

รายงานประจำปี

2567 | Annual
Report 2024



จุดประกายความหวังผู้บริโภค

มาตรการ
เปิดก่อนจ่าย



มาตรการ
รถรับส่งนักเรียนปลอดภัย



มาตรการ
ห่วงเงินก่อนโอน



ฉบับผู้บริโภค



สภาองค์กรของผู้บริโภค
Thailand Consumers Council

รายงานประจำปี 2567
สภาองค์กรของผู้บริโภค

Annual Report 2024
Thailand Consumers Council

พิมพ์ครั้งที่ 1: มิถุนายน 2568

ISBN 978-616-94228-6-0

ISBN (E-Book) 978-616-94228-8-4

จัดพิมพ์และเผยแพร่โดย

สภาองค์กรของผู้บริโภค (สภาผู้บริโภค)

เลขที่ 110/1 ซอยลาดพร้าว 26 แยก 1-2 ถนนลาดพร้าว

แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900

โทรศัพท์: 0-2239-1839

อีเมล: contact@tcc.or.th

เว็บไซต์: www.tcc.or.th



ดาวน์โหลด
หนังสือเล่มนี้ได้ที่นี่

สภาองค์กรของผู้บริโภค (สภาผู้บริโภค)

- เป็นองค์กรตามเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญตั้งแต่ปี 2540 และปี 2560 จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562
- เกิดจากองค์กรผู้บริโภค 150 องค์กร รวมตัวกันจัดตั้งเป็นสภาองค์กรของผู้บริโภคจนสำเร็จช่วงต้นเดือนมกราคม 2564
- เป็นผู้แทนของผู้บริโภคทุกคน ทุกด้าน ทำหน้าที่คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค เสนอนโยบายต่อคณะรัฐมนตรี และหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภค
- เป็นนิติบุคคล มีความเป็นอิสระในการปฏิบัติหน้าที่ ไม่อยู่ภายใต้การกำกับของหน่วยงานรัฐ โดยมีสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี (สปน.) สนับสนุนการขอรับรองประมาณรายปีให้กับสภาองค์กรของผู้บริโภค

*** หมายเหตุ ตามข้อบังคับสภาองค์กรของผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2566 ได้กำหนดให้ “สภาองค์กรของผู้บริโภค” เรียกโดยย่อว่า “สภาผู้บริโภค”**

สารบัญ

หน้า

วิสัยทัศน์ พันธกิจ ยุทธศาสตร์	4
ภาพรวมผลการดำเนินงานของสภาผู้บริโภคระหว่างปี 2567	5
ข้อเสนอแนะของประชาชนต่อการดำเนินงานของสภาผู้บริโภค	7
ประชาชนได้อะไรจากสภาผู้บริโภค (ปีงบประมาณ 2567)	12
ส่วนที่ 1 จุดประกายความหวังผู้บริโภค ผลงานเด่น	17
1. มาตรการเปิดก่อนจ่าย: ไม่ตรงปก ไม่ต้องจ่าย	19
2. มาตรการห่วงเงินก่อนโอน: หยุดบัญชีม้า หน่วยงาน ดึงทุกฝ่ายรับผิดชอบ	26
3. มาตรการรถรับส่งนักเรียนปลอดภัย: เด็กไม่ควรต้องตาย เพราะไปโรงเรียน	35
ส่วนที่ 2 ผลการดำเนินงานตามแผน	46
1. การสนับสนุน คุ่มครอง และพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค	47
2. การพัฒนานโยบาย และมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค	48
3. การสนับสนุนสมาชิก หน่วยงานประจำจังหวัด หน่วยงานเขตพื้นที่ และองค์กรผู้บริโภค	50
4. การสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค	51
5. การบริหารจัดการสำนักงานและพัฒนาศักยภาพสภาองค์กรของผู้บริโภค	52
ส่วนที่ 3 ปัญหา อุปสรรค และความท้าทาย	54
ปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไข	55
ก้าวต่อไปกับความท้าทายงานคุ้มครองผู้บริโภค ปี 2568	58
ช่องทางการติดต่อร้องเรียน (ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค)	60



วิสัยทัศน์ (Vision)

เป็นกลไกผลักดันนโยบายเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับความเป็นธรรม

พันธกิจ (Mission)

1. ส่งเสริมให้ผู้บริโภคคุ้มครองสิทธิตนเองได้ และสภาผู้บริโภคเป็นกลไกเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค
2. ผลักดันนโยบาย กฎหมาย และมาตรการ เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค
3. สนับสนุนสมาชิก องค์กรสมาชิกและองค์กรของผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพ และได้รับความเชื่อถือ
4. สร้างวัฒนธรรมและมุมมองใหม่ว่าการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นประโยชน์กับทุกฝ่าย
5. สนับสนุนให้มีการบริโภคที่ยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
6. สื่อสารและสร้างเครือข่ายกับทุกภาคส่วน เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

ยุทธศาสตร์ (Strategy)

1. คุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค
2. เสนอแนะและผลักดันนโยบายเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค
3. สร้างความเข้มแข็งให้กับสมาชิกและองค์กรของผู้บริโภค
4. พัฒนาการสื่อสารสาธารณะ เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค
5. พัฒนาการดำเนินงานและบริหารจัดการสภาองค์กรของผู้บริโภค

ภาพรวมผลการดำเนินงานของสภาผู้บริโภค ประจำปี 2567

“สภาผู้บริโภค: เสียงของประชาชน สู่ความปลอดภัย และเป็นธรรม”

สภาองค์กรของผู้บริโภค หรือ “สภาผู้บริโภค” เกิดจากการรวมตัวกันขององค์กรของผู้บริโภคตามเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2560 เพื่อให้มีองค์กรหลักที่มีพลังในการปกป้องสิทธิของประชาชนในฐานะผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของสินค้า บริการ การเดินทาง การรักษาพยาบาล หรือแม้แต่ความปลอดภัยจากภัยออนไลน์ ทำหน้าที่เป็นตัวแทนของประชาชนและเป็นปากเสียงแทนประชาชนในการผลักดันนโยบายและกฎหมายเพื่อแก้ไขปัญหาที่ผู้บริโภคเผชิญให้เกิดความเป็นธรรม ซึ่งเป็นไปตามมาตรา 14 แห่งพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562

ในปี 2567 สภาผู้บริโภคพบปัญหาผู้บริโภคร้อยละ 80 เป็นปัญหาจากภัยออนไลน์ และมีฉ้อโกง ทั้งการซื้อสินค้าออนไลน์แล้วไม่ได้ของ สินค้าชำรุดบกพร่อง การหลอกลวงด้านการเงินการธนาคาร และภัยจากแก๊งคอลเซนเตอร์

สภาผู้บริโภคได้ผลักดันและขับเคลื่อนนโยบายเพื่อแก้ไขภัยออนไลน์อย่างต่อเนื่องจนเกิดมาตรการ “เปิดก่อนจ่าย” ที่ได้รับการสนับสนุนจากกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) โดยมีการออก

ประกาศคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา “เรื่องให้ธุรกิจการให้บริการขนส่งสินค้าโดยเรียกเก็บเงินปลายทางเป็นธุรกิจที่ควบคุมรายการในหลักฐานการรับเงิน พ.ศ. 2567” เพื่อให้สิทธิผู้บริโภคที่สั่งซื้อสินค้าออนไลน์และเรียกเก็บเงินปลายทาง Cash on Delivery (COD) สามารถเปิดพัสดุเพื่อตรวจสอบสินค้าได้ก่อนจ่ายเงิน ถ้าสินค้า “ไม่ตรงปก” ก็ “ไม่ต้องจ่ายเงิน” ทำให้ช่วยลดปัญหาจากการซื้อขายออนไลน์ได้อย่างเป็นรูปธรรมนับตั้งแต่วันที่ 3 ตุลาคม 2567 ที่ผ่านมา

ในขณะเดียวกัน สภาผู้บริโภคได้มีการผลักดันนโยบาย “หน่วงเงินก่อนโอน” อย่างน้อย 24 ชั่วโมง เพื่อให้ผู้บริโภคมีเวลาตรวจสอบธุรกรรมผิดปกติ ก่อนเงินจะถึงมือมิจฉาชีพ ซึ่งขณะนี้นักวิชาการแห่งประเทศไทย (ธปท.) ได้นำไปปรับใช้ เช่น การกักเงินเข้า - ออกบัญชีต้องสงสัย (บัญชีม้าสีดำและสีเทา) และการตรวจสอบหากมีการโอนเงินที่ผิดปกติ (บัญชีม้าสีน้ำตาลอ่อน) และให้มีมาตรการเยียวยาแก่ผู้บริโภคจากสถาบันการเงินและบริษัทโทรคมนาคม

ด้านนโยบายระบบบริการขนส่งสาธารณะทุกคนขึ้นได้ทุกวินาทีให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของรถรับส่งนักเรียนภายใต้ความร่วมมือของสภาผู้บริโภคร่วมกับสำนักงานกองทุน

สนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) พัฒนาโรงเรียนต้นแบบการจัดการรับส่งนักเรียน ช่วยลดอุบัติเหตุของนักเรียน มีการดำเนินการโครงการใน 6 ภูมิภาค จำนวน 33 จังหวัด

พร้อมกันนี้ สภาผู้บริโภคได้จัดทำกฎหมายและแก้ไขกฎหมายจำนวน 3 ฉบับ ได้แก่ (ร่าง) พ.ร.บ. ความรับผิดเพื่อความปลอดภัยของรถบรรทุกของสินค้า พ.ศ. ... (ร่าง) พ.ร.บ.คุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ... และ (ร่าง) พ.ร.บ. อาหาร (ฉบับที่ ...) พ.ศ. ... เพื่อปรับปรุงแก้ไขกฎหมายและยกระดับสิทธิผู้บริโภคให้ทัดเทียมนานาชาติ โดยได้เสนอร่างพระราชบัญญัติทั้ง 3 ฉบับต่อนายกรัฐมนตรี และนายกรัฐมนตรีได้ส่งข้อเสนอแนะให้สคบ. และกระทรวงสาธารณสุข พิจารณาดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้อง และให้นำเรียนรองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรีทราบต่อไป

ทั้งนี้ กฎหมายทั้ง 3 ฉบับได้รับการสนับสนุนจากประชาชนในการลงลายมือชื่อมากกว่า 71,454 รายชื่อ และได้เสนอต่อประธานสภาผู้แทนราษฎรด้วยแล้ว

นอกจากนี้ สภาผู้บริโภคยังได้จัดทำข้อเสนอนโยบายหรือมาตรการเพื่อคุ้มครองผู้บริโภครวม 41 เรื่อง ต่อหน่วยงานรัฐ ซึ่งมี 5 ข้อเสนอสำคัญ ที่หน่วยงานรัฐนำไปปรับใช้ ในส่วนเรื่องร้องเรียน สภาผู้บริโภคสามารถยุติเรื่องร้องเรียนให้ผู้บริโภคได้มากถึงร้อยละ 80 จากทั้งหมด 17,028 เรื่อง คิดเป็นมูลค่าที่ผู้บริโภคได้รับการเยียวยา

มากถึง 252 ล้านบาท ผู้รับบริการมีความพึงพอใจต่อการให้บริการสูงถึงร้อยละ 93 ซึ่งรวมถึงฟ้องคดีให้ผู้บริโภครวม 77 คดี มูลค่าทุนทรัพย์ฟ้องคดีกว่า 80 ล้านบาท ซึ่งประเด็นที่นำไปสู่การฟ้องมากที่สุด คือภัยทุจริตทางการเงิน ทั้งนี้ การดำเนินการด้านรับเรื่องร้องเรียนและดำเนินคดีได้มีการร่วมดำเนินการกับ 19 หน่วยงานประจำจังหวัด จาก 334 องค์กรสมาชิกใน 53 จังหวัด ในด้านการเตือนภัยผ่านระบบออนไลน์ได้มีผู้ชมที่เข้าถึงข้อมูลที่เผยแพร่แจ้งเตือนภัยกว่า 63 ล้านครั้ง มูลค่าการประชาสัมพันธ์สูงถึง 697 ล้านบาท ซึ่งได้รวมถึงการส่งต่อข้อมูลโดยสื่อผู้มีอิทธิพล

แม้งบประมาณปี 2567 ที่สภาผู้บริโภคได้รับจะมีข้อจำกัด แต่สภาผู้บริโภคก็ยังสามารถบริหารงบประมาณได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีแผนจะนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (เอไอ) เข้ามาช่วยเพิ่มความรวดเร็วในการรับเรื่องร้องเรียนในอนาคต สำหรับปี 2568 สภาผู้บริโภคมุ่งมั่นเดินหน้านำหลักดันนโยบายเพื่อสังคมที่เป็นธรรม เช่น การป้องกันข้อความสั้น (Sms) ที่หลอกลวง การเข้าถึงสิทธิสุขภาพที่เท่าเทียม การศึกษาที่มีคุณภาพ จัดให้มีระบบเมืองที่เป็นธรรม มีระบบขนส่งที่ทุกคนเข้าถึงได้อย่างเสมอภาค และสินค้าเพื่อสุขภาพที่ปลอดภัย

“สภาผู้บริโภค เป็นพลังเพื่อปกป้องคุ้มครองสิทธิ ความปลอดภัยสาธารณะ และสนับสนุนการบริโภคอย่างยั่งยืน”

ข้อเสนอแนะของประชาชน

ต่อการดำเนินงานของสภาผู้บริโภค

สภาผู้บริโภคร่วมกับมหาวิทยาลัยรังสิต จัดทำโครงการสำรวจการรับรู้สิทธิของผู้บริโภคและรับฟังความคิดเห็นและความพึงพอใจที่มีต่อการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคของสภาผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ 2567 โดยสำรวจ 3 กลุ่มเป้าหมาย รวม 2,049 คน ได้แก่ กลุ่มที่เป็นสมาชิกสภาผู้บริโภค 295 องค์การ กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียซึ่งเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของสภาผู้บริโภคใน 7 ภูมิภาค 477 คน และกลุ่มผู้บริโภคทั่วไป (นักเรียน นักศึกษา กลุ่มคนวัยทำงาน และกลุ่มผู้สูงอายุ) 1,277 คน

การรับรู้สิทธิของผู้บริโภค

ผลการสำรวจ พบว่าการรับรู้สิทธิของผู้บริโภคทั่วไปหากจำแนกตามกลุ่มเป้าหมาย พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยกลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยนักเรียน นักศึกษา และวัยทำงานมีการรับรู้สิทธิของผู้บริโภคสูงกว่าผู้สูงวัยในทุกด้าน

ผลสำรวจความคิดเห็นการรับรู้สิทธิของผู้บริโภค

1. การรับรู้สิทธิที่จะได้รับข่าวสารที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าและบริการ พบว่า ผู้บริโภคทั่วไปส่วนมากรับรู้ว่าคุณผลิตจะต้องให้ข้อมูลโดยการโฆษณา

หรือการแสดงฉลากตามความเป็นจริง และปราศจากพิษภัยแก่ผู้บริโภค ผู้บริโภคที่มาใช้บริการส่วนมากรับรู้ว่าคุณเองมีสิทธิได้รับข้อมูลของสินค้าและบริการโดยไม่เกินความจริง รองลงมาที่สอดคล้องกันทั้ง 2 กลุ่ม คือรับรู้ว่าคุณสินค้าและบริการทุกชนิดต้องให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการอย่างถูกต้องและเพียงพอต่อการตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการ ส่วนเรื่องที่ผู้บริโภคส่วนมากของทั้ง 2 กลุ่มไม่ทราบเป็นเรื่องสินค้าหน้างาน เช่น สินค้าที่ขายในตลาดสดไม่จำเป็นต้องให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ และไม่ทราบว่าสินค้านำเข้าจากต่างประเทศต้องแสดงฉลากสินค้าเป็นภาษาไทย

2. การรับรู้สิทธิที่จะมีอิสระในการ

เลือกหาสินค้าหรือบริการ พบว่าผู้บริโภคส่วนมากของทั้ง 2 กลุ่มรับรู้ว่าคุณเองมีสิทธิที่จะเลือกซื้อสินค้าได้โดยสมัครใจและโดยไม่ถูกบังคับหรือชักจูงให้หลงผิดในการซื้อสินค้านั้น ขณะที่เรื่องที่ผู้บริโภคส่วนมากของทั้ง 2 กลุ่มไม่ทราบคือเรื่องที่คุณเองสามารถร้องขอข้อมูลของสินค้าและบริการต่าง ๆ เพิ่มเติมได้ก่อนการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ

3. การรับรู้สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ พบว่า ผู้บริโภคทั่วไปส่วนมากรับรู้ว่าคุณเอง

มีสิทธิที่จะได้รับสินค้าหรือบริการที่ปลอดภัย มีสภาพและคุณภาพได้มาตรฐาน ไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อชีวิต ร่างกายหรือทรัพย์สิน ในขณะที่ผู้บริโภคที่มาใช้บริการส่วนมากรับรู้ว่าคุณผลิตจะต้องให้ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีใช้ ข้อแนะนำและคำเตือนที่สำคัญในฉลากสินค้า เพื่อความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกันกับที่รับรู้ว่าคุณเองมีสิทธิที่จะได้รับสินค้าหรือบริการที่ปลอดภัย มีสภาพและคุณภาพได้มาตรฐาน ไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อชีวิต ร่างกายหรือทรัพย์สิน ส่วนเรื่องที่คุณบริโภคส่วนมากของทั้ง 2 กลุ่มไม่ทราบคือ ไม่ทราบว่าตนเองมีสิทธิได้รับการคุ้มครองและสามารถเรียกร้อง ในกรณีที่ได้รับอันตรายจากการใช้สินค้าอย่างถูกต้องตามวิธีการใช้งานและข้อแนะนำ

4. การรับรู้สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา พบว่า ผู้บริโภคทั่วไปส่วนมากรับรู้ว่าคุณจะต้องได้รับสัญญาฉบับที่มีข้อความตรงกันอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกับที่รับรู้ว่าคุณเองมีสิทธิในการทวงตงได้ในกรณีที่พบว่ามีเปลี่ยนแปลง

สาระสำคัญในสัญญา หรือเห็นว่าสัญญาไม่เป็นธรรม ส่วนผู้บริโภคที่มาใช้บริการส่วนมากรับรู้ว่าคุณเองมีสิทธิในการทวงตงได้ในกรณีที่พบว่ามีเปลี่ยนแปลงสาระสำคัญในสัญญา หรือเห็นว่าสัญญาไม่เป็นธรรม ส่วนเรื่องที่คุณบริโภคส่วนมากของทั้ง 2 กลุ่มไม่ทราบคือ เรื่องที่ตนเอง การที่ตนเองมีสิทธิเรียกร้อง ขอเปลี่ยนแปลงสาระในข้อสัญญาที่จัดทำขึ้นได้ก่อนการลงนาม

5. การรับรู้สิทธิที่จะได้รับมรพารณและชดเชยความเสียหาย พบว่า ผู้บริโภคส่วนมากของทั้ง 2 กลุ่มรับรู้ว่าคุณเองมีสิทธิในการเรียกร้องค่าเสียหายอันเกิดจากสินค้าหรือบริการที่มีความบกพร่องจากผู้ผลิต ส่วนที่ไม่ทราบ พบว่า ผู้บริโภคทั่วไปส่วนมากไม่ทราบว่าตนเองจะได้รับการชดเชยค่าเสียหายเมื่อถูกละเมิดสิทธิจากผู้ประกอบธุรกิจ ในขณะที่ผู้บริโภคที่มาใช้บริการส่วนมากไม่ทราบว่าตนเองมีสิทธิได้รับการเปลี่ยนสินค้า หรือได้รับเงินคืนเต็มจำนวนเมื่อสินค้าหรือบริการนั้นเกิดการบกพร่องจากทางผู้ผลิตหรือให้บริการ

ความคิดเห็นและความพึงพอใจ

ที่มีต่อการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคของสภาผู้บริโภค

• สมาชิก:

ผลสำรวจ พบว่า สมาชิกสภาผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานของสภาผู้บริโภคในภาพรวมในระดับมาก ทั้ง

การดำเนินงานของคณะกรรมการนโยบาย คณะอนุกรรมการ 8 ด้าน หน่วยงานเขตพื้นที่ และหน่วยงานประจำจังหวัด และพึงพอใจในระดับมากต่อแผนการดำเนินงาน

ในด้านต่าง ๆ ของสภาผู้บริโภค ได้แก่ งานคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค งานเสนอแนะและผลักดันนโยบายที่เกี่ยวข้องกับคุ้มครองผู้บริโภค งานสนับสนุนและสร้างความเข้มแข็งให้องค์กรผู้บริโภค และงานสื่อสารสาธารณะ อีกทั้งสมาชิกฯ ยังมีความพึงพอใจการทำงานของสำนักงานสภาผู้บริโภค ในระดับมากเช่นเดียวกัน ที่มีช่องทางการติดต่อประสานงานที่หลากหลาย มีระเบียบที่เอื้ออำนวยต่อการปฏิบัติงานของสมาชิกฯ มีระบบฐานข้อมูลที่ทันสมัยสามารถสนับสนุนการทำงานของสมาชิกได้ ด้านเจ้าหน้าที่มีความพร้อมและเต็มใจในการทำงานร่วมกับสมาชิก เป็นต้น

สำหรับข้อเสนอแนะของสมาชิกฯ เกี่ยวกับการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ของสภาผู้บริโภค มีดังนี้

1. ด้านการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค เสนอให้มีการจัดตั้งทีม “สภาผู้บริโภคเคลื่อนที่” เพื่อสร้างความรู้จักรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค กระตุ้นให้ประชาชนแสดงออกเรื่องสิทธิของตนเองมากขึ้น สร้างความรู้ความเข้าใจติดตามและผลักดันให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิทธิผู้บริโภคมากขึ้น รวมถึงขยายการทำงานคุ้มครองผู้บริโภคในกลุ่มเปราะบาง ลดขั้นตอนการรับเรื่องร้องเรียนเพื่อแก้ปัญหาผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว เพิ่มการตรวจสอบ ติดตามและเฝ้าระวังสถานการณ์ปัญหาสินค้าใหม่ ๆ

และร่วมทำงานกับสถานศึกษาเพื่อสร้างเยาวชนรุ่นใหม่ที่ใส่ใจเรื่องการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค เป็นต้น

2. ด้านการขับเคลื่อนเชิงนโยบาย

เสนอให้ติดตามผลการทำงานขับเคลื่อนเชิงนโยบายที่สำคัญ ๆ เช่น การควบคุมกิจการทรูและดีแทค หรือรถไฟฟ้า 20 บาท ตลอดสาย และรายงานผลการผลักดันนโยบายเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในเรื่องต่าง ๆ สู่สาธารณะ รวมทั้งมีการติดตามการบังคับใช้กฎหมายหรือนโยบายต่าง ๆ ให้องค์กรสมาชิกฯ และประชาชนได้รับทราบ จัดทำคู่มือการทำงานขับเคลื่อนนโยบายสู่การปฏิบัติเพื่อให้องค์กรสมาชิกรับไปใช้ทำงานในระดับพื้นที่ สนับสนุนการจัดเวทีระดับจังหวัด หรือท้องถิ่นในการกำหนดนโยบายคุ้มครองผู้บริโภค ผลักดันการแก้ไข พ.ร.บ. คุ้มครองผู้บริโภคให้มีความทันสมัยและสอดคล้องกับยุคสมัยดิจิทัล ผลักดันให้เกิด “สภาประชาชนเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค” เชื่อมโยงการทำงานกับฝ่ายนโยบาย เช่น พรรคการเมืองหรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และจัดตั้งกองทุนคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อสนับสนุนให้ผู้ปฏิบัติงานที่เป็นสมาชิกสภาผู้บริโภคในการทำงานที่เสี่ยงอันตราย โดยมีแหล่งที่มางบประมาณที่หลากหลาย เช่น การบริจาค หรือจากผู้ประกอบการ เป็นต้น

3. ด้านการสนับสนุนและช่วยเหลือองค์กรของผู้บริโภค

เสนอให้มีการจัดทำคู่มือในการทำงานหรือชุดความรู้ที่จำเป็นเพื่อเป็นแนวทางในการทำงาน พัฒนาศักยภาพของสมาชิกโดยการอบรมให้ความรู้และทักษะ

ที่จำเป็นต่อการทำงาน เช่น กฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับสิทธิและการคุ้มครองผู้บริโภค มีทีมงานอาสาหรือนักกฎหมายประจำพื้นที่เพื่อให้ความรู้ ให้คำแนะนำและคอยช่วยเหลือสมาชิกเกี่ยวกับการทำงานเพื่อแก้ปัญหาเรื่องร้องเรียน ปรับปรุงระบบติดตามเรื่องร้องเรียน สนับสนุนการสร้างแกนนำรุ่นใหม่ รวมถึงพัฒนาทักษะใหม่ ๆ เพื่อขับเคลื่อนงานคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค และยกระดับคุณภาพชีวิตของแกนนำที่ทำงานด้านผู้บริโภคเพื่อสร้างการยอมรับและการรู้จักสำหรับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและภาคประชาชนในพื้นที่และท้องถิ่น

4. ด้านการสื่อสารเพื่อคุ้มครอง

ผู้บริโภค

เสนอให้มีการสร้างการรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของสภาผู้บริโภคให้กับหน่วยงานต่าง ๆ รวมทั้งประชาชนทั่วไป ให้รู้จักและเข้าใจการทำงานของสภาผู้บริโภคให้มากยิ่งขึ้น จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรู้จักสภาผู้บริโภคกับประชาชนและหน่วยงานในพื้นที่ รวมถึงสร้างอินฟลูเอนเซอร์ที่เป็นอาวตาร์ (Avatar) เพื่อทำหน้าที่สื่อสารประชาสัมพันธ์ ตลอดจนจัดทำกลยุทธ์การสื่อสารในลักษณะมุ่งเป้าที่ชัดเจนที่สะท้อนความแตกต่างของผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม แต่ละพื้นที่ ร่วมกับสถาบันการศึกษาจัดกิจกรรมการประกวดผลิตสื่อเพื่อสร้างเยาวชนรุ่นใหม่ ที่รู้เท่าทันกลโกงอาชญากรรมไซเบอร์ และส่งเสริมคุณธรรมและจริยธรรมสำหรับผู้ประกอบการทุกกลุ่ม เพื่อสร้างผู้ประกอบการที่รับผิดชอบต่อสังคมและผู้บริโภค

• ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย:

ผลสำรวจ พบว่า ผู้มีส่วนได้เสียมองว่า สภาผู้บริโภคสามารถผลักดันนโยบายที่จับต้องได้ และเป็นนโยบายที่ทำได้จริงในหลาย ๆ ประเด็น โดยมีผลงานเด่น เช่น มาตรการเปิดก่อนจ่าย มาตรการหน่วงเงิน ก่อนโอน และผลงานที่ควรต่อยอดหรือขยายผลต่อไปในปี 2568 ได้แก่ รถรับส่งนักเรียน ปลดล็อก รถไฟฟ้า 20 บาท ตลอดสาย และ ผลักดันการแก้ปัญหาจากการควมรวมธุรกิจ มือถือทรูและดีแทค รวมถึงกรณีเอไอเอส ควมรวมกับ 3BB แต่ทั้งนี้ มีความเห็นว่า สภาผู้บริโภคมีบทบาทในด้านการศึกษาน้อยไป ซึ่งปัจจุบันมีปัญหาทั้งในเรื่อง คุณภาพ มาตรฐาน ความเหลื่อมล้ำทางการศึกษา รวมทั้ง พ.ร.บ.การศึกษาแห่งชาติ ปี พ.ศ. 2542 ถือว่าล้าสมัยไปแล้วในปัจจุบัน

นอกจากนี้ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเห็นว่า สภาผู้บริโภคมีจุดแข็งในการมีกฎหมายเฉพาะของตนเองที่สามารถเป็นตัวแทนฟ้องคดีแทนผู้บริโภคได้ มีภาพลักษณ์ที่ดีและมีผู้บริหารที่เข้มแข็ง ทำงานได้อย่างรวดเร็ว ทั้งยังมีองค์กรสมาชิกและเครือข่ายที่กระจายการทำงานครอบคลุมทุกภูมิภาค สามารถแก้ปัญหาผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว ชัดเจน ตรงเป้าหมายและเป็นรูปธรรม เป็นหน่วยงานที่เข้าถึงได้ง่าย มีช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย ที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายและมีบริการ และรับเรื่องร้องเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนจุดอ่อน มองว่าการได้รับงบประมาณจากภาครัฐจำนวนน้อย เป็นข้อจำกัดที่ทำให้การทำงานในการแก้ปัญหาผู้บริโภคยากขึ้น



ประชาชนยังสับสนระหว่างการทำงานของสภาผู้บริโภคกับสคบ. รวมถึงขาดการทำงานประสานกับหน่วยงานของรัฐ ทั้งส่วนกลางและระดับท้องถิ่น รวมทั้งสื่อสาธารณะในพื้นที่ที่จะช่วยเผยแพร่ข้อมูลของสภาผู้บริโภคให้เข้าถึงคนในพื้นที่ได้ครอบคลุมมากกว่าการใช้สื่อจากส่วนกลางเพียงอย่างเดียว และขาดแนวทางในการคุ้มครองผู้บริโภค โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นและคนรุ่นใหม่

• ผู้บริโภค:

ผลสำรวจความคิดเห็น ความพึงพอใจและความต้องการของผู้บริโภคทั่วไปและผู้บริโภคที่มาใช้บริการและร้องเรียนกับสภาผู้บริโภคและหน่วยงานประจำจังหวัดพบว่า มีความพึงพอใจการทำงานของสภาผู้บริโภคและหน่วยงานประจำจังหวัดอยู่ในระดับมาก และต้องการให้สภาผู้บริโภค

“

11

สภาผู้บริโภคสามารถผลักดันนโยบายที่จับต้องได้จริง มีกฎหมายเฉพาะของตนเองที่สามารถเป็นตัวแกนป้องกันผู้บริโภคได้

”

ดำเนินงานตามอำนาจหน้าที่ เช่น ต้องการให้สภาผู้บริโภคดำเนินคดีหรือช่วยเหลือในการดำเนินคดีแก่ผู้บริโภคที่ถูกละเมิดสิทธิ ดำเนินการรวบรวมและเผยแพร่ข้อมูลสินค้าและบริการที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจซื้อแก่ผู้บริโภค

ประชาชนได้อะไรจากสภาผู้บริโภคร (ปีงบประมาณ 2567)

ได้รับการคุ้มครอง และพิทักษ์สิทธิ



สภาผู้บริโภคดำเนินการ
รับเรื่องร้องเรียนรวม
17,028 เรื่อง



7,716 เรื่อง

ร้องเรียนผ่านศูนย์คุ้มครองผู้บริโภค
แบบเบ็ดเสร็จ (สายด่วน 1502)



9,312 เรื่อง

ร้องเรียนผ่าน
หน่วยงานประจำจังหวัด

3 ลักษณะปัญหาที่มีการร้องเรียนสูงสุด



อันดับ 1

ปัญหาซื้อสินค้าออนไลน์
ได้ของไม่ตรงปกฯ



อันดับ 2

ปัญหาแอปเงินกู้
ทวงหนี้ไม่เป็นธรรม



อันดับ 3

ปัญหา SMS หลอกหลวง
ส่งลิงก์ดูดเงิน

ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อการให้บริการเฉลี่ยมากถึงร้อยละ 93
การติดต่อกลับอย่างรวดเร็วและความยินดีให้บริการ
คือปัจจัยที่ผู้บริโภคพึงพอใจสูงสุด

(ข้อมูลระหว่าง เดือนตุลาคม 2566 - กันยายน 2567)

ที่มา: สภาผู้บริโภค

ได้รับการ ชดเชยเยียวยา



แก้ไขปัญหาจนยุติ **13,638** เรื่อง

คิดเป็นร้อยละ **80**
ของเรื่องที่ได้รับทั้งหมด



6,636 เรื่อง

ยุติโดยศูนย์คุ้มครอง
ผู้บริโภคแบบเบ็ดเสร็จ



7,002 เรื่อง

ยุติโดยหน่วยงาน
ประจำจังหวัด

13



มูลค่าความเสียหาย
ที่ได้รับการชดเชยเยียวยา
รวม **252** ล้านบาท

122 ล้านบาท

ดำเนินการโดย
ศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคแบบเบ็ดเสร็จ

130 ล้านบาท

ดำเนินการ
โดยหน่วยงานประจำจังหวัด

(ข้อมูลระหว่าง เดือนตุลาคม 2566 - กันยายน 2567)

ที่มา: สภาผู้บริโภค

ได้รับความเป็นธรรม ผ่านการฟ้องคดี

สภาผู้บริโภคดำเนินการฟ้องคดีแทน
หรือช่วยเหลือผู้บริโภครวม 77 คดี
คิดเป็นมูลค่า
กว่า 80 ล้านบาท



3 ลักษณะคดีที่มีการฟ้องร้องสูงสุด

อันดับ 1

ภัยทุจริตทางการเงิน



อันดับ 2

ผิดสัญญาซื้อขาย
อสังหาริมทรัพย์และ
ที่อยู่อาศัย



อันดับ 3

สินค้าไม่ปลอดภัย
จำพวกรถยนต์



14

มีเครือข่ายเพื่อนผู้บริโภคและเป็นที่พึ่ง



334 องค์กรสมาชิก ใน 53 จังหวัด
19 หน่วยงานประจำจังหวัด 4 หน่วยงานเขตพื้นที่
ดำเนินการรักษาผลประโยชน์ให้ผู้บริโภคระดับจังหวัด
กระจายตัวตามภูมิภาคต่างๆ ของประเทศไทย



2555 องค์กรสมาชิก ได้รับการสนับสนุนให้เฝ้าระวัง
และแก้ไขปัญหาภัยออนไลน์ให้ประชาชนทั่วประเทศ
ผ่านโครงการ Open Grant ประจำปี 2567

(ข้อมูลระหว่าง เดือนตุลาคม 2566 - กันยายน 2567)

ที่มา: สภาผู้บริโภค

ได้รับข้อมูลข่าวสาร



แจ้งเตือนภัยและให้ความรู้
ผ่าน 8 ช่องทางออนไลน์

คิดเป็นมูลค่าประชาสัมพันธ์
697 ล้านบาท

1  เว็บไซต์ "สภาองค์กรของผู้บริโภค" (www.tcc.or.th)	2  เฟซบุ๊ก "สภาองค์กรของผู้บริโภค" (tccthailand)	3  เอ็กซ์ (ทวิตเตอร์) "สภาองค์กรของผู้บริโภค" (@tccthailand)	4  อินสตาแกรม "สภาองค์กรของผู้บริโภค" (tcc.thailand)
5  ไลน์ออฟฟิเชียล "สภาองค์กรของผู้บริโภค" (@tccthailand)	6  ยูทูบ "สภาองค์กรของผู้บริโภค" (tccthailand)	7  ติ๊กต็อก "สภาผู้บริโภค" (tccthailand)	8  สปอติฟาย "สภาผู้บริโภค" (Tcc Thailand)

15

มีผู้ติดตาม 170,190 บัญชี

ซึ่งอยู่ในข่ายได้รับข้อมูล
ข่าวสารเป็นประจำ

มีผู้บริโภคเข้าถึงข้อมูล
กว่า 62 ล้านครั้ง

จากแพลตฟอร์มต่างๆ 8 ช่องทาง

ข่าวสารในรูปแบบต่างๆ
กว่า 5,926 ชิ้น

ได้รับการเผยแพร่ต่อโดยสื่อมวลชน
และ อินฟลูเอนเซอร์

แจ้งเตือนภัยกว่า 311 เรื่อง

ทั้งสินค้า และบริการที่อาจกระทบ
สิทธิผู้บริโภค

(ข้อมูลระหว่าง เดือนตุลาคม 2566 - กันยายน 2567)

ที่มา: สภาผู้บริโภค

ปัญหาผู้บริโภคได้รับการแก้ไขปัญหา อย่างเป็นรูปธรรม

3 พระราชบัญญัติ

ที่มีการพัฒนาและผลักดันกฎหมาย
คุ้มครองผู้บริโภค



ภาคประชาชนลงนามสนับสนุนกว่า 71,454 รายชื่อ
เพื่อให้เกิดการคุ้มครองผู้บริโภคและเป็นสวัสดิการแก่ประชาชน



(ร่าง) พระราชบัญญัติความรับผิดเพื่อความชำรุดบกพร่อง
ของสินค้า พ.ศ. ... (เลมอนลอร์)



(ร่าง) พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ...



(ร่าง) พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. ...

16

ข้อเสนอเชิงนโยบายและมาตรการ 41 เรื่อง
ที่ผลักดันให้เกิดการคุ้มครองผู้บริโภคที่ครอบคลุมรัดกุมยิ่งขึ้น
และ/หรือ ป้องกันภัยอันตรายที่อาจเกิดแก่ผู้บริโภค

19 เรื่อง

ที่จัดทำข้อเสนอฯ ใหม่

22 เรื่อง

ที่ผลักดันข้อเสนอฯ เดิม

13 กฎหมาย

ได้รับการให้ความคิดเห็น
เพื่อยกระดับงานคุ้มครอง
ผู้บริโภค

5 ข้อเสนอ

เชิงนโยบายและ
มาตรการคุ้มครองผู้บริโภค
ได้รับการตอบรับไป
ดำเนินการจากหน่วยงาน
กำกับที่เกี่ยวข้อง

7 ประเทศอาเซียน

ร่วมลงนามบันทึกข้อตกลง
ด้านภัยกลลวง
ยุคดิจิทัล - ปัญญาประดิษฐ์

(ข้อมูลระหว่าง เดือนตุลาคม 2566 - กันยายน 2567)

ที่มา: สภาผู้บริโภค

ส่วนที่ 1

จุดประกายความหวังผู้บริโภค

ผลงานเด่น

1. มาตรการเปิดก่อนจ่าย: ไม่ตรงปก ไม่ต้องจ่าย
2. มาตรการห่วงเงินก่อนโอน: หยุดบัญชีม้า ห่วงเงิน ดึงทุกฝ่ายร่วมรับผิดชอบ
3. มาตรการรณรงค์ส่งนักเรียนปลอดภัย: เด็กไม่ควรต้องตาย เพราะไปโรงเรียน



สภาผู้บริโภคนำเนินการผลักดันมาตรการและนโยบายเพื่อคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะนโยบายสำคัญ 8 ด้าน ที่ต้องอาศัยความมุ่งมั่นเพื่อผลักดันให้ประสบความสำเร็จ ซึ่งในปี 2567 สภาผู้บริโภคได้ผลักดันมาตรการหลายด้านจนประสบความสำเร็จ มีผลงานเป็นที่ประจักษ์ ช่วยผู้บริโภคที่ประสบปัญหาให้ได้รับการแก้ไข จนได้รับการยกย่องว่าเป็นการ **“จุดประกายความหวังของผู้บริโภค”**

ผลงานเด่น 3 เรื่อง ที่สภาผู้บริโภคผลักดันจนประสบความสำเร็จในปี 2567 ช่วย “จุดประกายความหวังของผู้บริโภค” ว่าจะช่วยยกระดับชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ไม่ว่าจะเป็นมาตรการเปิดก่อนจ่ายให้ผู้บริโภคที่ซื้อของออนไลน์แบบชำระเงินปลายทาง ไม่ต้องจ่ายเงิน ถ้าได้ของไม่ต้องปอก รวมถึงมาตรการป้องกันภัยทุจริตทางการเงิน โดยการหน่วงเงินโอน เพื่อชะลอการดูเงินของแก๊งมิจฉาชีพ และการยกระดับความปลอดภัยรถรับส่งนักเรียนทั่วประเทศ



มาตรการเปิดก่อนจ่าย:

ไม่ตรงปก ไม่ต้องจ่าย



๖ ดยทั่วไป กรณีเด็กวัยรุ่นฆ่าตัวตายมัก
จะเกิดจากแรงกดดัน และความผิดหวัง
ในครอบครัวหรือโรงเรียน แต่ในเดือนตุลาคม
2566 เกิดเหตุนักเรียนหญิง วัย 19 ปี
ทิ้งจดหมายลาตาย ก่อนผูกคอตายเสียชีวิต
ในบ้านพัก ที่จังหวัดนครศรีธรรมราช จาก
เหตุการณ์ที่เป็นปรากฏการณ์ใหม่ในสังคม
ยุคดิจิทัลในขณะนั้น เมื่อเด็กหญิงคนดัง
กล่าวโดนมิจฉาชีพหลอกให้โอนเงินจากการ
การช้อปออนไลน์ โดยได้สั่งซื้อโทรศัพท์
ไอโฟน 13 ผ่านร้านค้าออนไลน์ในแพลตฟอร์ม
เฟซบุ๊ก ด้วยความคาดหวังอย่างสูงว่าจะได้
ใช้โทรศัพท์รุ่นล่าสุดที่เป็นรุ่นยอดนิยมใน
สังคมของเธอ เด็กสาวคนนั้นโอนเงินเก็บที่
ตนมีทั้งหมดเพื่อชำระค่าสินค้าเกือบ 20,000
บาท แต่ท้ายที่สุดเธอรู้อยู่ตัวว่าเป็นเหยื่อแก๊ง
มิจฉาชีพ เมื่อเธอไม่ได้รับทั้งเครื่องโทรศัพท์
และไม่ได้รับเงินคืนจากผู้ขายที่หายสาบสูญ
ไปจากเฟซบุ๊ก เหมือนความฝันพังทลาย
เด็กหญิงผูกคอตาย การสูญเสียชีวิตของ
เด็กหญิงคนนี้ในช่วงนั้น อาจจะเป็นราย
แรก ๆ ของปรากฏการณ์การชิงทรัพย์ผ่าน
ระบบเทคโนโลยีที่ใช้แพลตฟอร์มขายสินค้า
บังหน้า ซึ่งต่อมากการปล้นกลางอากาศโดย
มิจฉาชีพได้ขยายวงกว้างขึ้นเรื่อย ๆ ในขณะที่
ที่ความนิยมการช้อปออนไลน์พุ่งสูงขึ้นอย่าง
ไม่หยุดยั้ง มีเหยื่อหลายรายต้องเผชิญความ
ผิดหวัง และสูญเสียเงินเรื่อยมาเมื่อมิจฉาชีพ
แทรกซึมเข้ามาในระบบการซื้อขายออนไลน์
ในแพลตฟอร์มตลาดสินค้าที่ไม่สามารถแยก
ออกระหว่างผู้ค้าสุจริตกับมิจฉาชีพที่ไม่ต้อง
ปรากฏหน้าหรือชื่อในการซื้อขาย

ชื่อโทรศัพท์ได้รองเก่าแต่ะ

ชื่อเม็ดมะม่วงได้เม็ดมะขาม

การแทรกซึมของผู้ค้าที่ไม่ซื่อสัตย์ และ
แก๊งมิจฉาชีพที่เข้ามาในตลาดออนไลน์
มีพฤติกรรมที่ไม่สุจริตหลายรูปแบบ แต่
หนึ่งในกรณีที่เกิดขึ้นที่สุดคือการได้สินค้า
“ไม่ตรงปก” ทั้งนี้ สืบเนื่องมาจากการที่มี
กติกากว่าผู้ส่งสินค้าที่รับมาจากผู้ขายอีกต่อ
หนึ่ง ได้กำหนดว่า ผู้รับสินค้าไม่สามารถ
เปิดตรวจดูสินค้า ณ จุดส่งของได้ เนื่องจาก
ผู้ส่งมีหน้าที่ส่งอย่างเดียวแต่ไม่มีหน้าที่
รับผิดชอบต่อสินค้าเหล่านั้น หากผู้บริโภค
พบว่าสินค้าไม่เป็นไปตามคำสั่งซื้อ ผู้บริโภค
ต้องดำเนินการตามขั้นตอนเรียกร้องการ
ชดเชยต่อผู้ขายเองในระบบออนไลน์ ซึ่ง
ส่วนมากกระบวนการดังกล่าวมีความ
ซับซ้อนยุ่งยาก และสร้างความสับสนให้กับ
ผู้บริโภคว่าจะใช้ช่องทางไหนอย่างไร และ
จะเรียกร้องจากใคร ร้านค้าในแพลตฟอร์ม
หรือต่อแพลตฟอร์มตลาดสินค้าได้หรือไม่
และส่วนมากผลการเรียกร้องจะไม่ได้รับ
การตอบรับเป็นที่น่าพอใจแม้ผู้ร้องจะต้อง
ใช้ความพยายามมากจนท้อใจ

หนึ่งในผู้บริโภคที่ร้องเรียนมายัง
สภาผู้บริโภค แจ้งว่าตนเองได้สั่งซื้อสินค้า
โทรศัพท์ซัมซุง กาแล็กซี่ รุ่น A55 ในระบบ
5G ผ่านแพลตฟอร์มลาซาต้า ร้านค้าชื่อ
“qyCCMkSi” ในวันที่ 21 มิถุนายน 2567
ราคาสินค้าหลังหักส่วนลดอยู่ที่ 1,550 บาท
โดยให้ชำระเงินแบบปลายทางต่อมาใน
วันที่ 23 มิถุนายน 2567 ผู้ขนส่ง บริษัท

โกลบอล เจท เอ็กซ์เพรส (ไทยแลนด์) (J&T Express) นำพัสดุมาส่ง โดยใช้กติกาห้ามเปิดสินค้า ณ จุดส่งของ ซึ่งภายหลังผู้บริโภคเปิดสินค้า พบร่องเท้าและแทนที่จะเป็นโทรศัพท์มือถือ จึงได้มาขอความช่วยเหลือจากสภาผู้บริโภค ซึ่งได้ประสาน ติดตาม จนบริษัทขนส่งยินยอมคืนเงินให้กับผู้บริโภค

อีกกรณีหนึ่ง ผู้บริโภครายหนึ่งสั่งซื้อเม็ดมะม่วงหิมพานต์จากเพจเฟซบุ๊ก **“ถั่วขนมของฝากตลาดกิมหยง”** ในราคา 300 บาท โดยเลือกใช้บริการเก็บเงินปลายทาง ภายหลังได้รับสินค้าที่ห้ามเปิดตรวจสอบสินค้า ณ จุดส่งของ แต่เมื่อเปิดสินค้าจึงพบว่าสิ่งที่ได้รับคือเม็ดมะขาม แม้ผู้บริโภคติดต่อกลับไปยังเพจดังกล่าวแต่ไม่สามารถติดต่อได้อีก

จากสถิติของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ ตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม 2565 – 31 กรกฎาคม 2567 การหลอกลวงซื้อขายสินค้าออนไลน์มีมากถึง 296,042 คดี หรือคิดเป็นร้อยละ 44 ของคดีออนไลน์ทั้งหมดกว่า 600,000 คดี¹ ทั้งนี้ ส่วนใหญ่การซื้อออนไลน์จะเป็นการซื้อสินค้าที่มีราคาไม่สูงมาก ซึ่งเมื่อผู้บริโภคพบสินค้าไม่ตรงปก หรือไม่ได้รับสินค้า ก็จะไม่มีการรายงานความเสียหายให้กับผู้อื่นทราบ ซึ่งคาดว่าผู้บริโภคที่โดนโกง หรือเจอของไม่ตรงปกมีจำนวนมากกว่าที่ร้องเรียนหลายเท่าตัว เมื่อรวมมูลค่าความเสียหายที่ผู้บริโภคถูกหลอกลวงซ้ำ ๆ อาจสร้างผลกระทบต่อเศรษฐกิจระดับปัจเจกและระดับประเทศได้อย่างมหาศาล

โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อประเทศไทยยังไม่มีมาตรการที่ได้ผลในการคัดกรองมีฉฉาชีพในตลาดออนไลน์

สั่งซื้อสินค้าได้ของไม่ตรงปก

พบปัญหาจากบริการขนส่งฟุ้ง

สภาผู้บริโภคได้รับเรื่องราวร้องทุกข์เกี่ยวกับการซื้อสินค้าไม่ตรงปกมาอย่างต่อเนื่อง และยังพบว่าปัญหากลุ่มบริการส่งสินค้าและไปรษณีย์ทวีความรุนแรงขึ้นอย่างก้าวกระโดดมากถึง 5 เท่าจากปี 2564 โดยลักษณะปัญหาที่พบ 3 อันดับแรกคือไม่ได้รับสินค้าบริการ หรือไม่คืนเงิน ชำรุดบกพร่องและได้รับความเสียหาย รวมถึงคืนสินค้าหรือยกเลิกบริการไม่ได้ ได้สินค้าไม่ตรงปก มูลค่าความเสียหายราว 1.32 ล้านบาทโดยผู้ประกอบการที่มีสถิติถูกร้องเรียนสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ บริษัท แฟลช เอ็กซ์เพรส จำกัด (Flash Express) บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด (Kerry Express) และบริษัท โกลบอล เจท เอ็กซ์เพรส (ไทยแลนด์) (J&T Express Thailand)

ปลูกปฏิบัติการ

“เปิดก่อนจ่าย” ทั่วประเทศ

ในขณะที่การหลอกลวงในตลาดออนไลน์ทวีความรุนแรงขึ้น ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2564 ถึงเดือนกันยายน 2567 สภาผู้บริโภค พบว่า

¹ สถิติคดีที่คนไทยโดนหลอกลวงออนไลน์มากที่สุดใน 3 ปี 2565 - 2567 เสียหายกว่า 6.9 หมื่นล้านบาท หลอกลวงซื้อขายสินค้ายังเป็นที่ 1 | DroidSans



22

มีผู้บริโภคเข้ามาร้องเรียนปัญหาสินค้าและบริการมากถึง 6,205 เรื่อง มูลค่าความเสียหายกว่า 100 ล้านบาท แม้หลาย ๆ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้พยายามแก้ปัญหาในรูปแบบต่าง ๆ แต่ปัญหายังไม่สามารถแก้ไขได้ แต่สิ่งหนึ่งที่สภาผู้บริโภคตระหนัก คือ トラบใดที่มีกติกาผู้บริโภคไม่สามารถเปิดดูสินค้าก่อนจ่ายเงินได้ ตรานั้นปัญหาสินค้าไม่ตรงปกจะยังไม่สามารถแก้ไขได้ **ดังนั้น จุดยืนของสภาผู้บริโภคในประเด็นนี้ คือการให้สิทธิผู้บริโภคเปิดดูสินค้าก่อนจ่ายเงิน**

เมื่อปัญหากลุ่มลักษณะบริการส่งสินค้าและไปรษณีย์ทวีความรุนแรงขึ้นอย่างก้าวกระโดด โดยเฉพาะการที่ผู้บริโภคได้รับสินค้า “ไม่ตรงปก” สภาผู้บริโภคจึงเร่งดำเนินการขับเคลื่อนในเชิงนโยบาย ‘เปิดก่อนจ่าย’ โดยได้มีการยื่นข้อเสนอต่อรัฐมนตรีว่าการกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

ขอให้กระทรวงฯ พิจารณาการรักษาสิทธิของผู้บริโภคโดยการขอเปิด “ไปรษณีย์ภัณฑ์” ตามมาตรา 31 แห่ง พ.ร.บ.ไปรษณีย์ พ.ศ. 2477 มาบังคับใช้กับบริการส่งพัสดุของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจภายใต้สังกัดของกระทรวงฯ และนำไปปรับใช้กับบริการขนส่งพัสดุของเอกชน

เปิดก่อนจ่ายช่วยลดปัญหาร้องเรียน คนขายของจริงไม่เดือดร้อน

อย่างไรก็ตาม สภาผู้บริโภคยังมีประเด็นที่เป็นข้อกังวลและต้องการผลักดันเพิ่มเติม คือ ในกรณีที่ผู้บริโภครับและเปิดดูสินค้าให้กระทำต่อหน้าผู้ประกอบธุรกิจ โดยให้บันทึกภาพถ่ายหรือวิดีโอหรือเอกสารหลักฐานอย่างอื่นไว้เป็นหลักฐาน และหากตรวจสอบสินค้า

แล้วพบว่าสินค้านั้นไม่ตรงปก ให้ผู้บริโภคปฏิเสธไม่รับสินค้านั้นได้ โดยให้เขียนเพิ่มเติมให้ชัดเจนว่าให้สามารถเปิดดูสินค้าก่อนชำระเงินได้ เพื่อไม่ให้ผู้บริโภคมีภาระในการดำเนินการขอคืนเงิน ในกรณีที่มีการจ่ายเงินไปแล้ว ซึ่งมีขั้นตอนการดำเนินงานที่ยังยาก

นอกจากนี้ สภาผู้บริโภคนั้นยังได้เข้าหารือกับคณะที่ปรึกษารัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) เมื่อวันที่ 13 ธันวาคม 2566 เพื่อเร่งจัดการปัญหาภัยสินค้าออนไลน์ในเชิงนโยบาย โดยเสนอให้ภาครัฐดำเนินการให้ผู้ขายจดทะเบียนตลาดแบบตรงเปิดพัสดุก่อนจ่ายเงินปลายทาง รวมทั้งการผลักดัน ร่าง พ.ร.บ. ความรับผิดชอบต่อความชำรุดบกพร่องของสินค้า เพื่อแก้ปัญหากรณีผู้บริโภคได้รับสินค้าชำรุดบกพร่องฯ และเดินสายรณรงค์ ประชาสัมพันธ์ เพื่อขับเคลื่อนนโยบาย “เปิดก่อนจ่าย ได้ของตรงปก” ผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ และรายการสภาผู้บริโภคไลฟ์ เพื่อสื่อสาร แจ้งเตือนภัยกับผู้บริโภคทั่วประเทศ

ยิ่งไปกว่านั้น สภาผู้บริโภคนั้นยังได้ผนีกกำลังสมาชิกองค์กรผู้บริโภคกว่า 300 องค์กรทั่วประเทศ จัดงาน “รวมพลังเป็นหนึ่งในเพื่อสู้ภัยออนไลน์” ในเดือนมีนาคม 2567 เพื่อเรียกร้องให้ทุกหน่วยงาน ทั้งภาครัฐและเอกชนร่วมมือร่วมใจกันเฝ้าระวัง เตือนภัยให้ข้อมูล ให้ความช่วยเหลือ ต่อเหยื่ออาชญากรรมแก๊งคอลเซนเตอร์ที่ทำการหลอกลวงประชาชนอย่างต่อเนื่อง และ

กระตุ้นให้ภาครัฐเข้มงวดในการบังคับใช้กฎหมายและใส่ใจปัญหาผู้บริโภคมากกว่าเพื่อลดโอกาสการตกเป็นเหยื่อแก๊งมิจฉาชีพ พร้อมผลักดันนโยบาย “เปิดก่อนจ่าย” ให้เป็นรูปธรรม เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องลุกขึ้นมาคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค ทั้งยังกระตุ้นให้ผู้บริโภคคุ้มครองสิทธิของตัวเอง

รัฐบาลประกาศใช้

“มาตรการส่งดี (Dee - Delivery)”

จากการขับเคลื่อนการทำงานของสภาผู้บริโภคว่าอย่างเข้มข้นทั้งในระดับประเทศ และระดับภูมิภาคอย่างต่อเนื่อง ในวันที่ 3 ตุลาคม 2567 สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ออกประกาศคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา “เรื่องให้ธุรกิจการให้บริการขนส่งสินค้าโดยเรียกเก็บเงินปลายทางเป็นธุรกิจที่ควบคุมรายการในหลักฐานการรับเงิน พ.ศ. 2567” สำระสำคัญ คือการให้สิทธิผู้บริโภคเปิดสินค้าก่อนจ่ายเงิน ซึ่งถือเป็นอีกหนึ่งนโยบายที่สภาผู้บริโภคผลักดันจนประสบความสำเร็จทำให้ผู้บริโภคได้รับการคุ้มครองสิทธิ และผลกระทบจากปัญหาการหลอกลวงซื้อสินค้าออนไลน์

อย่างไรก็ตาม แม้สคบ. ออกประกาศฯ ให้ธุรกิจบริการขนส่งสินค้าโดยเรียกเก็บเงินปลายทางเป็นธุรกิจที่ควบคุมรายการในหลักฐานการรับเงิน แต่พนักงานบริษัทขนส่งยังคงไม่ปฏิบัติตามประกาศดังกล่าวอย่างล่าสุด กรณีผู้เสียหายจากจังหวัด



พลังผู้บริโภคเดินหน้า

แต่ “มีมาตรการแล้วปัญหายังไม่หมด”

แม้สภาผู้บริโภคได้ผลักดันนโยบาย “เปิดก่อนจ่าย” จนประสบความสำเร็จและมีการออกประกาศฯ บังคับใช้เป็นกฎหมาย แต่การดำเนินการเพื่อบังคับใช้กฎหมายที่สภาผู้บริโภคยังคงต้องติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินงานต่อไป เนื่องจากมีอุปสรรคและข้อจำกัดในการดำเนินงานหลายด้าน เช่น บริษัทขนส่งบางรายมีเสียงสะท้อนเรื่องระบบบริหารจัดการที่เพิ่มเวลาการทำงาน เพื่อตรวจสอบสินค้า ณ ปลายทาง รวมทั้งมีการร้องเรียนถึงปัญหาที่เกิดขึ้นหลังมีการออกมาตรการมาบังคับใช้

อาจเปรียบเทียบมาตรการนี้เสมือน “วัวหายล้อมคอก” ที่ไม่สามารถนำชีวิตของวัยรุ่นอายุ 19 คนนั้นคืนมาได้ และไม่สามารถเยียวยาผู้ที่เสียหายก่อนหน้าที่มาตรการนี้ถูกนำมาใช้ แต่สภาผู้บริโภคเห็นว่ามาตรการนี้อาจป้องกันชีวิตและทรัพย์สินของคนอีกจำนวนมาก ซึ่งแม้จะเป็นมาตรการที่เริ่มต้นในการป้องกันการฉ้อโกงในตลาดออนไลน์ ไม่กระทบต่อคนขายที่ทำธุรกิจแบบตรงไปตรงมา แต่มาตรการขั้นต่อ ๆ ไปจะมีการยกระดับเพื่อให้เท่าทันกลโกงมิจฉาชีพที่ปรับเปลี่ยนรูปแบบหาช่องทางฉกฉวยของผู้บริโภค เพื่อไม่ให้ทำได้สำเร็จอีกต่อไป

24

เชียงใหม่ ได้สั่งของจากแอปฯ ต่างประเทศ (ประเทศจีน) “Temu” เนื่องจากผู้ร้องเป็นลูกค้าประจำ และทางร้านจัดโปรโมชั่นให้เลือกสินค้าและลดราคาให้ผู้ร้องได้เลือกซื้อสินค้าเป็นกระเป๋าน้ำดื่มได้ในราคา 392 บาท จากราคาจริงอยู่ที่ 3,000 – 4,000 บาท เมื่อวันที่ 18 มกราคม 2568 ที่ผ่านมา พนักงานส่งของบริษัท J&T สาขาต้นเปา อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่มาส่งของให้ที่บ้าน ผู้ร้องขอให้เปิดกล่อง แต่พนักงานให้เปิดแต่กล่องด้านนอก ไม่ให้ผู้ร้องเปิดดูสินค้า ที่ถูกห่อหุ้มสินค้าไว้อีกชั้นหนึ่ง โดยให้เหตุผลว่าเสียเวลาเนื่องจากจะต้องรีบไปส่งของที่อื่นต่อ และจะกลับมาส่งอีกครั้งในตอนเย็น แต่พนักงานกลับไม่มาส่งของให้ และตีกลับไปร้านค้า ทำให้ไม่สามารถได้สินค้าตามโปรโมชั่นที่ร้านจัดให้ จากการที่พนักงานส่งของไม่ปฏิบัติตามประกาศของสคบ. จึงขอให้หน่วยงานประจำจังหวัดเร่งดำเนินการช่วยเหลือ

หน้าที่ผู้ประกอบการธุรกิจขนส่ง ที่เรียกเก็บเงินปลายทาง

สิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภค

1. จัดทำและส่งมอบ

จัดทำหลักฐานการรับเงินตามประกาศคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา โดยระบุข้อความให้ถูกต้องครบถ้วน และส่งมอบให้กับผู้บริโภคทันทีที่ผู้บริโภคชำระเงิน

1. เปิดสินค้า

สิทธิเปิดดูสินค้าตามประกาศคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา ต่อหน้าพนักงานขนส่ง พร้อมบันทึกหลักฐานเป็นภาพถ่าย วิดีโอ หรืออื่น ๆ โดยการตรวจสอบทางกายภาพ เช่น ประเภท สี ขนาด จำนวน หากสินค้าไม่ตรงกับที่สั่งซื้อหรือสินค้าชำรุดบกพร่อง หรือไม่ได้สั่งซื้อสินค้าแต่มีสินค้ามาส่ง ผู้บริโภคมีสิทธิปฏิเสธไม่รับสินค้าและไม่ชำระเงิน

2. ลงชื่อ

พนักงานของผู้ประกอบการธุรกิจมีหน้าที่เป็นผู้รับเงินและผู้อำนวยการออกหลักฐานการรับเงินต้องลงชื่อในหลักฐานการรับเงิน

2. สิทธิขอคืนสินค้าและขอเงินคืน

สิทธิแจ้งขอคืนสินค้าและขอรับเงินคืนจากผู้ประกอบการธุรกิจในกำหนดเวลา 5 วัน นับแต่วันที่ได้ชำระเงินและรับสินค้า หากสินค้าไม่ตรงกับที่สั่งซื้อ หรือสินค้าชำรุดบกพร่อง หรือไม่ได้สั่งซื้อสินค้าแต่มีสินค้ามาส่ง พร้อมบันทึกหลักฐานเป็นภาพถ่าย วิดีโอ หรืออื่น ๆ หากเป็นไปตามเหตุจริง ผู้บริโภคจะได้รับเงินค่าสินค้าเต็มจำนวน ภายใน 15 วัน นับแต่วันที่ได้รับแจ้งเหตุได้แจ้งสินค้า

3. ให้สิทธิผู้บริโภคเปิดสินค้าก่อนชำระเงิน

หากผู้บริโภคประสงค์เปิดดูสินค้าก่อนชำระเงิน ต้องให้กระทำได้โดยบันทึกหลักฐานเป็นภาพถ่ายวิดีโอ หรืออื่น ๆ และให้ผู้บริโภคตรวจสอบสินค้าทางกายภาพ หากพบสินค้าไม่ตรงกับที่สั่งซื้อ หรือสินค้าชำรุดบกพร่อง หรือไม่ได้สั่งซื้อสินค้า แต่มีสินค้ามาส่ง ผู้บริโภคมีสิทธิปฏิเสธไม่รับสินค้าและไม่ชำระเงินได้

3. การปฏิเสธสินค้าทั้งหมด

กรณีสินค้าที่สั่งซื้อมีจำนวนมากกว่า 1 ชิ้นต่อหนึ่งกล่อง ผิดชุด หากปรากฏว่า สินค้าไม่ตรงกับที่สั่งซื้อหรือสินค้าชำรุดบกพร่อง ผู้บริโภคต้องปฏิเสธการรับ หรือแจ้งคืนสินค้าทั้งหมด รวมถึงของแถมและส่งคืนให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจ

25

4. ระยะเวลาถือเงิน

ถือเงินค่าสินค้าที่รับจากผู้บริโภคเป็นเวลา 5 วัน ก่อนนำเงินไปส่งให้กับผู้ส่งสินค้า

4. ไม่พอใจสินค้า คืนไม่ได้

ไม่สามารถปฏิเสธไม่รับสินค้าหรือขอเงินคืนจากเหตุไม่พึงพอใจในสินค้า

5. รับสินค้าคืน

เมื่อได้รับแจ้งขอคืนสินค้าและขอรับเงินคืนจากผู้บริโภคภายใน 5 วัน เนื่องจากสินค้าไม่ตรงกับที่สั่งซื้อ หรือสินค้าชำรุดบกพร่อง หรือไม่ได้สั่งซื้อสินค้า แต่มีสินค้าไปส่ง ผู้ประกอบการธุรกิจขนส่งต้องไปรับสินค้าคืนจากผู้บริโภค ณ สถานที่ส่งมอบสินค้าโดยผู้บริโภคไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมใดๆ

6. ตรวจสอบเหตุกรณีแจ้งคืนสินค้า

ตรวจสอบสินค้าที่ถูกแจ้งคืน หากพบว่า เป็นไปตามเหตุผลที่ผู้บริโภคแจ้งมาจริง ต้องคืนเงินให้แก่ผู้บริโภคเต็มจำนวนภายใน 15 วันนับแต่วันที่ได้รับแจ้ง และส่งมอบสินค้าคืนให้กับผู้ส่งสินค้า

มาตรการหน่วงเงินก่อนโอน:

หยุดบัญชีม้า หน่วงเงิน ดึงทุกฝ่ายร่วมรับผิดชอบ



ในปีงบประมาณ 2567 ตัวเลขคนไทยโดน
มิจฉาชีพหลอกดูดเงิน โดยข้อมูลจากศูนย์
บริหารการรับแจ้งความออนไลน์ สำนักงาน
ตำรวจแห่งชาติพุ่งขึ้นสูงอย่างน่าวิตกอย่างยิ่ง
เมื่อพบว่าสถิติการแจ้งความคดีออนไลน์
ปี 2567 มีการแจ้งความผ่านระบบรวม
380,462 เรื่อง สร้างความเสียหายรวมกว่า
36,478,925,932 บาท หรือเฉลี่ยวันละ 100
ล้านบาท

การฉ้อโกงออนไลน์มีผลทำให้คนที่เคย
พึ่งตัวเองได้ต้องพึ่งคนอื่น คนที่ไม่เคยมีหนี้
ก็ต้องกลายเป็นคนที่มีหนี้ คนมีหนี้อยู่แล้ว
ก็กลายเป็นคนล้มละลาย ความหายนะของ
สังคมที่มากับแก๊งมิจฉาชีพในระบบออนไลน์
ที่โถมใส่ประเทศอย่างรุนแรงในระยะเวลา
ไม่กี่ปีเป็นภัยที่ไม่มีใครคาดคิดมาก่อนและ
ได้สร้างผลกระทบต่อนโยบายอื่น ๆ ในสังคม
ที่ขยายวงกว้างออกไปอย่างมหาศาล ก่อ
ให้เกิดปัญหาด้านสังคม เศรษฐกิจ และ
กระทบต่อคุณภาพชีวิต ที่สะท้อนในตัวเลข
หนี้สินครัวเรือนที่พุ่งสูงขึ้นถึงร้อยละ 89 ใน
ไตรมาส 3/ 2567

ข้อเสนอเชิงนโยบาย

สู่มาตรการที่เกิดจริง

สภาผู้บริโภคในฐานะตัวแทนของ
ผู้บริโภคในทุกด้าน ได้จับตาเฝ้าระวัง
ความเคลื่อนไหวและการขยายตัวของ
ขบวนการแก๊งมิจฉาชีพมาตั้งแต่ปี 2564 หลัง
สภาผู้บริโภคได้เปิดดำเนินการเรื่อยมา โดย
ระยะแรกมีการรณรงค์เตือนภัยให้กับ

ผู้บริโภคเพื่อการรู้เท่าทันรูปแบบต่าง ๆ
ของมิจฉาชีพที่ปรับเปลี่ยนผ่านการสื่อสาร
สาธารณะ และในปีถัด ๆ มาได้มีข้อเสนอ
เชิงนโยบายต่อหน่วยงานของรัฐเพื่อตั้งรับ
ภัยมิจฉาชีพที่เข้าปล้นสะดมผู้บริโภคกลาง
อากาศผ่านเทคโนโลยีสื่อสารในยุคดิจิทัล
อย่างไรก็ตาม สภาผู้บริโภคพบว่าการจู่โจม
ของแก๊งมิจฉาชีพที่พลิกแปลงไปอย่างรวดเร็ว
และขยายตัวอย่างกว้างขวาง ทำให้หน่วยงาน
ของรัฐด้านการเงินและการธนาคาร ด้าน
เทคโนโลยีสื่อสารโทรคมนาคม สถาบันการ
เงินภาคเอกชน ค่ายมือถือ รวมทั้งหน่วย
ปราบปรามอาชญากรรมของรัฐ ปรับตัวรับ
กับการปล้นสะดมประชาชนได้ช้าไม่ทัน
ต่อเหตุการณ์ ด้วยกฎระเบียบที่แข็งตัว
และซับซ้อนของราชการ ซึ่งรวมทั้งกลไกการ
ป้องกันผลประโยชน์ตนเองของภาคเอกชน
ที่ตั้งไว้เป็นความสำคัญอันดับแรก ทำให้เกิด
สูญญากาศการปกป้องผู้บริโภคมาตลอด
ระยะเวลาที่มิจฉาชีพรุกคืบบุกรุกชะตากรรม
ของผู้บริโภคได้สำเร็จจนถึงปัจจุบันที่คน
จำนวนมากถูกหลอกให้สูญเงินเฉลี่ยมากถึง
100 ล้านบาทต่อวันในปี 2567

อย่างไรก็ตาม แม้จะมีอุปสรรคมากมาย
สภาผู้บริโภคยังคงผลักดันข้อเสนอด้าน
มาตรการการคุ้มครองป้องกันและแก้ไข
ปัญหาภัยมิจฉาชีพต่อหน่วยงานของรัฐทุก
องคาพยพ (อำนาจหน้าที่ตามมาตรา 14 (1)
ใน พ.ร.บ. การจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค
พ.ศ. 2562) ที่เกี่ยวกับการกำกับดูแลต่อการ
หลอกลวงด้านการเงินของผู้บริโภค จากกร
ทำงานที่ผ่านมาตั้งแต่ปี 2566 สภาผู้บริโภค

สามารถผลักดันข้อเสนอที่ได้รับการตอบรับจากหน่วยงานสำคัญ ๆ ของรัฐและนำไปเป็นส่วนหนึ่งของมาตรการภาครัฐ ดังนี้

1. ผลักดันการระงับบัญชีม้า และ ให้ธนาคารร่วมรับผิดชอบต่อ ความเสียหาย

โดยในวันที่ 14 มิถุนายน 2566 และวันที่ 10 สิงหาคม 2566 สภาผู้บริโภคนอกแถลงการณ์เรียกร้องธนาคารพาณิชย์ระงับบัญชีม้า ทันทีเมื่อผู้บริโภคแจ้งเหตุ ตาม พ.ร.ก. มาตรการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมทางเทคโนโลยี พ.ศ. 2566 อย่างเคร่งครัด โดยดำเนินการระงับธุรกรรมทันทีเมื่อได้รับแจ้งจากผู้เสียหายว่าได้มีการทำธุรกรรมโดยบัญชีเงินฝากหรือบัญชีเงินอิเล็กทรอนิกส์และเข้าข่ายเกี่ยวข้องกับอาชญากรรมทางเทคโนโลยี เพื่อให้สามารถระงับธุรกรรมได้ทันทั่วทั้ง ไม่ให้เกิดความเสียหายต่อประชาชน หากเกิดความเสียหายแก่ประชาชน ธนาคารต้องเป็นผู้รับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้น และเรียกร้องให้ ธปท. มีบทลงโทษกับสถาบันการเงินและผู้ประกอบธุรกิจที่ไม่ทำหน้าที่ตามที่กฎหมายกำหนดจนก่อให้เกิดความเสียหายกับประชาชน ทั้งนี้ สภาผู้บริโภคได้ยื่นหนังสือต่อ ธปท. ในประเด็นการจัดการบัญชีม้าและความรับผิดชอบจากสถาบันการเงินต่อความเสียหายของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องอีกสามครั้ง ในวันที่ 10 และ 30 สิงหาคม 2566 และในวันที่ 24 กรกฎาคม 2567 เนื่องจากระดับความรุนแรงของการหลอกลวงผู้บริโภค

ที่กำลังกลายเป็นภาวะวิกฤติทางการเงินภาคประชาชน ซึ่งเป็นที่น่ายินดีที่ ในวันที่ 30 มกราคม 2568 ธปท.ได้แถลงข่าวการยกระดับมาตรการจัดการบัญชีม้าเพิ่มเติม และผลักดันแนวทางสถาบันการเงินร่วมรับผิดชอบความเสียหาย ที่ประกอบด้วย

1. การกวาดล้างบัญชีม้าให้ได้มากขึ้น

โดยปรับเงื่อนไขการเข้าข่ายเป็นบัญชีม้าให้เข้มข้น โดยคำนึงถึงปัจจัยอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น พฤติกรรมการโอนของบัญชีม้า มูลค่าธุรกรรม เพื่อให้ครอบคลุมพฤติกรรมของมิจฉาชีพที่เปลี่ยนไป รวมทั้งสามารถดำเนินการกับบัญชีม้าได้แม้ยังไม่ได้รับแจ้งจากผู้เสียหาย เพื่อยกระดับการจัดการบัญชีม้าแต่ละระดับให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

2. การจัดการบัญชีม้าระดับบุคคลที่

เข้มข้นขึ้น โดยธนาคารต้องขยายให้การระงับการโอนเงินออกจากบัญชีม้าและการปฏิเสธการเปิดบัญชีใหม่ ครอบคลุมไปถึงกรณีของบัญชีที่มีความเสี่ยงสูงว่าจะเป็นบัญชีม้า (แต่ยังไม่ถูกแจ้งว่าทำให้เกิดความเสียหาย) เพิ่มเติมด้วย รวมทั้งต้องกันเงินไม่ให้เข้าบัญชีของม้าทุกประเภทที่ระบุได้ชัดเจนว่ามีความเสี่ยงสูง นอกจากนี้ ธนาคารต้องแจ้งเตือนให้ผู้โอนรู้ว่าอาจกำลังโอนเงินไปยังบัญชีม้า เพื่อป้องกันความเสียหายตั้งแต่ต้น และผู้ถูกหลอกไม่ต้องเสียเวลาในการดำเนินการทางกฎหมายเพื่อรับเงินคืน

3. การขยายการจัดการในวงที่

กว้างขึ้น โดยกำหนดให้ธนาคารต้องแลกเปลี่ยนรายชื่อบุคคลที่ธนาคารตรวจสอบว่ามีพฤติกรรมต้องสงสัยระหว่างกันเพิ่มเติม

แม้ยังไม่ได้รับแจ้งจากผู้เสียหาย จากเดิมที่แลกเปลี่ยนกันเฉพาะรายชื่อบุคคลที่เข้าช่วยการกระทำความผิดตามฐานข้อมูลสำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน (ปปง.) และรายชื่อบุคคลที่ถูกแจ้งความหรือมีส่วนเกี่ยวข้องในเส้นทางการเงินทุจริตเท่านั้น เพื่อให้ธนาคารดำเนินการป้องกันภัยทุจริตได้ครอบคลุม รวดเร็ว เป็นมาตรฐานเดียวกันมากขึ้น

นอกจากนั้น ธปท.ได้แถลงด้วยว่าทุกฝ่าย ทั้งภาคธนาคาร ผู้ให้บริการโทรคมนาคม หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง รวมถึงประชาชนผู้ใช้บริการ ต้องร่วมกันรับผิดชอบในหน้าที่ของตนเองตามขอบเขตมาตรฐานที่ผู้กำกับดูแลกำหนดไว้อย่างชัดเจน หากฝ่ายไหนละเลยการปฏิบัติตามเกณฑ์ที่กำหนด ควรที่จะต้องแสดงความรับผิดชอบ และชดเชยความเสียหายที่เกิดขึ้น (Shared Responsibility) โดย ธปท. จะประกาศกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบที่ธนาคาร

พึงปฏิบัติให้ชัดเจน เพื่อใช้ประกอบการพิจารณาความรับผิดชอบในความเสียหายที่เกิดจากอาชญากรรมทางเทคโนโลยีร่วมกับผู้กำกับดูแลด้านอื่น ๆ ต่อไป

จะเห็นได้ว่าแม้ทั้งสองมาตรการนี้จะเพิ่งประกาศในต้นปี 2568 แต่สภาผู้บริโภคมั่นใจว่าจะส่งผลดีต่อการคุ้มครองผู้บริโภค โดยเฉพาะการตั้งให้ทุกฝ่ายมีส่วนรับผิดชอบต่อความเสียหายที่มีฉาฉาขึ้น ซึ่งจะ เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้การดำเนินการเพื่อระงับการโอนย้ายเงินของผู้บริโภคไปสู่บัญชีมาเกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ทั้งนี้ สภาผู้บริโภคยังได้มีข้อเสนออื่น ๆ ต่อหน่วยงานกำกับดูแลด้านโทรคมนาคม และปราบปรามมาอย่างต่อเนื่องเช่นกัน

29

2. ขอให้มิศูนย์รับเรื่องร้องเรียนแบบเบ็ดเสร็จ

จากความเดือดร้อนที่ผู้บริโภคได้รับที่ผ่านมา สภาผู้บริโภคเห็นว่าผู้บริโภคขาดกลไกที่จะเข้าถึงเพื่อแจ้งความร้องเรียนการโดนมีฉาฉาหลอกลวง จึงได้ส่งข้อเสนอต่อกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (ดีอี) ในวันที่ 4 กันยายน 2566 ในฐานะที่เป็นหน่วยงานกำกับดูแล ขอให้พิจารณาดำเนินการจัดตั้งศูนย์อำนวยการในการปฏิบัติการแก้ไขปัญหาภัยทุจริตทางการเงิน โดยขอให้กระทรวงดีอีเปิดเบอร์โทรสายด่วนเบอร์เดียวที่ให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง เป็นศูนย์จัดการปัญหาเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้บริโภค

ยุทธศาสตร์การจัดการปัญหาภัยอาชญากรรมทางเทคโนโลยี

กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

ระดับ	หน่วยงาน	บทบาท
ระดับชาติ	ศูนย์ปฏิบัติการ	บริหารจัดการ
	ศูนย์ประสานงาน	ประสานงาน
	ศูนย์ข้อมูล	เก็บรวบรวมข้อมูล
	ศูนย์วิเคราะห์	วิเคราะห์ข้อมูล
ระดับภาค	ศูนย์ปฏิบัติการ	บริหารจัดการ
	ศูนย์ประสานงาน	ประสานงาน
	ศูนย์ข้อมูล	เก็บรวบรวมข้อมูล
	ศูนย์วิเคราะห์	วิเคราะห์ข้อมูล
ระดับจังหวัด	ศูนย์ปฏิบัติการ	บริหารจัดการ
	ศูนย์ประสานงาน	ประสานงาน
	ศูนย์ข้อมูล	เก็บรวบรวมข้อมูล
	ศูนย์วิเคราะห์	วิเคราะห์ข้อมูล

ภาพที่ 1.1 โครงสร้างศูนย์ปฏิบัติการปัญหาภัยอาชญากรรมทางเทคโนโลยี

“ ผู้บริโภค ไม่ต้องรับผิดชอบ หากถูกมิจฉาชีพ ดูดเงิน จากบัตรเครดิต ”



หลังรู้ตัวว่าเป็นเหยื่อมิจฉาชีพ เช่นเดียวกับการมีสายด่วนช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 และกระทรวงได้รับไว้พิจารณา

30

ต่อมา ในวันที่ 6 ตุลาคม 2566 กระทรวงดีอีแถลงข่าวเปิดศูนย์ปฏิบัติการแก้ไขปัญหาอาชญากรรมออนไลน์ในรูปแบบการบริการแบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ผ่านสายด่วนเอโอซี 1441 (AOC 1441) โดยยกระดับสายด่วน 1441 (สายด่วนตำรวจไซเบอร์) จากเดิมที่มี 20 คู่สายเป็น 100 คู่สาย และให้บริการเรื่องภัยออนไลน์แก่ประชาชนตลอด 24 ชั่วโมง อีกทั้งยังครอบคลุมเรื่องการหลอกลวงซื้อขายออนไลน์ซึ่งมีจำนวนคดีมากกว่า 130,000 คดี ในระยะ 1 ปี 6 เดือน ทั้งนี้ มีการเปิดดำเนินการในวันที่ 1 พฤศจิกายน 2566 โดยผลตอบรับของสายด่วน 1441 ในเดือนมกราคม 2567 ได้มีสายผู้บริโภคติดต่อเข้ามามากถึง 3,000 รายต่อวัน แม้ว่าจะมีอุปสรรคเรื่องคู่สายซ้อนก็ตาม

3. บรรทัดฐานใหม่ คำพิพากษา ผู้บริโภคไม่ต้องรับผิดชอบ มิจฉาชีพดูดเงินจากบัตรเครดิต

สภาผู้บริโภคได้ยืนยันในหลักการที่ผู้ประกอบการสถาบันการเงินและธนาคารพาณิชย์ต้องการร่วมรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดจากภัยมิจฉาชีพ เพื่อที่จะทำให้สถาบันการเงินมีความกระตือรือร้นในการออกมาตรการป้องกันเงินฝากของประชาชนที่อยู่ภายใต้การดูแลของตนเองมากขึ้น โดยไม่มองเห็นว่าเป็นความรับผิดชอบของเหยื่อมิจฉาชีพแต่ผู้เดียวที่เปิดช่องให้ถูกหลอกลวง

ในปี 2567 มีกรณีที่ผู้บริโภคร้องขอความช่วยเหลือสภาผู้บริโภคอยู่สามกรณีที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน เมื่อผู้บริโภคโดนผู้ประกอบการบัตรเครดิตฟ้องร้อง จากการปฏิเสธชำระหนี้เงินสดที่มิจฉาชีพถอนโอนออกจากบัญชีหลักหลังทำการควบคุมโทรศัพท์มือถือสำเร็จ โดยสภาผู้บริโภคตัวแทน

ไปช่วยว่าความฝ่ายจำเลยโดยทนายยื่นยันความบริสุทธิ์ของจำเลยที่ไม่ควรต้องรับผิดชอบหนี้สินที่มีฉฉาชีพก่อ แต่เป็นหน้าที่ผู้ประกอบการที่ต้องร่วมมือตรวจสอบการดำเนินการทางธุรกรรมการเงินว่าเป็นการกระทำของมีฉฉาชีพหรือไม่ ท้ายที่สุด ศาลทั้งสามศาล คือศาลชั้นต้น แฉงระยอง แฉงใหม่ และขอนแก่น ได้มีคำพิพากษาที่สอดคล้องกัน นั่นคือ ผู้บริโภคสามารถพิสูจน์ได้ว่าเป็นการกระทำของมีฉฉาชีพ และผู้ประกอบการบัตรเครดิตต้องมีมาตรการตรวจสอบการใช้จ่ายบัตรอย่างเคร่งครัด และรีบดำเนินการระงับการโอนเงินออกอย่างทันที โดยไม่สมควรนำเรื่องมาฟ้องร้องต่อผู้บริโภค

4. เปิดกองทุน Open Grant สร้างความเข้มแข็งทั่วประเทศ

จากจุดเริ่มต้นของขบวนการมีฉฉาชีพที่มุ่งเน้นไปยังคนเมืองที่มีการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านบัญชีธนาคารออนไลน์ หลังจากที่มีการเตือนภัยผู้บริโภคจากหน่วยงานต่าง ๆ รวมทั้งตำรวจไซเบอร์ และสภาผู้บริโภค ผู้บริโภคในเมืองเริ่มรู้เท่าทันมีฉฉาชีพจึงย้ายเป้าหมายไปยังผู้บริโภคในชนบทและในกลุ่มผู้สูงวัยที่เข้าไม่ถึงข้อมูลข่าวสารและการเตือนภัย สภาผู้บริโภคจึงได้สนับสนุนสมาชิกและองค์กรของผู้บริโภคกว่า 300 องค์กรให้ความช่วยเหลือผู้บริโภคที่ได้รับผลกระทบจากภัยทุจริตทางการเงิน ในโครงการช่วยเหลือสนับสนุนสมาชิกและองค์กรผู้บริโภค (Open Grant) ประจำปี

งบประมาณ 2567 เพื่อสนับสนุนให้สมาชิกได้ทำงานเฝ้าระวัง เตือนภัย และอบรมพัฒนาศักยภาพให้กับประชาชนในเรื่องภัยที่มาจากระบบออนไลน์ ผลลัพธ์ที่ได้จากโครงการทำให้เกิดการทำงานเชิงรุกของสมาชิกในการเข้าหาประชาชนในพื้นที่ เพื่อรับเรื่องร้องเรียนที่เกี่ยวกับภัยออนไลน์จำนวนมาก ร่วมกับหน่วยงานประจำจังหวัดทุกแห่งก็ได้มีการสนับสนุนความเข้มแข็งของสมาชิก โดยสนับสนุนการดำเนินงานจำนวนทั้งสิ้น 255 โครงการ ด้วยงบประมาณกว่า 11 ล้านบาท เช่น โครงการป้องกันปัญหาการฉ้อโกงทางออนไลน์ดำเนินการโดยศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพตำบลด่านจังหวัดสุรินทร์ ทำให้ผู้บริโภคได้รับทราบรูปแบบกลโกง และสามารถป้องกันตนเองได้จากภัยออนไลน์ เป็นต้น

31

5. สานพลังอาเซียนบวกสาม แก้ปัญหาอาชญากรรมออนไลน์ข้ามชาติ

ภัยไซเบอร์ที่เกิดขึ้น ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแค่ในประเทศไทยเท่านั้น แต่เป็นขบวนการอาชญากรรมออนไลน์ข้ามชาติไทยในฐานะเป็นสมาชิกเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ บวกกับอีกสามประเทศ ได้แก่ จีน เกาหลีใต้ และญี่ปุ่น (อาเซียนบวกสาม) เป็นส่วนหนึ่งของชุมชนเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่มีประชากรรวมกันกว่า 1 ใน 4 ของโลก และมีพฤติกรรมการบริโภคผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลเป็นลำดับต้น ๆ ของโลกจึงมีความเสี่ยงสูงที่จะได้รับผลกระทบจากแก๊งมีฉฉาชีพ



32

ที่ใช้ช่องทางออนไลน์ในการหลอกลวง
สภาผู้บริโภคจึงจัดทำโครงการประชุม
“สานพลังอาเซียนบวกสามเพื่อคุ้มครอง
ผู้บริโภคในเศรษฐกิจดิจิทัล และปัญญา
ประดิษฐ์” ขึ้น ในวันที่ 29 - 30 สิงหาคม
2567 เพื่อหารือประเด็นปัญหาความท้าทาย
และติดตามข้อมูลใหม่ ๆ รวมถึงหาความ
ร่วมมือใหม่ในอาเซียนบวกสาม เพื่อร่วมกัน
แก้ไขปัญหาการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค
ทางไซเบอร์แบบองค์รวม โดยเฉพาะการ
ก่ออาชญากรรมออนไลน์ข้ามชาติเพราะ
ไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้เพียงลำพังประเทศ
ใดประเทศหนึ่ง

งานดังกล่าว สะท้อนให้เห็นถึงความ
รุนแรงของปัญหาการหลอกลวงในยุค
เศรษฐกิจดิจิทัล-เอไอ และเหยื่อรายสำคัญ
จะอยู่ในกลุ่มเปราะบาง ทั้งเด็ก ผู้สูงอายุ
และคนพิการ สหพันธ์องค์กรผู้บริโภคมาเลเซีย
(FOMCA) พบปัญหาการใช้เทคโนโลยี
ดีปเฟค (Deepfakes) ปลอมแปลงเสียง
บุคคลที่ผู้บริโภคไว้วางใจ เพื่อหลอกลวง
คนอื่น โดยเฉพาะใช้ใบหน้าปลอมของบุคคล

มีชื่อเสียง แม้กระทั่งนายกรัฐมนตรีของไทย
นางสาวแพทองธาร ชินวัตร ก็ได้รับโทรศัพท์
จากมิจฉาชีพที่ปลอมเป็นผู้นำของประเทศ
หนึ่งในอาเซียน เพื่อขอระดมเงินช่วยเหลือ
ประชาชนของประเทศนั้น ๆ หรืออย่างมูลนิธิ
ผู้บริโภคแห่งอินโดนีเซีย (YLKI) เปิดเผยถึง
เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในปี 2565 ที่ถือเป็นการ
ละเมิดข้อมูลครั้งใหญ่กับหน่วยงานบริหาร
ประกันสุขภาพทำให้ข้อมูลส่วนบุคคล
ของพลเมืองอินโดนีเซียหลายล้านคนถูก
เปิดเผยและขายในเว็บมืด ขณะที่สิงคโปร์
สปป.ลาว และเวียดนาม เจอปัญหาการ
หลอกลวงซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์
คล้ายกับไทย โดยเวียดนามได้รับความ
เสียหายจากแก๊งคอลเซนเตอร์และการ
หลอกลวงผ่านเทคโนโลยีดีปเฟค เป็นมูลค่า
กว่า 3 แสนล้านดองเวียดนาม หรือคิดเป็น
ร้อยละ 3 ของจีดีพีประเทศ

ทั้งนี้ ในการประชุม “สานพลังอาเซียน
บวกสามเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคในเศรษฐกิจ
ดิจิทัล และปัญญาประดิษฐ์” องค์กรผู้บริโภค
7 ประเทศร่วมลงนามในบันทึกข้อตกลง

เห็นพ้องที่จะร่วมกันพัฒนาดัชนีคุ้มครองผู้บริโภคในยุคดิจิทัลของอาเซียน (ASEAN Digital Consumer Protection Index) ประกอบด้วย สภาผู้บริโภค ประเทศไทย มูลนิธิผู้บริโภคแห่งอินโดนีเซีย องค์กรผู้บริโภคแห่งเกาหลี สมาคมเกษตรกรรม และการพัฒนาสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน สปป.ลาว สหพันธ์องค์กรผู้บริโภคมาเลเซีย สหภาพผู้บริโภคเมียนมา สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา และมูลนิธิวิจัย การศึกษา และการพัฒนาข้อมูลที่ไม่แสวงหากำไร ประเทศฟิลิปปินส์ โดยจะมีความร่วมมือทั้งการแบ่งปันข้อมูลและความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภครวมถึงการเสริมสร้างศักยภาพในระดับบุคคลขององค์กรที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปสู่การพัฒนานโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคในยุคดิจิทัลของแต่ละประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

6. มาตรการใหม่ “หน่วงเงินก่อนโอน” ชะลอเงินก่อนโดนดูด

ในเดือนเมษายน 2567 สภาผู้บริโภคได้เสนอมาตรการใหม่ “หน่วงเงินก่อนโอน” (Delayed Transaction) ต่อรพท. และหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง เพื่อหยุดยั้งการโดนฉ้อโกงผ่านระบบสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ โดยสภาผู้บริโภคศึกษาจากพฤติกรรมมิจฉาชีพที่ใช้วิธีดูดเงินเข้าบัญชีมาก่อนโอนต่อไปเป็นทอด ๆ เข้าสู่บัญชีต่าง ๆ ท้ายที่สุดจะเดินทางไปสู่ต่างประเทศภายในชั่วไม่กี่นาที ในขณะที่

ที่เหยื่อต้องใช้ขั้นตอนในการร้องขอให้ติดตามนำเงินกลับคืนมา ซึ่งต้องไปแจ้งความด้วยตนเองที่สถานีตำรวจ แล้วนำใบแจ้งความไปยื่นธนาคารเพื่อระงับการโอน ซึ่งบางครั้งกินเวลากว่าหนึ่งวันหรือครึ่งวัน จึงทำให้โอกาสการได้รับเงินคืนของผู้เสียหายมีน้อยมาก

มาตรการ “หน่วงเงินก่อนโอน กลยุทธ์พิชิตมิจฉาชีพดิจิทัลนี้” กำหนดให้ผู้ให้บริการทางการเงินหรือธนาคารชะลอการโอนเงินที่มีจำนวนเกินกว่า 10,000 บาท ไว้อย่างน้อย 24 ชั่วโมง ก่อนที่จะอนุมัติและโอนเงินสู่บัญชีปลายทางเพื่อให้ผู้บริโภคได้ตรวจสอบการทำธุรกรรมก่อนการโอนเงิน และในระหว่างการชะลอเงินนั้น ธนาคารควรตรวจสอบว่าเป็นบัญชีของมิจฉาชีพหรือไม่ และยังทำให้ผู้บริโภคที่ถูกหลอกลวงสามารถแจ้งไปที่ธนาคารเพื่อขอเงินคืนได้ทัน

ทั้งนี้ การกำหนดจำนวนเงินการโอนที่ 10,000 บาท มาจากข้อมูลที่พบว่าคนไทยซื้อสินค้าออนไลน์มากที่สุดในโลก โดยเฉลี่ยการซื้อสินค้าต่อคนอยู่ที่ประมาณ 17,000 บาทต่อคนต่อปี เมื่อพิจารณาจากพฤติกรรมของคนทั่วไปในการซื้อสินค้าและโอนเงิน จึงไม่อาจจะเกินจากตัวเลขดังกล่าว ดังนั้นตัวเลขที่ 10,000 บาทจึงถูกนำไปกำหนดเป็นมาตรการหน่วงเงินก่อนโอน หากผู้บริโภคมีการโอนเงินเกินกว่าที่ระบุไว้ให้ธนาคารชะลอการโอนเงินเพื่อมีตรวจสอบก่อนโอนเงินไปที่บัญชีปลายทาง ทำให้ผู้บริโภคจะได้ประโยชน์จากการที่เงินจะไม่ถูกโอนไปถึงมิจฉาชีพโดยทันที และป้องกันการโอนเงินต่อไปยังบัญชีม้า ที่ในหลายกรณี

ได้มีการโอนเงินจากบัญชีเหี่ยว ต่อไปยังบัญชีม้าอีก 80 บัญชี ซึ่งเป็นการยากที่จะติดตามกลับคืนมา

สภาผู้บริโภครู้ว่า ธปท. ควรพิจารณานำมาตรการหน่วงเงินโอนมาใช้ ซึ่งในต่างประเทศมีมาตรการป้องกันอาชญากรรมออนไลน์ ด้วยวิธีการหน่วงเงินก่อนโอน เช่น สหรัฐอเมริกา ส่วนสหภาพยุโรปและอังกฤษ มีกฎหมาย PSD2 (Payment Services Directive 2) โดยกำหนดระยะเวลาในการหน่วงเงินของผู้บริโภค รวมถึงมีการกำหนดว่าหากผู้บริโภคได้รับความเสียหายจากการถูกหลอกลวงนั้นควรจะได้รับเงินภายในกี่วัน ซึ่งการกำหนดระยะเวลาการชดเชยเยียวยาให้แก่ผู้บริโภคถือเป็นความก้าวหน้าในการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นอย่างมาก และจะเป็นวิธีที่ผู้บริโภคได้รับความเป็นธรรม โดยไม่ต้องสูญเสียทรัพย์สินที่สะสมมาทั้งชีวิต

อย่างไรก็ตาม มาตรการนี้ได้ถูกนำเสนอต่อ ธปท. ในเดือนเมษายน และสิงหาคม 2567 ต่อมาในเดือนพฤศจิกายนปีเดียวกัน สภาผู้บริโภคและสมาชิกกว่า 340 องค์กร ออกแถลงการณ์เรียกร้องประเด็นดังกล่าวถึงรัฐบาล ซึ่งคาดหวังว่าจะได้นำไปพิจารณาเพื่อให้เกิดการดำเนินการในเร็ววัน

นอกจากนี้ เมื่อเดือนกันยายน 2567 รองนายกรัฐมนตรี และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงดีอีรวมถึงพรรคประชาชน ซึ่งเป็นพรรคฝ่ายค้าน ยังเห็นด้วยกับข้อเสนอของสภาผู้บริโภคที่เรียกร้องให้ ธปท. ออกมาตรการแก้ไขปัญหาแก๊งคอลเซนเตอร์และควมรั่วระบบหน่วงเงิน โดยธนาคารพาณิชย์ และบริษัท

โทรคมนาคมแห่งชาติ จำกัด (มหาชน) จะต้องมีส่วนร่วมรับผิดชอบ ทั้งนี้ การเร่งแก้ไขปัญหาอาชญากรรมออนไลน์หรือมีฉฉพเป็นหนึ่งใน 10 นโยบายมุ่งเป้าของรัฐบาลที่ได้มีการแถลงต่อรัฐสภาแล้ว ตามข่าวที่ปรากฏ

ต่อมาในเดือนมกราคม 2568 ธปท. ได้นำมาตรการ “หน่วงเงินก่อนโอน” มาปรับใช้เป็นแนวปฏิบัติ โดยให้ธนาคารกันเงินเข้าและกันเงินออกในบัญชีม้าและม้าดำ เพื่อป้องกันความเสียหายต่อผู้บริโภค แม้สภาผู้บริโภครู้ขั้นตอนการทำหน้าที่ของหน่วยงานรัฐ เช่น ธปท. และกระทรวงดีอี แต่ยังไม่สามารถผลักดันข้อเสนอการคุ้มครองผู้บริโภคในหน่วยงานกำกับดูแลด้านโทรคมนาคม คือ กสทช. ที่ยังไม่มีมาตรการที่ชัดเจนใด ๆ ในการหยุดยั้งมีฉฉพจากการใช้คลื่นความถี่ด้านโทรคมนาคมมาหลอกลวงประชาชน รวมทั้งไม่มีการกำกับดูแลผู้ประกอบการค้ามือถือให้มีมาตรการป้องกันภัยมีฉฉพตามที่สภาผู้บริโภคได้เสนอแนะ

โดยภาพรวม สภาผู้บริโภคได้ใช้ศักยภาพภายใต้กรอบของกฎหมายอย่างเต็มที่ในกรอบงบประมาณประจำปี บุคคลากรทุก ๆ ด้าน และแนวร่วมภาครัฐและภาคประชาชน เพื่อระงับยับยั้งการรุกคืบของภัยมีฉฉพที่อาจกลายเป็นหายนะของประเทศหากปล่อยปัญหาไว้เรื่อย และมีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินการทุกรูปแบบ โดยประสานความร่วมมือจากทุกภาคส่วน เพื่อปกป้องทรัพย์สินของผู้บริโภคไม่ให้ถูกปล้นจากแก๊งมีฉฉพ

มาตรการรณรงค์ส่งนักเรียนปลอดภัย:

เด็กไม่ควรต้องตาย เพราะไปโรงเรียน



ปี 2567 ที่ผ่านมา ประเทศไทยเกิดเหตุ โศกนาฏกรรมครั้งใหญ่ ที่สร้างความสูญเสียต่อชีวิตของเด็กนักเรียน ซึ่งเป็นอนาคตของชาติจากเหตุการณ์สะเทือนขวัญล่าสุด เมื่อรถบัสทัศนศึกษาจากโรงเรียน วัดเขาพระยาสังฆาราม จังหวัดอุทัยธานี ออกเดินทางตั้งแต่เช้าวันที่ 1 ตุลาคม เพื่อมุ่งหน้าเข้ามาทัศนศึกษาโดยแวะจุดแรกที่อุทยานประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ระหว่างที่คนขับกำลังเร่งเครื่องเพื่อให้ไปทันกินข้าวกลางวันที่ศูนย์การเรียนรู้การไฟฟ้าฝ้ายผลิต (กฟผ.) จังหวัดนนทบุรี รถบัสที่บรรทุกนักเรียน ครู และคนขับ 45 ชีวิต เกิดเพลิงลุกไหม้หน้าศูนย์การค้าเชียรรังสิต บนถนนวิภาวดีรังสิต ทำให้นักเรียนและครูรวม 23 คนเสียชีวิตในสภาพที่นาสลดใจ จากความพยายามที่จะหนีจากเพลิงไหม้ที่ลุกลามอย่างรวดเร็ว แต่ไม่สามารถทำได้นับเป็นเหตุโศกนาฏกรรมบนท้องถนนครั้งใหญ่ของไทย ที่มีอยู่ ผู้เสียชีวิตและบาดเจ็บสูงสุดเป็นอันดับ 6 ของประเทศ²

เมื่อไปค้นหาสาเหตุของอุบัติเหตุครั้งนี้ ยิ่งน่าสะเทือนใจ เมื่อพบว่ารถบัสทัศนศึกษาของนักเรียนจากจังหวัดอุทัยธานี ในครั้งนี้ เป็นรถบัสเก่าที่ใช้มานานแล้ว 54 ปี! นอกจากนี้ยังแอบติดตั้งถังก๊าซเอ็นจีวีถึง 11 ถัง ทั้งที่ได้รับอนุญาตตามกฎหมายให้ติดตั้งได้เพียง 6 ถัง ขณะที่ประตูทางออกฉุกเฉินเปิดไม่ได้ ระบบอุปกรณ์ฉุกเฉินบางอย่างไม่มี จึงอาจเปรียบได้ว่า

ผู้โดยสารในรถคันนี้นั่งอยู่บนระเบิดเวลาที่วิ่งได้ แต่เมื่อผู้โดยสารส่วนมากคือเด็กนักเรียนระหว่างชั้นอนุบาลและชั้นประถมที่ไม่อาจช่วยตัวเองได้มากยามต้นตระหนกต่อเหตุการณ์ฉุกเฉิน จึงเกิดโศกนาฏกรรมที่รุนแรงอย่างน่าเศร้าสลด

จากข้อมูลจากการเฝ้าระวังของศูนย์วิชาการเพื่อความปลอดภัยทางถนน และเครือข่ายองค์กรผู้บริโภคระบุว่า ในปี 2565 และ 2566 มีอุบัติเหตุทางถนนและความไม่ปลอดภัยกับรถรับส่งนักเรียนเกิดขึ้นรุนแรงอย่างต่อเนื่องเฉลี่ยปีละประมาณ 30 ครั้ง โดยเฉพาะในปี 2566 ที่มีนักเรียนเสียชีวิต 2 คน และบาดเจ็บ 368 คน และในปี 2567 ยังมีผู้บริโภคร้องเรียนเกี่ยวกับปัญหาการรับส่งนักเรียนที่ไม่ปลอดภัยมากถึง 90 เรื่อง และเพียงช่วง 3 เดือนแรก (มกราคม - มีนาคม) ของปี 2567 เกิดอุบัติเหตุรถรับส่งนักเรียนสูงถึง 15 ครั้ง มีนักเรียนเสียชีวิต 1 คน และบาดเจ็บ 153 คน เป็นอัตราการเกิดอุบัติเหตุที่มากและรุนแรงกว่าปีที่ผ่านมา

ดัดแปลงรถ เพื่อกันนักเรียน

คือเพิ่มความเสี่ยง

กรณีปัญหาความปลอดภัยของรถรับส่งนักเรียนที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง สะท้อนถึงปัญหาในเชิงโครงสร้างที่สะสมมานาน ซึ่งองค์กรผู้บริโภค 6 ภูมิภาค ได้เริ่มการ

² <https://shorturl.asia/SLOQ2> (17 มีนาคม 2567)

โรงเรียนศูนย์เรียนรู้การรับส่งนักเรียนปลอดภัย 20 โรงเรียน

ภาคตะวันตก 1 โรงเรียน

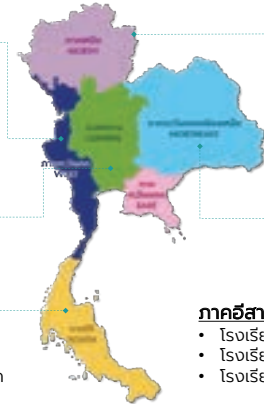
- โรงเรียนประจวบวิทยาลัย

ภาคกลาง 3 โรงเรียน

- โรงเรียนอยุธยาวิทยาลัย
- โรงเรียนสิงห์บุรี
- โรงเรียนอ่างทองปัทมโรจน์

ภาคใต้ 3 โรงเรียน

- โรงเรียนหาดใหญ่วิทยาลัย 2
- โรงเรียนอาบาคะศักดิ์
- โรงเรียนเทศบาล 2 คลองจิหลาด



ภาคเหนือ 10 โรงเรียน

- โรงเรียนแปงวิทยาคม
- โรงเรียนง่ามเมืองวิทยาคม
- โรงเรียนดอกคำใต้วิทยาคม
- โรงเรียนแปงวิทยาคม
- โรงเรียนพญาเมืองราย
- โรงเรียนเสถียรวิทยาคม
- โรงเรียนสมปองวิทยาคม
- โรงเรียนเวียงเจดีย์วิทยาคม
- โรงเรียนนอร์พิชวิทยาคม
- โรงเรียนสารภีวิทยาคม

ภาคอีสาน 3 โรงเรียน

- โรงเรียนแกดำวิทยาคม
- โรงเรียนศิขรินทร์พิสัย
- โรงเรียนโสธรพิทยาสรรค์



พัฒนาระบบการจัดการรับส่งนักเรียนปลอดภัย มาตั้งแต่ปี 2560 และได้มีการทำงานต่อเนื่อง

สภาผู้บริโภคได้ตั้งคณะอนุกรรมการด้านการขนส่งและยานพาหนะ เพื่อสนับสนุนการขับเคลื่อนนโยบายการจัดการรับส่งนักเรียนปลอดภัย และผลักดันให้เกิดการยกระดับการพัฒนาโรงเรียนต้นแบบการจัดการรับส่งนักเรียนปลอดภัยในพื้นที่ 6 ภาค ใน 33 จังหวัด รวม 148 โรงเรียนผ่านเครือข่ายผู้บริโภคในพื้นที่ ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) เครือข่ายองค์กรผู้บริโภค สำนักงานขนส่งจังหวัด และโรงเรียนเป้าหมาย ซึ่งนำไปสู่การเป็นโรงเรียนศูนย์เรียนรู้ระบบจัดการรับส่งนักเรียนปลอดภัย 20 แห่ง ใน 15 จังหวัด แต่อย่างไรก็ตาม เหตุการณ์อุบัติเหตุการรับส่งนักเรียนยังไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ โดยเฉพาะ

ในพื้นที่ที่ยังไม่มีการผลักดันด้านมาตรฐานความปลอดภัย

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา สภาผู้บริโภคได้รับเรื่องราวเรียนเกี่ยวกับปัญหาการรับส่งนักเรียนที่ไม่ปลอดภัยเรื่อยมา โดยลักษณะปัญหาที่พบมากที่สุด คือใช้รถผิดประเภท รองลงมา คือ บรรทุกผู้โดยสารเกินอัตราที่กำหนด รวมทั้งคู่มือ หรือบริษัทประกันภัยไม่รับผิดชอบค่าเสียหายเมื่อเกิดข้อพิพาท พนักงานขับรถมีพฤติกรรมไม่เหมาะสม รวดเยาะระหว่างทาง และอุปกรณ์นิรภัยไม่ครบถ้วน และจากข้อมูลการสำรวจรถรับส่งนักเรียนของเครือข่ายองค์กรของผู้บริโภคในพื้นที่ส่วนใหญ่ของประเทศ พบว่ารถยนต์ที่นำวิ่งรับส่งนักเรียนส่วนใหญ่เป็นรถยนต์ประเภท รถตู้โดยสาร รถกระบะดัดแปลง และรถโดยสารขนาดใหญ่ประเภท 4 ล้อ และ 6 ล้อที่มีสภาพชำรุดทรุดโทรม ยิ่งไปกว่านั้น ยังพบว่ารถรับส่งนักเรียน



“
ปัญหาอุบัติเหตุ
ที่เกิดจากสภาพ
รถรับส่งนักเรียน
ที่ไม่มีมาตรฐาน
ยังเพิ่มสูงขึ้นทุกปี
”

ส่วนใหญ่ให้บริการรับส่งนักเรียนครั้งละหลายโรงเรียนภายในพื้นที่อำเภอหรือระหว่างอำเภอ สภาพรถที่ให้บริการส่วนใหญ่ไม่ได้ตามมาตรฐานที่กรมการขนส่งทางบกกำหนด ทั้งยังมีการดัดแปลงเพื่อให้บริการเด็กนักเรียนได้จำนวนมากขึ้น ขาดอุปกรณ์ความปลอดภัยที่ควรมีในรถ รวมถึงพบพฤติกรรมเสี่ยงที่ไม่ปลอดภัยสำหรับนักเรียนที่เกิดจากการประมาทเลินเล่อของคนขับรถ เช่น ขับรถเร็ว ไม่เคารพกฎจราจร ลืมเด็กไว้ในรถ การล่อลวงล่เมิดทางร่างกายของนักเรียน รวมทั้งหลายพื้นที่ของประเทศไม่มีระบบขนส่งสาธารณะให้บริการที่เหมาะสมเพียงพอ จึงเป็นปัจจัยเสี่ยงสำคัญที่ผลักดันให้นักเรียนจำนวนหนึ่งเลือกที่จะใช้รถจักรยานยนต์เป็นพาหนะเพื่อการเดินทาง ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญที่นำมาซึ่งความสูญเสียจากอุบัติเหตุทางถนนเพิ่มมากขึ้น

ขาดเจ้าภาพหลัก

ขาดกลไกแก้ปัญหาที่มีประสิทธิภาพ

หากย้อนกลับไปดูกลไกด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับรถรับส่งนักเรียน ถูกข้อกำหนดไว้ว่ารถที่นำมารับส่งนักเรียนต้องเป็นรถยนต์นั่งส่วนบุคคลเกิน 7 คน แต่ไม่เกิน 12 คนตามพ.ร.บ. รถยนต์ พ.ศ. 2522 หรือ รถ ตามพ.ร.บ. การขนส่งทางบก พ.ศ. 2522 แต่ในความเป็นจริงข้อมูลการจดทะเบียนกรมการขนส่งทางบก ในปี 2565 ระบุว่า มีรถรับส่งนักเรียนที่ได้รับใบอนุญาตอย่าง

ถูกต้อง จำนวน 4,497 คัน ขณะที่มีการคาดการณ์ว่ามีรถรับส่งนักเรียนบนท้องถนนมากกว่า 50,000 คันทั่วประเทศ เท่ากับว่ามีรถรับส่งนักเรียนที่ไม่ได้ขออนุญาตมากถึง 45,000 คัน และมีนักเรียนไม่ต่ำกว่า 540,000 คน (เปรียบเทียบกับรถรับส่งนักเรียน 1 คัน บรรทุกนักเรียน 12 คน) ที่มีความเสี่ยงในการเดินทางด้วยรถรับส่งนักเรียนที่ไม่มีมาตรฐาน และไม่ได้อยู่ภายใต้การกำกับของกรมการขนส่งทางบก ทำให้นักเรียนที่ใช้บริการรถขนส่งเหล่านี้ต้องเผชิญกับความเสี่ยงภัยอันตรายอย่างไม่คาดคิด

ในปีการศึกษา 2567 กระทรวงศึกษาธิการมีโรงเรียนในสังกัดทั่วประเทศ 35,026 โรงเรียน ตั้งแต่โรงเรียนอนุบาลจนถึงมัธยม และมีจำนวนโรงเรียนเอกชน 14,441 โรงเรียน โดยมีนักเรียนทั้งสิ้นประมาณ 11 ล้านคน ซึ่งโรงเรียนส่วนใหญ่มีบริการจัดรถรับส่งนักเรียนจากผู้ประกอบการในพื้นที่ที่อยู่บนพื้นฐานการกำกับจากธุรกิจรับส่งนักเรียน ซึ่งเป็นกิจการที่ขาดการควบคุมกำกับดูแลที่เข้มงวด

นอกจากนี้ จากข้อมูลการเฝ้าระวังสภาผู้บริโภคยังพบปัญหาการบริหารจัดการของโรงเรียนและหน่วยงานที่ไม่มีมาตรฐานและขาดประสิทธิภาพที่อาจทำให้เกิดความสูญเสียจากการใช้บริการรถขนส่งนักเรียน เช่น หลายพื้นที่ไม่มีระบบบริหารจัดการข้อมูลร่วมกันระหว่างโรงเรียนและสำนักงานขนส่งจังหวัด ทำให้ขาดการตรวจสอบ กำกับดูแล ไม่มีมาตรการป้องปรามหรือห้ามรถที่ไม่ได้ขออนุญาตมารับส่งนักเรียนอย่าง

จริงจึงขาดองค์ความรู้และแนวทางปฏิบัติการจัดการระบบรถรับส่งนักเรียนที่ถูกต้อง จะเห็นได้ว่าแม้จะมีหน่วยงานระดับกระทรวงและกฎหมายที่เกี่ยวข้องในการจัดการระบบรถรับส่งนักเรียนอยู่หลายฉบับ แต่ปัจจุบันก็ยังไม่มีความเป็นเจ้าภาพหลักในการกำหนดนโยบายที่เป็นยุทธศาสตร์ การพัฒนาระบบรถรับส่งนักเรียนให้มีคุณภาพ ความปลอดภัย สะท้อนถึงปัญหาเชิงโครงสร้างของประเทศที่ขาดการบูรณาการความร่วมมือด้านนโยบาย แผนปฏิบัติการ งบประมาณ สนับสนุน และการส่งต่อข้อมูลระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและภาคีเครือข่ายในการพัฒนาระบบฐานข้อมูลที่สำคัญทันต่อสถานการณ์ เกิดความต่อเนื่องและประเมินติดตามผลได้ เพื่อให้เกิดมาตรฐานการจัดการรถรับส่งนักเรียนที่ปลอดภัยอย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ

39

ร่วมขับเคลื่อนเชิงนโยบาย เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลง

แผนงานของสภาผู้บริโภคที่ขับเคลื่อนนโยบายรถนักเรียนปลอดภัย ได้สร้างภาคีเครือข่ายตามภูมิภาคต่าง ๆ ควบคู่กับการทำงานในโครงการพัฒนาขนส่งสาธารณะเพื่อความปลอดภัยและเป็นธรรม ยกตัวอย่างเช่น ในภาคเหนือ ที่จังหวัดลำปาง ได้ขยายผลความร่วมมือการทำงานร่วมกับสำนักงานขนส่งในจังหวัดเพื่อพัฒนาระบบขนส่งนักเรียนที่ปลอดภัยให้กับโรงเรียนในจังหวัด

ลำปางเพิ่มขึ้น ที่จังหวัดเชียงใหม่ องค์การของผู้บริโภคและภาคีเครือข่ายร่วมกับสำนักงานขนส่งจังหวัด ดำเนินโครงการพัฒนารถรับส่งนักเรียน โดยใช้งบประมาณจากกองทุนเพื่อความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน (กปถ.) มาขับเคลื่อนรถรับส่งนักเรียนปลอดภัย และที่จังหวัดน่าน ผู้ว่าราชการจังหวัดได้สั่งให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสนับสนุนงานรถรับส่งนักเรียนที่ปลอดภัย โดยให้สำนักงานขนส่งจังหวัด จัดทำฐานข้อมูลเพื่อพัฒนาระบบรถรับส่งนักเรียนของจังหวัดน่าน

นอกจากนั้นยังได้มีโครงการยกระดับโรงเรียนต้นแบบสู่ “ศูนย์การเรียนรู้ระบบรถรับส่งนักเรียนที่ปลอดภัย” 20 โรงเรียนใน 15 จังหวัดทั่วประเทศ ได้แก่ เชียงใหม่ พะเยา ลำปาง เชียงราย ลำพูน สงขลา ปัตตานี กระบี่ ประจวบคีรีขันธ์ สุรินทร์ ยโสธร มหาสารคาม พระนครศรีอยุธยา อ่างทอง และสิงห์บุรี การดำเนินงานในหลายจังหวัด เช่น เชียงใหม่ สุรินทร์ พระนครศรีอยุธยา สงขลา และประจวบคีรีขันธ์ ได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา (สพม.) สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา (สพป.) ศึกษาธิการจังหวัด สำนักงานขนส่งจังหวัด และองค์การบริหารส่วนจังหวัด ในการขยายผลการดำเนินงานสู่โรงเรียนต่าง ๆ ภายในจังหวัด และจังหวัดใกล้เคียง ให้เกิดการพัฒนา

รถรับส่งนักเรียนให้เกิดความปลอดภัยเพิ่มขึ้น

โรงเรียน

“ศูนย์การเรียนรู้ระบบ

รถรับส่งนักเรียนที่ปลอดภัย”

โรงเรียนศูนย์เรียนรู้ฯ ได้รับการพัฒนาจาก “โรงเรียนต้นแบบ” ที่มีองค์ประกอบ 9 ด้าน (7 ระบบ 2 กลไกจัดการรถรับส่งนักเรียนปลอดภัย) สู่การยกระดับเป็น “โรงเรียนศูนย์การเรียนรู้ระบบรถรับส่งนักเรียนที่ปลอดภัย” ดังนี้

7 ระบบ ที่โรงเรียนสามารถจัดการได้ด้วยตนเอง คือ 1) ระบบข้อมูล 2) ระบบดูแลนักเรียนภายในรถ 3) ระบบใบรับรองการใช้รถรับส่ง 4) ระบบเฝ้าระวังแบบบูรณาการร่วมกับคนขับรถ 5) ระบบพัฒนาจุดจอดปลอดภัย 6) ระบบประกันภัยรถรับส่ง และ 7) ระบบติดตามประเมินผล

2 กลไก ที่องค์กรผู้บริโภคร่วมสนับสนุนให้เกิดระบบการจัดการ ได้แก่ กลไกการสนับสนุนการทำงานรถรับส่งนักเรียนที่ปลอดภัย คือ 1) กลไกคณะทำงานระดับจังหวัด หรืออำเภอที่มีองค์ประกอบจากหน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมกับโรงเรียน และ 2) กลไกการจัดการของโรงเรียน ในการจัดให้มีกลไกการจัดการรถรับส่งนักเรียนของโรงเรียน ครูผู้รับผิดชอบนักเรียน หรือผู้ปกครอง หรือกรรมการสถานศึกษา



ตัวอย่างโมเดลโรงเรียน

ศูนย์เรียนรู้การจัดการระบบรถรับส่ง

นักเรียนปลอดภัย

โรงเรียนอยุธยาวิทยาลัย

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

เป็นหนึ่งในต้นแบบ “โรงเรียนศูนย์การเรียนรู้ระบบรับส่งนักเรียนที่ปลอดภัย” ที่สามารถจัดการระบบรถรับส่งนักเรียนได้อย่างเป็นระบบ มีความโดดเด่นในด้านการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายจาก 8 ภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคประชาชน และผู้ประกอบการ ภายใต้โมเดล “AYW Partnership Model”

จุดแข็งของโรงเรียน คือการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ระบบรถรับส่งนักเรียนทั้งหมด (99 คัน) ครอบคลุมข้อมูลคนขับ เส้นทาง และรายชื่อนักเรียน มีการเฝ้าระวังเชิงรุก การประชุมร่วมกับผู้ประกอบการและผู้ปกครองอย่างสม่ำเสมอ และจัดตั้งชมรม

รถรับส่งนักเรียนเพื่อพัฒนามาตรฐานร่วมกัน นอกจากนี้ยังมีระบบดูแลนักเรียนในรถ และการออกใบรับรองที่ตรวจสอบได้ร่วมกับสำนักงานขนส่งจังหวัด

โรงเรียนยังพัฒนาเป็นศูนย์การเรียนรู้ อย่างเต็มรูปแบบ โดยเปิดศูนย์การเรียนรู้ อย่างเป็นทางการโดยรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงศึกษาธิการเมื่อวันที่ 18 พฤศจิกายน 2567 และมีการพัฒนาหลักสูตรนำร่องส่งเสริมความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนนสำหรับเด็กและเยาวชนระดับมัธยมศึกษา ร่วมกับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ พร้อมทั้งได้รับเชิญให้เป็นวิทยากรเกี่ยวกับการจัดการระบบรถรับส่งนักเรียนปลอดภัย ในเวทีวิชาการต่างๆ สะท้อนบทบาทความเป็นผู้นำในการศูนย์กลางการเรียนรู้และเผยแพร่แนวปฏิบัติที่ดีเพื่อส่งเสริมความปลอดภัยในการเดินทางของนักเรียนอย่างยั่งยืน



จัดทำข้อเสนอเชิงนโยบาย

ต่อหน่วยงานรัฐ

42

แม้ สสส. สภาผู้บริโภคระดับชาติและหลายภาคส่วนได้ดำเนินการอย่างเข้มข้น แต่ยังไม่สามารถเข้าถึงทุกพื้นที่ที่มีโรงเรียนตั้งอยู่ทั่วประเทศ ปัญหาอุบัติเหตุที่เกิดจากสภาพรถรับส่งนักเรียนที่ไม่มีมาตรฐานจึงยังคงเพิ่มสูงขึ้นทุกปี ซึ่งเป็นปัญหาในเชิงโครงสร้าง ในปี 2566 สภาผู้บริโภคจึงได้ยื่นข้อเสนอเชิงนโยบายและขอให้มีการแสวงหาข้อเท็จจริงเพื่อให้ผู้ตรวจการแผ่นดินพิจารณา สำนักงานผู้ตรวจการแผ่นดินจึงจัดทำโครงการศึกษาเชิงระบบ เรื่อง “มาตรการด้านความปลอดภัยของรถรับส่งนักเรียน” เพื่อแสวงหาข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการกำหนดมาตรการด้านความปลอดภัยของรถรับส่งนักเรียน การจัดทำนโยบายการแก้ไขกฎหมายให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันและแนวทางการดำเนินงานในการขับเคลื่อนมาตรการ

ความปลอดภัยของรถรับส่งนักเรียน เพื่อป้องกันปัญหาการเกิดอุบัติเหตุในการเดินทางมาโรงเรียนของนักเรียน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ข้อเสนอต่อศูนย์อำนวยการความปลอดภัยทางถนน กระทรวงมหาดไทย โดยขอให้มีคณะทำงานร่วมภายใต้คณะกรรมการศูนย์อำนวยการความปลอดภัยทางถนน เพื่อพิจารณาแนวทางจัดทำแผนความปลอดภัยและการแก้ไขกฎระเบียบการพัฒนาบริหารจัดการรถรับส่งนักเรียนให้มีความปลอดภัยอย่างยั่งยืน รวมทั้งขอให้มีคำสั่งการถึงศูนย์อำนวยการความปลอดภัยทางถนนจังหวัดทุกจังหวัด กำหนดให้มีแผนยุทธศาสตร์หรือคณะทำงานด้านความปลอดภัยรถรับส่งนักเรียนในทุกจังหวัด สนับสนุนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทำหน้าที่ในการจัดสรรงบประมาณด้านการเดินทางและบริหารจัดการระบบความปลอดภัยรถรับส่งนักเรียนที่ไม่ใช่เฉพาะโรงเรียนในสังกัด

10 ปีบนเส้นทางกรขับเคลื่อนรถรับส่งนักเรียนปลอดภัย



2. ข้อเสนอต่อกระทรวงศึกษาธิการ

ขอให้ทบทวนและแก้ไขระเบียบกระทรวงศึกษาธิการว่าด้วยการควบคุมดูแลการใช้รถโรงเรียน พ.ศ. 2562 โดยกำหนดให้โรงเรียนเป็นจุดจัดการงานรถรับส่งนักเรียนปลอดภัย มีหน้าที่หลักในการส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการระบบรถรับส่งนักเรียนที่ปลอดภัย บรรจุแผนงานจัดการรถรับส่งนักเรียนเป็นหนึ่งในภารกิจหลักของโรงเรียนหรือสถานศึกษา การประเมินและติดตามผลเพื่อให้เกิดความต่อเนื่องให้มีการพัฒนาหลักสูตร ชุดความรู้ แนวทางการจัดการระบบรถรับส่งนักเรียนปลอดภัย รวมทั้ง ขอให้แก้ไขนิยาม “การศึกษา” ตามมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 ให้รวมถึง “การจัดบริการที่จำเป็นเพื่อให้นักเรียนสามารถเดินทางมาศึกษาเล่าเรียนยังโรงเรียนหรือเข้าถึงการศึกษาได้อย่างสะดวกปลอดภัย”

3. ข้อเสนอต่อกระทรวงคมนาคม (กรมการขนส่งทางบก) ขอให้กำหนด

มาตรการหรือแนวทางสนับสนุนเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจให้กับผู้ประกอบการหรือผู้ที่ขับรถรับส่งนักเรียนนำรถเข้าสู่ระบบฐานข้อมูลผ่านการขึ้นทะเบียนขอใบอนุญาตการใช้รถรับส่งนักเรียน เช่น การสนับสนุนเงินกู้ระยะยาวแบบดอกเบี้ยต่ำเพื่อปรับปรุงสภาพรถ สิทธิลดหย่อนภาษีประจำปี จัดทำประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย และจัดทำประกันภาคสมัครใจแบบคนละครั้ง เป็นต้น

นอกจากนี้ ขอให้กำหนดรูปแบบใบอนุญาตขับรถยนต์ประเภทรถรับส่งนักเรียนเป็นแบบมาตรฐานเฉพาะ ที่แตกต่างจากรถยนต์ส่วนบุคคลและหรือรถโดยสารสาธารณะประเภทอื่น เนื่องจากเป็นอาชีพที่ต้องใช้ทักษะความชำนาญ และความปลอดภัยสูงกว่าปกติ จัดให้มีรถรับส่งนักเรียนที่มีโครงสร้างมาตรฐานและอุปกรณ์ความปลอดภัย เช่น ติดตั้งกล้องหน้ารถและระบบควบคุมความเร็ว (GPS) กรณีเกิดอุบัติเหตุรถรับส่งนักเรียนทุกกรณีต้อง

มีการสอบสวนเชิงลึกเพื่อหาสาเหตุการเกิดอุบัติเหตุ

ภาครัฐต้นตัวตอบสนอง

ข้อเสนอสภาผู้บริโภคร

จากการที่สภาผู้บริโภคขับเคลื่อนนโยบายและมาตรการจัดระบบรถรับส่งนักเรียนปลอดภัยอย่างเข้มข้น และผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเชิงนโยบาย หลังจากผู้ตรวจการแผ่นดินได้นำข้อเสนอของสภาผู้บริโภคเข้าเป็นส่วนหนึ่งของรายงานเรื่อง “มาตรการด้านความปลอดภัยของรถรับส่งนักเรียน” และนำเสนอต่อคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 29 กันยายน 2566 **ที่ประชุมคณะรัฐมนตรี รับทราบรายงานและมีมติให้ 3 หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กำหนดแนวทาง เรื่อง มาตรการด้านความปลอดภัยของรถรับส่งนักเรียน เมื่อวันที่ 7 พฤศจิกายน 2566** โดยมีสาระสำคัญดังนี้

กระทรวงมหาดไทย ได้กำหนดมาตรการความปลอดภัยรถรับส่งนักเรียนเป็นวาระระดับชาติ พร้อมทั้งจัดตั้งคณะทำงานภายใต้กลไกคณะอนุกรรมการศูนย์อำนวยความสะดวกทางถนนทุกจังหวัด เพื่อพิจารณาแนวทางการจัดทำแผนความปลอดภัยและแก้ไขกฎระเบียบเกี่ยวกับการพัฒนาระบบจัดการรถรับส่งนักเรียนให้มีความปลอดภัยอย่างยั่งยืน โดยส่งเสริมการทำแผนยุทธศาสตร์ร่วมกับเครือข่ายองค์กรผู้บริโภค กำหนดให้มีโครงสร้างการทำงานแบบมีส่วนร่วมเพื่อบูรณาการการจัดทำแผน

ความปลอดภัยรถรับส่งนักเรียนในทุกจังหวัด

กระทรวงศึกษาธิการ ได้มอบหมายให้ทุกโรงเรียนจัดทำฐานข้อมูลรถรับส่งนักเรียนเชื่อมโยงกับหน่วยงานต่าง ๆ พร้อมทั้งทบทวนและปรับแก้ระเบียบกระทรวงศึกษาธิการว่าด้วยการควบคุมดูแลการใช้รถโรงเรียน พ.ศ. 2562 เพื่อกำหนดให้โรงเรียนมีบทบาทในการดูแลและกำหนดมาตรการด้านความปลอดภัยฯ บรรจุแผนงานจัดการระบบรถรับส่งนักเรียนเป็นภารกิจหลักของโรงเรียน สนับสนุนให้สร้างเครือข่าย 3 ภาคี (โรงเรียน – ผู้ปกครอง – ผู้ประกอบการ) ในการจัดทำชุดความรู้แนวทางการจัดการระบบรถรับส่งนักเรียนปลอดภัยเพื่อให้มีองค์ความรู้และหลักวิธีปฏิบัติที่ถูกต้องในการรับผิดชอบดูแลการจัดการความปลอดภัยดังกล่าว

นอกจากนี้ กระทรวงศึกษาธิการยังขอรับการจัดงบประมาณสำหรับค่าเดินทาง (รถรับส่งนักเรียน) ให้กับนักเรียนยากไร้ ตั้งแต่ระดับอนุบาลจนจบการศึกษาขั้นพื้นฐาน เพื่อเพิ่มโอกาสการเข้าถึงการศึกษาให้กับนักเรียนทุกคนให้มีมาตรฐานและคุณภาพ โดยไม่เก็บค่าใช้จ่าย

กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม โดยสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ พัฒนาแนวคิดผ่านโครงการ “รถโรงเรียนรุ่นใหม่เด็กปลอดภัย (Smart School Bus)” ซึ่งหากประสบความสำเร็จจะทำให้เกิดการพัฒนาเป็นระบบคลังข้อมูล (Big Data

จุดเปลี่ยนการขับเคลื่อนการจัดการระบบรถรับส่งนักเรียนปลอดภัย

เมื่อวันที่ **8 สิงหาคม 2566** สำนักงานผู้ตรวจแผ่นดินได้จัดให้มีการประชุมเพื่อรับฟังความเห็นการจัดการรถรับส่งนักเรียนปลอดภัย โดยสภาผู้บริโภคได้ยื่นข้อเสนอนโยบายการจัดระบบรถรับส่งนักเรียนปลอดภัยต่อผู้ตรวจการแผ่นดินเพื่อจัดทำเป็นข้อมูลประกอบการรายงานเสนอต่อคณะรัฐมนตรี

12 ต.ค. 66

สำนักงานผู้ตรวจการแผ่นดินได้แจ้งผลการจัดทำรายงานข้อเสนอต่อคณะรัฐมนตรีกลับมายังสภาผู้บริโภคเพื่อรับทราบความก้าวหน้า

3 พ.ย. 66

รายงานของผู้ตรวจการแผ่นดิน เรื่องเสนอต่อคณะรัฐมนตรีว่างานรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มาตรา 230 (3) กรณีมาตรการด้านความปลอดภัยของรถรับส่งนักเรียนได้ถูกนำเสนอต่อที่ประชุมคณะกรรมการศูนย์อำนวยการความปลอดภัยทางถนน ครั้งที่ 2/2566

7 พ.ย. 66

คณะรัฐมนตรีมีมติรับทราบรายงานผู้ตรวจการแผ่นดินและมอบหมายให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง คือ กก.มหาดไทย กก.ศึกษาธิการ และ กก.ดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ปฏิบัติตามข้อเสนอของผู้ตรวจการแผ่นดิน และแนวทางที่คณะรัฐมนตรีมีมติให้ดำเนินการ



Platform) และศูนย์ดำเนินการรถโรงเรียนรุ่นใหม่ที่ปลอดภัย (Smart School Bus Intelligent Operation Center) ในแต่ละพื้นที่ได้

เป้าหมาย: ส่งนักเรียนถึง

โรงเรียนและบ้าน

อย่างปลอดภัย “ทุกคน”

เป็นที่ประจักษ์ว่า การขับเคลื่อนเรื่องรถโรงเรียนปลอดภัยเป็นความท้าทายที่ใช้เวลาเพื่อความสำเร็จในระยะยาว เพราะแม้หน่วยงานต่าง ๆ จะได้กำหนดมาตรการด้านความปลอดภัยของรถรับส่งนักเรียนออกมาบังคับใช้ แต่ปัญหายังคงไม่ลดลงและกลับทวีความรุนแรงเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องติดต่อกัน

แม้เป้าหมายสูงสุดคือระบบรถรับส่งนักเรียนที่ปลอดภัยทั่วประเทศยังอยู่ห่างไกล แต่เส้นทางเดินในหลายส่วนของประเทศ

ได้มีการขับเคลื่อนอย่างเป็นรูปธรรมแล้ว สภาผู้บริโภคได้ทำหน้าที่เป็นกลไกหลักที่ผลักดันความร่วมมือเหล่านี้เพื่อให้ผู้บริโภคทุกคนโดยเฉพาะเด็กนักเรียนได้มีคุณภาพชีวิตในการเดินทางโดยรถรับส่งนักเรียนเพื่อให้เด็กนักเรียนถึงจุดหมายคือ ถึงโรงเรียนและกลับบ้านได้อย่างปลอดภัย “ทุกคน”

45

“

นักเรียนยากไร้ตั้งแต่ระดับอนุบาล
จนถึงระดับการศึกษา
ขั้นพื้นฐานจะได้รับการสนับสนุน
งบประมาณ เพิ่มโอกาส
การเข้าถึงการศึกษา

”

ส่วนที่ 2

ผลการดำเนินงานตามแผน

1. การสนับสนุน คຸ້ມครอง และพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค
2. การพัฒนานโยบายและมาตรการคຸ້ມครองผู้บริโภค
3. การสนับสนุนสมาชิก หน่วยงานประจำจังหวัด หน่วยงานเขตพื้นที่ และองค์กรผู้บริโภค
4. การสื่อสารเพื่อการคຸ້ມครองผู้บริโภค
5. การบริหารจัดการสำนักงานและพัฒนาศักยภาพสภากาองค์กรของผู้บริโภค



สภาผู้บริโภคได้จัดทำแผนการดำเนินงานในปีงบประมาณ 2567 รวมทั้งสิ้น 5 แผนงาน มีกลไกขับเคลื่อนในการดำเนินงานที่สำคัญ ประกอบด้วยฝ่ายต่าง ๆ ภายในสำนักงานสภาผู้บริโภคในส่วนกลาง ร่วมกับหน่วยงานเขตพื้นที่ใน 4 ภาค และหน่วยงานประจำจังหวัด 19 แห่ง ทั้งยังมีคณะกรรมการ 8 ด้าน และคณะทำงาน 1 ด้าน ร่วมขับเคลื่อนนโยบายและแผนงานคุ้มครองผู้บริโภคในประเด็นต่าง ๆ เพื่อให้การทำหน้าที่ของสภาผู้บริโภคบรรลุเป้าหมาย โดยผลการดำเนินงานแต่ละด้านมีสาระสำคัญ ดังนี้

1. การสนับสนุน คุ่มครอง และพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค

ในปี 2567 สภาผู้บริโภค โดยศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคแบบเบ็ดเสร็จ (One-Stop Service: OSS) สำนักงานสภาผู้บริโภค และหน่วยงานประจำจังหวัด ได้รับเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภค จำนวน 17,028 เรื่อง แบ่งเป็นดำเนินการโดยศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคแบบเบ็ดเสร็จร้อยละ 39 (6,637 เรื่อง) และหน่วยงานประจำจังหวัดร้อยละ 41 (7,002 เรื่อง) ซึ่งประเด็นปัญหาของผู้บริโภคที่มีการร้องเรียนสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่

อันดับ 1: ด้านสินค้าและบริการทั่วไป

คิดเป็นร้อยละ 44.43 ของเรื่องร้องเรียนทั้งหมด ปัญหาส่วนใหญ่ที่พบ คือซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ แล้วไม่ได้รับสินค้า สินค้าชำรุด เสียหาย เปลี่ยนสินค้าไม่ได้ รองลงมา คือการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่อง

ใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์สินค้าชำรุดหรือมีปัญหา แต่บริษัทฯ ไม่มีนโยบายเคลมสินค้าคืน เป็นต้น

อันดับ 2: ด้านการเงินและบัตรเครดิต

คิดเป็นร้อยละ 23.68 ของเรื่องร้องเรียนทั้งหมด ปัญหาที่พบส่วนใหญ่คือ แอปพลิเคชันเงินกู้ที่ผู้บริโภคถูกทวงหนี้อย่างไม่เป็นธรรม ถูกข่มขู่ เรียกเก็บดอกเบี้ยผิดกฎหมาย รวมถึงปัญหาสินเชื่อส่วนบุคคลการทำสินเชื่อเงินกู้ของกลุ่มครูแล้วถูกเรียกเก็บดอกเบี้ยแพงเกินจริง เป็นต้น

อันดับ 3: ด้านการสื่อสาร โทรคมนาคม

และเทคโนโลยีสารสนเทศ คิดเป็นร้อยละ 10.74 ของเรื่องร้องเรียนทั้งหมด ปัญหาที่พบส่วนใหญ่คือ ผู้บริโภคได้รับข้อความหลอกลวงหรือกวนใจผ่านโทรศัพท์มือถือ หลอกให้ผู้บริโภคกดลิงก์ดูดเงินหรือข้อมูลทางโทรศัพท์ และหลอกให้โอนเงินโดยอ้างเป็นเจ้าหน้าที่ธนาคาร หรือเจ้าหน้าที่หน่วยงานรัฐ รวมถึงปัญหาบริการอินเทอร์เน็ตมือถือราคาแพง ถูกเปลี่ยนแพ็คเกจโดยไม่แจ้ง คุณภาพสัญญาณไม่ดี เป็นต้น

สภาผู้บริโภคสามารถดำเนินการแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้มากถึงร้อยละ 80 (13,639 เรื่อง) ส่วนใหญ่สามารถยุติได้ก่อนยื่นฟ้องมากถึงร้อยละ 74 โดยผู้บริโภคได้รับการช่วยเหลือจากสภาผู้บริโภคจนได้รับเยียวยารวมเป็นเงินทั้งสิ้นราว 252 ล้านบาท โดยพบว่า ปัญหาด้านการเงินและการธนาคารมีมูลค่าสูงสุดถึง 152 ล้านบาท รองลงมา คือปัญหาด้านบริการสุขภาพ 29 ล้านบาท และด้านอสังหาริมทรัพย์และที่อยู่อาศัย

23 ล้านบาท ทั้งนี้ผู้บริโภคที่ใช้บริการร้องเรียนกับสภาผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อการให้บริการ เฉลี่ยมากถึงร้อยละ 93 ซึ่งความรวดเร็วในการติดต่อกลับและความยินดีในการให้คำปรึกษาแนะนำของสภาผู้บริโภคเป็นปัจจัยหลักของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

สำหรับการดำเนินการด้านฟ้องคดี สภาผู้บริโภคเป็นตัวแทนผู้บริโภคดำเนินการฟ้องคดีแทนผู้บริโภค หรือให้ความช่วยเหลือการดำเนินคดีที่ผู้บริโภคถูกฟ้องคดีจากการใช้สิทธิในฐานะผู้บริโภคแล้วกว่า 77 คดี มูลค่าทุนทรัพย์ฟ้องคดีราว 80 ล้านบาท ส่วนใหญ่เป็นประเด็นปัญหาด้านการเงินและการธนาคาร 45 คดี หรือคิดเป็นร้อยละ 58 ของจำนวนคดีที่สภาผู้บริโภคฟ้อง เช่น ปัญหาร้ายทุจริตทางการเงิน สัญญาที่ไม่เป็นธรรม เป็นต้น

ในปี 2568 คาดการณ์ว่าผู้บริโภคยังคงต้องเผชิญกับปัญหาสินค้าและบริการที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มปัญหาซื้อสินค้าออนไลน์ได้ของไม่ตรงปก ศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคแบบเบ็ดเสร็จ สภาผู้บริโภค และหน่วยงานประจำจังหวัด จึงจัดทำแนวทางแก้ไขปัญหให้กับผู้บริโภคที่ควรดำเนินการ “ภายใน 72 ชั่วโมง หลังจากโอนเงินซื้อสินค้าให้ร้านค้า” รวมทั้งติดตาม ตรวจสอบ เฝ้าระวังสถานการณ์ปัญหาสินค้าและบริการ เผยแพร่เป็นข้อมูลให้ผู้บริโภคตระหนักถึงพิษภัย รวมทั้งใช้เป็นแหล่งข้อมูลเบื้องต้นสำหรับผลักดันให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องบังคับใช้กฎหมายต่อไป

2. การพัฒนานโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค

แผนพัฒนานโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค มีวัตถุประสงค์เพื่อผลักดันประเด็นปัญหาของผู้บริโภคไปสู่การเปลี่ยนแปลง ปรับปรุง หรือแก้ไขในเชิงนโยบายและระบบ เป็นการขับเคลื่อนงานคุ้มครองผู้บริโภคบนฐานข้อมูล โดยนำประเด็นปัญหาข้อร้องเรียนของผู้บริโภคทุกด้านมาประมวลผล ศึกษาเพิ่มเติม และจัดทำเป็นข้อเสนอต่อรัฐบาล หน่วยงานภาครัฐ รวมทั้งผู้ประกอบการ ธุรกิจ สนับสนุนการพัฒนาวัตรกรรมการศึกษา วิจัย เพื่อให้มีการแก้ไขหรือบังคับใช้กฎหมาย หรือดำเนินการอื่นใดเพื่อให้เกิดการแก้ไขปัญหาอย่างยั่งยืน

ปีงบประมาณ 2567 สภาผู้บริโภคได้จัดทำข้อเสนอนโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคทั้งระดับประเทศและท้องถิ่น รวม 41 เรื่อง ครอบคลุมงานคุ้มครองผู้บริโภคตามนโยบาย 8 ด้าน โดยมีข้อเสนอใหม่ในปีนี้ 19 เรื่อง และข้อเสนอเดิมที่อยู่ระหว่างการผลักดัน 22 เรื่อง และได้ให้ความเห็นต่อระเบียบหรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับงานคุ้มครองผู้บริโภค รวม 13 เรื่อง ที่มีความสำคัญ เช่น

• เสนอธนาคารแห่งประเทศไทย

ให้ใช้มาตรการ “หน่วงเงิน” เพื่อแก้ปัญหาร้ายการเงิน โดยออกประกาศหรือระเบียบให้สถาบันการเงินทุกประเภทดำเนินมาตรการหน่วงเงิน ก่อนโอน (Delayed Transaction)

อย่างน้อย 24 ชั่วโมง สำหรับการโอนเงินเกิน 10,000 บาทขึ้นไป นอกจากนี้ให้นำระบบการจ่ายเงินผ่านนิติบุคคลที่ 3 ที่เป็นตัวกลาง (Escrow) มาใช้ในการซื้อขายออนไลน์ โดยธปท. ได้กำหนดมาตรการหน่วงเงินกับบัญชีม้าต้องสงสัย โดยจะเริ่มดำเนินการในเดือนมีนาคม 2568

• **เสนอสำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ (สปสช.)** ให้มีการตรวจคัดกรองความเสี่ยงโรคมะเร็งปอด ซึ่งเป็นสาเหตุการเสียชีวิตอันดับ 2 ของคนไทย อันเนื่องมาจากปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมและสภาพอากาศที่รุนแรงขึ้น เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้ารับการรักษา โดยอยู่ในขั้นตอนการพิจารณาของคณะทำงาน และอนุกรรมการเพื่อบรรจุเข้ากระบวนการศึกษาประสิทธิภาพและประเมินความคุ้มค่า

• **เสนอต่อกระทรวงสาธารณสุข** ให้มีมาตรการสร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภคกรณีการแจ้งผลเฝ้าระวังการเก็บตัวอย่างผลิตภัณฑ์ โดยให้มีมาตรการการเรียกคืนสินค้า (Product Recall) ทั้งของหน่วยงานและผู้ประกอบการให้รวดเร็วขึ้น และให้มีมาตรการชดเชยและเยียวยาความเสียหาย โดยสำนักงานกรรมการอาหารและยา (อย.) ได้ปรับปรุงขั้นตอนการแจ้งผลวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวอย่างรวดเร็วและได้ออกคำสั่งงดผลิต และเรียกคืนสินค้าเพื่อทำลาย

• **เสนอต่อสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา** ทิศทางกระจายเสียง ทิศทางโทรทัศน์ และ ทิศทางโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน

กสทช.) ให้เร่งรัดดำเนินการลงทะเบียน 1 ชิม 1 เบอร์ โดยเร็ว เร่งขึ้นทะเบียนชิมการ์ดของบุคคลทั่วไป และนิติบุคคล ที่มีการใช้เบอร์มากกว่า 5 เบอร์ และขอให้บูรณาการความร่วมมือระหว่างหน่วยงานแก้ปัญหาแก๊งคอลเซนเตอร์ ซึ่งอยู่ระหว่างติดตามผลการดำเนินงาน เป็นต้น

สภาผู้บริโภคยังได้ผลักดันข้อเสนอ นโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคอื่น ๆ ที่มีความสำคัญ เช่น สปสช. มีมาตรการให้ผู้ป่วยในสามารถเบิกค่าอาหารเหลวทางสายยางร่วมกับค่าห้องได้ ติดตามการจัดทำระบบแจ้งเตือนสาธารณสุขแห่งชาติ (Thai Alert) โดยกรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กระทรวงมหาดไทย คาดว่าระบบแจ้งเตือนภัยฉุกเฉินผ่านมือถือ จะสามารถให้บริการประชาชนได้ภายในปี 2568

นอกจากนี้ ได้ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ พรรคการเมือง และภาคประชาสังคม ผลักดันนโยบายและมาตรการเพื่อยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคในประเด็นต่าง ๆ เช่น ผลักดันร่าง พ.ร.บ.อาหารฉบับใหม่รวมกับอาหารหรือแนวทางการพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะให้มีคุณภาพ เข้าถึงได้ และครอบคลุมทั่วประเทศร่วมกับสำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร

ทั้งนี้ หน่วยงานรัฐได้ตอบสนองข้อเสนอของสภาผู้บริโภค ใน 5 ประเด็นสำคัญ ได้แก่ มาตรการลดภาระนักเรียนพลอดภัย การคุ้มครองผู้บริโภคในการซื้อสินค้าออนไลน์ที่ปลอดภัยและเป็นธรรม มาตรการจัดการ

ปัญหาภัยทุจริตทางการเงิน การจัดทำระบบเตือนสาธารณภัยแห่งชาติ (Thai Alert) และมาตรการจัดการราคาพลังงานที่เป็นธรรม

สภาผู้บริโภคนได้ยื่นเสนอแก้ไข ปรับปรุง และจัดทำกฎหมาย 3 ฉบับ ได้แก่ (ร่าง) พ.ร.บ.คุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ... (ร่าง) พ.ร.บ. ความรับผิดเพื่อความชำรุดบกพร่องของสินค้า พ.ศ. ... (ร่าง) พ.ร.บ. อาหาร (ฉบับที่ ...) พ.ศ. ... ร่วมกับภาคประชาชน 71,454 รายชื่อ เสนอต่อสำนักเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร รวมทั้งศึกษาปรับปรุง (ร่าง) พ.ร.บ. ประกันสังคม พ.ศ. ... เพื่อพัฒนาระบบประกันสังคมของไทยรองรับการเข้าสู่สังคมสูงวัย

50

3. การสนับสนุนสมาชิก หน่วยงานประจำ จังหวัด หน่วยงาน เขตพื้นที่ และ องค์กรผู้บริโภค

ในปีงบประมาณ 2567 สำนักงานสภาผู้บริโภค ได้สนับสนุนให้มีการจัดตั้งองค์กรของผู้บริโภคและเป็นผู้สมาชิกสภาผู้บริโภค รวมจำนวน 334 องค์กรครอบคลุมพื้นที่ 53 จังหวัดทั่วประเทศ โดยมีจำนวนองค์กรผู้บริโภคเพิ่มขึ้น 26 องค์กร ใน 10 จังหวัดใหม่ ประกอบไปด้วย อ่างทอง นครสวรรค์ พิจิตร ยโสธร ชัยภูมิ มหาสารคาม นครพนม สกลนคร มุกดาหาร และ

หนองบัวลำภู ซึ่งการพัฒนาศักยภาพองค์กรของผู้บริโภคเพื่อคุ้มครองพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคด้านสุขภาพ ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียเหนือและพื้นที่ภาคกลาง 12 จังหวัด ร่วมกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้สภาผู้บริโภคมียาจำนวนสมาชิกเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด

นอกจากนี้ สภาผู้บริโภค ได้สนับสนุนช่วยเหลือองค์กรสมาชิกและองค์กรของผู้บริโภคได้รับการสนับสนุน จำนวน 255 องค์กร ทุนราว 11 ล้านบาท ให้ทำหน้าที่เฝ้าระวังและแก้ไขปัญหาภัยออนไลน์ในพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศ ส่งผลให้ผู้บริโภคที่ประสบปัญหาภัยออนไลน์จังหวัดต่าง ๆ ได้รับการแก้ไขปัญหาได้รวดเร็ว และเป็นการยกระดับทักษะการรับรู้เรื่องราวเรียนของสมาชิกให้เชี่ยวชาญมากยิ่งขึ้น

รวมทั้งได้ขยายหน่วยงานประจำจังหวัด โดยผลักดันให้องค์กรสมาชิกที่มีศักยภาพทำหน้าที่เป็น ‘หน่วยประสานงานระดับจังหวัด’ และสนับสนุนให้เกิดเครือข่าย หรือร่วมเป็นสมาชิกองค์กรผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง โดยปี 2567 ได้ขยายหน่วยงานประจำจังหวัดเพิ่มขึ้นอีก 4 จังหวัด ได้แก่ กาฬสินธุ์ ปัตตานี สุรินทร์ และน่าน ซึ่งจากเดิมมี 15 จังหวัด เพิ่มเป็น 19 จังหวัด และทำงานเชื่อมกับหน่วยงานเขตพื้นที่ 4 ภูมิภาค ประกอบด้วย หน่วยงานเขตพื้นที่ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคตะวันตก และภาคใต้

ทั้งนี้ หน่วยงานประจำจังหวัด ดำเนิน



การรับเรื่องร้องเรียน 9,312 เรื่อง สูงกว่าเป้าหมายที่กำหนด (9,000 เรื่อง) และสามารถแก้ไขปัญหาคือเรื่องร้องเรียนจนได้ข้อยุติมากถึงร้อยละ 75 โดยผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเรื่องร้องเรียนมากถึงร้อยละ 93 คิดเป็นมูลค่าความเสียหายที่สามารถให้การช่วยเหลือผู้บริโภคจนได้รับการเยียวยา สูงถึง 130 ล้านบาท รวมถึงมีการจัดทำข้อเสนอแนะ นโยบาย และมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคระดับจังหวัด และระดับภาค เพื่อขับเคลื่อนนโยบายสำคัญ ๆ เช่น โครงการฐานน้ำดื่มปลอดภัย สร้างการรับรู้ในมาตรการเปิดก่อนจ่าย และร่วมกับ สสส. จัดทำโครงการพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะปลอดภัย ผลักดันให้มีศูนย์เรียนรู้การพัฒนากระบวนการรับส่งนักเรียนปลอดภัย 20 แห่ง ใน 15 จังหวัด และจัดให้มีการพัฒนาศักยภาพองค์กรสมาชิกอย่างต่อเนื่อง ทั้งในส่วนกลาง เขตพื้นที่ และระดับจังหวัด โดยเฉพาะปัญหาเกี่ยวกับภัยออนไลน์ทุกรูปแบบ จัดอบรมวิธีการสื่อสาร

เพื่อสร้างความตระหนักในการพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคผ่านโซเชียลมีเดีย ในโครงการ “ปึกหมุด หัวไทย” รวมถึงการจัดประชุมสามัญประจำปี เพื่อรับฟังข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพื่อยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคในภาพรวม

51

4. การสื่อสาร เพื่อการคุ้มครอง ผู้บริโภค

แผนงานสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นไปเพื่อสร้างความเข้มแข็ง การรู้เท่าทัน และการคุ้มครองสิทธิแก่ผู้บริโภคในทุกมิติ ในปีงบประมาณ 2567 มุ่งสื่อสารเพื่อเปิดมุมมองใหม่ให้สังคมเห็นว่า “การคุ้มครองผู้บริโภคไม่ใช่อุปสรรคต่อการเติบโตของธุรกิจ” ให้ข้อมูลประเด็นปัญหาที่ผู้บริโภคให้ความสนใจ เสริมสร้างความเท่าทันของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล

รวมถึงสร้างกลไกที่ทำให้ผู้บริโภคมียอำนาจต่อรองเทียบเท่ากับภาคธุรกิจ

สำหรับการสื่อสารประชาสัมพันธ์งานคุ้มครองผู้บริโภคได้เพิ่มรูปแบบการสื่อสารให้เข้าถึงผู้บริโภคหลากหลายกลุ่มมากขึ้นผ่าน 8 ช่องทางการสื่อสาร ด้วยกัน ได้แก่ เว็บไซต์ ‘สภาองค์กรของผู้บริโภค’ (tcc.or.th) ไลน์ออฟฟิเชียล ‘สภาองค์กรของผู้บริโภค’ (@tccthailand) เฟซบุ๊กแฟนเพจของสภาองค์กรของผู้บริโภค ยูทูป ‘สภาองค์กรของผู้บริโภค’ (tccthailand) อินสตาแกรม (tcc.thailand) เอ็กซ์ (X) ของสภาองค์กรของผู้บริโภค (@tccthailand) ดิจิตอลสภาองค์กรของผู้บริโภค (tcc.thailand) และสปอตติฟาย พอดแคสต์ (TCC Thailand)

52

ปัจจุบันมีผู้ติดตามทุกช่องทางรวมทั้งสิ้น 170,190 บัญชี มีผู้บริโภคเข้าถึงข้อมูลการเผยแพร่รวมกว่า 62 ล้านครั้ง มีอินฟลูเอนเซอร์ หรือผู้มีอิทธิพลทางความคิดในสื่อออนไลน์ รวมถึงสื่อมวลชนได้นำข้อมูลของสภาผู้บริโภคไปเผยแพร่ต่อผ่านช่องทางต่าง ๆ อีก 5,926 ครั้ง คิดเป็นมูลค่าการสื่อสารและประชาสัมพันธ์กว่า 697 ล้านบาท

งานสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคที่ประสบความสำเร็จอย่างสูง คือ รายการ “สภาผู้บริโภคไลฟ์” ซึ่งออกอากาศตั้งแต่เดือนเมษายน 2567 มีทั้งหมด 24 ตอน เข้าถึงผู้ชมกลุ่มเป้าหมายกว่า 22 ล้านราย มียอดชมคลิปกว่า 11 ล้านครั้ง

ความสำเร็จในด้านการสื่อสารเพื่อสร้าง

ความเปลี่ยนแปลงด้วยแนวคิดที่สร้างสรรค์ทำให้สภาผู้บริโภคได้รับรางวัลผู้ชนะ “Winner” ในสาขาผู้มีอิทธิพลทางความคิดที่มีผลกระทบต่อสังคมยอดเยี่ยม Best Social Impact Influencer จากเวทีรางวัลอินฟลูเอนเซอร์ประเทศไทย 2567 หรือ “Thailand Influencer Awards 2023” รวมถึงรางวัลภาคส่วนที่สร้างผลกระทบต่อสังคมประจำปี “Social Impact Partner of The Year” จากงานประกาศรางวัลดิจิทัลก่อกประเทศไทย 2567 “TikTok Award Thailand 2024” รางวัลเหล่านี้เป็นแรงผลักดันให้สภาผู้บริโภคดำเนินงานเพื่อพัฒนาสังคมที่ยั่งยืนต่อไป รวมทั้งขยายภาคีเครือข่ายไปที่คนรุ่นใหม่ เพื่อเผยแพร่ความรู้ให้ผู้บริโภครู้เท่าทันปัญหาในยุคดิจิทัล

5. การบริหารจัดการ สำนักงานและพัฒนา ศักยภาพสภาองค์กร ของผู้บริโภค

แผนงานบริหารจัดการสำนักงานและพัฒนาศักยภาพสภาองค์กรของผู้บริโภค มีภารกิจและความรับผิดชอบหลักในการดูแลดำเนินงานบัญชีและการเงิน งานบริหารบุคคล งานจัดซื้อจัดจ้าง งานธุรการและสารบรรณ งานอาคารสถานที่และบริหารทั่วไป งานศูนย์ข้อมูล และเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อสนับสนุนการทำงานของสำนักงานสภาผู้บริโภค หน่วยงานประจำจังหวัด และส่วน

ภูมิภาคอย่างมีประสิทธิภาพ ในปีงบประมาณ 2567 สภาผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะบุคลากร เช่น การจัดการข้อมูลเพื่อการสื่อสาร เน้นการนำเทคโนโลยีมาช่วยอำนวยความสะดวก ลดอุปสรรคในการดำเนินงาน เพื่อให้การคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ตอบสนองการแก้ปัญหาให้ผู้บริโภคอย่างรวดเร็วและทันต่อสถานการณ์

สภาผู้บริโภคได้จัดทำแผนแม่บทการบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคล (Master Plan for Human Resources Management and Development) ระยะ 3 ปี (2568 - 2570) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการบริหารทรัพยากรบุคคลให้สนองต่อนโยบาย เป้าหมายและยุทธศาสตร์ขององค์กร และสามารถวัดผลได้อย่างเป็นรูปธรรม นำไปสู่การพัฒนาทรัพยากรบุคคลของสำนักงานสภาผู้บริโภคได้อย่างต่อเนื่อง ร่วมกับยกระดับการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยจัดทำแผนแม่บทดิจิทัล (Digital Master Plan) ฉบับที่ 1 ระยะเวลา 3 ปี (2568 - 2570) เพื่อนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาสนับสนุนการดำเนินงานตามภารกิจของสภาผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงปรับปรุงระบบซีอาร์เอ็ม เว็บไซต์ สภาผู้บริโภค การพัฒนาระบบเว็บพอร์ทัล (Web Portal) ที่รวบรวมบริการอีเซอร์วิส (e-Service) ขององค์กรอย่างต่อเนื่อง ให้เป็นช่องทางเดียวเพื่ออำนวยความสะดวกให้ง่ายต่อการเข้าถึงของผู้บริโภค สมาชิก และองค์กรของผู้บริโภค



ผลจากการประเมินผลการดำเนินงานของสภาผู้บริโภค ตามมาตรา 17 แห่ง พ.ร.บ. การจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 ที่ครอบคลุมด้านประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพการพัฒนาสภาผู้บริโภค และการสนับสนุนจากประชาชน พบว่าภาพรวมถือว่าอยู่ในระดับดีหากเทียบกับผลการประเมินหน่วยงานภาครัฐโดยทั่ว ๆ ไป โดยได้คะแนนเฉลี่ย 73.6 คะแนน เต็ม 100 พร้อมทั้งจัดทำแผนกลยุทธ์ของสำนักงานสภาผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ 2567 - 2571 ซึ่งอยู่ภายใต้แผนยุทธศาสตร์ของสภาผู้บริโภค ระยะ 5 ปี และกำหนดวิสัยทัศน์องค์กรใหม่คือ “เป็นกลไกผลักดันนโยบายเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับความเป็นธรรม” ภายใต้พันธกิจ 6 ข้อ เพื่อให้สภาผู้บริโภคมีกรอบและทิศทางการดำเนินงานที่ชัดเจน สอดรับกับการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ให้บรรลุเป้าหมายการคุ้มครองผู้บริโภคที่วางไว้

ส่วนที่ 3

ปัญหา อุปสรรค และความท้าทาย

1. ปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไข
2. ก้าวต่อไปกับความท้าทายงานคุ้มครองผู้บริโภค ปี 2568



ปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไข

พ การดำเนินงานของสภาผู้บริโภค ในปี 2567 ถือว่ามีความก้าวหน้าและประสบผลสำเร็จ โดยเฉพาะในการผลักดันนโยบายในการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคที่เป็นรูปธรรมในหลายประเด็น อย่างไรก็ตาม ปัญหาของผู้บริโภคที่มีการปรับเปลี่ยนเปลี่ยนแปลง ซับซ้อนมากขึ้น และกระจายในวงกว้างอย่างรวดเร็ว ภายใต้เทคโนโลยี ทำให้การดำเนินงานของสภาผู้บริโภคยังคงต้องเผชิญปัญหาและอุปสรรคที่ท้าทาย ซึ่งจำเป็นต้องหากลไกให้ทันกับการเปลี่ยนแปลง โดยสามารถจัดลำดับความสำคัญได้ดังนี้

1. ด้านงบประมาณ

สำหรับปัญหาและอุปสรรคในปีงบประมาณ 2567 นั้น มีผลกระทบสืบเนื่องมาจากการรับงบประมาณในปี 2566 ซึ่งสภาผู้บริโภคไม่ได้รับงบประมาณจากงบประมาณประจำปี ที่จัดสรรให้โดยสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีตามกฎหมาย แต่ได้รับจากงบกลางรายการเงินสำรองจ่ายเพื่อกรณีฉุกเฉินหรือจำเป็นจำนวน 153 ล้านบาท ส่งผลให้ขาดงบประมาณใช้พลางก่อนในการจัดทำกิจกรรมในปี 2567 โดยสภาผู้บริโภคได้รับงบประมาณจำนวน 149.16 ล้านบาทในไตรมาสที่ 3 และได้รับงบกลางฯ เพิ่มจำนวน 20.53 ล้านบาท รวม 169.69 ล้านบาท ทั้งนี้สภาผู้บริโภคสามารถใช้งบประมาณได้มากถึงร้อยละ 92 ของงบประมาณที่ได้รับการอุดหนุน

หนึ่งในปัญหาด้านงบประมาณนี้ คือ กระบวนการเสนองบประมาณมีขั้นตอนยาวนานกว่าปกติด้วยเหตุที่สภาผู้บริโภคไม่ได้เป็นหน่วยงานที่รับงบประมาณโดยตรง

จากรัฐ แต่ต้องนำเสนอของงบประมาณผ่านสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี (สปน.) เพื่อนำเสนอต่อคณะรัฐมนตรีพิจารณา ก่อนส่งต่อให้สำนักงบประมาณเป็นผู้จัดสรร จึงมีขั้นตอนการจัดทำงบประมาณให้คณะรัฐมนตรีเห็นชอบก่อน แตกต่างจากหน่วยงานภาครัฐปกติ อย่างไรก็ตาม ในช่วงที่ผ่านมา การเสนองบประมาณได้รับการสนับสนุนและช่วยเหลือเป็นอย่างดีจากสปน. ทำให้การเสนองบประมาณมีความถูกต้อง รอบคอบ และรัดกุมมากขึ้น

สำหรับแนวทางแก้ไขอุปสรรคดังกล่าว สภาผู้บริโภคเน้นกำกับการบริหารจัดการให้เป็นไปตามแผนที่เสนอขออนุมัติ พร้อมทั้งสร้างกลไกการบริหารในระบอบสารสนเทศแบบเรียลไทม์ เพื่อใช้พิจารณาความก้าวหน้าหรือเร่งรัดการดำเนินงาน รวมถึงจัดทำแผนการดำเนินงานและแผนการใช้จ่าย ระยะกลาง 5 ปี (2567 - 2571) เพื่อเตรียมความพร้อมในการเสนองบประมาณประจำปี

2. ด้านการคุ้มครอง และ พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค

เมื่อปัญหาผู้บริโภคมีปริมาณมากและหลากหลายเปรียบเหมือนสินค้าในซูเปอร์มาร์เก็ต จึงไม่ยากที่จะจัดลำดับความสำคัญในการทำงาน ระหว่างที่แก้ปัญหาหนึ่ง ก็ได้เกิดปัญหาอื่นซ้อนขึ้นมา โดยเฉพาะประเด็นปัญหาที่เกิดจากพัฒนาการของเทคโนโลยี ภัยออนไลน์ มิจฉาชีพที่อาศัยเทคโนโลยีในการเปลี่ยนรูปแบบการหลอกลวง ทำให้การแก้ปัญหายากขึ้น ซับซ้อนมากขึ้น และต้องอาศัยทรัพยากรจำนวนมาก ในขณะที่เดียวกับการขยายเครือข่ายสมาชิกองค์กรของผู้บริโภคให้เข้าถึงผู้บริโภคทั่วประเทศ ยังไม่สามารถทำได้รวดเร็ว เพราะมีขั้นตอนตามที่กฎหมายกำหนด สภาผู้บริโภคจึงต้องจัดลำดับความสำคัญของปัญหาและพยายามแก้ไขเพื่อลดผลกระทบต่อบริโภคให้ได้มากที่สุด รวมทั้งการดำเนินการเพื่อยุติปัญหาและการประสานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีข้อจำกัดมากขึ้น ในขณะเดียวกันระบบฐานข้อมูลรับเรื่องร้องเรียน ยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ร้องเรียน และผู้ปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม

สิ่งที่สภาผู้บริโภคได้ดำเนินการเพื่อแก้ปัญหา คือ การเปิดพื้นที่หารือร่วมกับหน่วยงานภาครัฐหรือผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง และประสานนักวิชาการ ทนายความ เพื่อสนับสนุนการให้คำปรึกษา ความรู้ประกอบการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค

3. ด้านการเสนอนโยบาย และมาตรการคุ้มครอง ผู้บริโภค

แม้ว่ากฎหมายจัดตั้งสภาผู้บริโภคจะให้อำนาจในการเสนอแนะนโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคต่อคณะรัฐมนตรีหรือหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง แต่ในทางปฏิบัติ การขับเคลื่อนนโยบายแต่ละประเด็น ต้องใช้เวลายาวนาน หน่วยงานที่ได้รับข้อเสนอแนะมักไม่ตอบสนองหรือไม่มีการดำเนินการที่เป็นรูปธรรม ส่งผลให้การแก้ไขปัญหาผู้บริโภคล่าช้าและไม่ทันต่อสถานการณ์

ขณะที่ในระดับภูมิภาค สภาผู้บริโภคพบปัญหาและข้อร้องเรียนที่หลากหลายตามบริบทพื้นที่ที่แตกต่างกัน ทำให้การดำเนินงานยังไม่ครอบคลุมเพียงพอ ส่งผลให้การแก้ไขปัญหาผู้บริโภคในระดับภูมิภาคต้องเผชิญกับข้อจำกัดด้านการจัดการและการประสานงาน

สำหรับแนวทางแก้ไข สภาผู้บริโภคได้มีการจัดกลไกในการพัฒนานโยบายระดับจังหวัด และการเผยแพร่นโยบายของสภาผู้บริโภคไปยังพื้นที่ที่มีหน่วยงานประจำจังหวัด สมาชิกของสภาผู้บริโภค ดำเนินการกลุ่มปัญหา จัดลำดับการผลักดันนโยบายเวทีหาความร่วมมือเพื่อให้เกิดการตอบรับและการเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นรูปธรรม รวมถึงวางแผนและกำหนดทิศทางการขับเคลื่อนนโยบายร่วมกับส่วนภูมิภาคอย่างเป็นระบบ ขยายภาคี และหาแนวร่วมในการขับเคลื่อนงานให้มากขึ้น

4. ด้านการขยาย และสร้างความเข้มแข็ง ให้กับองค์กรสมาชิก

แม้สภาผู้บริโภคมีความประสงค์ที่จะขยายสมาชิกของสภาผู้บริโภคในพื้นที่จังหวัดที่ยังไม่มีองค์กรสมาชิกจนครบทั่วทุกจังหวัดทั่วประเทศ แต่ยังไม่สามารถบรรลุเป้าหมายได้ในเวลาอันรวดเร็ว ทั้งนี้ เนื่องจากข้อจำกัดในเงื่อนไขขององค์กรของผู้บริโภคที่จะเข้าเป็นสมาชิก ที่ต้องผ่านการรับรองสถานะความเป็นองค์กรของผู้บริโภคตามหลักเกณฑ์การพิจารณายื่นขอสถานะความเป็นองค์กรผู้บริโภค (อกผ.3) ที่สปน. กำหนดก่อน จึงจะสามารถสมัครเป็นสมาชิกสภาผู้บริโภคได้ ซึ่งองค์กรของผู้บริโภคจะต้องมีคุณสมบัติดังนี้

1. ไม่เป็นองค์กรของผู้บริโภคที่จัดตั้งขึ้น ไม่ว่าจะโดยตรงหรือโดยอ้อมหรือถูกครอบงำโดยผู้ประกอบการที่เป็นนิติบุคคล กรรมการหรือผู้มีอำนาจบริหารของผู้ประกอบการดังกล่าว หรือโดยหน่วยงานของรัฐ เจ้าหน้าที่ของรัฐ หรือพรรคการเมือง
2. ไม่เป็นองค์กรของผู้บริโภคที่ได้รับเงินอุดหนุน ไม่ว่าจะโดยตรงหรือโดยอ้อมจากบุคคลตาม 1. เว้นแต่เป็นเงินที่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐหรือเจ้าหน้าที่ของรัฐ หรือได้รับตามพระราชบัญญัตินี้
3. ต้องมีหลักฐานแสดงว่าเป็นผู้ดำเนินการเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นที่ประจักษ์มาแล้วไม่น้อยกว่าสองปีก่อนวันยื่นแจ้ง

เหตุที่องค์กรที่ผ่านการพิจารณาการจดทะเบียนมีจำนวนน้อย เนื่องจากข้อจำกัดในการจัดทำข้อมูล ปัญหาความเข้าใจในการเตรียมเอกสารที่แสดงถึงผลงานเชิงประจักษ์ ทำให้เอกสารมีความไม่สมบูรณ์ ถูกต้องและครบถ้วน

ทั้งนี้ สภาผู้บริโภคได้ดำเนินการแก้ไขปัญหาด้วยการสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องและชัดเจนต่อองค์กรที่มีความประสงค์จะเข้าเป็นสมาชิก ในการเตรียมเอกสารที่แสดงถึงผลงานเชิงประจักษ์ และให้คำแนะนำในการจัดเตรียมเอกสารต่าง ๆ เพื่อการขึ้นทะเบียนองค์กรของผู้บริโภค

ในขณะเดียวกัน องค์กรสมาชิกบางส่วนที่เป็นสมาชิกสภาผู้บริโภคยังมีข้อจำกัดเกี่ยวกับทักษะการทำงานรับเรื่องร้องเรียน การไกล่เกลี่ย และการจัดการข้อมูลด้วยระบบสารสนเทศ ทำให้กระบวนการแก้ไขปัญหาล่าช้า ผู้บริโภคต้องใช้เวลาดำเนินการที่มากขึ้น ซึ่งแนวทางแก้ไขปัญหาคือการสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพและติดตามองค์กรสมาชิกในพื้นที่เพื่อพัฒนาทักษะการทำงานรับเรื่องร้องเรียนและเทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดการข้อมูลเชิงลึก

5. ด้านการสื่อสารเพื่อการ คุ้มครองผู้บริโภค

การสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในยุคดิจิทัลต้องเผชิญกับความท้าทายหลายด้าน ทั้งจากการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภค

รวมถึงการเปลี่ยนแปลงของแพลตฟอร์มและเทคโนโลยีการซื้อขายสินค้าและบริการที่ทำให้เกิดการซื้อขาย และจัดส่งสินค้าให้ผู้บริโภคได้ตลอด 24 ชั่วโมง ในขณะที่ข้อมูลด้านการรู้เท่าทัน หรือเตือนภัยผู้บริโภคยังไม่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้รวดเร็วในระดับเดียวกัน

ส่วนผู้บริโภคอีกกลุ่มที่เป็นผู้ผลิตสื่อได้เอง (User - Generated Content) สามารถผลิตเนื้อหาที่มีประโยชน์และเป็นภัยต่อผู้บริโภคได้พร้อม ๆ กัน โดยเฉพาะกรณีของอินฟลูเอนเซอร์ที่สร้างเนื้อหาโดยเน้นยอดขายมากกว่าความถูกต้องของข้อมูลเกิดปัญหาด้านจริยธรรมและความน่าเชื่อถือ

ถือของอินฟลูเอนเซอร์ที่มีอิทธิพลทางความคิดของสังคมบางกลุ่ม นอกจากนี้ ค่านิยมทางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้ผู้บริโภคคาดหวังการเข้าถึงข้อมูลอย่างเสรีมากขึ้น

สำหรับแนวทางแก้ไขปัญหาดังกล่าว สภาผู้บริโภคได้ใช้กลยุทธ์สำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลให้มีประสิทธิภาพและทันต่อสถานการณ์ สร้างความร่วมมือกับหน่วยงานอื่น และกลุ่มอินฟลูเอนเซอร์ที่มีอิทธิพลทางความคิดต่อผู้บริโภคมาช่วยในการสื่อสาร พร้อมทั้งมุ่งเน้นการนำเสนอข้อมูลที่มีคุณค่า ทันเหตุการณ์ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ก้าวต่อไปกับความท้าทายงานคุ้มครองผู้บริโภคปี 2568

สภาผู้บริโภคจะขับเคลื่อน 5 นโยบายมุ่งเป้าเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตผู้บริโภคไทย สร้างสังคมที่เป็นธรรมสำหรับทุกคน ดังนี้

ที่	นโยบายมุ่งเป้าปี 2568	ประเด็นที่จะขับเคลื่อน
1.	ลดความเสียหายจากภัยมิฉฉาชีพออนไลน์	• เสนอภาครัฐให้ผลักดันระบบป้องกัน ทั้งระบบชะลอการโอนเงิน ระบบคืนเงินฉฉาฉฉา • การยืนยันตัวตนผู้ขายที่เชื่อถือได้ เพื่อผู้บริโภคใช้ชีวิตซื้อของในโลกออนไลน์ได้อย่างมั่นใจ • จัดการแก๊งคอลเซนเตอร์ และยุติการส่ง sms แบนลิงก์ดูดเงิน
2.	Just City เมืองที่ (ต้อง) เป็นธรรม	• ผลักดันให้รับรองสิทธิผู้บริโภค บริการขนส่งสาธารณะขึ้นได้ทุกวัน ออกจากบ้าน 500 เมตรเจอป้ายรถ ขนส่งสาธารณะ สองแถว ค่าโดยสารไม่เกินร้อยละ 10 ของค่าแรง

ที่	นโยบายมุ่งเป้าปี 2568	ประเด็นที่จะขับเคลื่อน
		• ลดการก่อสร้างถนนที่ไม่จำเป็น ต้องเป็นถนนที่มีคุณภาพรองรับการเดินทางทุกรูปสำหรับทุกคน ลดการใช้พลังงานฟอสซิล ใช้พลังงานสะอาดเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ดีของทุกคน • รับรองสิทธิผู้บริโภคที่จะเข้าถึงความจำเป็นขั้นพื้นฐาน โดยเฉพาะที่อยู่อาศัยที่สะดวกในการเข้าถึงบริการขนส่งสาธารณะ
3.	เด็กทุกคนได้เรียนฟรี 15 ปี มีคุณภาพอย่างมีส่วนร่วม	มุ่งมั่นพัฒนาการศึกษาให้เด็กไทยทุกคนได้เรียนฟรี 15 ปีอย่างมีคุณภาพ พร้อมปรับปรุง พ.ร.บ. การศึกษาแห่งชาติให้ทันสมัย เพื่อสร้างอนาคตที่สดใสให้เยาวชนไทย
4.	ผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ปลอดภัย และเป็นธรรม	เสนอแก้กฎหมาย พ.ร.บ.อาหาร จากปี 2522 ให้ทันสมัย พร้อมผลักดันหน่วยงานกำกับดูแลสร้างระบบแจ้งเตือนภัยด้านอาหารและยาแบบเรียลไทม์ เพื่อให้คนไทยได้บริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ปลอดภัย มีคุณภาพ ในราคาที่เอื้อมถึง
5.	สิทธิบริการสุขภาพเท่าเทียม มีมาตรฐาน	ยกระดับมาตรฐานบริการสุขภาพตั้งเป้าให้คนไทยทุกคนเข้าถึงบริการสุขภาพมาตรฐานเดียวกัน ลดเวลารอคอย ไม่ต้องสำรองจ่าย พร้อมดูแลความปลอดภัยในการใช้บริการคลินิกเสริมความงาม



ดาวนิโหลดรายงานประจำปี 2567
สภาองค์กรของผู้บริโภค (สภาผู้บริโภค)
ฉบับสมบูรณ์ และฉบับผู้บริโภคได้ทันที

ช่องทางการติดต่อ/ร้องทุกข์กับสภาผู้บริโภค



- M** **การรถไฟฟ้าใต้ดิน** : ออกจาก MRT ปทุมธานี 1 แล้วขึ้น 60 เมตร ไปตรงลาดพร้าว 26 ถึง 7-11 ปากซอย แล้วขึ้นบันไดเลื่อนประมาณ 340 เมตร แล้วขวา ไปตามทาง 100 เมตร จนถึงแยก 1-2 แล้วขวา สำนักงานจะอยู่ทางขวามือ
- M** **การรถไฟฟ้าสายสีเหลือง** : ออกจากประตู 4 (อาคารจอดรถแล้ว) ลงลิฟท์ขึ้น Supermarket ขึ้นบันไดขึ้นบันได MRT สายสีเหลือง ออกประตู 1 แล้วขึ้น 60 เมตร ไปตรงลาดพร้าว 26 ถึง 7-11 ปากซอย แล้วขึ้นบันไดเลื่อนประมาณ 340 เมตร แล้วขวา ไปตามทาง 100 เมตร จนถึงแยก 1-2 แล้วขวา สำนักงานจะอยู่ทางขวามือ
- P** **จากที่จอดรถถนนสีลม** : จากที่จอดรถด้านหลัง ออกมาตามถนน 80 เมตร ถึง ซอยลาดพร้าว 26 แยก 1-2 แล้วขวา ไปตามทาง 100 เมตร สำนักงานจะอยู่ทางขวามือ
- Bus** **การรถประจำทาง** : 44 / 44 / 92 / 96 / 122 / 145 / 182 ขึ้นไปตรงลาดพร้าว 26 ถึง 7-11 ปากซอย แล้วขึ้นบันไดเลื่อนประมาณ 340 เมตร แล้วขวา ไปตามทาง 100 เมตร จนถึงแยก 1-2 แล้วขวา สำนักงานจะอยู่ทางขวามือ

ส่วนกลาง

สายด่วน โทร. 1502 (จันทร์ - ศุกร์ เวลาทำการ 09.00-18.00 น.)



ระบบรับเรื่องร้องเรียน



เฟซบุ๊ก
'สภาองค์กรของผู้บริโภค'



ไลน์
'@tccthailand'

ส่วนภูมิภาค

ที่	จังหวัด	ชื่อองค์กร/ ที่อยู่	ช่องทางการติดต่อ
ภาคเหนือ			
1.	เชียงราย	สมาคมประชาสังคมเพื่อการพัฒนา 438-439 หมู่ 19 ตำบลรอบเวียง อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย 57000	053-600416 
2.	เชียงใหม่	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ภาคประชาชนจังหวัดเชียงใหม่ 111 หมู่ที่ 5 ตำบลแม่เหิยะ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50100	089-6331638 
3.	ลำพูน	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจังหวัดลำพูน 89/1 หมู่ที่ 2 ตำบลเวียงยอง อำเภอเมืองลำพูน จังหวัดลำพูน 51000	053-561137, 062-7030201 
4.	ลำปาง	สถาบันธรรมาภีพัฒน์ 249/42 ถนนเขลางค์นคร ตำบลหัวเวียง อำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง 52000	054-012274 

61

ส่วนภูมิภาค

ที่	จังหวัด	ชื่อองค์กร/ ที่อยู่	ช่องทางการติดต่อ	
ภาคเหนือ				
5.	พะเยา	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจังหวัดพะเยา 91 หมู่ที่ 2 ตำบลบ้านสันป่าม่วง อำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา 56000	084-8046444	
6.	น่าน	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจังหวัดน่าน 300/25 หมู่ที่ 6 ตำบลสุไโ้ อำเภอเมืองน่าน จังหวัดน่าน 55000	054-716309	
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ				
7.	ร้อยเอ็ด	ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน จังหวัดร้อยเอ็ด 687 หมู่ที่ 16 ตำบลรอบเมือง อำเภอเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด 45000	080-0159440	
8.	ขอนแก่น	ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน จังหวัดขอนแก่น 686/5 ซอยวุฒาราม ถนนหน้าเมือง ตำบลโนเมือง อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น 40000	089-9405009	
9.	กาฬสินธุ์	องค์กรเครือข่ายเพื่อนกาฬสินธุ์ 9 หมู่ที่ 7 ตำบลนิคม อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ 46140	064-9470054	
10.	สุรินทร์	ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน อำเภอเมืองสุรินทร์ 56 หมู่ที่ 16 ตำบลนอกเมือง อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ 32000	081-0658457	

ที่	จังหวัด	ชื่อองค์กร/ ที่อยู่	ช่องทางการติดต่อ	
ภาคตะวันตก				
11.	กาญจนบุรี	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคกาญจนบุรี 68/1 หมู่ที่ 5 ตำบลปากแพรก อำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี 71000	080-4373337	
12.	สมุทรสงคราม	สมาคมพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคจังหวัดสมุทรสงคราม 105/13 หมู่ที่ 2 ตำบลบางแก้ว อำเภอเมืองสมุทรสงคราม จังหวัดสมุทรสงคราม 75000	099-3251101	
13.	ประจวบคีรีขันธ์	ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 1/56 หมู่บ้านเดซีนิ 5 ถนนมหาธาตุ ตำบลประจวบคีรีขันธ์ อำเภอเมืองประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77000	081-8757299	
14.	นครปฐม	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจังหวัดนครปฐม 496/26 ถนนราชมรรคา ตำบลพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม 73000	094-5562059	
ภาคใต้				
15.	สุราษฎร์ธานี	โครงการบริโภคสร้างสรรค์สุราษฎร์ธานี 180/3 หมู่ที่ 1 ถนนปทุมพร ตำบลมะขามเตี้ย อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี 84000	080-5223222	
16.	สงขลา	สมาคมผู้บริโภคสงขลา 1427 ถนนเพชรเกษม ตำบลหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110	089-7342298	

ที่	จังหวัด	ชื่อองค์กร/ ที่อยู่	ช่องทางการติดต่อ
-----	---------	---------------------	------------------

ภาคใต้

17.	สตูล	เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดสตูล 371 หมู่ที่ 9 ตำบลละงู อำเภอละงู จังหวัดสตูล 91110	095-0160084 
18.	ปัตตานี	สมาคมคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดปัตตานี 157/73 หมู่ที่ 11 ถนนนาเกลือ ตำบลบานา อำเภอเมืองปัตตานี จังหวัดปัตตานี 94000	073-414476, 086-1071028 

ภาคกลาง

19.	พระนครศรีอยุธยา	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจังหวัด พระนครศรีอยุธยา 5/10 ถนนโรจนะ ตำบลหอรบไชย อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13000	093-0902333 
-----	-----------------	--	--

กรุงเทพมหานคร

20.	กรุงเทพมหานคร	มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค 4/2 ซอยวัฒนาโยธิน แขวงพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร 10400	02-2483734 ถึง 7 
-----	---------------	--	---

หมายเหตุ ข้อมูล ณ วันที่ 31 มี.ค. 2568

สภาผู้บริโภคร

คือสภาของประชาชน
ใช้ภาษีของประชาชน
เพิ่มอำนาจต่อรองให้ผู้บริโภค
เป็นประโยชน์กับทุกฝ่าย

1502
โทรเลข **เพื่อนพร้อมเคลียร์**



[f tccthailand](#)



[@tccthailand](#)

สำนักงานสภาผู้บริโภคร

เลขที่ 110/1 ซอยลาดพร้าว 26 แยก 1-2 ถนนลาดพร้าว
แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900

โทรศัพท์: 0-2239-1839

อีเมล: contact@tcc.or.th

เว็บไซต์: www.tcc.or.th