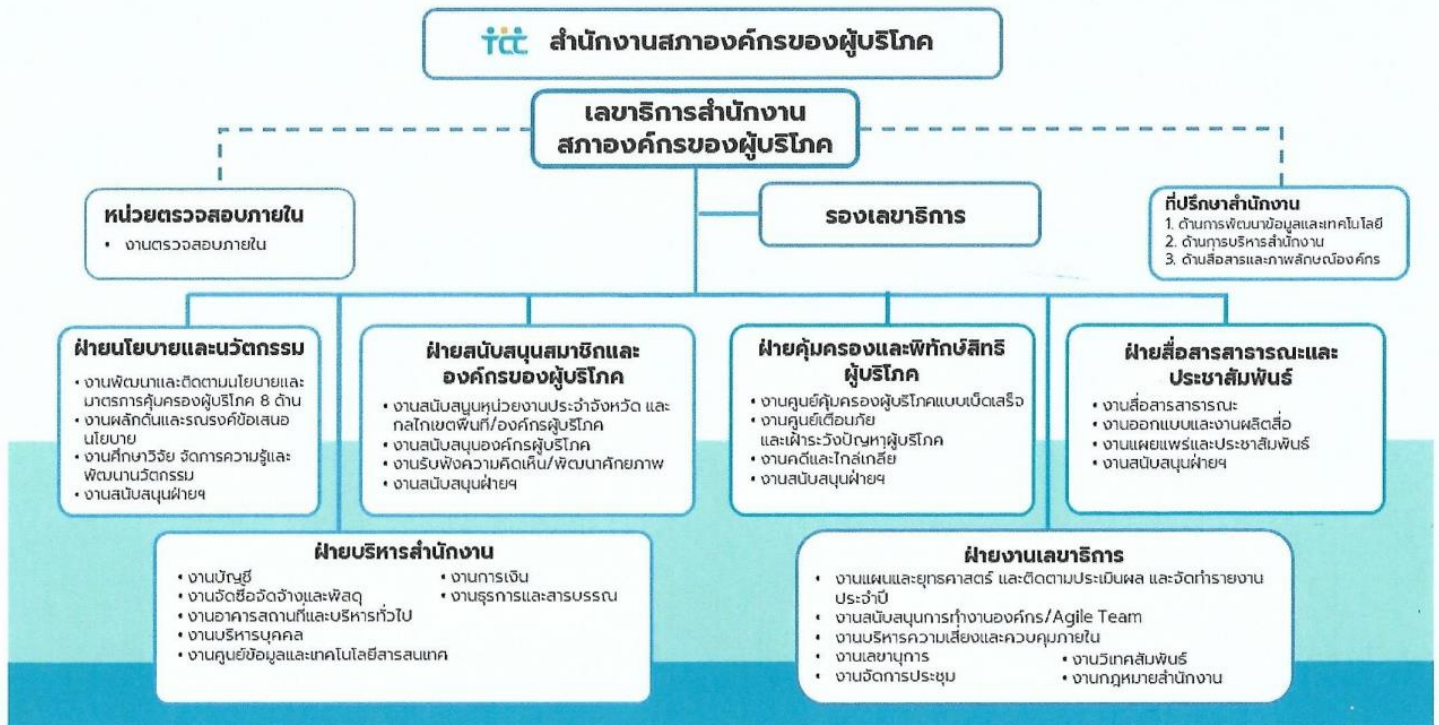
มาตรา ๑๘ ให้สภาองค์กรของผู้บริโภคจัดทำรายงานผลการปฏิบัติงานประจำปี ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคเผยแพร่ให้ประชาชนทราบและเสนอต่อคณะรัฐมนตรี สภาผู้แทนราษฎร และวุฒิสภาเพื่อทราบภายในหกเดือนนับแต่วันสิ้นปีปฏิทิน

นายกรัฐมนตรี สภาผู้แทนราษฎร และวุฒิสภา อาจขอให้ประธานกรรมการนโยบายสภาองค์กรของผู้บริโภคชี้แจงการดำเนินงานในเรื่องใดเรื่องหนึ่งเป็นหนังสือหรือขอให้มาชี้แจงด้วยวาจาได้

มาตรา ๑๙ เมื่อมีการประกาศจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภคตามมาตรา ๙ วรรคสี่เป็นครั้งแรกหลังจากวันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับ ให้รัฐบาลจัดสรรเงินอุดหนุนไว้ที่สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีเป็นการจ่ายขาดเพื่อเป็นทุนประเดิมเบื้องต้นให้แก่สภาองค์กรของผู้บริโภคที่จัดตั้งขึ้นดังกล่าวเป็นจำนวนไม่น้อยกว่าสามร้อยห้าสิบล้านบาท เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายเบื้องต้นในการดำเนินการให้เกิดการรวมตัวกันขององค์กรของผู้บริโภคอย่างทั่วถึงและเกิดพลังอย่างแท้จริงตามเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนุญ ทั้งนี้ ภายในหกสิบวันนับแต่วันประกาศจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค และการจ่ายเงินอุดหนุนให้แก่สภาองค์กรของผู้บริโภคให้เป็นไปตามระเบียบที่สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีกำหนด

มาตรา ๒๐ ให้นายกรัฐมนตรีรักษาการตามพระราชบัญญัตินี้

## โครงสร้างสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค

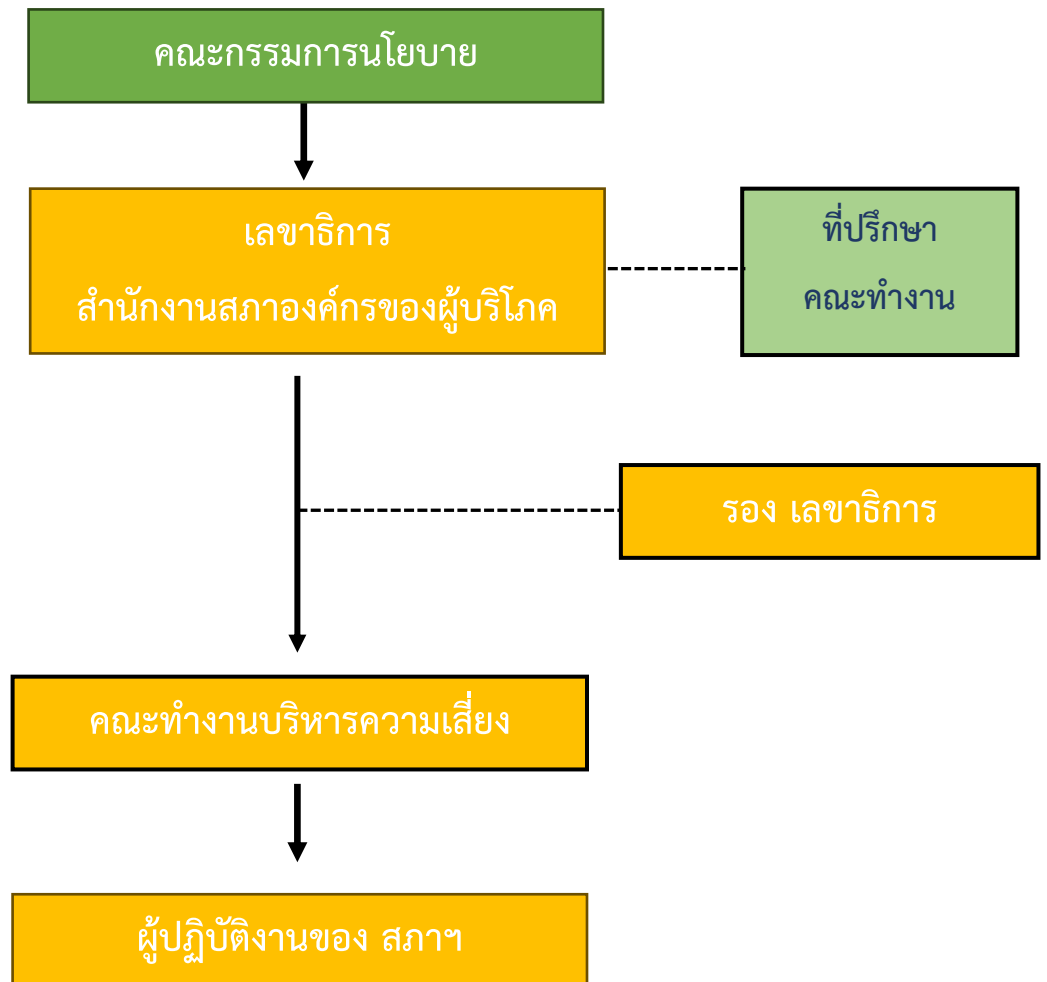


## ส่วนที่ ๒

### กรอบการบริหารความเสี่ยงของสภาองค์กรของผู้บริโภค

#### การกำกับดูแลความเสี่ยง (Risk Governance)

- โครงสร้างการบริหารความเสี่ยงของสภาองค์กรของผู้บริโภค



- **คณะกรรมการนโยบาย**

- ๑) ส่งเสริมให้มีการดำเนินงานบริหารจัดการความเสี่ยงของ สภามงคลของผู้บริโภค
- ๒) ให้ความเห็นชอบแผนการบริหารจัดการความเสี่ยงและให้ข้อเสนอแนะ

- **คณะอนุกรรมการตรวจสอบสภาองค์กรของผู้บริโภค**

- ๑) รับทราบผลการบริหารความเสี่ยงและให้ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาการบริหารความเสี่ยง
- ๒) กำกับดูแลการพัฒนาและการปฏิบัติตามกรอบการบริหารความเสี่ยง

- **เลขาธิการสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค**

- ๑) แต่งตั้งคณะทำงานบริหารความเสี่ยงและประเมินระบบการควบคุมภายในของสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค
- ๒) ส่งเสริมและติดตามให้มีการบริหารความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสม
- ๓) พิจารณานุมัติแผนการบริหารความเสี่ยง รายงานผลและเสนอแนวทางการพัฒนาระบบ

- **หน่วยตรวจสอบภายใน**

- ๑) สอบทานกระบวนการบริหารความเสี่ยงของ สำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค
- ๒) รายงานผลการบริหารความเสี่ยงให้คณะกรรมการตรวจสอบรับทราบและให้ข้อเสนอแนะ

- **คณะทำงานบริหารความเสี่ยง**

- ๑) จัดให้มีระบบและกระบวนการบริหารความเสี่ยงที่เป็นมาตรฐานเดียวกันทั้งองค์กร
- ๒) ดำเนินการตามกระบวนการบริหารความเสี่ยง ติดตามผลตามแผนการบริหารความเสี่ยง

- **ผู้ปฏิบัติงานของ สภาฯ**

- ๑) สนับสนุนข้อมูลที่เกี่ยวข้องให้กับคณะทำงานบริหารความเสี่ยง
- ๒) ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติงานตามแผนบริหารความเสี่ยง

- **โครงสร้างคณะทำงาน**

คำสั่งสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค ที่ ๐๙๓/๒๕๖๖ ลงวันที่ ๒๙ กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๖ เรื่อง แต่งตั้งคณะทำงานบริหารจัดการความเสี่ยงและประเมินระบบควบคุมภายใน ของ สำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค ตามที่กระทรวงการคลังได้กำหนดหลักเกณฑ์กระทรวงการคลังว่าด้วยมาตรฐานและหลักเกณฑ์ปฏิบัติการบริหารจัดการความเสี่ยงสำหรับหน่วยงานของรัฐ พ.ศ. ๒๕๖๒ ซึ่งกำหนดให้หน่วยงานของรัฐจัดให้มีการบริหารจัดการความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อหน่วยงานของรัฐอย่างเหมาะสมและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด สามารถทำให้การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ตามยุทธศาสตร์ที่หน่วยงานของรัฐกำหนด เพื่อให้การปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ดังกล่าวข้างต้น เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ

สภาองค์กรของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับรัฐสูง และใช้งบประมาณของรัฐในการดำเนินงาน จึงจัดให้มีการตรวจสอบภายใน การควบคุมภายใน และการบริหารความเสี่ยง โดยให้ถือปฏิบัติตามมาตรฐานและหลักเกณฑ์ที่กระทรวงการคลังกำหนด เพื่อให้การดำเนินงานและการบริหารงานของสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค มีประสิทธิภาพประสิทธิผลบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ เป้าหมาย มีการกำกับดูแลองค์กรที่ดี การบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายในของหน่วยงานเป็นไปตามมาตรฐานและหลักเกณฑ์ที่กระทรวงการคลังกำหนด จึงมีคำสั่งดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ แต่งตั้งคณะกรรมการบริหารจัดการความเสี่ยงและประเมินระบบควบคุมภายในของสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค โดยมีองค์ประกอบ ดังต่อไปนี้

- |  |                        |
|--|------------------------|
| (๑) เลขาธิการสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค         | ที่ปรึกษาคณะกรรมการ    |
| (๒) นายรชตะ อุ่นสุข                                | ที่ปรึกษาคณะกรรมการ    |
| (๓) นายศิริเกียรติ เหลียงกอบกิจ                    | ประธานคณะกรรมการ       |
| (๔) นางสุภาพร ถิ่นวัฒนากุล                         | รองประธานคณะกรรมการ    |
| (๕) หัวหน้าฝ่ายนโยบายและนวัตกรรม                   | คณะกรรมการ             |
| (๖) หัวหน้าฝ่ายสนับสนุนสมาชิกและองค์กรของผู้บริโภค | คณะกรรมการ             |
| (๗) หัวหน้าฝ่ายคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค    | คณะกรรมการ             |
| (๘) หัวหน้าฝ่ายสื่อสารสาธารณะและประชาสัมพันธ์      | คณะกรรมการ             |
| (๙) หัวหน้าฝ่ายบริหารสำนักงาน                      | คณะกรรมการ             |
| (๑๐) หัวหน้าฝ่ายงานเลขานุการ                       | คณะกรรมการ             |
| (๑๑) เจ้าหน้าที่ฝ่ายงานเลขานุการ                   | คณะกรรมการและเลขานุการ |

ข้อ ๒ ให้คณะกรรมการ มีอำนาจหน้าที่ ดังต่อไปนี้

(๑) กำหนดหลักเกณฑ์และแผนบริหารความเสี่ยง รวมถึงแผนการควบคุมภายในประจำปี งบประมาณของสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค

(๒) ปฏิบัติตามขั้นตอนกระบวนการบริหารความเสี่ยง และการควบคุมภายใน ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์กระทรวงการคลังที่เกี่ยวข้อง

(๓) ติดตามและรายงานผลการดำเนินงานตามแผนบริหารความเสี่ยงและแผนการควบคุมภายในให้ เป็นไปตามขั้นตอนและระยะเวลาที่กำหนดต่อเลขาธิการสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค

(๔) ดำเนินการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการความเสี่ยงและการควบคุมภายใน ให้บรรลุผล สำเร็จตามวัตถุประสงค์



## กระบวนการบริหารความเสี่ยง (Risk Management Process)

การบริหารความเสี่ยง เป็นกระบวนการที่ใช้ในการระบุ วิเคราะห์ ประเมิน และจัดลำดับความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานขององค์กร รวมทั้งการจัดทำแผนบริหารจัดการความเสี่ยง โดยกำหนดแนวทางการควบคุมเพื่อป้องกันหรือลดความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ ซึ่ง สภามงคลของผู้บริโภค กำหนดกระบวนการบริหารความเสี่ยงได้ ๖ ขั้นตอน ดังนี้

**๑. การระบุความเสี่ยง** เป็นการคัดเลือกโครงการ แผนงานที่สำคัญเพื่อบริหารจัดการความเสี่ยงเพื่อนำมาค้นหาและระบุเหตุการณ์ใด ๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ตามกลยุทธ์ของ สภามงคลของผู้บริโภคเพื่อให้สามารถพิจารณา กำหนดมาตรการจัดการความเสี่ยงได้อย่างเหมาะสมต่อไป ทั้งนี้การระบุความเสี่ยงควรเริ่มด้วยการแจกแจงกระบวนการปฏิบัติงานที่จะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ แล้วจึงระบุปัจจัยเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อกระบวนการปฏิบัติงานนั้น ๆ ทำให้เกิดความผิดพลาดความเสียหาย และเสียโอกาส โดยปัจจัยเสี่ยงนั้นควรจะเป็นต้นเหตุที่แท้จริงเพื่อที่จะสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการหามาตรการลดความเสี่ยงในภายหลังได้ ทั้งนี้การระบุความเสี่ยง สามารถดำเนินการได้หลายวิธีการ เช่น จากการวิเคราะห์กระบวนการทำงาน การวิเคราะห์ทบทวนผลการปฏิบัติงานที่ผ่านมา การประชุมเชิงปฏิบัติการ การระดมสมอง การเปรียบเทียบกับองค์กรอื่น การสัมภาษณ์ แบบสอบถาม เป็นต้น

**๒. การประเมินความเสี่ยง** เป็นการวิเคราะห์ความเสี่ยง และจัดลำดับความเสี่ยง โดยพิจารณาจากการประเมินโอกาสที่จะเกิดความเสี่ยง และความรุนแรงของผลกระทบจากเหตุการณ์ความเสี่ยง โดยอาศัยเกณฑ์มาตรฐานที่ได้กำหนดไว้ ทำให้ตัดสินใจจัดการกับความเสี่ยงเป็นไปอย่างเหมาะสม ตามหลักของ COSO ERM ที่ได้มีการระบุความเสี่ยง ๕ ด้าน ดังนี้

- **ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk : S)** หมายถึง ความเสี่ยงที่เกิดจากการกำหนดแผนกลยุทธ์ และแผนดำเนินงานที่นำไปปฏิบัติไม่เหมาะสม อันส่งผลกระทบต่อการบรรลุวิสัยทัศน์ พันธกิจ และยุทธศาสตร์ขององค์กร
- **ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน (Operational Risk : O)** หมายถึง ความเสี่ยงที่จะเกิดจากการปฏิบัติงานทุก ๆ ขั้นตอน อันเนื่องมาจากขาดการกำกับดูแลหรือควบคุมภายในที่ดี โดยครอบคลุมถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการ/อุปกรณ์/เทคโนโลยีสารสนเทศ/บุคลากรในการปฏิบัติงาน และความปลอดภัยของทรัพย์สิน
- **ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk : F)** หมายถึง ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการบริหารการควบคุมทางการเงิน และผลกระทบทางการเงินขององค์กร เช่น การเบิกจ่ายงบประมาณไม่เป็นไปตามแผน งบประมาณถูกตัดงบประมาณที่ได้รับไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ของภารกิจที่เปลี่ยนแปลงไปทำให้การจัดสรรงบประมาณไม่เพียงพอ เป็นต้น
- **ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย/กฎระเบียบ (Compliance Risk : C)** หมายถึง ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับกฎหมาย/กฎระเบียบ ซึ่งอาจจะเกิดจากการไม่สามารถปฏิบัติตามกฎหมาย/กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องได้ หรือกฎหมาย/กฎระเบียบที่มีอยู่นั้นไม่เหมาะสมหรือเป็นอุปสรรคต่อการปฏิบัติงาน
- **ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information System Risk : IT)** ความเสี่ยงที่เกิดจากความผิดพลาดของอุปกรณ์ การเคลื่อนย้ายตัวเครื่องอุปกรณ์ การติดตั้งอุปกรณ์ในพื้นที่ที่ไม่เหมาะสม การถูกภัยคุกคามจากภัยต่างๆ เช่น ไวรัสคอมพิวเตอร์ Malware, Trojan, Adware เป็นต้น ทั้งที่เป็นการโจมตีจากภายใน และมาจากภายนอกโดยผ่านทางเครือข่าย (Networks) หรือจาก คอมพิวเตอร์โดยตรง

## ส่วนที่ ๓

การระบุความเสี่ยงและการจัดทำแผนบริหารความเสี่ยง  
ประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๗

แผนบริหารความเสี่ยง  
สำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค  
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗  
(ไตรมาสที่ ๓-๔)

แผนภาพ แสดงผลการบริหารความเสี่ยงระดับองค์กรของสภาองค์กรของผู้บริโภค  
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๗

แสดงผลการระบุความเสี่ยงประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๗

I M P A C T	๕					
	๔		RF๕		RF๑ RF๒	
	๓				RF๓ RF๔	
	๒				RF๖	
	๑					
		๑	๒	๓	๔	๕
LIKELIHOOD						

## คำอธิบายแผนภาพความเสี่ยงค่าระดับองค์กร

ระดับผลกระทบที่จะเกิดขึ้น Impact	Risk Profile Map ระดับความรุนแรง	ระดับความน่าจะเป็นเกิด Likelihood				
		1 ยาก	2 เป็นไปได้น้อย	3 อาจเป็นไปได้	4 เป็นไปได้มาก	5 แน่นอน
5 สูงมาก	E	E	E	E	E	E
4 สูง	M	H	H	H	E	E
3 ปานกลาง	L	M	M	H	H	
2 น้อย	L	L	L	M	H	
1 น้อยมาก	L	L	L	L	M	

ระดับความเสี่ยง (Risk Level) โอกาสที่จะเกิดความเสี่ยง (L) X ผลกระทบที่จะเกิดขึ้น (I)	
ระดับความเสี่ยง	คำอธิบาย
E - สูงมาก (Extremely high)	ระดับความเสี่ยงที่ไม่สามารถยอมรับได้ จำเป็นต้องเร่งจัดการความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ทันที
H - สูง (High)	ระดับความเสี่ยงที่ไม่สามารถยอมรับได้ ต้องมีการจัดการความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้
M - ปานกลาง (Moderate)	ระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ แต่ต้องมีการควบคุมเพื่อไม่ให้มีความเสี่ยงเพิ่ม
L - น้อย (Low)	ระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ แต่ยังคงควบคุมความเสี่ยง

รายการความเสี่ยงระดับองค์กร ของสภาองค์กรของผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๗

ประเภท (S-O-F-C- IT)	ลำดับที่	ชื่อความเสี่ยง (Risk Factor)	ต้นปีงบประมาณ (Likelihood x Impact)		
F	RF๑	งบประมาณประจำปีได้รับจัดสรรไม่เพียงพอ	๔	๔	๑๖ สูงมาก
S/F	RF๒	การดำเนินงานและใช้จ่ายงบประมาณล่าช้า/ไม่เป็นไปตาม แผนฯ	๔	๔	๑๖ สูงมาก
S/IT	RF๓	องค์กรไม่สามารถทำงานได้ต่อเนื่อง จากเหตุวิกฤต/ฉุกเฉิน (ขาดแผน BCP)	๓	๔	๑๒ สูง
S	RF๔	สมาชิกลาออกจากสภาองค์กรของผู้บริโภค	๓	๔	๑๒ สูง
O/C	RF๕	การบริหารจัดการหน่วยประจำจังหวัด และหน่วยงานเขต พื้นที่ ไม่เป็นไปตามระเบียบของสภาฯ นำไปสู่การยุบเลิก หน่วยงานประจำจังหวัด / เขตพื้นที่	๒	๔	๘ สูง
O	RF๖	การดำเนินการจัดการข้อร้องทุกข์ของผู้บริโภคมีความล่าช้า ไม่เป็นไปตามกรอบเวลาที่กำหนด	๓	๓	๙ ปานกลาง

แผนบริหารความเสี่ยงสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗			
ความเสี่ยงลำดับที่ ๑ (RF ๑)	งบประมาณประจำปีได้รับจัดสรรไม่เพียงพอ		
ประเภทความเสี่ยง	ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk : S)		
การประเมินค่าระดับความเสี่ยง	ค่าโอกาส	ค่าผลกระทบ	คะแนน
ประเมินระดับความเสี่ยงก่อนบริหารความเสี่ยง	๔	๔	๑๖ สูงมาก E
ประเมินระดับความเสี่ยง ไตรมาสที่ ๓			
ประเมินระดับความเสี่ยง ไตรมาสที่ ๔			
ผู้รับผิดชอบ : ทุกฝ่าย /ฝ่าย ลข.(หลัก)			

ปัจจัยความเสี่ยง	โครงการ/กิจกรรมการจัดการความเสี่ยง	ตัวชี้วัดความเสี่ยงและเป้าหมาย
๑. ปัจจัยภายนอก : การพิจารณาของสำนักงานงบประมาณ-รัฐสภา ๒. ปัจจัยภายใน : การจัดทำคำขอของบฯ ให้มีคุณภาพ มีหลักฐานสนับสนุนชัดเจน ๓. ประสิทธิภาพของการเบิกจ่ายในปีที่ผ่านมา	๑. ประสานงานกับสำนักงานฯ ต่อเนื่องเพื่อ defend และหาแนวทางลดการตัดงบประมาณลงจากคำขอ (ในระยะยาว : ปรับปรุง พรบ.เพื่อมีงบฯ แบบรายหัว) ๒. จัดแผนฯ ๕ ปี ๓. แผนปฏิบัติประจำปีให้ชัดเจน ๔. กำกับ เร่งรัดการดำเนินงานและการเบิกจ่ายของปีปัจจุบัน	๑. ได้รับข้อมูลจากสำนักงานฯ ที่ชัดเจนในเหตุผลที่ตัดงบฯ ลดลง และแนวทางป้องกันในอนาคต ๒. มีแผนฯ ๕ ปี ๓. แผนงานและแผนเงินปี ๒๕๖๘ ๔. มีรายงานการเบิกจ่ายเป็นรายเดือนแจ้งในที่ประชุมผู้บริหาร เพื่อเร่งรัดและติดตามการเบิกจ่าย
ผลการดำเนินงานไตรมาส		

แผนบริหารความเสี่ยงสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗			
ความเสี่ยงลำดับที่ ๒ (RF ๒)	การดำเนินงานและใช้จ่ายงบประมาณล่าช้า/ไม่เป็นไปตามแผนฯ		
ประเภทความเสี่ยง	ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk : S) ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk : F)		
การประเมินค่าระดับความเสี่ยง	ค่าโอกาส	ค่าผลกระทบ	คะแนน
ประเมินระดับความเสี่ยงก่อนบริหารความเสี่ยง	๔	๔	๑๖ สูงมาก E
ประเมินระดับความเสี่ยง ไตรมาสที่ ๓			
ประเมินระดับความเสี่ยง ไตรมาสที่ ๔			
ผู้รับผิดชอบ : ทุกฝ่าย /ฝ่าย ลข.(หลัก)			

ปัจจัยเสี่ยง	โครงการ/กิจกรรมการจัดการความเสี่ยง	ตัวชี้วัดความเสี่ยงและเป้าหมาย
<p>๑. ผลการดำเนินงานและการเบิกจ่ายต่ำกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ใน</p> <p>๒. ระบบติดตามผลการดำเนินงานและการใช้จ่ายบฯ ไม่แม่นยำ /ไม่ real time</p>	<p>(๑) จัดทำแผนการดำเนินงานและแผนการใช้จ่าย และ แผนการจัดซื้อจัดจ้าง ภายใน ๑๕ วัน นับจากวันที่ได้รับทราบจำนวนงบประมาณที่จะได้รับอย่างชัดเจน</p> <p>(๒) มีระบบการติดตามผลงานและผลการเบิกจ่าย เพื่อตรวจสอบ</p> <p>(๓) ประชุมเพื่อติดตามความก้าวหน้าและเร่งรัดการดำเนินงานและการเบิกจ่าย ทุกเดือน</p>	<p>๑. มีแผนการดำเนินและแผนการใช้จ่ายภายใน ๑๕ นับจากวันที่ได้รับทราบจำนวนงบประมาณที่จะได้รับอย่างชัดเจน</p> <p>๒. มีระบบ E-Budgeting</p> <p>๓. ติดตามความก้าวหน้าและเร่งรัดการดำเนินงานและการเบิกจ่าย ในระบบ Budgeting</p> <p>๔. มีรายงานการประชุมติดตามความก้าวหน้าและเร่งรัดการดำเนินงานและการเบิกจ่าย</p> <p>๕. เบิกจ่ายงบประมาณตามแผนให้ได้ไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๙๗</p>
ผลการดำเนินงานไตรมาส		

แผนบริหารความเสี่ยงสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗			
ความเสี่ยงลำดับที่ ๓ (RF ๓)	สมาชิกลาออกจากสภาองค์กรของผู้บริโภค		
ประเภทความเสี่ยง	ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk : S)		
การประเมินค่าระดับความเสี่ยง	ค่าโอกาส	ค่าผลกระทบ	คะแนน
ประเมินระดับความเสี่ยงก่อนบริหารความเสี่ยง	๓	๔	๑๒ สูง H
ประเมินระดับความเสี่ยง ไตรมาสที่ ๓			
ประเมินระดับความเสี่ยง ไตรมาสที่ ๔			
ผู้รับผิดชอบ : ฝ่าย สส.			

ปัจจัยเสี่ยง	โครงการ/กิจกรรม การจัดการความเสี่ยง	ตัวชี้วัดความเสี่ยง และเป้าหมาย
๑. ขาดการติดตาม-สนับสนุน-พัฒนาให้สมาชิกมีการดำเนินงานต่อเนื่องเพื่อคงสถานะเป็นองค์กรผู้บริโภคและสร้างความผูกพัน (royalty) กับสภาฯ	(๑) สนับสนุนสมาชิกโดยตรงจากสภาฯ ทั้งการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อข้อเสนอ นโยบายการคุ้มครองผู้บริโภค ๘ ด้าน และสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมคุ้มครองพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค	๑. รายงานผลการสนับสนุนสมาชิกรายไตรมาส ๒. รายงานผลการสื่อสารกับสมาชิกรายไตรมาส ๓. ร้อยละขององค์กรผู้บริโภคที่ลาออกจากการเป็นสมาชิกลดลงกว่าปี ๒๕๖๖
๒. สมาชิกได้รับข้อมูลที่ไม่ถูกต้องทำให้ขาดความเชื่อถือต่อสภาฯ	(๒) จัดทำช่องทางการสื่อสารระหว่างสำนักงานสภาฯ กับองค์กรสมาชิกทั้งหมด ๓๑๔ องค์กรให้เป็นระบบชัดเจน (ทั้งระบบอีเมล ไปรษณีย์ Line และฐานข้อมูลที่ต้องการ) (๓) สื่อสาร ประชาสัมพันธ์การทำงานของสภาฯ และแนะนำบทบาทสมาชิก (ตัวอย่าง good practice) ของสมาชิกในจังหวัดต่างๆ ให้กับสมาชิก รับทราบเป็นประจำทุกเดือน	
ผลการดำเนินงานไตรมาส		



แผนบริหารความเสี่ยงสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗			
ความเสี่ยงลำดับที่ ๔ (RF ๔)	องค์กรไม่สามารถทำงานได้ต่อเนื่อง จากเหตุวิกฤต/ฉุกเฉิน(ขาดแผน BCP)		
ประเภทความเสี่ยง	ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk : S) ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information System Risk : IT)		
การประเมินค่าระดับความเสี่ยง	ค่าโอกาส	ค่าผลกระทบ	คะแนน
ประเมินระดับความเสี่ยงก่อนบริหารความเสี่ยง	๓	๔	๑๒ สูง H
ประเมินระดับความเสี่ยง ไตรมาสที่ ๓			
ประเมินระดับความเสี่ยง ไตรมาสที่ ๔			
ผู้รับผิดชอบ ฝ่าย ลข./ ฝ่าย บห./ฝ่าย คพ.			

ปัจจัยเสี่ยง	โครงการ/กิจกรรม การจัดการความเสี่ยง	ตัวชี้วัดความเสี่ยง และเป้าหมาย
๑. สถานการณ์ด้านการเมืองซึ่งส่งผลต่อการขอรับงบประมาณ ๒. ภัยธรรมชาติ หรืออุบัติเหตุ (เช่น น้ำท่วม ไฟไหม้ ไฟฟ้าดับ) ๓. เหตุจลาจล ๔. ระบบไอทีล่ม ๕. การใช้บริการผู้รับจ้าง (Outsources) ในบางภารกิจที่มีผลกระทบสูงต่อ BCP	(๑) จัดทำแผนการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (BCP) ตามลำดับความสำคัญของงานที่อาจส่งผลกระทบต่อหากเกิดเหตุวิกฤต/ฉุกเฉิน (๒) จัดทำขั้นตอน/แนวทางการติดต่อสื่อสารเมื่อเกิดเหตุวิกฤต/ฉุกเฉิน	๑. แผน BCP งานที่สำคัญ (IT) ฐานข้อมูล
ผลการดำเนินงานไตรมาส		

แผนบริหารความเสี่ยงสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗			
ความเสี่ยงลำดับที่ ๕ (RF ๕)	การบริหารจัดการหน่วยประจำจังหวัด และหน่วยงานเขตพื้นที่ ไม่เป็นไปตามระเบียบของสภาฯ นำไปสู่การยุบเลิกหน่วยงานประจำจังหวัด / เขตพื้นที่		
ประเภทความเสี่ยง	ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk : F)		
การประเมินระดับความเสี่ยง	ค่าโอกาส	ค่าผลกระทบ	คะแนน
ประเมินระดับความเสี่ยงก่อนบริหารความเสี่ยง	๒	๔	๘ สูง H
ประเมินระดับความเสี่ยง ไตรมาสที่ ๓			
ประเมินระดับความเสี่ยง ไตรมาสที่ ๔			
ผู้รับผิดชอบ ฝ่าย บห./ฝ่าย สส.			

ปัจจัยเสี่ยง	โครงการ/กิจกรรมการจัดการความเสี่ยง	ตัวชี้วัดความเสี่ยงและเป้าหมาย
<p>๑. หัวหน้าหน่วยงาน /บุคลากรของหน่วยงานประจำจังหวัด / หน่วยงานเขตพื้นที่ขาดความรู้ความเข้าใจ และความตระหนัก ในความสำคัญของการปฏิบัติตามกฎระเบียบของสภาฯ</p> <p>๒. มีข้อจำกัดการบริหารองค์กรให้มีประสิทธิภาพ</p> <p>๓. ระบบการติดตาม ตรวจสอบที่ไม่เพียงพอ ไม่ฉับไวต่อการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น</p>	<p>(๑) มีการชี้แจง แลกเปลี่ยนและทำความเข้าใจ ในเชิงลึก กับหัวหน้าหน่วยงานประจำจังหวัด /เขตพื้นที่ ถึงความสำคัญในการปฏิบัติตามกฎ-ระเบียบ-แนวทางปฏิบัติ ของสภาฯ และผลกระทบรุนแรงที่จะเกิดขึ้นทั้งต่อหน่วยฯ และต่อสภาฯ หากฝ่าฝืน (การชี้แจง ทำความเข้าใจ และนำข้อผิดพลาดที่พบบ่อยครั้ง ในการปฏิบัติตามกฎ-ระเบียบ-แนวทางปฏิบัติของสภาฯ สื่อสารในกลุ่มผู้ปฏิบัติงานของหน่วยงานจังหวัด/ เขตพื้นที่ )</p> <p>(๒) ทบทวนทำความเข้าใจและให้ความรู้แก่เจ้าหน้าที่ของหน่วยฯ เกี่ยวกับระเบียบการดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง ๑ ขั้นตอนการปฏิบัติงาน และเอกสารต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง</p>	<p>๑. มีการชี้แจง แลกเปลี่ยน-และทำความเข้าใจ ในเชิงลึก กับหัวหน้าหน่วยงานประจำจังหวัด /เขตพื้นที่</p> <p>๒. มีการจัดประชุม Admin Branch สำหรับปี งบประมาณ. ๒๕๖๗ เพื่อชี้แจงการใช้ระบบ ERP และข้อกฎหมายต่าง ๆ ในเดือน พ.ศ. ๒๕๖๗ และมีผลสรุปการประชุม</p>

ปัจจัยเสี่ยง	โครงการ/กิจกรรม การจัดการความเสี่ยง	ตัวชี้วัดความเสี่ยง และเป้าหมาย
	<p>(๓) ร่วมมือกับหน่วยงานวิชาการด้านการคุ้มครองผู้บริโภคพัฒนาเครื่องมือและระบบการติดตามการดำเนินงานเพื่อใช้ในการยกระดับการความสามารถในการบริหารจัดการองค์กรของผู้บริโภค</p> <p>(๔) จัดให้มีแผนการ ขั้นตอนติดตามและประเมินผล และการกำหนดมาตรการในการป้องกัน แก้ไขปัญหาการดำเนินงานของหน่วยงานประจำจังหวัดและหน่วยงานเขตพื้นที่</p>	<p>๓. แผนและแนวทางการพัฒนาเครื่องมือและระบบการติดตามการดำเนินงานของหน่วยงานจังหวัด/เขตพื้นที่</p> <p>๔. จำนวนหน่วยงานประจำจังหวัด หน่วยงานเขตพื้นที่ที่ถูกยุบเลิก ลดลง</p>
ผลการดำเนินงานไตรมาส		

แผนบริหารความเสี่ยงสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗			
ความเสี่ยงลำดับที่ ๖ (RF ๖)	การดำเนินการจัดการข้อร้องทุกข์ของผู้บริโภคมีความล่าช้า ไม่เป็นไปตามกรอบเวลาที่กำหนด		
ประเภทความเสี่ยง	ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน (Operational Risk : O) ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย/กฎระเบียบ (Compliance Risk : C)		
การประเมินค่าระดับความเสี่ยง	ค่าโอกาส	ค่าผลกระทบ	คะแนน
ประเมินระดับความเสี่ยง ก่อนบริหารความเสี่ยง	๓	๓	๙ ปานกลาง M
ประเมินระดับความเสี่ยง ไตรมาสที่ ๓			
ประเมินระดับความเสี่ยง ไตรมาสที่ ๔			
ผู้รับผิดชอบ : ฝ่าย คพ./ฝ่าย สส.			

ปัจจัยเสี่ยง	โครงการ/กิจกรรม การจัดการความเสี่ยง	ตัวชี้วัดความเสี่ยง และเป้าหมาย
๑. มีจำนวนบุคลากรปฏิบัติงานที่จำกัด ๒. ระเบียบการจัดการข้อร้องเรียนยังไม่สอดคล้องกับแนวทางปฏิบัติงาน ๓. เจ้าหน้าที่ขาดความเข้าใจในแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภค ระเบียบและขั้นตอนในการปฏิบัติงานรับและจัดการข้อร้องทุกข์	(๑) ประเมินจำนวนเรื่องร้องเรียนที่เจ้าหน้าที่แต่ละคนรับผิดชอบและจัดหาบุคลากรเพิ่มเติมให้เหมาะสม (๒) จัดตั้งคณะทำงานเพื่อสนับสนุนการจัดการข้อร้องทุกข์ (๓) วิเคราะห์เสนอปรับปรุงระเบียบการรับเรื่องร้องทุกข์ให้เหมาะสมกับแนวทางปฏิบัติ (๔) จัดประชุมร่วมกับหน่วยงานประจำจังหวัดและเขตพื้นที่เพื่อพัฒนาศักยภาพการจัดการเรื่องร้องทุกข์	๑. มีการจัดหาบุคลากรเพิ่มเติม ตามผลการประเมิน work load (ใน ส่วนกลางของ สนง. สภาฯ) ๒. มีการปรับปรุงระเบียบการรับเรื่องร้องทุกข์ให้เหมาะสมกับแนวทางปฏิบัติ ๓. ข้อร้องเรียนของผู้บริโภคได้รับการดำเนินการตามกรอบเวลาที่กำหนดในระเบียบหรือแนวปฏิบัติที่ปรับปรุง
ผลการดำเนินงานไตรมาส		

คำสั่งสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค

ที่ ๐๙๓ / ๒๕๖๖

เรื่อง แต่งตั้งคณะทำงานบริหารจัดการความเสี่ยงและประเมินระบบควบคุมภายใน  
ของสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค

.....

ตามหลักเกณฑ์กระทรวงการคลังว่าด้วยมาตรฐานและหลักเกณฑ์ปฏิบัติการบริหารจัดการความเสี่ยงสำหรับหน่วยงานของรัฐ พ.ศ. ๒๕๖๒ และหลักเกณฑ์กระทรวงการคลังว่าด้วยมาตรฐานและหลักเกณฑ์ปฏิบัติการควบคุมภายในสำหรับหน่วยงานของรัฐ พ.ศ. ๒๕๖๑ กำหนดให้หน่วยงานของรัฐจัดให้มีการบริหารจัดการความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อหน่วยงานของรัฐอย่างเหมาะสมและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด สามารถทำให้การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ตามยุทธศาสตร์ที่หน่วยงานของรัฐกำหนด และจัดให้มีการควบคุมภายในตามกระบวนการงานที่มีความเสี่ยงในการปฏิบัติงานด้านการดำเนินงานด้านการรายงาน และด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับ

อาศัยอำนาจตามความในข้อ ๓๖ แห่งข้อบังคับสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๖๕ และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๖๖ เลขานุการสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค จึงมีคำสั่งแต่งตั้งคณะทำงานบริหารจัดการความเสี่ยงและประเมินระบบควบคุมภายในของสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค โดยมีองค์ประกอบและอำนาจหน้าที่ ดังนี้

องค์ประกอบ

- |  |                      |
|--|----------------------|
| (๑) เลขานุการสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค         | ที่ปรึกษาคณะทำงาน    |
| (๒) นายรชตะ อุ๋นสุข                                | ที่ปรึกษาคณะทำงาน    |
| (๓) นายศิริเกียรติ เหลียงกอบกิจ                    | ประธานคณะทำงาน       |
| (๔) นางสุภาพร ถิ่นวัฒนากุล                         | รองประธานคณะทำงาน    |
| (๕) หัวหน้าฝ่ายนโยบายและนวัตกรรม                   | คณะทำงาน             |
| (๖) หัวหน้าฝ่ายสนับสนุนสมาชิกและองค์กรของผู้บริโภค | คณะทำงาน             |
| (๗) หัวหน้าฝ่ายคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค    | คณะทำงาน             |
| (๘) หัวหน้าฝ่ายสื่อสารสาธารณะและประชาสัมพันธ์      | คณะทำงาน             |
| (๙) หัวหน้าฝ่ายบริหารสำนักงาน                      | คณะทำงาน             |
| (๑๐) หัวหน้าฝ่ายงานเลขานุการ                       | คณะทำงาน             |
| (๑๑) เจ้าหน้าที่ฝ่ายงานเลขานุการ                   | คณะทำงานและเลขานุการ |

อำนาจหน้าที่

- (๑) กำหนดหลักเกณฑ์และแผนบริหารความเสี่ยง รวมถึงแผนการควบคุมภายในประจำปีงบประมาณของสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค

(๒) ปฏิบัติ ...

(๒) ปฏิบัติตามขั้นตอนกระบวนการบริหารความเสี่ยง และการควบคุมภายใน ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์กระทรวงการคลังที่เกี่ยวข้อง

(๓) ติดตามและรายงานผลการดำเนินงานตามแผนบริหารความเสี่ยงและแผนการควบคุมภายในให้เป็นไปตามขั้นตอนและระยะเวลาที่กำหนดต่อเลขาธิการสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค

(๔) ดำเนินการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการความเสี่ยงและการควบคุมภายใน ให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์

สั่ง ณ วันที่ ๒๕ กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๖



(นางสาวสารี อ๋องสมหวัง)

เลขาธิการสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค