

รายงานประจำปี

2566

ฉบับย่อ

สภาองค์กรของผู้บริโภค

Thailand Consumers Council



สภาองค์กรของผู้บริโภค หรือสภาผู้บริโภค* คือ

องค์กรที่เกิดขึ้นตามเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2560 จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 เพื่อทำหน้าที่เป็นผู้แทนของผู้บริโภคทุกคน ทุกด้าน ซึ่งเบื้องต้นกำหนดไว้ 8 ด้าน และมีอำนาจในการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค โดยมีความเป็นอิสระในการปฏิบัติหน้าที่ และรัฐต้องจัดสรรงบประมาณให้เพียงพอต่อการดำเนินงานของสภาผู้บริโภค ทั้งนี้กฎหมายได้กำหนดให้สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีเสนอต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อจัดสรรเงินอุดหนุนเป็นรายปี เป็นการจ่ายขาดให้แก่สภาผู้บริโภคตามที่เสนอขอ

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

เพื่อ(น) ผู้บริโภคร



สารบัญ

วิสัยทัศน์ พันธกิจ ยุทธศาสตร์	4
บทสรุปผู้บริหาร	5
ประชาชนได้อะไรจากสภาผู้บริโภคร (ปีงบประมาณ 2566)	9
พลิกอำนาจต่อรอง...สู่มือผู้บริโภค	12
ผลงานเด่น 1: เงินกู้ศรีสวัสดิ์ เมื่อนั้นนอกระบบแฝงอยู่กับสินเชื่อสถาบัน	12
ผลงานเด่น 2: แนวคิดรถไฟฟ้ามวลชน ทุกคนขึ้นได้ทุกวัน	14
ผลงานเด่น 3: จากผลทดสอบความทนของหมวกกันน็อก สู่สิทธิการเลือกซื้อที่ป้องกันชีวิตได้	17
ผลการดำเนินงานตามแผนงาน	20
1. งานคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค	20
2. งานพัฒนานโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค	22
3. งานสนับสนุนหน่วยงานประจำจังหวัดและองค์กรผู้บริโภค	25
4. งานสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค	27
5. งานบริหารจัดการสำนักงานและพัฒนาศักยภาพองค์กรผู้บริโภค	27
ปัญหา อุปสรรค และความท้าทาย	
ปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไข	29
ก้าวต่อไปกับความท้าทายของงานคุ้มครองผู้บริโภคปี 2567	30

วิสัยทัศน์ พันธกิจ ยุทธศาสตร์



วิสัยทัศน์

เป็นผู้แทนของผู้บริโภคทุกด้าน
เพื่อคุณภาพชีวิตของทุกคน



พันธกิจ

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



ยุทธศาสตร์

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

บทสรุปผู้บริหาร

สภาผู้บริโภคร่วมได้ดำเนินงานในรอบปีงบประมาณ 2566 ภายในขอบเขตอำนาจ 8 ประการ ตามที่พระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 มาตรา 14 ระบุไว้ ด้วยการให้นำหนักกับงานทุกด้าน ในลักษณะบูรณาการกับโครงสร้างองค์กรที่มีคณะกรรมการนโยบายและคณะกรรมการผู้เชี่ยวชาญในประเด็น ทั้ง 8 ด้าน และสำนักงานสภาผู้บริโภคในส่วนกลางเป็นกลไกขับเคลื่อนหลัก และมีหน่วยงานเขตพื้นที่ หน่วยงานประจำจังหวัด รวมทั้งองค์กรผู้บริโภคที่เป็นสมาชิก เป็นกลไกร่วมขับเคลื่อนภารกิจในระดับพื้นที่ ภายใต้ 5 แผนงานที่กำหนดไว้

ผลการดำเนินงานตามขอบเขตอำนาจและแผนงาน

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

ประเด็นปัญหาที่มีการร้องเรียนสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ด้านสินค้าและบริการทั่วไป โดยสูงถึง 10,150 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 62.88 ของจำนวนเรื่องร้องเรียนทั้งหมด ด้านการเงินและการธนาคาร ร้อยละ 12.91 และด้านการสื่อสารโทรคมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศ ร้อยละ 5.69

จากเรื่องร้องเรียนทั้งหมด สภาผู้บริโภคสามารถช่วยยุติความทุกข์ของผู้บริโภคได้ 12,837 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 79 โดยที่ส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 67 ยุติได้ด้วยการให้คำปรึกษาและการไกล่เกลี่ย ทั้งนี้ ผลดังกล่าวส่วนหนึ่งเกิดจากการที่ทางสภาผู้บริโภคได้ให้การสนับสนุนและช่วยเหลือสมาชิกในการไกล่เกลี่ยหรือประนีประนอมยอมความข้อพิพาทเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค (อำนาจประการที่ 6) ด้วย

ขณะที่ในงานด้านนโยบาย ปีงบประมาณ 2566 สภาผู้บริโภคได้จัดทำข้อเสนอแนะนโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคทั้งระดับประเทศและท้องถิ่นรวม 25 เรื่อง และได้ให้ความเห็นต่อระเบียบหรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับงานคุ้มครองผู้บริโภค 5 ฉบับ

ข้อเสนอแนะนโยบายที่ได้รับความสนใจสูง เช่น มาตรการเพื่อแก้ปัญหาภัยทุจริตทางการเงิน ข้อเสนอการจัดการระบบรถรับ-ส่งนักเรียนปลอดภัย นโยบายเพื่อแก้ไขปัญหาจากอาคารสูง

มาตรการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการนำพืชกัญชา-กัญชงมาเป็นวัตถุดิบในอาหาร ข้อเสนอเพื่อ

ยกระดับสิทธิประโยชน์ของผู้ประกันตน มาตรการเรียกคืนถุงลมนิรภัยที่ไม่ปลอดภัย นโยบายส่งเสริมการติดตั้งโซลาร์เซลล์บนหลังคาอาคารบ้านเรือน (Solar Rooftop)

สำหรับร่างกฎหมายที่มีการผลักดันหรือร่วมผลักดัน ได้แก่ (ร่าง) พระราชบัญญัติความรับผิดเพื่อความชำรุดบกพร่องของสินค้า พ.ศ. หรือ เลมอน ลอว์ และร่างพระราชบัญญัติผู้สูงอายุและ บำนาญพื้นฐานแห่งชาติ (ฉบับที่...) พ.ศ. หรือ กฎหมายบำนาญประชาชน

ส่วนงานด้านการตรวจสอบ ติดตาม และเฝ้าระวังสถานการณ์ปัญหาสินค้าและบริการ (อำนาจประการที่ 2) ในมิติหนึ่งเป็นการดำเนินการผ่านการรับและจัดการเรื่องร้องเรียนที่ทำให้ได้รับทราบสถานการณ์ความเป็นจริงที่ผู้บริโภคเผชิญ ดังเช่นกรณีบัตรคอนเสิร์ตที่กลายเป็นปรากฏการณ์ปัญหาที่ผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่นและหนุ่มสาวต้องประสบอย่างกว้างขวาง เช่นเดียวกับปัญหาจากการซื้อสินค้าทางออนไลน์ที่เกิดกับคนทุกเพศทุกวัย

อีกมิติหนึ่งเป็นการทำงานผ่านแผนงานสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งเป็นการดำเนินงานควบคู่ไปกับการจัดให้มีหรือรวบรวม และเผยแพร่ ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการอันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการ (อำนาจประการที่ 8) โดยในปีงบประมาณ 2566 สภาผู้บริโภคมีผลงานด้านการสื่อสารสาธารณะรวม

ทั้งสิ้น 1,555 ชิ้น เผยแพร่ผ่านช่องทางการสื่อสารสมัยใหม่ที่สภาผู้บริโภคได้พัฒนาขึ้นมาถึง 7 ช่องทาง ซึ่งมีผู้ติดตามกว่า 93,751 บัญชี นอกจากนี้ยังได้ร่วมมือกับหน่วยงานรัฐ เอกชน และบุคคลมีชื่อเสียง เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อผู้บริโภคในแพลตฟอร์มต่างๆ รวมทั้งสิ้น 30,117,144 ครั้ง สามารถคิดเป็นมูลค่าประชาสัมพันธ์ได้ถึง 207.84 ล้านบาท

ขณะเดียวกัน งานสื่อสารสาธารณะของสภาผู้บริโภคก็เป็นการทำหน้าที่เพื่อการรณรงค์นโยบายและมาตรการเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคด้วย

ในด้านการรายงานการกระทำหรือละเลยการกระทำอันมีผลกระทบต่อสิทธิของผู้บริโภค (อำนาจประการที่ 3) สภาผู้บริโภคได้จัดทำรายงานเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคที่ไม่สามารถหาข้อยุติ และอาจเข้าข่ายการกระทำหรือละเลยการกระทำโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พบประเด็นปัญหามากกว่า 10 เรื่อง เช่น กรณีมีฉลากซีพีใช้แอปดูดเงินจากบัญชีธนาคารโดยที่สถาบันการเงินไม่ใช้อำนาจดำเนินการตามกฎหมาย กรณีสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทยไม่แจ้งผลตรวจสอบการร้องเรียนเรื่องสายการบินไทยไลอ้อนแอร์ยกเลิกและเปลี่ยนแปลงเที่ยวบิน กรณีคลินิกและสถานพยาบาลให้การรักษาพยาบาลหรือบริการไม่เป็นไปตามโฆษณา

สำหรับผลการดำเนินงานในด้านการสนับสนุนและช่วยเหลือองค์กรของผู้บริโภคในการรักษาประโยชน์ของผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพและได้รับความเชื่อถือ ตลอดจนส่งเสริมการรวมตัวขององค์กรของผู้บริโภคในระดับจังหวัดและเขตพื้นที่ (อำนาจประการที่ 4) สภาผู้บริโภคได้ดำเนินงานด้านนี้โดยตรงผ่านแผนงานสนับสนุนหน่วยงานประจำจังหวัดและองค์กรของผู้บริโภค ส่งผลให้ในปีงบประมาณ 2566 สภาผู้บริโภคมีสมาชิกเพิ่มขึ้นเป็น 308 องค์กร กระจายอยู่ใน 43 จังหวัด ครอบคลุมทุกภาค ส่วนหน่วยงานประจำจังหวัดมีการจัดตั้งเพิ่มขึ้นอีก 2 แห่ง คือ ขอนแก่นและพระนครศรีอยุธยา

ในด้านการสนับสนุนการศึกษาและการวิจัยเพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค (อำนาจประการที่ 5) ในปีงบประมาณ 2566 มีงานศึกษาวิจัยสำคัญๆ ได้แก่ (1) การวิจัยศึกษาความเป็นไปได้ของการจัดตั้งกองทุนบำนาญพื้นฐานแห่งชาติ และวิเคราะห์ผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคม (2) การศึกษาแนวทางพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา ให้ได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญาทุกด้าน (3) การศึกษาเพื่อการปรับปรุง (ร่าง) พระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ. ให้ลดความเหลื่อมล้ำด้านบริการสุขภาพสำหรับผู้ประกันตน (4) การศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้การจัดการปัญหาแก๊งโทรศัพท์ (Call Center) ไม่สำเร็จ (5) การศึกษาผลกระทบนโยบายคาร์บอนเครดิตและทางเลือกของประเทศไทย ซึ่งผลจากงานศึกษาวิจัยเหล่านี้ สภาผู้บริโภคจะนำไปใช้ประโยชน์ในการสังเคราะห์และผลักดันข้อเสนอแนะนโยบายและมาตรการเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคต่อไป

ส่วนงานด้านการดำเนินคดีเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค (อำนาจประการที่ 7) ในปีงบประมาณ 2566 สภาผู้บริโภคได้สนับสนุนการฟ้องคดีจำนวน 32 คดี คิดเป็นทุนทรัพย์การฟ้องรวมกว่า 15 ล้านบาท โดยร้อยละ 37.5 เป็นคดีปัญหาด้านการเงินและการธนาคารเกี่ยวกับการกู้เงินและปัญหาประกันภัยไม่จ่ายเงิน รongลงมาเป็นด้านอสังหาริมทรัพย์และที่อยู่อาศัย ร้อยละ 31.25

นอกจากนั้น ในปีงบประมาณ 2566 สภาผู้บริโภคยังได้ร่วมกัมหาวิทยาลัยรังสิตจัดทำโครงการสำรวจและรับฟังความคิดเห็นและความพึงพอใจที่มีต่อการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งได้สรุปผลมานำเสนอไว้ในรายงานนี้ด้วย อีกทั้งยังได้ร่วมกับสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย หรือทีดีอาร์ไอ ดำเนินการประเมินผลการดำเนินงานในช่วง 3 ปีที่ผ่านมาของสภาผู้บริโภค แต่ยังไม่แล้วเสร็จ การนำเสนอผลจึงจะเกิดขึ้นในโอกาสต่อไป



สภาองค์กรของผู้บริโภค

ผลการดำเนินงานที่เป็นกรณีเด่น

รายงานฉบับนี้ได้นำเสนอผลการดำเนินงานเด่น 3 เรื่อง ในปีงบประมาณ 2566 ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นการดำเนินงานในลักษณะบูรณาการระหว่างขอบเขตอำนาจ 8 ประการตามที่กฎหมายบัญญัติ กับแผนงาน 5 ด้านตามที่สภาผู้บริโภคร่วมกันจัดทำเพื่อเสนอขอรับงบประมาณจากรัฐในแต่ละปี

ผลงานเด่นเรื่องหนึ่ง คือกรณีปัญหาเกี่ยวกับบริการสินเชื่อส่วนบุคคลของบริษัท ศรีสวัสดิ์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือที่มีพฤติกรรมการให้กู้ไม่แตกต่างจากแหล่งเงินกู้นอกระบบ ซึ่งสภาผู้บริโภคร่วมกันได้รับเรื่องร้องเรียนกรณีดังกล่าว จึงได้หาข้อมูลเพิ่มเติมและศึกษาประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การช่วยเหลือผู้บริโภคที่ประสบปัญหา แจ้งเตือนภัยผู้บริโภคทั่วไป ตลอดจนแจ้งปัญหาแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการป้องกันและแก้ไขปัญหายังเป็นระบบ

ผลงานเด่นเรื่องที่สองเกี่ยวข้องกับการเสนอและผลักดันให้มีการปรับลดราคาค่าโดยสารรถไฟฟ้า โดยเทียบเคียงกับอัตราค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำ เพื่อให้ประชาชนทุกกลุ่มสามารถใช้ระบบขนส่งมวลชนรถไฟฟ้าได้ แม้ในระยะแรกมีเสียงคัดค้านจาก

หลายฝ่าย แต่มีบางพรรคการเมืองได้นำไปเป็นนโยบายระหว่างเตรียมการเลือกตั้งทั่วไป และเมื่อมีรัฐบาลใหม่เข้าบริหารประเทศในเดือนกันยายน 2566 ก็ได้ทดลองนำมาดำเนินการจริง โดยกำหนดค่าโดยสารไม่เกิน 20 บาทตลอดสาย สำหรับรถไฟฟ้าสายสีม่วงและสายสีแดง ซึ่งได้รับผลตอบรับจากประชาชนเป็นอย่างดี

ขณะที่ผลงานเรื่องที่สองเริ่มต้นจากการดำเนินงานทดสอบคุณภาพและประสิทธิภาพของหมวกนิรภัยหรือหมวกกันน็อกสำหรับการขับขี่รถจักรยานยนต์ จำนวน 25 รุ่น ที่คัดเลือกจากท้องตลาด โดยพบว่าหมวกกันน็อก 11 รุ่นที่ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน เชื่อมโยงมาสู่การสื่อสารข้อมูลต่อสาธารณะ และการจัดทำข้อเสนอต่อหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อยกระดับความปลอดภัยบนท้องถนน และลดความสูญเสียของผู้คนและสังคมโดยรวม



ปัญหา อุปสรรค และความท้าทาย

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของสภาผู้บริโภครวมส่วนใหญ่สัมพันธ์กับปัจจัยภายนอก โดยปัญหาและอุปสรรคสำคัญที่สุดคือด้านงบประมาณการดำเนินงาน ซึ่งมีปัญหาในสองลักษณะ ได้แก่

1) กระบวนการเสนองบประมาณมีขั้นตอนยาวนานและซับซ้อนกว่าปกติ เนื่องจากสภาผู้บริโภครวมต้องเสนองบฯ ผ่านสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี (สปน.) เพื่อเสนอให้คณะรัฐมนตรีให้ความเห็นชอบ ก่อนที่จะต้องผ่านการพิจารณาของสำนักงานงบประมาณเพื่อนำไปบรรจุในร่าง พ.ร.บ. งบประมาณประจำปีตามขั้นตอนปกติ

2) การไม่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณประจำปีอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้การดำเนินงานของสภาผู้บริโภครวมประสบความชะงักงัน ขาดความต่อเนื่อง และมีงบประมาณที่จำกัด (ปีงบฯ 2565 สภาผู้บริโภครวมไม่ได้รับการจัดสรรงบประมาณ)

ส่วนปัญหาและอุปสรรคด้านการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค มีปัญหาสำคัญคือ

1) เรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคที่สภาผู้บริโภครวมได้รับในระยะหลังเป็นปัญหาการหลอกลวงและฉ้อโกงที่เป็นการกระทำผิดกฎหมายเพิ่มมากขึ้น ทำให้การแก้ไขหรือยุติเรื่องร้องเรียนต้องเพิ่มขั้นตอนและภาระงานในการประสานกับเจ้าพนักงานตำรวจ เพื่อ

ดำเนินคดีกับผู้กระทำผิดด้วย

2) หน่วยงานภาครัฐส่วนใหญ่ยังไม่ให้ความสำคัญต่อข้อเสนอแนะนโยบายและมาตรการเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคของสภาผู้บริโภครวม ทำให้ภารกิจในด้านนี้ยังไม่ได้รับการตอบสนองเท่าที่ควร

3) ความรู้และการตระหนักในสิทธิของผู้บริโภคตามไม่ทันพัฒนาการของปัญหาที่ซับซ้อนและรุนแรงขึ้น

สำหรับความท้าทายในอนาคตที่สำคัญคือการที่ปัญหาเก่ายังคงเข้มข้นรุนแรง ในขณะที่ปัญหาใหม่ที่มาพร้อมกับความซับซ้อนของเทคโนโลยีจะมีผลให้ผู้บริโภคที่ไม่รู้เท่าทันอาจตกเป็นเหยื่อในหลายรูปแบบ ดังนั้น สภาผู้บริโภครวมยังคงต้องดำเนินงานด้านการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคอย่างเข้มแข็ง และเพิ่มการทำงานเพื่อเสริมสร้างความรู้เท่าทันแก่ผู้บริโภค โดยเฉพาะทางด้านเทคโนโลยี พร้อมไปกับการนำเสนอแนะนโยบายและมาตรการต่างๆ ทั้งเพื่อการแก้ไขปัญหาที่มีอยู่และเป็นเชิงป้องกันปัญหาในอนาคตอีกด้วย



ประชาชนได้อะไรจากสภาผู้บริโภคร (ปีงบประมาณ 2566)

• ได้ปลดทุกข์

16,142 เรื่องร้องเรียนของ
ผู้บริโภคที่รับมาดำเนินการ
เพิ่มขึ้นจากปีก่อนกว่า 1,200 เรื่อง
และเกินกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้

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

12,837 เรื่อง
ได้รับการแก้ไขจนยุติ
คิดเป็นร้อยละ 79 ของเรื่อง
ที่ได้รับทั้งหมด

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

ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อการให้บริการมากถึงร้อยละ 81.0

• ลดการสูญเสียและความเสียหาย

71,703,984.46 บาท คือมูลค่าความเสียหายที่ผู้บริโภคได้รับการชดเชย

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

• ได้รับความเป็นธรรม

32 คดี ที่สภาผู้บริโภครดำเนินการฟ้องร้องหรือสนับสนุนการฟ้องคดี
เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

- 10 คดีเป็นคดีที่สภาผู้บริโภครเป็นโจทก์ยื่นฟ้องเพื่อประโยชน์แก่ผู้บริโภคทั้งแบบส่วนตัว กลุ่ม และส่วนรวม
- 12 คดีเป็นคดีที่สภาผู้บริโภครให้การสนับสนุนผู้บริโภคที่ถูกฟ้องเป็นจำเลยโดยไม่ชอบ หรือตกเป็นจำเลย
อันเนื่องมาจากการใช้สิทธิในฐานะผู้บริโภค
- 10 คดีเป็นคดีที่สภาผู้บริโภครสนับสนุนทนายความเพื่อช่วยเหลือผู้บริโภคที่ประสบปัญหา


15,708,295 บาท คือจำนวนทุนทรัพย์รวมของการฟ้องคดี


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


1 
เว็บไซต์
"สภาองค์กรของผู้บริโภค"
(www.tcc.or.th)


2 
เฟซบุ๊กแฟนเพจ
"สภาองค์กรของผู้บริโภค"
(tccthailand)

3 
ทวิตเตอร์ หรือ เอ็กซ์
"สภาองค์กรของผู้บริโภค"
(@tccthailand)

4 
อิน스타그램
"สภาองค์กรของผู้บริโภค"
(tcc.thailand)

5 
ไลน์ออฟฟิเชียล
"สภาองค์กรของผู้บริโภค"
(@tccthailand)

6 
ยูทูป
"สภาองค์กรของผู้บริโภค"
(tccthailand)

7 
ติ๊กต็อก "สภาผู้บริโภคร" (tccthailand)

93,751 บัญชีผู้ติดตาม

ซึ่งอยู่ในข่ายได้รับข้อมูล
ข่าวสารเป็นประจำ

กว่า 1,500 ชิ้นข่าวสารใน
รูปแบบต่างๆ

เช่น ข่าว บทความ รายงานพิเศษ
คลิปวิดีโอ การถ่ายทอดสด ฯลฯ

มากกว่า 30 ล้านครั้ง
ที่มีการเผยแพร่ต่อ

โดยแพลตฟอร์มต่างๆ
และสื่อมวลชนหลายแขนง
ได้นำข้อมูลข่าวสารของ
สภาผู้บริโภครไปเผยแพร่ต่อ

มากกว่า 207 ล้านบาท

เมื่อคิดเป็นมูลค่าการประชาสัมพันธ์

• มีเครือข่ายที่เป็นเพื่อนและเป็นที่พักพิงได้

308 องค์กรสมาชิก ใน 43 จังหวัด ซึ่งกระจายตามภูมิภาคต่างๆ พร้อมเป็นเพื่อนและที่พักพิงของผู้บริโภค

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

• เกิดมาตรการและนโยบายเพื่อป้องกันปัญหาในเชิงกว้างและระยะยาว

2 ร่างพระราชบัญญัติ

ที่นำเสนอหรือร่วมนำเสนอและขับเคลื่อน เพื่อให้ตราออกบังคับใช้ให้เกิดการคุ้มครองผู้บริโภคและเป็นสวัสดิการแก่ประชาชน

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

1 พระราชบัญญัติ

ที่กำลังดำเนินการศึกษาประเด็นที่ควรปรับปรุงต่อไป ด้วยจุดประสงค์ในเรื่อง การลดความเหลื่อมล้ำด้านบริการสุขภาพ

- พระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ. ...

5 ร่างกฎหมาย

ที่นำเสนอความเห็นเพื่อเพิ่มมิติหรือมุมมองด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้มากขึ้น และ/หรือระมัดระวังมิให้เกิดข้อกำหนดที่อาจจะเป็นการละเมิดสิทธิผู้บริโภค

นโยบายและมาตรการ 25 เรื่อง

ที่นำเสนอเพื่อให้เกิดความรอบคอบรัดกุมยิ่งขึ้นในการคุ้มครองผู้บริโภค และ/หรือป้องกันภัยอันตรายที่อาจเกิดแก่ผู้บริโภค

4 ข้อเสนอทางนโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค

ที่ได้รับการตอบรับไปดำเนินการจากหน่วยงานกำกับที่เกี่ยวข้อง

พลิกอำนาจต่อรอง...สู่มือผู้บริโภค

สภาผู้บริโภคตระหนักว่า ผู้บริโภคในสังคมไทยยังขาดการรวมตัวกันอย่างเป็นระบบ ทำให้อำนาจต่อรองมักอยู่ในมือผู้ประกอบการมากกว่า ดังนั้นการแก้ไขปัญหาค่าความเดือดร้อนจากการถูกละเมิดสิทธิ และการสร้างสมดุลในอำนาจการต่อรองให้แก่ผู้บริโภคจึงเป็นแนวทางที่ต้องดำเนินการไปพร้อมๆ กัน

ผลงานเด่นทั้ง 3 เรื่องที่สภาผู้บริโภคนำมาดำเนินการในปีงบประมาณ 2566 ล้วนเป็นการเพิ่มอำนาจต่อรองแก่ผู้บริโภคในมิติต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการแก้ไขปัญหาในส่วนที่ผู้บริโภคถูกละเมิดสิทธิตามกฎหมาย การเสนอทางเลือกที่ให้ประโยชน์กับผู้บริโภคและสังคมได้สูงสุด รวมทั้งการสร้างความรู้เท่าทันให้กับผู้บริโภคด้วยการเผยแพร่ข้อมูลที่ต้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำเสนอและผลักดันให้เกิดการปรับเปลี่ยนในเชิงระบบและนโยบาย เพื่อที่จะพลิกบทบาทให้ผู้บริโภคเป็นฝ่ายรุกบ้าง

ผลงานเด่น 1: เงินกู้ศรีสวัสดิ์ เมื่อนั้นอกระบบ แฝงอยู่กับสินเชื่อบ้าน

จากวิกฤตเศรษฐกิจทำให้ประชาชนจำนวนมากจำเป็นต้องหันเข้าหาแหล่งเงินกู้ โดยที่ส่วนใหญ่ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งทุนของสถาบันการเงินหลักในระบบ บริษัทสินเชื่อเอกชนที่ไม่ใช่ธนาคารจึงกลายเป็นที่พึ่งสำคัญ โดยต่างก็มีการเสนอให้เงินกู้ สินเชื่อ เงินด่วน พร้อมแรงจูงใจมากมาย รวมทั้งการโฆษณาว่าไม่มีเงื่อนไขต่างๆ เป็นกำแพง เช่น ให้กู้โดยไม่มีประวัติการเงินย้อนหลัง จึงทำให้ผู้บริโภคจำนวนมากตกหลุมเข้ารับข้อเสนอโดยไม่ทันได้พิจารณาแยกแยะสถานะทางกฎหมายของแต่ละบริษัทที่มีความแตกต่างกัน และถึงกับหลงลืม/ละเลยสิทธิของตนเองในฐานะผู้กู้

จนกระทั่งเมื่อตกอยู่ในฐานะลูกหนี้แล้ว ผู้บริโภคบางรายจึงตระหนักว่า บริษัทบางแห่งมีพฤติกรรมไม่ต่างจากแหล่งเงินกู้นอกระบบ ที่ทำให้ผู้กู้ต้องจ่ายดอกเบี้ยในอัตราสูงเกินกว่ากฎหมายกำหนด ถูกบังคับซื้อประกันภัยพ่วงด้วย ชำรายังถูกใช้เล่ห์กลเปลี่ยนหรือปลอมสัญญา ไปจนถึงการสร้างอุปสรรคทางกฎหมายทำให้ผู้กู้สูญเสียกรรมสิทธิ์ที่ดินหรือรถยนต์ที่นำมาวางไว้เป็นหลักประกัน ทั้งๆ ที่มูลค่าเงินกู้มีเพียงน้อยนิดเมื่อเทียบกับหลักทรัพย์ค้ำประกันนั้น

สภาผู้บริโภคเริ่มได้รับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการถูกเอาเปรียบจากบริษัทในเครือบริษัท ศรีสวัสดิ์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มาตั้งแต่ปี 2564 จากการวิเคราะห์ข้อเท็จจริงของเรื่องร้องเรียนทำให้พบว่า บริษัทใช้กลอุบายการไม่ให้หนังสือคู่สัญญาในวันทำสัญญา ซึ่งไม่เป็นไปตามหลักปฏิบัติที่

กฎหมายกำหนด และเป็นช่องทางที่ทำให้บริษัทอาจแก้ไขสาระสำคัญในสัญญา เช่นตัวเลขเงินกู้ ได้เพียงฝ่ายเดียว จนสามารถใช้เป็นเหตุอ้างยึดโฉนดของผู้กู้เอาไว้ แม้ในวันที่ผู้กู้จ่ายเงินคืนครบตามที่ตกลงกันด้วยวาจาในวันที่ทำสัญญาแล้ว แต่ยอดนั้นกลับต่างจากที่ระบุไว้ในสัญญา

จากนั้น ในปี 2565 เรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับกรณีปัญหาการกู้เงินกับบริษัทศรีสวัสดิ์ฯ และเครือข่าย ยังคงมีเข้ามาอย่างต่อเนื่องตลอดปี ซึ่งถือได้ว่าเป็นช่วงที่ความเดือดร้อนเริ่มปะทุหนักแล้ว สภาผู้บริโภคจึงได้เกาะติดเหตุการณ์และสืบสวนหาความจริงเกี่ยวกับกรณีนี้อย่างจริงจัง ด้วยการส่งเจ้าหน้าที่ไปเป็นผู้ขอข้อมูล กระทั่งได้ข้อสรุปว่า บริษัทมีพฤติกรรมเอาเปรียบและละเมิดสิทธิผู้บริโภคจริง และพฤติกรรมบางประการเป็นการกระทำที่เข้าข่าย

ผิดกฎหมายด้วย ดังนี้

- บริษัทไม่ส่งมอบหนังสือคู่สัญญาให้แก่ผู้กู้ ซึ่งอาจเข้าข่ายเป็นการกระทำผิดกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค ตามประกาศคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา เรื่อง ให้ธุรกิจการให้กู้ยืมเงินเพื่อผู้บริโภคเป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญา พ.ศ. 2565

- มีการเสนอขายพ่วงประกันภัยหรือประกันชีวิตในระหว่างการขอสินเชื่อ ซึ่งขัดต่อกฎหมายว่าด้วยการประกันชีวิตและการประกันวินาศภัย ที่กำหนดให้ถือหลักความอิสระในการแสดงเจตนาทำสัญญา นอกจากนั้นพนักงานของบริษัทฯ ที่นำเสนอขายประกันชีวิตและประกันวินาศภัย ไม่มีใบอนุญาตตัวแทน ซึ่งเป็นเรื่องผิดกฎหมาย ตามพระราชบัญญัติประกันชีวิต พ.ศ. 2535 และพระราชบัญญัติประกันวินาศภัย พ.ศ. 2535 ด้วยประเด็นนี้ ในภายหลังได้มีการร้องเรียนไปยังคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ). ส่งผลให้มีการแจ้งความร้องทุกข์ต่อกองบังคับการปราบปรามผู้กระทำผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเศรษฐกิจเมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน 2565

- บริษัท ศรีสวัสดิ์คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัท ศรีสวัสดิ์พาวเวอร์ 2014 จำกัด มีการ



คิดอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 2 ต่อเดือน ส่งผลให้อัตราดอกเบี้ยต่อปีสูงถึงร้อยละ 24 ซึ่งเป็นการกระทำผิดกฎหมายอย่างชัดเจน เนื่องจากบริษัททั้งสองไม่ได้อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) บริษัทจึงสามารถคิดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ได้ไม่เกินร้อยละ 15 ต่อปีเท่านั้น ตามมาตรา 654 แห่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์

- มีการเก็บค่าธรรมเนียม ทั้งๆ ที่มีการโฆษณาว่าไม่เสียค่าธรรมเนียม ซึ่งกฎหมายมีข้อกำหนดให้การ

โฆษณาถือเป็นส่วนหนึ่งของสัญญา ตามมาตรา 10 แห่งพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค 2551 บริษัทจึงต้องดำเนินการตามที่โฆษณาไว้

- มีการร้องเรียนว่า บริษัทจำกัดการชำระเงินต้น และกำหนดให้ผู้กู้ต้องชำระเงินให้ครบภายใน 12 เดือน หากไม่สามารถชำระหนี้จนครบ จะต้องทำสัญญาใหม่เรื่อยๆ โดยมีการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมในการทำสัญญาใหม่นั้น อีกทั้งยังมีการเรียกเก็บค่าไถ่ถอนโฉนด ซึ่งทั้งหมดอาจเข้าข่ายเป็นข้อสัญญาไม่เป็นธรรม ตามมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติข้อสัญญาไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540

- บริษัทไม่ยอมคืนโฉนดที่ดินให้เมื่อชำระเงินกู้ครบตามจำนวน โดยอ้างว่า ต้องจ่ายค่าไถ่ถอนก่อน จึงจะคืนให้ได้ แต่สุดท้ายแล้ว ผู้บริโภคซึ่งเป็นลูกหนี้ กลับถูกฟ้องร้องว่ากระทำความผิดสัญญาการกู้ยืมเงินจากบริษัท ศรีสวัสดิ์ พาวเวอร์ 2014 ซึ่งเป็นบริษัทในเครือบริษัท ศรีสวัสดิ์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

- ผู้บริโภคไม่ได้รับเงินตรงจำนวนตามสัญญาเงินกู้

ด้วยเหตุนี้ ในปีงบประมาณ 2566 สภาผู้บริโภค จึงได้ดำเนินการกรณีนี้ต่อเนื่อง โดยเน้นการจุด



ประเด็นให้เกิดความตื่นตัวทั้งจากสาธารณชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กระทั่งเมื่อสิ้นสุดปีงบประมาณ 2566 ปรากฏว่ามีผู้ที่เข้ามาร้องเรียนในประเด็นการถูกละเมิดจากบริษัทในเครือศรีสวัสดิ์ เป็นจำนวนสะสมรวมทั้งสิ้น 69 ราย

ทั้งนี้ จากการรวบรวมข้อมูลการร้องเรียนทั้ง 69 เรื่อง เมื่อสิ้นสุดปีงบประมาณ 2566 สภาผู้บริโภค พบว่า ประเด็นร้องเรียน 3 ลำดับแรกได้แก่ การไม่ได้รับเอกสารคู่สัญญาและไม่ได้รับโฉนดที่ดินคืนหลัง

จากชำระเงินครบตามจำนวน (อ้างค่าธรรมเนียมไถ่ถอนที่ดิน) การเรียกเก็บเงินค่าปิดบัญชี และการคิดดอกเบี้ยเกินอัตราที่กฎหมายกำหนด

ตลอดเวลานับแต่เริ่มมีการร้องเรียนเข้ามาจนถึงสิ้นสุดปีงบประมาณ 2566 สภาผู้บริโภคได้ให้ความช่วยเหลือแก่ผู้บริโภคในการดำเนินคดี โดยการให้คำแนะนำและช่วยเหลือด้านทนายความ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีที่ผู้ร้องเรียนถูกบริษัทฟ้องในฐานจำเลย สภาผู้บริโภคยังรับเป็นพยานเบิกความในหลายคดีที่สามารถช่วยเหลือให้ผู้บริโภคได้รับคำพิพากษาที่เป็นธรรม อย่างไรก็ตาม ในระหว่างนั้น ยังมีประเด็นร้องเรียนใหม่ๆ ที่สภาผู้บริโภคได้รับเพิ่มเติม เช่น เรื่องการปลอมลายมือชื่อ และการปลอมออกตัวสัญญาใช้เงินด้วยการให้ผู้กู้ลงลายมือชื่อบนกระดาษเปล่าที่แจ้งว่าเป็นสัญญากู้เงิน แต่นำไปพิมพ์เป็นแบบฟอร์มตัวสัญญาใช้เงิน

ในภายหลัง ทำให้เอกสารสัญญาดังกล่าวกลายเป็นตัวสัญญาใช้เงินที่ถูกกฎหมาย ทั้งที่ไม่ได้รับความยินยอมจากผู้กู้

ในท้ายที่สุด สภาผู้บริโภคจึงได้ประสานความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐที่กำกับดูแลการประกอบ การทางการเงิน การคุ้มครองผู้บริโภค จนถึง การบังคับใช้กฎหมาย โดยประสบความสำเร็จเบื้องต้น ในการทำความร่วมมือกับกรมสอบสวนคดีพิเศษ (DSI) ตรวจสอบและดำเนินคดีบริษัทในเครือบริษัท ศรีสวัสดิ์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่ทำสัญญา กู้เงินโดยคิดดอกเบี้ยเกินกว่ากฎหมายกำหนด เพื่อรับ เป็นคดีพิเศษ จากนั้นยังได้จัดทำข้อเสนอต่อหน่วยงาน ภาครัฐในการปรับปรุงกฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การประกอบการของบริษัทสินเชื่อเป็นการทั่วไป เพื่อปิดช่องทางการละเมิดสิทธิผู้บริโภคในอนาคต

สภาผู้บริโภค
แถลงข่าวด่วน

กรณีผู้เสียหายรวมตัวร้องเรียน
บ.เงินกู้ 'ศรีสวัสดิ์'
เข้าข่ายทำสัญญาผิดกฎหมาย

ttc
สภาองค์กรของผู้บริโภค
Thailand Consumers Council



ผลงานเด่น 2: แนวคิดรถไฟฟ้ามวลชน ทุกคนขึ้นได้ทุกวัน

สภาผู้บริโภคเล็งเห็นว่า หากจะทำให้รถไฟฟ้าเป็นบริการขนส่งมวลชนสำหรับคนทุกกลุ่มรายได้อย่างแท้จริง ก็จำเป็นต้องทำให้ระดับราคาค่าโดยสารลดลงไม่เกินร้อยละ 10 ของค่าแรงขั้นต่ำ ตั้งแต่ปี 2563 จึงได้เสนอว่า ราคาค่าโดยสารของรถไฟฟ้าสายสีเขียวภายหลังสิ้นสุดสัญญาสัมปทานในปี 2572 ควรจะเป็น 25 บาทตลอดสาย ซึ่งแม้จะเกิน 10% ของค่าแรงขั้นต่ำ แต่ถือเป็นจุดเริ่มต้น ภายใต้เป้าหมายว่า ทุกคนสามารถใช้รถไฟฟ้าขนส่งมวลชนได้ทุกวัน จากนั้นจึงกำหนดเป็นหนึ่งในสามประเด็นรณรงค์หลักของสภาผู้บริโภคมาตั้งแต่ปี 2564

หลักคิดเรื่องร้อยละ 10 ของค่าแรงขั้นต่ำ ได้มาจากการพิจารณาตัวอย่างจากหลายประเทศพัฒนาแล้ว เช่น ปารีสกำหนดเท่ากับร้อยละ 3 ลอนดอนร้อยละ 5 โตเกียวร้อยละ 9 และสิงคโปร์ร้อยละ 5 ทั้งนี้ ราคาค่าโดยสารรถไฟฟ้าสายสีเขียวสายแรกของประเทศไทยก็เคยกำหนดไว้ที่ 15 บาทตลอดสาย แต่ด้วยวิกฤตเศรษฐกิจและค่าเงินบาท รวมทั้งปัญหาการบริหารจัดการที่ไม่โปร่งใส ขาดการมีส่วนร่วมของประชาชน ทำให้ราคาค่าโดยสารรถไฟฟ้าแพงขึ้นๆ จนกลายเป็นปัญหา ดังที่ผลการศึกษาของสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI) พบว่าคนส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลและรถจักรยานยนต์ในการเดินทางในกรุงเทพฯ คิดเป็นร้อยละ 43 และ 26 ตามลำดับ โดยมีผู้ใช้บริการรถขนส่งสาธารณะเพียงร้อยละ 24 เท่านั้น ทำให้เป็นต้นเหตุหนึ่งของปัญหาการจราจรติดขัดหนัก และมลพิษจากฝุ่น PM 2.5 ในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล

ทั้งนี้ ราคาค่าโดยสารรถไฟฟ้า 25 บาทตลอดสาย คำนวณมาจากภาระที่ผู้บริโภครับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมด ทั้งการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานและค่าบริการเดินรถไฟฟ้า ในขณะที่ทั่วโลกไม่ได้มีการผลักภาระในการลงทุนทั้งหมดให้ผู้บริโภค และมีการหารายได้จากส่วนอื่นเพื่อลดค่าโดยสาร เช่น จากการโฆษณา จากการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในเส้นทางรถไฟฟ้า เป็นต้น

ในเวลาต่อมา แนวคิดดังกล่าวได้รับการขยายไปสู่ภาคประชาชน นักการเมือง และนักวิชาการอย่างกว้างขวาง ขณะเดียวกันก็เกิดกระแสเสียงคัดค้านจากสาธารณะว่า 25 บาทตลอดสายนั้น “สวนกระแสความเป็นจริง” เนื่องจากในขณะนั้นมีกระแสข่าวภาระหนี้สินของกรุงเทพมหานคร (กทม.) กว่าหนึ่งแสนล้านบาทที่เกิดจากการจ้างเอกชนเดินรถและบำรุงรักษา (O&M) และภาระหนี้ก่อสร้างส่วนต่อขยายเส้นทางรถไฟฟ้าที่รับโอนมาจากการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) โดยบริษัทเอกชนมีการทวงหนี้ผ่านช่องทางสื่อต่างๆ อย่างเปิดเผย จนทำให้ประชาชนในกรุงเทพฯ เกิดความรู้สึกว่า ข้อเสนอของสภาผู้บริโภคร “เป็นไปได้”

อย่างไรก็ตาม สภาผู้บริโภคนั้นยืนยันว่า โครงข่ายขนาดใหญ่ตลอดเส้นทางรถไฟฟ้าที่ครอบคลุมแทบทุกเขต มีพื้นที่ภายในและภายนอกสถานีหลายสิบสถานี มีศักยภาพที่จะพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ได้

ตลอดเส้นทาง รวมถึงการใช้พื้นที่เพื่อการโฆษณาซึ่งสามารถก่อให้เกิดรายได้ในอีกทางหนึ่ง นอกเหนือจากโอกาสที่จะมีรายได้เพิ่มขึ้นจากค่าโดยสารเมื่อประชาชนส่วนใหญ่หันมาใช้รถไฟฟ้าเพื่อการเดินทางในทุกโอกาส ถึงแม้ค่าโดยสารต่อครั้งจะลดลง (หากทำตามข้อเสนอ) แต่ปริมาณการใช้งานจะเพิ่มมากขึ้น ไม่นับว่าจะก่อให้เกิดงบประมาณส่วนที่เหลื่อจากการลดปัญหาสุขภาพที่เกิดจากการจราจรหรือแม้แต่ค่าใช้จ่ายที่จะลดลงเมื่อการจราจรติดขัดน้อยลง

นอกเหนือจากการหารายได้เพื่อสนับสนุนค่าโดยสารรถไฟฟ้า ค่าใช้จ่ายของรัฐด้านสุขภาพที่จะลดลงก็สามารถนำมาสนับสนุนค่าเดินทางของประชาชนได้เช่นกัน

ทั้งนี้ เป็นที่ชัดเจนว่า การจราจรที่ติดขัดจนติดอันดับโลกของกรุงเทพมหานคร สร้างความเสียหายให้กับสังคมหลายประการ ดังเช่น มลพิษในสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากฝุ่น PM 2.5 ความสิ้นเปลืองในการเผาผลาญน้ำมันบนท้องถนน ค่าใช้จ่ายด้านค่ารักษาพยาบาลที่เกิดจากมลพิษ และผลกระทบต่อสุขภาพจิตของประชาชนจำนวนมากหลายล้านคนที่ต้องใช้ชีวิตมากกว่าสองถึงสี่ชั่วโมงบนท้องถนนในแต่ละวัน

หากดูตัวเลขจากกระทรวงสาธารณสุขจะพบว่าผู้ป่วยจากฝุ่น PM 2.5 ตั้งแต่ 1 มกราคม – 1 มีนาคม 2566 มีมากถึง 1,730,976 ราย โรงพยาบาลมีค่าใช้จ่ายสำหรับแผนกผู้ป่วยนอกที่มารักษาพยาบาลด้วยโรคระบบทางเดินหายใจอย่างน้อย 700 บาทต่อคน รวมค่าใช้จ่ายมากกว่า 12,000 ล้านบาท นอกจากค่ารักษาพยาบาลแล้ว ยังมีค่าเดินทาง การต้องหยุดงานและขาดรายได้ ซึ่งประเมินเป็นมูลค่ามากกว่า 3,000 ล้านบาท รวมตัวเลขทั้งสองส่วนนี้ก็มากถึงปีละ 4,000-5,000 ล้านบาทแล้ว

แนวคิดค่าโดยสารรถไฟฟ้าไม่เกินร้อยละ 10 ของค่าแรงขั้นต่ำเริ่มมาสู่จุดสมดุลในปี 2566 เมื่อสถานการณ์การเมืองมาถึงจุดเปลี่ยนที่สำคัญ นั่นคือในการเลือกตั้งทั่วไป มีพรรคการเมืองถึง 4 พรรคได้นำแนวคิดนี้ไปนำเสนอเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายพรรคในการหาเสียงเลือกตั้ง ได้แก่ พรรคเพื่อไทยเสนอราคาค่าโดยสารรถไฟฟ้า 20 บาทตลอดสาย พรรคก้าวไกลเสนอค่ารถเมล์-รถไฟฟ้า 8-45 บาทตลอดสาย พรรคประชาธิปัตย์เสนอ

ค่ารถไฟฟ้า 50 บาท ทั้งวัน-ทุกสาย พรรคภูมิใจไทย
เสนอตัวรายวัน รถ เรือ เริ่มต้น 15 บาท ตลอดวัน
ไม่เกิน 50 บาท ส่วนรถไฟฟ้าเริ่ม 15 บาท ตลอดสาย
ไม่เกิน 40 บาท

และท้ายที่สุด เมื่อพรรคเพื่อไทยสามารถจัดตั้ง
รัฐบาลได้ จึงประกาศว่า การลดค่าโดยสารรถไฟฟ้า
ลงเป็นราคา 20 บาทตลอดสายสามารถทำได้
ทันที แต่แล้วก็ยังเกิดอาการสะดุด เมื่อนายสุริยะ
จึงรุ่งเรืองกิจ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคม
แถลงข่าวว่า นโยบายเรื่องรถไฟฟ้า 20 บาทตลอด
สายอาจ “ไม่ใช่นโยบายเร่งด่วน” แต่เป็นนโยบาย
ที่จะดำเนินการภายใน 2 ปี

สภาผู้บริโภครวมถึงนักวิชาการ และตัวแทน
ภาคประชาชนจึงพากันประสานเสียงไปในทิศทาง
เดียวกันว่า รถไฟฟ้าราคา 20 บาทสามารถทำได้
ทันทีในส่วนเส้นทางเดินรถที่รัฐเป็นเจ้าของ ไม่จำเป็นต้อง
รอ 2 ปี และขอให้รัฐบาลทบทวนประเด็นดังกล่าว
เพื่อทำให้เกิดได้จริงตามที่ได้ประกาศเป็นนโยบาย

และแล้วในวันที่ 16 ตุลาคม 2566 คณะรัฐมนตรี
จึงมีมติลดราคาค่าโดยสารรถไฟฟ้า MRT สายสีม่วง
และรถไฟฟ้าสายสีแดง เหลือไม่เกิน 20 บาทต่อเที่ยว
จนถึงวันที่ 30 พฤศจิกายน 2567

ห้าเดือนหลังจากที่รัฐบาลเปิดทดลองให้
ประชาชนจ่ายค่าโดยสารรถไฟฟ้าสายสีแดงและ
สีม่วงในราคา 20 บาทตลอดสาย ประเดิม 2 เส้นทาง
ซึ่งถือว่าเป็นนโยบาย Quick Win นโยบายแรก
ของรัฐบาล จากข้อมูลของกรมการขนส่งทางราง
กระทรวงคมนาคม พบว่า ในภาพรวมทั้งสายสีแดง
และสายสีม่วง ภายหลังมีมาตรการอัตราค่าโดยสาร
20 บาทตลอดสาย มีผู้โดยสารใช้บริการรวมทั้ง
สองสายเฉลี่ยวันละ 92,714 คน/เที่ยว เพิ่มขึ้น
17.94% จากก่อนมีมาตรการฯ และยังพบว่า
ทั้งสองเส้นทางมีปริมาณผู้โดยสารใช้บริการมากที่สุด
นับตั้งแต่เปิดให้บริการมา

จากการประเมินมูลค่าผลประโยชน์ทาง
เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม พบว่า มาตรการ
ดังกล่าวมีมูลค่าสูงถึงวันละ 2,640,000 บาท

ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า จากแนวคิดที่สวนกระแส
ในระยะเริ่มต้น ในที่สุด สภาผู้บริโภคร่วมผลักดัน
นโยบายค่าโดยสารรถไฟฟ้าเพื่อความ เป็นธรรม
กับประชาชนทุกกลุ่ม เข้าสู่โยบายของรัฐบาลได้
เป็นผลสำเร็จ บรรลุตามภารกิจที่กำหนดไว้ในมาตรา
14 (1) แห่งพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กร
ของผู้บริโภค พ.ศ. 2562



ผลงานเด่น 3: จากผลทดสอบความทนของ หมวกกันน็อก สู่อุตสาหกรรมการเลือกซื้อที่ป้องกันชีวิตได้

ปัจจุบันประเทศไทยมีอัตราการใช้รถจักรยานยนต์เทียบต่อจำนวนครัวเรือนมากที่สุดในโลก จากข้อมูลกรมการขนส่งทางบก ระบุว่า ในปี 2565 มีการจดทะเบียนรถจักรยานยนต์มากถึง 22.14 ล้านคัน ขณะเดียวกันสถิติอุบัติเหตุบนท้องถนนสะสมของปี 2566 โดยศูนย์ข้อมูลอุบัติเหตุเพื่อเสริมสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัยทางถนน พบว่า ในจำนวนอุบัติเหตุทั้งสิ้น 939,713 ครั้ง เป็นอุบัติเหตุผู้ใช้รถจักรยานยนต์ถึง 526,240 ครั้ง หรือคิดเป็นร้อยละ 56 ของอุบัติเหตุทางถนน

ส่วนสถิติของกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข สะท้อนให้เห็นว่า มีผู้เสียชีวิตจากอุบัติเหตุรถจักรยานยนต์ เฉลี่ย 9,120 คนต่อปี โดยสูงสุดอยู่ในช่วงอายุ 15-19 ปี จำนวน 1,459 คน คิดเป็นร้อยละ 15.82 ของผู้เสียชีวิตตามประเภทยานพาหนะ

ถึงแม้ว่าความประมาทและการใช้ความเร็วอาจถูกมองว่าเป็นสาเหตุหลักของการเสียชีวิตและบาดเจ็บ แต่อุปกรณ์ป้องกันอันตรายไม่ได้มาตรฐานก็อาจเป็นอีกสาเหตุหนึ่ง ซึ่งกฎหมายกำหนดให้ผู้ขับขี่และผู้โดยสารรถจักรยานยนต์ต้องสวมใส่หมวกนิรภัยหรือหมวกกันน็อก ทั้งยังกำหนดด้วยว่าหมวกกันน็อกทุกใบที่วางจำหน่ายในท้องตลาดต้องผ่านมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) โดยที่มีเครื่องหมาย มอก. 369-2557 ออกบังคับใช้ในปี 2558

ทั้งนี้ ข้อมูลจากสำนักงานพัฒนานโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ (IHPP) ระบุว่า หากผู้ขับขี่และผู้โดยสารทุกคนในประเทศไทยใส่หมวกกันน็อก จะทำให้อัตราการเสียชีวิตในภาพรวมลดลงถึงร้อยละ 36

อย่างไรก็ตาม ในระยะสิบปีที่ผ่านมา เมื่อมีการใช้รถจักรยานยนต์อย่างแพร่หลายขึ้นมาก จากการขนส่งสินค้า-อาหาร รวมถึงใช้เป็นรถขนส่งสาธารณะ เช่น รถจักรยานยนต์รับจ้าง จึงมีการผลิตและนำเข้าหมวกกันน็อกออกมาวางขายเกลื่อนกลาด ทั้งในร้านค้าทั่วไปและในตลาดออนไลน์ ซึ่งทั้งหมดล้วนมีเครื่องหมาย มอก. 369-2557 ประทับอยู่ แต่ไม่ใช่ทั้งหมดที่ได้มาตรฐานจริงๆ

ในปีงบประมาณ 2565 สภาผู้บริโภคจึงริเริ่มการทดสอบคุณสมบัติของหมวกกันน็อกที่วางขายในท้องตลาด ร่วมกับศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

แห่งชาติ หรือเอ็มเทค (MTEC) ซึ่งการทดสอบสินค้าเป็นหนึ่งในภารกิจของสภาผู้บริโภคที่กำหนดไว้ในมาตรา 14 (2) แห่งพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562

ในการดำเนินการได้มีกระบวนการสุ่มซื้อหมวกกันน็อกในท้องตลาด และออกแบบการทดสอบที่ครอบคลุมทั้งมาตรฐานความปลอดภัย ป้องกันไม่ให้เกิดอุบัติเหตุ และความพึงพอใจในการใช้ รวมถึงการทดสอบหมวกกันน็อกสำหรับเด็ก โดยมีตัวอย่างเพื่อนำมาทดสอบและประเมินจำนวน 25 รุ่น รุ่นละ 5 ใบ

ผลการทดสอบพบว่า จากหมวกกันน็อก 25 ตัวอย่าง มีถึง 11 ตัวอย่างที่ไม่ผ่านการทดสอบ โดยที่หมวกกันน็อกสำหรับเด็กไม่ผ่านการทดสอบแม้แต่ตัวอย่างเดียว

เพื่อให้ข้อมูลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าหมวกกันน็อก ในวันที่ 8 พฤษภาคม 2566 สภาผู้บริโภคจัดงานแถลงข่าว “เปิดผลทดสอบหมวกกันน็อก ยี่ห้อไหนได้มาตรฐาน?” โดยนำผลการทดสอบหมวกกันน็อก 25 รุ่น มาแสดงต่อสื่อมวลชน และเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของสภาผู้บริโภค โดยมีการให้ข้อมูลผลทดสอบอย่างลงรายละเอียด

สภาผู้บริโภคยังได้เสนอให้ สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) บังคับใช้กฎหมายและนำเข้าหมวกกันน็อกที่ไม่ผ่านมาตรฐานทั้ง 11 ตัวอย่างออกจากท้องตลาดโดยเร็ว รวมถึงได้เสนอให้เปรียบเทียบปรับผู้ประกอบการที่กระทำผิดกฎหมาย เนื่องจากในการสุ่มตัวอย่างหมวกกันน็อกครั้งนี้ พบด้วยว่า การแสดงสัญลักษณ์ มอก. นั้น ไม่มีการแสดงรหัสคิวอาร์ (QR code) ที่จะทำให้อุบัติเหตุผู้บริโภคสามารถตรวจสอบข้อมูลของสินค้าควบคู่ไปด้วย

สภาผู้บริโภคจึงมีข้อเสนอแนะแนวทางการแก้ไข 4 ข้อ ถึงหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การนำหมวกกันน็อกที่ไม่ผ่านมาตรฐานออกจากท้องตลาด การพัฒนาหลักสูตรการอบรมขอรับใบอนุญาตขับขี่ โดยเพิ่มการให้ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับหมวกนิรภัย และเสนอให้ผู้ผลิตระบุขนาดศีรษะที่เหมาะสมสำหรับหมวกนิรภัยแต่ละใบ ทั้งบนตัวผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้ผู้ใช้งานรับทราบก่อนตัดสินใจเลือกซื้อ พร้อมทั้งเสนอให้มีการเร่งตรวจสอบผลิตภัณฑ์เป็นระยะๆ

ขณะเดียวกัน สภาผู้บริโภคยังเดินทางสร้างความตระหนักรู้ต่อผู้บริโภคในความสำเร็จของการเลือกซื้อสินค้าหมวกกันน็อก บนฐานข้อมูลที่จะทำให้ผู้บริโภคได้หมวกกันน็อกเพื่อตนเองหรือให้กับเด็ก ที่มีมาตรฐานความทนทานในกรณีการเกิดอุบัติเหตุ และเป็นหมวกกันน็อกที่มีทัศนวิสัยที่ดีที่ทำให้สามารถหลีกเลี่ยงอุบัติเหตุได้ มีรูปแบบที่น่าพึงพอใจ เหมาะกับขนาดศีรษะ และมีราคาที่เหมาะสม

อยู่ในเกณฑ์เหมาะสมสามารถซื้อหาได้ และที่สำคัญคือ การทำให้ผู้บริโภคทราบวิธีการตรวจสอบข้อมูลของหมวกกันน็อกแต่ละใบด้วยการสแกนรหัสคิวอาร์ รวมถึงวิธีตรวจสอบอายุการใช้งานของหมวกกันน็อก

ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคทุกกลุ่ม สภาผู้บริโภคได้มีการจัดแถลงข่าวเพื่อให้สำนักข่าวต่างๆ นำข้อมูลการทดสอบและข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานรัฐ เอกชน และผู้บริโภคไปเผยแพร่ มีการนำเสนอข้อมูลดังกล่าวในเว็บไซต์ สภาผู้บริโภคและองค์กรเครือข่ายเกือบ 300 องค์กร โดยมีการผลิตคลิปและแผ่นพับ ทั้งที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับผลทดสอบความทนทานของหมวกกันน็อก และอันตรายจากการใช้หมวกกันน็อกที่ไม่ได้มาตรฐาน

นอกจากนั้นสมาชิกของสภาผู้บริโภค ได้มีการลงพื้นที่จัดกิจกรรมตามชุมชนต่างๆ เพื่อสื่อสารข้อมูลในเรื่องนี้ให้เข้าถึงผู้บริโภคอย่างแท้จริง


สภาองค์กรของผู้บริโภค
Thailand Consumers Council

3 อันดับ

เหตุผลที่ผู้บริโภคใส่หมวกกันน็อก

(ผลสำรวจตั้งแต่ 8 ก.ค.-14 ก.ค. 2566 ที่เพจสภาองค์กรของผู้บริโภค)

- 

1. **กันตำรวจจับ - ทำตามกฎหมาย**
- 

2. **ป้องกันอุบัติเหตุ - เพื่อความปลอดภัย**
- 

3. **กันสิ่งแปลกปลอม เช่น หิน แมลง**

รอปพบกับแคมเปญรณรงค์

#Saveหัวกันน็อก

เร็วๆ



เปิดผลหมวกกันน็อกยี่ห้อไหนได้มาตรฐาน

ข้อมูลวันที่ 23 เมษายน 2566

ประเภทครึ่งใบ

★

 ยี่ห้อ SPACE CROWN
 รุ่น TROOPER
 ราคา 575 บาท
 ผ่านการทดสอบ

★

 ยี่ห้อ SPACE CROWN
 รุ่น CT-900
 ราคา 250 บาท
 ผ่านการทดสอบ

★

 ยี่ห้อ INDEX
 รุ่น LADY
 ราคา 350 บาท
 ผ่านการทดสอบ

★

 ยี่ห้อ H2C
 รุ่น SUNNY
 ราคา 270 บาท
 ไม่ผ่านการทดสอบ
 เรื่องการดูดกลืนแรงกระแทก
 การคงรูป และสายรัดคาง
 แต่ขมกทดสอบ

★

 ยี่ห้อ AHI
 รุ่น LADY
 ราคา 129 บาท
 ไม่ผ่านการทดสอบ
 เรื่องการดูดกลืนแรงกระแทก
 การคงรูป และสายรัดคาง
 แต่ขมกทดสอบ

★

 ยี่ห้อ V-TECH
 รุ่น WISH
 ราคา 299 บาท
 ไม่ผ่านการทดสอบ
 เรื่องการดูดกลืนแรงกระแทก
 การคงรูป และสายรัดคาง
 แต่ขมกทดสอบ

ประเภทเต็มใบปิดหน้า

ป้องกันคาง

★

 ยี่ห้อ SHOEI
 รุ่น Z-7+
 ราคา 18,500 บาท
 ผ่านการทดสอบ

★

 ยี่ห้อ AGV
 รุ่น K1
 ราคา 7,500 บาท
 ผ่านการทดสอบ

★

 ยี่ห้อ INDEX
 รุ่น SPARTAN
 ราคา 1,050 บาท
 ผ่านการทดสอบ

★

 ยี่ห้อ HJC
 รุ่น I-10
 ราคา 5,500 บาท
 ผ่านการทดสอบ

★

 ยี่ห้อ REAL
 รุ่น Falcon
 ราคา 2,400 บาท
 ผ่านการทดสอบ


★

 ยี่ห้อ SPACE CROWN
 รุ่น Stealth
 ราคา 850 บาท
 ไม่ผ่านการทดสอบ
 เรื่องการดูดกลืนแรงกระแทก

ป้องกันคาง (Off-Road)

★

 ยี่ห้อ REAL
 รุ่น VENGER PLUS
 ราคา 3,500 บาท
 ผ่านการทดสอบ

★

 ยี่ห้อ INDEX
 รุ่น PROTO XP-22
 ราคา 1,500 บาท
 ผ่านการทดสอบ

★

 ยี่ห้อ SHOEI
 รุ่น NEOTEC2
 ราคา 22,000 บาท
 ผ่านการทดสอบ

★

 ยี่ห้อ BILMOLA
 รุ่น EXPLORER
 ราคา 2,700 บาท
 ผ่านการทดสอบ

ไม่ป้องกันคาง

★ มีเครื่องหมาย มอก. ❌ แต่ไม่มี QR CODE
 แต่สแกนแล้วไม่ใช้ฐานข้อมูลของ สบช.
 ★ มีเครื่องหมาย มอก. ❌ แต่ไม่มี QR CODE

ประเภทเต็มใบเปิดหน้า

★

 ยี่ห้อ AGV
 รุ่น ORBYT
 ราคา 4,500 บาท
 ผ่านการทดสอบ

★

 ยี่ห้อ REAL
 รุ่น Vintage I Solid
 ราคา 890 บาท
 ผ่านการทดสอบ

★

 ยี่ห้อ INDEX
 รุ่น CR-300
 ราคา 470 บาท
 ไม่ผ่านการทดสอบ
 เรื่องการดูดกลืนแรงกระแทก

★

 ยี่ห้อ H2C
 รุ่น OPEN FACE HELMET
 ราคา 560 บาท
 ไม่ผ่านการทดสอบ
 เรื่องการดูดกลืนแรงกระแทก
 และการคงรูป

สแกนดูผลทดสอบ
หมวกกันน็อก



หมวกกันน็อกสำหรับเด็ก

ประเภทครึ่งใบ

★

 ยี่ห้อ SPACE CROWN
 รุ่น LEO-2
 ราคา 220 บาท
 ไม่ผ่านการทดสอบ
 เพราะสายรัดคางแต่ขมกทดสอบ

★

 ยี่ห้อ H2C
 รุ่น CHILD HELMET
 ราคา 299 บาท
 ไม่ผ่านการทดสอบ
 เพราะสายรัดคางแต่ขมกทดสอบ

★

 ยี่ห้อ GUARDNER
 รุ่น THUNDER KID
 ราคา 350 บาท
 ไม่ผ่านการทดสอบ
 เพราะสายรัดคางยึดตัว
 ไม่สามารถปรับได้
 และไม่ผ่านการทดสอบ
 เรื่องการดูดกลืนแรงกระแทก

★

 ยี่ห้อ INDEX
 รุ่น Titan Kid
 ราคา 510 บาท
 ไม่ผ่านการทดสอบ
 เรื่องการดูดกลืนแรงกระแทก

★

 ยี่ห้อ INDEX
 รุ่น OKIE
 ราคา 270 บาท
 ไม่ผ่านการทดสอบ
 เรื่องการดูดกลืนแรงกระแทก
 และการคงรูปบางจุด

ประเภทเต็มใบ

★ มีเครื่องหมาย มอก. ❌ แต่ไม่มี QR CODE

ผลการดำเนินงานตามแผนงาน

สภาผู้บริโภคร่วมกันจัดทำแผนการดำเนินงานในปีงบประมาณ 2566 รวมทั้งสิ้น 5 แผนงาน มีกลไกขับเคลื่อนในการดำเนินงานที่สำคัญ ประกอบด้วยฝ่ายต่างๆ ภายในสำนักงานสภาผู้บริโภคในส่วนกลาง หน่วยงานเขตพื้นที่ใน 5 ภาค และหน่วยงานประจำจังหวัด 15 แห่ง ทั้งยังมีคณะอนุกรรมการ 8 ด้านและคณะทำงาน 1 ด้านที่ดูแลงานเชิงประเด็นการคุ้มครองผู้บริโภคด้านต่างๆ ทั้งหมดร่วมกันทำให้การดำเนินงานของสภาผู้บริโภคบรรลุเป้าหมายในการทำหน้าที่เป็นผู้แทนของผู้บริโภคในทุกด้าน ผลการดำเนินงานแต่ละแผนงานมีสาระสำคัญดังนี้

1. งานคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค

แผนงานสนับสนุนและดำเนินการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค ดำเนินงานโดยฝ่ายคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค มีวัตถุประสงค์แก้ไขปัญหาการละเมิดสิทธิผู้บริโภค รับเรื่องร้องเรียนหรือร้องทุกข์ของผู้บริโภคที่ถูกละเมิดสิทธิทุกกลุ่มปัญหา การดำเนินคดีแทนผู้บริโภค การตรวจสอบ ติดตาม เฝ้าระวังสถานการณ์ปัญหาสินค้าและบริการ ตลอดจนแจ้งเตือนเพื่อให้เกิดการคุ้มครองสิทธิอันพึงมีพึงได้ของผู้บริโภค

ผลการดำเนินงานเรื่องร้องเรียน มีผู้บริโภคที่ถูกละเมิดสิทธิ ร้องเรียนผ่านศูนย์คุ้มครองผู้บริโภค แบบเบ็ดเสร็จ 9,124 เรื่อง และผ่านหน่วยงานประจำจังหวัดทั้ง 15 แห่ง จำนวน 7,018 เรื่อง รวมทั้งสิ้น 16,142 เรื่อง เพิ่มขึ้นจากปีงบประมาณ 2565 มากกว่า 1,200 เรื่อง และมากกว่าตัวชี้วัดที่กำหนดไว้ ประเด็นปัญหาเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ

- 1) ด้านสินค้าและบริการทั่วไป จำนวน 10,150 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 62.88 ของจำนวนเรื่องร้องเรียนทั้งหมด ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีงบประมาณ 2565 ถึง 3.5 เท่า ส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมในกรณีบัตรเครดิตมากถึง 5,906 เรื่อง เช่น ปัญหาการเปลี่ยนแปลงผังคอนเสิร์ต สมัครสมาชิกแล้วไม่ได้รับสิทธิตามที่ระบุ รองลงมาคือ ปัญหาการซื้อขายสินค้าออนไลน์ เช่น ไม่ได้รับสินค้าและไม่ได้รับเงินคืน และปัญหาบริการคลินิกเสริมความงาม เช่น ปิดกิจการแต่ไม่แจ้งล่วงหน้า
- 2) ด้านการเงินและการธนาคาร จำนวน 2,084

เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 12.91 ของจำนวนเรื่องร้องเรียนทั้งหมด ปัญหาส่วนใหญ่คือ บริษัทประกันภัยอุบัติเหตุ จ่ายค่าสินไหมทดแทนประกันภัยโควิด-19 รองลงมาคือได้รับความเสียหายจากแอปพลิเคชันกู้เงินออนไลน์ ผิดกฎหมาย

และ 3) ด้านการสื่อสาร โทรคมนาคมและเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 918 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 5.69 ของจำนวนเรื่องร้องเรียนทั้งหมด ส่วนใหญ่ยังคงเป็นปัญหาได้รับบริการส่งข้อความสั้น (SMS) หลอกหลวงผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่

ในจำนวนเรื่องร้องเรียนทั้งหมด สภาผู้บริโภคสามารถแก้ไขปัญหาจนได้ข้อยุติรวม 12,837 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 79 โดยพบว่า ปัญหาส่วนใหญ่สามารถยุติได้ด้วยการให้คำปรึกษาและการไกล่เกลี่ย ด้านมูลค่าการชดเชยเยียวยาที่ผู้บริโภคได้รับ คิดเป็นเงินทั้งสิ้น 71,703,984.46 บาท

ผลการดำเนินงานด้านการฟ้องคดี ในปี 2566 สภาผู้บริโภคสนับสนุนการฟ้องคดี 32 คดี คิดเป็นทุนทรัพย์รวม 15,708,295 บาท ประกอบด้วยคดีที่ผู้บริโภคถูกฟ้องเป็นจำเลยโดยไม่ชอบ หรือตกเป็นจำเลยเนื่องจากการใช้สิทธิในฐานะผู้บริโภค จำนวน 12 คดี และคดีที่สภาผู้บริโภคสนับสนุนทนายความเพื่อช่วยเหลือผู้บริโภคที่ฟ้องคดีด้วยตัวเอง จำนวน 10 คดี ที่เหลืออีก 10 คดี สภาผู้บริโภคเป็นโจทก์ยื่นฟ้องเพื่อประโยชน์แก่ผู้บริโภค

ผลทดสอบสินค้าและบริการ สภาผู้บริโภคร่วมกับศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ หรือเอ็มเทค (MTEC) สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) ดำเนินการทดสอบ

ตารางสถิติจำนวนการรับเรื่องร้องเรียนของสภาผู้บริโภครายปี ประจำปีงบประมาณ 2566 จำแนกตามประเภท (ด้าน) ของเรื่องร้องเรียน

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

หมวกนิรภัยรถจักรยานยนต์หรือหมวกกันน็อก จากการสวมตัวอย่างซื้อหมวกกันน็อกในท้องตลาด นำไปทดสอบในห้องปฏิบัติการที่ได้รับการรับรอง จากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) จำนวน 25 ตัวอย่าง

ผลพบว่า มากกว่าร้อยละ 40 ไม่ได้มาตรฐาน โดยมีหมวกกันน็อกที่ผ่านมาตรฐานเพียง 14 ตัวอย่าง และไม่ผ่านมาตรฐาน 11 ตัวอย่าง ซึ่งรวมถึงหมวกกันน็อกสำหรับเด็กจำนวน 5 ตัวอย่าง สภาผู้บริโภค

จึงมีข้อเสนอแนะไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ขอให้ สมอ. บังคับใช้กฎหมายนำหมวกกันน็อกที่ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานออกจากตลาดโดยเร็ว และมีมาตรการเปรียบเทียบปรับผู้ประกอบการที่กระทำผิดกฎหมาย ขอให้กรมการขนส่งทางบก ร่วมกับ กระทรวงอุตสาหกรรมและกระทรวงสาธารณสุข ยกกระดับมาตรฐานการออกใบอนุญาตขับขี่ที่มีคุณภาพ ผลักดันความรู้เกี่ยวกับวิธีการเลือกหมวกนิรภัยและการสวมใส่ให้ถูกวิธีในหลักสูตรการอบรมขอรับใบอนุญาตขับขี่ ฯลฯ

2. งานพัฒนานโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค

แผนพัฒนานโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค ดำเนินงานโดยฝ่ายนโยบายและนวัตกรรม มีวัตถุประสงค์เพื่อผลักดันประเด็นปัญหาของผู้บริโภคไปสู่การเปลี่ยนแปลง ปรับปรุง หรือแก้ไขในเชิงนโยบายและระบบ เป็นการขับเคลื่อนงานคุ้มครองผู้บริโภคบนฐานข้อมูล และมีอำนาจตรวจสอบและรายงานการกระทำหรือละเลยการกระทำอันมีผลกระทบต่อสิทธิผู้บริโภค ไปยังรัฐบาลหรือหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนประเมินผลการดำเนินงานของสภาผู้บริโภคด้วย

ปีงบประมาณ 2566 สภาผู้บริโภคได้จัดทำข้อเสนอแนะนโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคทั้งระดับประเทศและท้องถิ่นรวม 25 เรื่อง ซึ่งครอบคลุมงานคุ้มครองผู้บริโภค 8 ด้าน เช่น

■ ข้อเสนอต่อธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) แก้ไขปัญหาภัยทุจริตทางการเงิน โดยติดตามการทำหน้าที่ของสถาบันการเงินและผู้ประกอบธุรกิจให้เป็นไปตามพระราชกำหนดมาตรการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมทางเทคโนโลยี พ.ศ. 2566 และมีมาตรการลงโทษกรณีไม่ปฏิบัติตาม รวมทั้งกำหนดหลักเกณฑ์ชัดเจนเยียวยาความเสียหายแก่ผู้บริโภคเต็มจำนวน หากภัยทุจริตทางการเงินดังกล่าวไม่ได้เกิดจากผู้บริโภค รวมถึงปรับปรุงหลักเกณฑ์การเปิดบัญชีเงินผ่านร้านสะดวกซื้อและบัญชีอิเล็กทรอนิกส์อย่างเข้มงวด ป้องกันการเปิดบัญชีทำธุรกรรมทางการเงินที่ไม่สุจริต หรือบัญชีม้า

■ ข้อเสนอต่อผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ให้ยกเลิกสัญญาจ้างเดินรถโครงการรถไฟฟ้าสายสีเขียวส่วนต่อขยาย 1 และส่วนต่อขยาย 2 ที่เกินเลยระยะเวลาสัญญาสัมปทานหลัก และราคาแพงเกินจริง รวมทั้งแก้ไขและจัดทำสัญญาจ้างเอกชนเดินรถโครงการรถไฟฟ้าสายสีเขียวส่วนต่อขยาย 1 และส่วนต่อขยาย 2 ฉบับใหม่ ตลอดจนมีข้อเสนอเรื่องค่าบริการรถไฟฟ้าต่อสภากรุงเทพมหานคร และตั้งคณะกรรมการ โดยมีสภาผู้บริโภคและตัวแทนของผู้บริโภค เข้าร่วม เพื่อสนับสนุนให้ดำเนิน

การขนส่งมวลชนทุกคนขึ้นได้ และมีส่วนร่วมในการกำหนดค่าโดยสาร การเชื่อมต่อระบบบริการ และกำกับคุณภาพบริการขนส่งมวลชนที่ปลอดภัยและเป็นธรรมในกรุงเทพมหานคร

■ ข้อเสนอเร่งด่วนให้กรุงเทพมหานคร แก้ไขปัญหาข้อร้องเรียนของผู้บริโภคเกี่ยวกับโครงการอาคารสูงที่มีเหตุพิพาท 3 โครงการ เพื่อทำการประเมินผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นอย่างรอบด้าน และจัดตั้งคณะทำงานเฉพาะกิจร่วมกับสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (สผ.) เพื่อพิจารณาจัดตั้งกองทุนที่เป็นอิสระ โดยให้เก็บค่าธรรมเนียมจากผู้ประกอบการเข้ากองทุน สำหรับใช้เป็นค่าใช้จ่ายในการพิจารณาเพื่อให้เกิดความโปร่งใสในการพิจารณา เป็นต้น



■ ข้อเสนอต่อกระทรวงสาธารณสุขต่อเรื่องผลิตภัณฑ์อาหารที่มีส่วนประกอบของกัญชาหรือกัญชงที่กำหนดห้ามให้ใช้ช่อดอกในผลิตภัณฑ์อาหาร รวมทั้งปรับคำแนะนำอายุในการบริโภคผลิตภัณฑ์กัญชาหรือกัญชง ว่า “บุคคลที่มีอายุต่ำกว่ายี่สิบปี ควรงดเว้นรับประทาน” ในการแสดงฉลากและค่าเตือนในทุกประกาศของกระทรวงสาธารณสุข รวมทั้งเพิ่มค่าที่ไม่อนุญาตในการโฆษณาคุณภาพ คุณประโยชน์ หรือสรรพคุณของอาหารกัญชาหรือกัญชงในประกาศ (อย.) เรื่อง หลักเกณฑ์การโฆษณาอาหาร พ.ศ. 2561

นอกจากนั้น มีข้อเสนอให้ร่วมมือกับกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม เพิ่มมาตรการควบคุมการขายและออกประกาศห้ามจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มหรืออาหารผ่านตู้อัตโนมัติ รวมทั้งร้านค้าในตลาดออนไลน์ที่ไม่สามารถยืนยันอายุของผู้ซื้อ และอาจมีการโฆษณาเกินจริง และให้ร่วมกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ศึกษาวิจัยส่วนประกอบสำคัญในกัญชาและกัญชง เพื่อกำหนดค่าปริมาณสูงสุดที่อนุญาตของสารสำคัญในกัญชาและกัญชง ที่อาจส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคในระยะยาว เพื่อให้มีค่ามาตรฐานที่เหมาะสมและปลอดภัยต่อปริมาณการบริโภคทุกช่วงวัย

■ ข้อเสนอต่อกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข แก้ปัญหาผู้บริโภคกรณีถูกละเมิดสิทธิจากการใช้บริการศัลยกรรมและเสริมความงามจากผู้ประกอบธุรกิจบริการเสริมความงามในหลายกรณี โดยออกข้อบังคับหรือกฎกระทรวงสาธารณสุขที่มีผลบังคับใช้ให้ผู้ประกอบกิจการสถานพยาบาล ผู้ดำเนินการสถานพยาบาล แพทย์ผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรมด้านการเสริมสวย ต้องปฏิบัติหน้าที่ตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด และควบคุมการขออนุญาตให้มีความเข้มข้นมากขึ้น รวมทั้งให้ความรู้แก่ผู้บริโภคด้านการเข้ารับบริการ เพื่อร่วมตรวจสอบว่า แพทย์หรือผู้ให้บริการดำเนินการตามขั้นตอนที่ถูกต้องตามมาตรฐานหรือไม่

■ ข้อเสนอต่อคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ (กกร.) กำกับราคาการรักษาพยาบาลกรณีเจ็บป่วยฉุกเฉินวิกฤต มีสิทธิทุกที่ (UCEP) กำกับราคาการรักษาพยาบาลโรงพยาบาลเอกชนในทุกกรณีที่ผู้บริโภคนำไปใช้บริการในกรณีเจ็บป่วยฉุกเฉิน รวมถึงในกรณีการได้รับวินิจฉัยว่าไม่ฉุกเฉิน หรือไม่มีการวินิจฉัยแต่แจ้งว่าไม่ฉุกเฉิน โดยใช้อัตราที่สำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ (สปสช.) กำหนด และกำกับค่ารักษาพยาบาลหลัง 72 ชั่วโมงที่พ้นวิกฤต หากผู้บริโภคไม่สามารถหาหรือย้ายโรงพยาบาลได้ รวมทั้งข้อเสนอต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า นำเสนอรายการในงบการเงินของธุรกิจบริการประเภทโรงพยาบาล โดยกำหนดให้แสดงรายละเอียดของรายการที่เกี่ยวข้องกับต้นทุนค่าบริการรักษาพยาบาล และพัฒนาระบบคลังข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ในแง่คุณภาพข้อมูลและการอำนวยความสะดวกในการนำข้อมูลไปใช้

■ ข้อเสนอต่อกรมการขนส่งทางบก ให้ขยายผลการแจ้งเตือนภัยเรียกคืนถุงลมนิรภัยยี่ห้อฮาคาตะในประเทศไทย ที่ยังคงเหลือรถยนต์ที่อยู่ในข่ายต้องเปลี่ยนถุงลมนิรภัยยี่ห้อฮาคาตะอีก 575,762 คัน หรือร้อยละ 30 ของจำนวนรถยนต์ที่ต้องเปลี่ยนทั้งหมด และออกเอกสารรับรองการเปลี่ยนโดยบริษัทรถยนต์ให้กับเจ้าของรถยนต์ เพื่อสามารถนำไปยื่นต่อสถานตรวจสภาพรถเอกชน (ตรอ.) เนื่องจากรถยนต์ที่

“

บริษัทรถยนต์ทุกบริษัท ควรออกคำเตือน “ห้ามขับ” สำหรับรถยนต์ที่มีถุงลมนิรภัยของฮาคาตะ

เหมือนกับที่มีการออกคำเตือนในประเทศสหรัฐฯ เมื่อต้นเดือนกุมภาพันธ์ที่ผ่านมา เพื่อไม่ให้มีคนที่ต้องบาดเจ็บหรือเสียชีวิตจากถุงลมนิรภัยระเบิดอีก”

สารี อ๋องสมหวัง
เลขาธิการสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค

ข้อมูลจากงานแถลงข่าว “บริษัทรถเหยี่ยวกว่า 7 ล้าน หลังสภาผู้บริโภคช่วยเหลือคนถุงลมนิรภัยระเบิด”



เข้าข่ายต้องเปลี่ยนมีอายุการใช้งานหลายปี มีโอกาสที่เจ้าของรถจะนำรถไปดำเนินการทางทะเบียนทุกปี เช่น เสียภาษี หรือต่อทะเบียนรถยนต์

■ ข้อเสนอต่อกระทรวงมหาดไทย เร่งรัดแก้ไขกฎกระทรวง ฉบับที่ 65 พ.ศ. 2558 ออกตามความในพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 และเร่งดำเนินการตามมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 27 กันยายน พ.ศ. 2565 ดำเนินโครงการโซลาร์ภาคประชาชน ให้ยกเว้นการรับรองแบบโดยวิศวกรโยธาสำหรับการติดตั้งโซลาร์เซลล์บนหลังคาอาคารบ้านเรือน (Solar Rooftop) อาคารที่ขนาดติดตั้งไม่เกิน 5 กิโลวัตต์ เพื่อลดต้นทุนที่ไม่จำเป็นในการดำเนินการดังกล่าว และเร่งรัดให้เกิดการใช้นโยบายคิดค่าไฟฟ้าแบบหักลบกลบหน่วย (Net Metering) เพื่อสร้างแรงจูงใจให้มีผู้ติดตั้งโซลาร์เซลล์มากขึ้น



ข้อเสนอของสภาผู้บริโภคที่ได้เสนอไปยังหน่วยงานต่างๆ มีหน่วยงานที่เห็นชอบและนำไปพิจารณาดำเนินการแล้ว ได้แก่

- ✓ กรมพัฒนาธุรกิจการค้าดำเนินการแสดงต้นทุนการรักษาพยาบาล กรณีเจ็บป่วยฉุกเฉินวิกฤตเกี่ยวกับคำรักษาพยาบาล
- ✓ กระทรวงมหาดไทย เร่งรัดให้กรมโยธาธิการและผังเมืองดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการอนุมัติติดตั้งโซลาร์รูฟท็อป ขนาดไม่เกิน 5 กิโลวัตต์
- ✓ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขรับทราบข้อเสนอมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคเรื่องการนำพืชกัญชาและกัญชงมาเป็นวัตถุดิบในอาหาร และ

มอบหมายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องพิจารณาดำเนินการต่อไป

✓ สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ส่งข้อเสนอของสภาผู้บริโภคกรณีให้ศึกษาวิจัยส่วนประกอบสำคัญในกัญชาและกัญชง ให้กรมวิชาการเกษตร สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ และสำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตรพิจารณาดำเนินการต่อไป

✓ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม จะดำเนินการตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 และที่แก้ไขเพิ่มเติม กรณีการโฆษณาเกินจริงของอาหารที่มีส่วนประกอบของกัญชาหรือกัญชงทางออนไลน์ ฯลฯ

ด้านผลวิจัยที่สภาผู้บริโภคสนับสนุนการศึกษาวิจัยเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค มีงานวิจัยสำคัญที่ดำเนินการแล้วเสร็จ คือ โครงการศึกษาความเป็นไปได้ของการจัดตั้งกองทุนบำนาญพื้นฐานแห่งชาติและการวิเคราะห์ผลกระทบของการจัดสรรเงินบำนาญประชาชนที่มีต่อเศรษฐกิจและสังคม ผลวิจัยชี้ว่ากองทุนดังกล่าวสามารถเกิดขึ้นได้จากการใช้รายได้ทั่วไปของรัฐ ภาษีความเหลื่อมล้ำ รายได้ที่ไม่ใช่ภาษี และรายได้จากการเพิ่มความสามารถในการเก็บภาษีหรือการลดกิจกรรมทับซ้อนที่ไม่เพิ่มผลผลิตทางสังคมและเศรษฐกิจของรัฐ ในสัดส่วนที่ต่างกัน และหากจัดสรรสวัสดิการให้ผู้สูงอายุทุกคน คนละ 3,000 บาทต่อเดือน จะมีผู้สูงอายุได้รับเงินจำนวน 12.7 ล้านคน ใช้เงินงบประมาณ 4.5 แสนล้านบาท โดยภายในระยะเวลา 5 ปีจะส่งผลให้มีเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นถึง 7 แสนล้านบาท ทำให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ หรือจีดีพีเพิ่มประมาณ 4.17%

สภาผู้บริโภคยังได้จัดทำรายงานการกระทำหรือละเลยการกระทำเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคที่ไม่สามารถหาข้อยุติ และอาจเข้าข่ายการกระทำหรือละเลยการกระทำโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น

- กรณีบริษัท ศรีสวัสดิ์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ให้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลที่อาจทำให้ประชาชนสับสน หลงผิด และอาจเข้าข่ายผิดกฎหมาย

ซึ่งเกี่ยวข้องกับธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) และสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง (สศค.) ที่มีหน้าที่กำกับดูแลธุรกิจให้บริการสินเชื่อ รวมถึงสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ที่มีอำนาจหน้าที่ในเรื่องสัญญา

- ธปท. อาจเข้าข่ายละเอียดที่ไม่ออกกฎหมายหรือระเบียบที่มีผลบังคับตามกฎหมาย กรณีมีจรรยาบรรณใช้แอปดูดเงินจากบัญชีธนาคาร

- กรณีบ้านจัดสรรสร้างบ้านไม่ได้มาตรฐานไม่ตรงตามแบบที่ขออนุญาตจากเจ้าพนักงานที่ดิน แต่เจ้าพนักงานที่ดินกรุงเทพมหานครในพื้นที่ละเอียดหรือดำเนินการล่าช้าในการเข้าตรวจสอบข้อร้องเรียนของผู้บริโภค

ด้านการประเมินผลการดำเนินงานของสภาผู้บริโภค สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย หรือ TDRI ได้เข้าเป็นผู้ประเมินผลการดำเนินงาน 3 ปี รวมทั้งจัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนกลยุทธ์ 5 ปี (2567-2571) ซึ่งผลการดำเนินการจะนำเสนอในปี 2567 ต่อไป

3. งานสนับสนุนหน่วยงานประจำจังหวัดและองค์กรผู้บริโภค

แผนสนับสนุนหน่วยงานประจำจังหวัดและองค์กรผู้บริโภค ดำเนินงานโดยฝ่ายสนับสนุนสมาชิกและองค์กรของผู้บริโภค มีวัตถุประสงค์สร้างความเข้มแข็งให้กับสมาชิกและองค์กรของผู้บริโภคที่กระจายอยู่ในภูมิภาคต่างๆ ให้สามารถแก้ไขปัญหาข้อร้องเรียนของผู้บริโภคในจังหวัดได้อย่างรวดเร็วทันต่อสถานการณ์ และมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ผลการดำเนินงานปีงบประมาณ 2566 มีสมาชิกที่เข้าร่วมใหม่จากพื้นที่ 4 จังหวัด คือ พระนครศรีอยุธยา ขอนแก่น บุรีรัมย์ และภูเก็ต ทำให้สมาชิกของสภาผู้บริโภคมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 308 องค์กร ครอบคลุมพื้นที่ 43 จังหวัด แบ่งเป็นภาคเหนือ 10 จังหวัด มีสมาชิก 95 องค์กร ภาคตะวันตก 6 จังหวัด มีสมาชิก 33 องค์กร ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 10 จังหวัด มีสมาชิก 81 องค์กร ภาคใต้ 7 จังหวัด มีสมาชิก 39 องค์กร ภาคตะวันออก 5 จังหวัด

มีสมาชิก 26 องค์กร ภาคกลาง 4 จังหวัด มีสมาชิก 10 องค์กร และกรุงเทพมหานคร มีสมาชิก 24 องค์กร

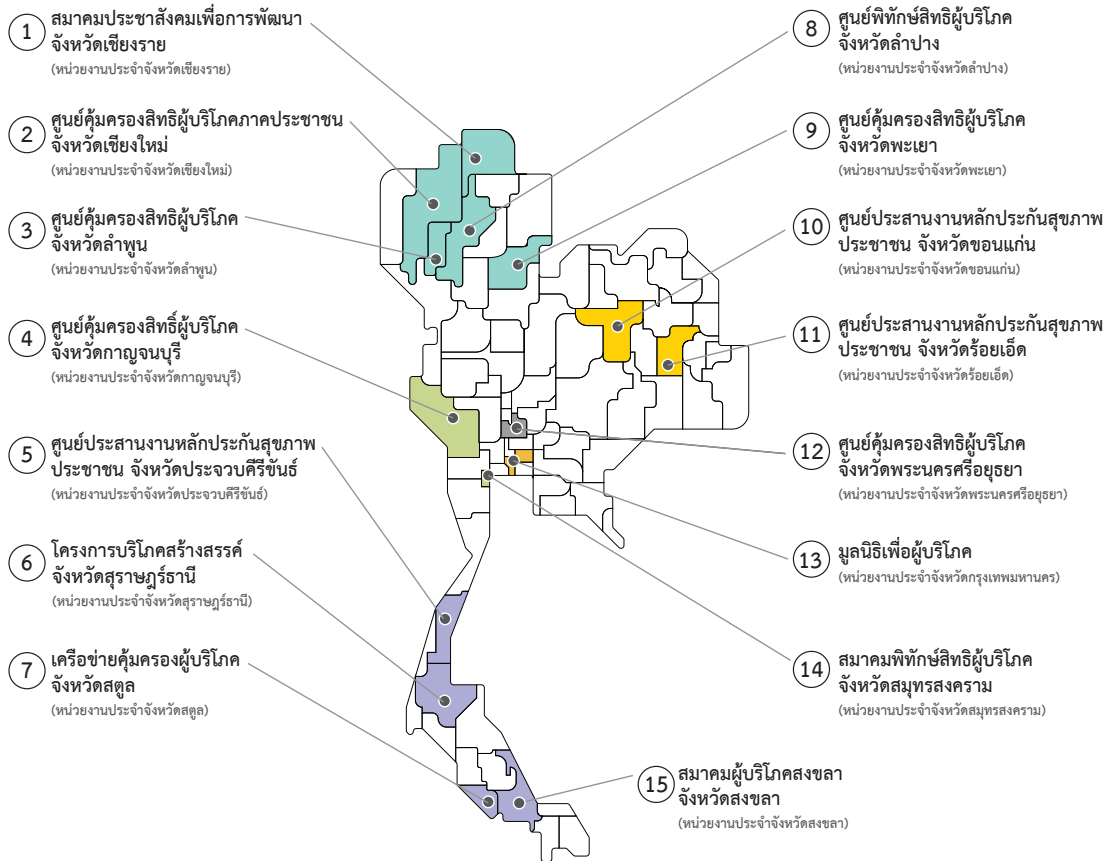
ส่วนหน่วยงานประจำจังหวัด เมืองครีผู้บริโภคที่ได้รับการจัดตั้งเพิ่มขึ้นอีก 2 แห่ง คือ ขอนแก่นและพระนครศรีอยุธยา ทำให้ยอดรวมหน่วยงานประจำจังหวัดมีทั้งหมด 15 แห่ง แยกเป็นพื้นที่เขตภาคเหนือ 5 แห่ง ภาคตะวันตก 3 แห่ง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2 แห่ง ภาคใต้ 3 แห่ง และกรุงเทพมหานคร 1 แห่ง

สำหรับผลการดำเนินงานสนับสนุนการพัฒนาสมาชิกองค์กรผู้บริโภคและเครือข่าย ทั้งในระดับเขตพื้นที่และจังหวัด มีการจัดอบรมให้ความรู้กับแกนนำของกลุ่ม และการประชุมคณะทำงานแก่สมาชิกที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดที่มีสมาชิกเป็นหน่วยงานประจำจังหวัด เพื่อให้สามารถทำงานคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคในพื้นที่ระดับตำบล รวมทั้งพัฒนาศักยภาพให้กับแกนนำสมาชิกหลายจังหวัดในระดับเขตร่วมกัน นอกจากนี้ยังให้การสนับสนุนมูลนิธิเข้าถึงเอดส์ (แอคเซส) ในฐานะองค์กรสมาชิก ดำเนินโครงการพัฒนาศักยภาพสมาชิกองค์กรของผู้บริโภคให้เป็นพลเมืองตื่นรู้ (Active Citizen) ร่วมผลักดันนโยบายสาธารณะบ้านาญแห่งชาติ ให้เกิดระบบบ้านาญแห่งชาติ

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

สภาผู้บริโภคยังร่วมมือกับวิทยาลัยพัฒนบริหารศาสตร์ปวย อิงกากรณ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ดำเนินโครงการถอดบทเรียนและประเมินการทำงานของหน่วยงานประจำจังหวัดและหน่วยงานเขตพื้นที่ สภาองค์กรของผู้บริโภค โดยเริ่มดำเนินการตั้งแต่ปลายเดือนกันยายน พ.ศ. 2566 และยังร่วมกับมหาวิทยาลัยรังสิต จัดทำโครงการสำรวจและ

มีหน่วยงานประจำจังหวัดทั่วไทย ผู้บริโภคนำไปปรึกษา - ร้องเรียนปัญหา กับองค์กรของผู้บริโภคในพื้นที่ได้เลย



รับฟังความคิดเห็นและความพึงพอใจที่มีต่อการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคของสภาผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ 2566

ด้านการสนับสนุนการขับเคลื่อนงานคุ้มครองผู้บริโภคในประเด็นเฉพาะด้าน สภาผู้บริโภคร่วมกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ดำเนินงานคุ้มครองสิทธิและรักษาผลประโยชน์ของผู้บริโภค ภายใต้การดำเนินงาน 2 โครงการ คือ

1) โครงการแผนงานร่วมทุนสนับสนุนองค์กรผู้บริโภคเพื่อพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะที่ปลอดภัยและเป็นธรรม (Matching Fund) ระยะเวลาการดำเนินงาน 2 ปี (เมษายน พ.ศ. 2566-มีนาคม พ.ศ. 2568) เพื่อเสริมพลังความเข้มแข็งองค์กรผู้บริโภคระดับพื้นที่ 33 จังหวัดใน 7 ภูมิภาค ให้มีส่วนร่วมกำหนดนโยบายขนส่งสาธารณะ

ที่ปลอดภัยและเป็นธรรม สนับสนุนการพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคและพัฒนานโยบายรถรับส่งนักเรียนปลอดภัย การพัฒนาโรงเรียนให้เป็นโรงเรียนศูนย์การเรียนรู้ในการจัดระบบรถรับส่งนักเรียนที่ปลอดภัย รวมถึงการพัฒนาความร่วมมือสนับสนุนการขับเคลื่อนระบบขนส่งสาธารณะที่ปลอดภัยและเป็นธรรม ทั้งในระดับพื้นที่และระดับประเทศ

2) โครงการพัฒนาองค์กรผู้บริโภคเพื่อคุ้มครองพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคด้านสุขภาพ ระยะเวลาดำเนินงาน 1 ปี (1 มิถุนายน พ.ศ. 2566-31 พฤษภาคม พ.ศ. 2567) เพื่อพัฒนาศักยภาพและสร้างความเข้มแข็งให้กับองค์กรผู้บริโภค ในการรักษาประโยชน์ของผู้บริโภค 12 จังหวัดในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคกลาง ที่ยังไม่มีองค์กรผู้บริโภคที่เป็นสมาชิกของสภาผู้บริโภค

4. งานสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

แผนการสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ดำเนินงานโดยฝ่ายสื่อสารสาธารณะและประชาสัมพันธ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อประชาสัมพันธ์การดำเนินงาน และสร้างความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ของสภาผู้บริโภค การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารการคุ้มครองผู้บริโภคในประเด็นต่างๆ การเตือนภัยเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่อาจส่งผลกระทบต่อสิทธิของผู้บริโภค และการขับเคลื่อนประเด็นสู่สาธารณะเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้บริโภค

ผลการดำเนินงานในปีงบประมาณ 2566 มีการดำเนินงานทั้งในรูปแบบข่าว สกู๊ป บทความ อินโฟกราฟิก คลิปวิดีโอ และการถ่ายทอดสด มีผลงานรวมทั้งสิ้น 1,555 ชิ้นที่เผยแพร่ผ่านช่องทางการสื่อสารสมัยใหม่ที่สภาผู้บริโภคได้พัฒนาขึ้นมาถึง 7 ช่องทาง ซึ่งมีผู้ติดตามกว่า 93,751 บัญชี และยังร่วมมือกับหน่วยงานรัฐ เอกชน และบุคคลมีชื่อเสียง เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อผู้บริโภคในแพลตฟอร์มต่างๆ รวมทั้งสิ้น 30,117,144 ครั้ง อีกทั้งมีสื่อมวลชนแขนงต่างๆ ทั้งหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ สื่อออนไลน์ และบุคคลมีชื่อเสียง นำข้อมูลของสภาผู้บริโภคไปเผยแพร่จำนวน 2,199 ครั้ง สามารถคิดเป็นมูลค่าประชาสัมพันธ์ได้ประมาณ 207,848,053.08 บาท

สภาผู้บริโภคยังร่วมกับแอปพลิเคชันติ๊กต็อก (TikTok) เพื่อหาแนวทางป้องกันมิฉ้อฉลหลอกขายสินค้าให้กับผู้บริโภค โดยให้ช่องทางเครือข่ายของติ๊กต็อก หรือ Community Partner Channel (CPC) ซึ่งเป็นช่องทางพิเศษ แก่สภาผู้บริโภค สามารถแจ้งเนื้อหาที่ต้องการให้ติ๊กต็อกดำเนินการตรวจสอบ ไม่ว่าจะเป็นการขายสินค้าที่ใช้ข้อความโฆษณาเกินจริง การเสนอราคาสินค้าที่ถูกเกินจริงเพื่อหลอกล่อให้ผู้บริโภคหลงเชื่อ การจำหน่ายสินค้าไม่ได้มาตรฐานที่อาจก่อให้เกิดความไม่ปลอดภัยแก่ผู้บริโภค เป็นต้น

จากการดำเนินงานสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคผ่านช่องทางการสื่อสารหลากหลาย เพื่อให้ผู้บริโภครู้เท่าทัน รับรู้ และตระหนักถึงสิทธิของตัวเอง

เอง ส่งผลให้สภาผู้บริโภคได้รับรางวัล Thailand Influencer Awards 2023 สาขา Best Social Impact Influencer ติดต่อกันเป็นปีที่สอง



เนื่องจากสถานการณ์ปัญหาของผู้บริโภคที่กระจายอยู่ในพื้นที่ต่างๆ มีความแตกต่างหลากหลาย และเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา จึงมีความจำเป็นในการสร้างศักยภาพสื่อคุ้มครองผู้บริโภค ปีงบประมาณ 2566 สภาผู้บริโภคร่วมกับสถาบันอิศรา มูลนิธิพัฒนาสื่อมวลชนแห่งประเทศไทย จัดอบรมพัฒนาศักยภาพผู้สื่อข่าวด้านการคุ้มครองผู้บริโภคทั้ง 4 ภาค ประกอบด้วยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จัดที่ จ.ขอนแก่น ภาคเหนือ จัดที่ จ. เชียงใหม่ ภาคกลาง จัดที่กรุงเทพฯ และภาคใต้ จัดที่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา เป้าหมายเพื่อสร้างนักข่าวเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

ปีงบประมาณ 2566 ศูนย์ข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศ สภาผู้บริโภค ยังดำเนินการปรับปรุงระบบรับเรื่องร้องทุกข์และเว็บไซต์สภาผู้บริโภค เพื่อสนับสนุนพันธกิจการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค และนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ภายในองค์กร เพื่อเพิ่มศักยภาพการทำงานให้ก้าวทันเทคโนโลยีในปัจจุบัน เป็นการเสริมสร้างนวัตกรรมและเทคโนโลยีภายในองค์กร

5. งานบริหารจัดการสำนักงานและพัฒนาศักยภาพองค์กรผู้บริโภค

แผนงานบริหารจัดการสำนักงานและพัฒนา ศักยภาพองค์กรของผู้บริโภค ดำเนินงานโดยฝ่าย

บริหารสำนักงาน มีวัตถุประสงค์เพื่อให้การบริหารงานสำนักงานสภาผู้บริโภครวมทั้งบุคลากร แผนงานประจำปี และงบประมาณ ทั้งของสำนักงานกลาง หน่วยงานเขตพื้นที่ หน่วยงานประจำจังหวัด รวมทั้งเครือข่าย มีประสิทธิภาพ

ในปีงบประมาณ 2566 เมื่อวันที่ 1 มิถุนายน มีการย้ายสำนักงานจากที่ตั้งชั่วคราว ณ อาคารจีทาวเวอร์ ไปยังอาคารเลขที่ 110/1 ซอยลาดพร้าว 26 แยก 1-2 แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ รวมทั้งปรับปรุงภายในตัวอาคารและภูมิทัศน์สำนักงาน เพื่อให้เป็นอาคารสำนักงานต้นแบบเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและพลังงาน นอกจากนี้

ได้มีการทบทวน/ปรับปรุงและออกระเบียบ ข้อบังคับ และประกาศต่างๆ ซึ่งมีการประกาศใช้แล้ว จำนวน 12 ฉบับ

นอกจากนั้น มีการจัดทำร่างข้อบังคับจรรยาบรรณและจริยธรรมของสภาองค์กรของผู้บริโภค เพื่อให้เป็นไปตามข้อบังคับคณะกรรมการนโยบายด้วย รวมถึงทบทวนและปรับปรุงระเบียบสภาองค์กรของผู้บริโภคว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและบริหารพัสดุ พ.ศ. 2564 เพื่อให้สอดคล้องกับพระราชบัญญัติจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560 และเพื่อให้เป็นไปตามข้อเสนอแนะของคณะกรรมการตรวจสอบ



สภาองค์กรของผู้บริโภค

ปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไข

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของสภาผู้บริโภครส่วนใหญ่ จะสัมพันธ์กับปัจจัยภายนอก โดยปัญหาที่มีผลกระทบสูงได้แก่

1. ด้านงบประมาณการดำเนินงาน มีปัญหาใน 2 ลักษณะ คือ (1) กระบวนการเสนองบประมาณ มีขั้นตอนยาวนานและซับซ้อนกว่าปกติ เนื่องจากสภาผู้บริโภครไม่ได้เป็นหน่วยงานรับงบประมาณโดยตรงจากรัฐ หากแต่ต้องทำคำขอของบฯ เสนอผ่านสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี (สปน.) ส่งผลให้ต้องดำเนินการล่วงหน้ายาวนานกว่าและผ่านการพิจารณาหลายชั้น (2) การไม่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณอย่างต่อเนื่องและการได้รับงบประมาณที่จำกัด

สำหรับแนวทางแก้ไขปัญหาคือ สภาผู้บริโภครจะสร้างกลไกการประสานงานกับ สปน. และบูรณาการการทำงานร่วมกันให้มีความกระชับขึ้น รวมทั้งจะทำข้อเสนอต่อรัฐบาลให้สนับสนุนงบประมาณอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องทุกปี อย่างน้อยในอัตรา 5 บาทต่อหัวประชากร หรือประมาณ 350 ล้านบาทต่อปี ตามหลักการและเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญและกฎหมาย เช่นเดียวกับประเทศที่พัฒนาแล้วอื่นๆ

2. ด้านการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคร สภาผู้บริโภครประสบปัญหาทั้งในงานด้านการจัดการเรื่องร้องเรียนที่การแก้ไขหรือยุติเรื่องมีความยุ่งยากซับซ้อนขึ้น จากการที่ปัญหาของผู้บริโภครในระยะหลังเป็นเรื่องการหลอกลวงและฉ้อโกงผู้บริโภคร ซึ่งเป็นการกระทำผิดกฎหมายชัดเจน ดังนั้นจึงต้องประสานงานให้ทางเจ้าพนักงานตำรวจสอบสวนและดำเนินคดีกับผู้เกี่ยวข้องด้วย ขณะเดียวกัน ช่องว่างระหว่างความรู้และการตระหนักในสิทธิของผู้บริโภครกับพัฒนาการของปัญหายุคสมัยใหม่ก็ถ่างกว้างมากขึ้น

แนวทางในการแก้ไขปัญหาคือ สภาผู้บริโภครจะกำหนดหลักเกณฑ์ภายในให้สามารถยุติเรื่องร้องเรียนได้เมื่อมีการประสานแจ้งความกับตำรวจให้ดำเนินคดี และมีหลักฐานจากตำรวจในการออกหมายเรียกไปยังผู้กระทำผิดแล้ว ส่วนปัญหาประการต่อมาสามารถทำให้บรรเทาลงด้วยการพัฒนา

หลักสูตรผู้บริโภครศึกษาในการพัฒนาการเรียนรู้ต่อเนื่องตามยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป ตลอดจนดำเนินการด้านการส่งเสริมการใช้สิทธิของผู้บริโภครให้เพิ่มมากขึ้น

ขณะที่ปัญหาในงานด้านข้อเสนอแนะนโยบายและมาตรการเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภครของสภาผู้บริโภครคือ การที่ยังได้รับการให้ความสำคัญจากหน่วยงานภาครัฐน้อย ซึ่งในส่วนนี้จะแก้ไขด้วยการเปิดพื้นที่การทำงานร่วมกับภาครัฐ ภาคเอกชน และพรรคการเมืองให้มากขึ้น และพัฒนาคุณภาพของข้อเสนอแนะนโยบายและมาตรการต่างๆ ให้มีความชัดเจนมากขึ้น

3. ด้านการขยายสมาชิกและการสนับสนุนองค์กรของผู้บริโภคร ปัญหาในด้านนี้ที่สำคัญคือการขยายสมาชิกทำได้อย่างจำกัด เนื่องจากกติกาที่กำหนดให้องค์กรของผู้บริโภครที่จะเข้าเป็นสมาชิกมีคุณสมบัติที่ชัดเจนแน่นอนหลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจะต้องได้รับการรับรองสถานะความเป็นองค์กรจาก สปน. แต่องค์กรที่ผ่านการพิจารณาไม่มากนัก แนวทางแก้ไขปัญหาคือการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อช่วยเหลือให้องค์กรของผู้บริโภครได้ยกระดับประสิทธิภาพด้านงานคุ้มครองผู้บริโภคร และมีทักษะในการเตรียมการเพื่อเพิ่มโอกาสในการผ่านเกณฑ์การพิจารณา

นอกจากนั้น ในหมู่สมาชิกแต่ละพื้นที่ยังมีปัญหาเกี่ยวกับศักยภาพและการสั่งสมประสบการณ์ที่ค่อนข้างแตกต่างกันมาก ทำให้บทบาทและประสิทธิภาพการทำงานคุ้มครองสิทธิผู้บริโภครของสมาชิกในแต่ละพื้นที่มีความแตกต่างกันไปด้วย สำหรับปัญหานี้สภาผู้บริโภครจะเพิ่มเติมงานด้านการเพิ่มศักยภาพแก่สมาชิก ส่งเสริมให้เกิดการทำงานร่วมกัน เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากกันและกัน

ส่วนปัญหาอื่นๆ นอกเหนือจากนี้เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยภายใน ซึ่งสภาผู้บริโภครสามารถที่จะแก้ไขได้เอง

ก้าวต่อไปกับความท้าทาย ของงานคุ้มครองผู้บริโภคปี 2567

ด้วยตระหนักว่า สังคมยุคใหม่กำลังก้าวเข้าสู่สังคมบริโภคนิยมที่เทคโนโลยีได้เข้ามาเป็นตัวแปรสำคัญต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคสินค้าและบริการ ซึ่งการเอาเปรียบผู้บริโภค การละเมิดสิทธิ การคดโกงอาจเป็นไปได้อย่างซับซ้อนและรุนแรงมากขึ้น การสร้างความรู้และการเท่าทันให้แก่ผู้บริโภค โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางด้านเทคโนโลยี จึงมีความสำคัญยิ่ง ซึ่งสภาผู้บริโภคมีเป้าหมายที่จะสร้างการรู้เท่าทันเทคโนโลยีด้านเอไอ (AI :artificial intelligence) ให้กับผู้บริโภคในระยะยาว พร้อมทั้งเสนอภาครัฐเตรียมการสร้างกฎกติกาอย่างเหมาะสม

ในด้านกฎหมาย สภาผู้บริโภคมีแนวทางที่จะผลักดันร่างพระราชบัญญัติความรับผิดชอบต่อการชื้อหรือกฎหมายเลมอนลอร์ต่อไป และการนำเสนอแก้ไขพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และที่แก้ไขเพิ่มเติม โดยให้เพิ่มสิทธิผู้บริโภคจาก 5 ข้อเป็น 10 ข้อ เพื่อรับรองสิทธิผู้บริโภคให้ทัดเทียมกับมาตรฐานสากล (UNGCP) เพิ่มเติมการคุ้มครองผู้บริโภคในยุคดิจิทัล และปรับปรุงโครงสร้างคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคและคณะกรรมการเฉพาะด้านให้สามารถคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง

รวมทั้งจะผลักดันการแก้ไขพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 ด้วย ในหลายๆ ประเด็น โดยเฉพาะในมิติ

ด้านความปลอดภัยของผู้บริโภค

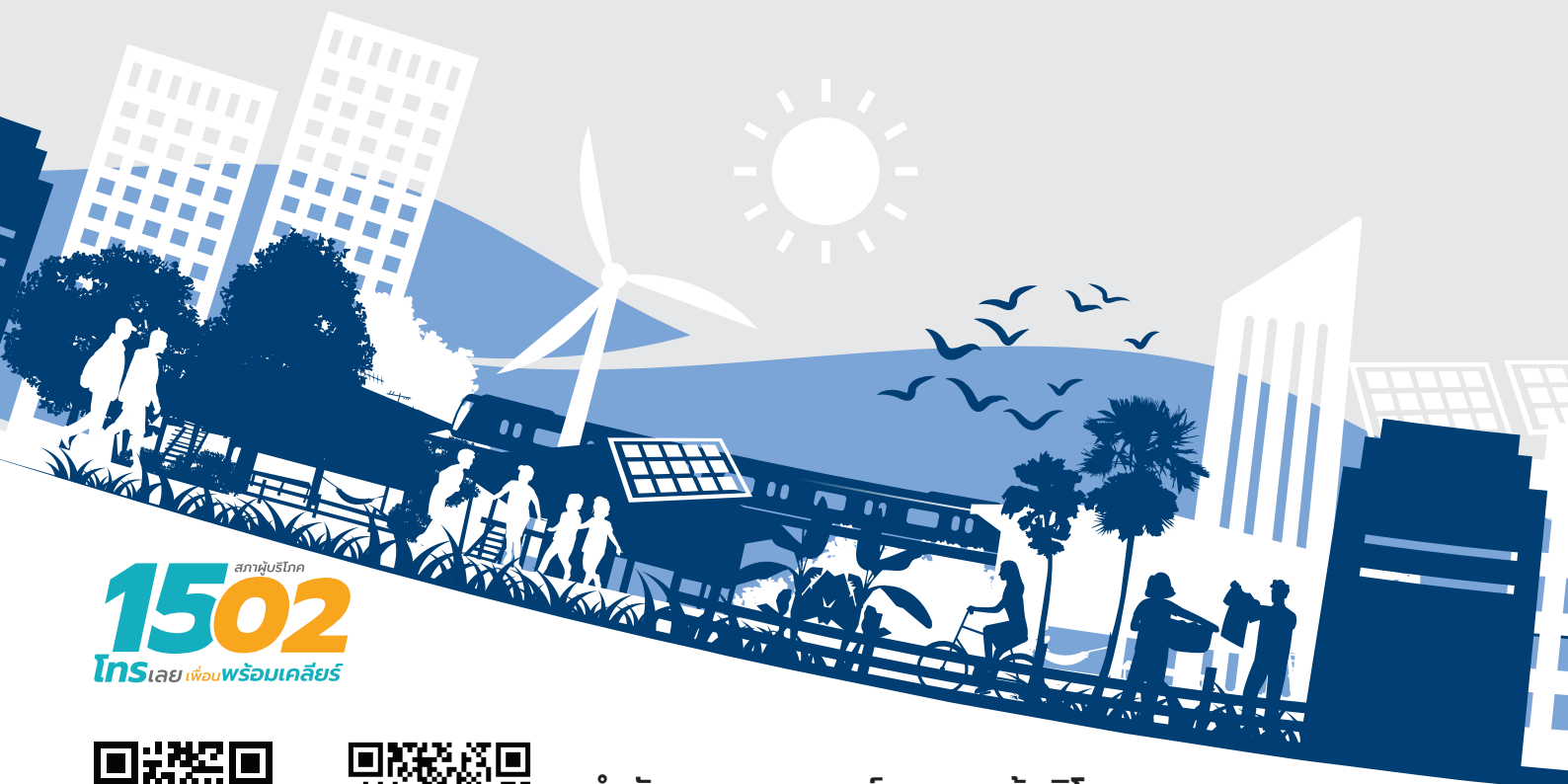
นอกจากนั้น สภาผู้บริโภคจะยังคงรณรงค์และคัดค้านการผูกขาดในกิจการโทรคมนาคมอย่างต่อเนื่อง พร้อมไปกับการต่อสู้เพื่อการเข้าถึงพลังงานหมุนเวียนและราคาพลังงานที่เป็นธรรม การรู้เท่าทันแก๊งคอลล์เซ็นเตอร์ และประเด็นอื่นๆ ที่เป็นปัญหาหลักระดับชาติ ในขณะที่เดียวกันก็ไม่ละเลยการแก้ไขปัญหาสำหรับผู้บริโภคระดับปัจเจกที่มีลักษณะปัญหาาร่วมต่างๆ เช่น สิทธิที่จะเปิดดูสินค้าก่อนจ่ายเงินในการสั่งของออนไลน์ การใช้บริการขนส่งสาธารณะในการเดินทาง ที่มีความสะดวก ปลอดภัย ในราคาที่เหมาะสม การซื้อตั๋วคอนเสิร์ตที่ไม่โดนเอาเปรียบ ฯลฯ



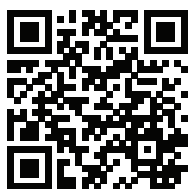


สภาองค์กรของผู้บริโภค

คือสภาของประชาชน
ใช้ภาษีของประชาชน
เพิ่มอำนาจต่อรองให้ผู้บริโภค
เป็นประโยชน์กับทุกฝ่าย



สภาผู้บริโภค
1502
Ins เลย์ เพื่อนพร้อมเคลียร์



tccthailand



@tccthailand

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