



รายงาน ผลการดำเนินงาน

ตามแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณ

ตั้งแต่เดือนเมษายน ถึง มิถุนายน

3
ไตรมาส

2 5 6 9



พันธกิจ (Mission)

1. ส่งเสริมให้ผู้บริโภคคุ้มครองสิทธิตนเองได้ และสภาองค์กรของผู้บริโภคเป็นกลไกเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค
2. ผลักดันนโยบาย กฎหมาย และมาตรการ เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค
3. สนับสนุนสมาชิก องค์กรสมาชิกและองค์กรของผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพและได้รับความเชื่อถือ
4. สร้างวัฒนธรรมและมุมมองใหม่ว่าการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นประโยชน์กับทุกฝ่าย
5. สนับสนุนให้มีการบริโภคที่ยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
6. สื่อสารและสร้างเครือข่ายกับทุกภาคส่วน เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

ยุทธศาสตร์ (Strategy)

1. คุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค
2. เสนอแนะ และผลักดันนโยบายเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค
3. สร้างความเข้มแข็งให้กับสมาชิกและองค์กรของผู้บริโภค
4. พัฒนาการสื่อสารสาธารณะ เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค
5. พัฒนาการดำเนินงานและบริหารจัดการสภาองค์กรของผู้บริโภค



ทุกปัญหามีทางออก
โทรบอกเรา



สภาผู้บริโภค
1502
โทรเลย เพื่อนพร้อมเคลียร์



คำนำ

สภาองค์กรของผู้บริโภค (สภาผู้บริโภค) จัดทำรายงานผลการดำเนินการตามแผนปฏิบัติงาน และแผนการใช้จ่าย ประจำปีงบประมาณ 2569 (ระหว่างเดือนเมษายน-มิถุนายน 2569) ภายใต้งบประมาณที่ได้รับการจัดสรรจากพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 ซึ่งจะรายงานผลให้สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี (สปน.) และสาธารณชนทราบ ทั้งนี้ ขอขอบพระคุณ สปน. สำหรับการทำหน้าที่สนับสนุนให้สภาผู้บริโภคสามารถทำหน้าที่เป็นตัวแทนผู้บริโภคทุกคน ในทุกด้านเป็นอย่างดี เพื่อผลประโยชน์สูงสุดในการยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคไทยให้ทัดเทียมสากล หวังเป็นอย่างยิ่งว่ารายงานฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจ และการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคต่อไป หากมีข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะประการใดโปรดแจ้งฝ่ายงานเลขานุการ สำนักงานสภาผู้บริโภค โทร. 0-2938-1502

สภาผู้บริโภค
กรกฎาคม 2569

รู้ก่อนร้องเรียน

ค้นคำตอบที่ฐานความรู้

รวบรวมคำถามที่พบบ่อย - คำตอบที่เข้าใจง่าย ใช้ได้ทันที



คลินิก
เสริมความงามนี้
จริงหรือหลอก



ซื้อรถไว้
แต่ไม่ได้ขับ
เน้นนอนอยู่

SMS กวนใจ
บล็อกยังไม่
ก็ส่งมาอยู่ดี

เพิ่งซื้อของมาใช้
แต่แบบ ๆ
พังแล้วหรอ



สภาผู้บริโภค
Thailand Consumers Council

สารบัญ

สารบัญ.....	ค
บทสรุปผู้บริหาร.....	ง
ส่วนที่ 1 ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการที่สำคัญ	1
ส่วนที่ 2 การใช้จ่ายงบประมาณ.....	9

รู้ไหม?

ค่าใช้จ่าย 22 รายการนี้

โรงเรียนห้ามเรียกเก็บ

ชวนผู้ปกครอง “เช็กใบเสร็จ” ค่าใช้จ่ายไหน
ห้ามเรียกเก็บในรายการที่รัฐอุดหนุน
ตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ
สำหรับหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน

สภาผู้บริโภค
Thailand Consumers Council

ค่าเรียน & อุปกรณ์

- ค่าเล่าเรียน
- ค่าหนังสือเรียน
- ค่าอุปกรณ์การเรียน
- ค่าเครื่องแบบนักเรียน

วัสดุ & บริการพื้นฐาน

- วัสดุฝึก สอน สอบ
- สมุดรายงานนักเรียน
- ห้องสมุด
- ห้องพยาบาล
- วัสดุสำนักงาน

กิจกรรม & การเรียนรู้

- กิจกรรมวิชาการ (ปีละ 1 ครั้ง)
- กิจกรรมคุณธรรม / ลูกเสือ / เนตรนารี / ยุวकाชาด
- ทัศนศึกษา (ปีละ 1 ครั้ง)
- อินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียน (40 ชั่วโมง/ปี)

การดูแลนักเรียน

- ค่าดูแลนักเรียน
- คู่มือนักเรียน
- บัตรนักเรียน
- ปฐมนิเทศ
- วารสารโรงเรียน

ค่าใช้จ่ายภายในโรงเรียน

- ค่าน้ำมัน / เชื้อเพลิง
- งานบ้านงานครัว
- อุปกรณ์กีฬา
- ซ่อมแซมอุปกรณ์การเรียน

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

บทสรุปผู้บริหาร

สภาผู้บริโภคได้ดำเนินงานตามแผนเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตผู้บริโภค โดยมีการดำเนินงานที่สำคัญในรอบเดือนเมษายน-มิถุนายน 2569 ดังนี้

การจัดการปัญหาผู้บริโภค สภาผู้บริโภครับเรื่องร้องเรียนสะสมจำนวน 15,256 เรื่อง โดยปัญหาที่มีการร้องสูงสุด ได้แก่ สินค้าและบริการทั่วไป (เช่น สินค้าชำรุดบกพร่อง) การเงินการธนาคาร (เช่น แอปเงินกู้เถื่อน ทวงหนี้ผิดกฎหมาย) และการสื่อสาร โทรคมนาคมและเทคโนโลยี สารสนเทศ (เช่น สายสื่อสารที่ไม่ปลอดภัย) พร้อมขับเคลื่อนการแก้ไขเชิงระบบ จนผู้บริโภค 3,300 คน ได้รับการเยียวยา กรณีหน้าจอสมาชิกโฟนซัมซุงขึ้นเส้นสี ทั้งนี้ ปัญหาผู้บริโภคที่มีแนวโน้มจะเกิดซ้ำ เช่น บริการคลินิกเสริมความงามและการซื้อสินค้าออนไลน์ โดยยุติเรื่องร้องเรียนได้กว่า 60% คิดเป็นมูลค่าเยียวยา 87 ล้านบาท และผู้บริโภคมีความพึงพอใจเฉลี่ย 95% ซึ่งส่วนใหญ่ยุติได้ในชั้นให้คำปรึกษา/เจรจากับคู่กรณี

การฟ้องคดี คณะอนุกรรมการกลั่นกรองการดำเนินคดีมีมติให้ดำเนินคดีเพื่อผู้บริโภคสะสมรวม 144 คดี คิดเป็นมูลค่าทุนทรัพย์ฟ้อง 31 ล้านบาท โดยปัญหาด้านการเงินและการธนาคารคือประเด็นที่มีการดำเนินคดีสูงสุด นอกจากนี้ มีความคืบหน้าคดีแบบกลุ่มสำคัญ 2 กรณีที่สร้างบรรทัดฐานใหม่ในการคุ้มครองผู้บริโภค ได้แก่ ศาลอุทธรณ์อนุญาตให้ดำเนินคดีกลุ่มกรณีบริษัททิพย์ประกันภัยไม่จ่ายค่าสินไหมประกันโควิด และรับฟ้องคดีกลุ่มกรณีรถยนต์เนต้า ซึ่งผู้บริโภคประสบปัญหาารถเสีย ขาดอะไหล่ศูนย์บริการทยอยปิด และไม่ได้รับค่าเสียหาย

การเฝ้าระวังและแจ้งเตือนภัย สภาผู้บริโภคเปิดเผยรายชื่อหมอยอ-ลูกชิ้นเถื่อน ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ถูกเพิกถอนทะเบียน และข้อมูลการเรียกคืนกระบอกน้ำ Thermos ในสหรัฐฯ ช่วยให้ผู้บริโภคตรวจสอบข้อมูลตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าอย่างปลอดภัย และส่งต่อข้อมูลเตือนภัยสู่คนใกล้ชิดได้อย่างทันท่วงที

การผลักดันนโยบายและกฎหมาย สภาผู้บริโภคเดินหน้าผลักดันนโยบายคุ้มครองผู้บริโภค 7 ด้าน ภายใต

3 นโยบายพุ่งเป้าปี 2569 มุ่งแก้ปัญหาเชิงระบบร่วมกับภาครัฐ โดยข้อเสนอคุ้มครองผู้ใช้รถยนต์ไฟฟ้าได้รับการผลักดันจนถูกนำไปพัฒนามาตรฐาน EV กว่า 208 มาตรฐาน ยกกระดับความปลอดภัยและความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ขณะเดียวกัน ข้อเสนอด้านสิทธิการศึกษาได้รับการผลักดันให้ทุกโรงเรียนนอกใบ ปพ.1 แก่นักเรียน แม้ค้างชำระค่าใช้จ่ายจนสำเร็จ เพื่อคุ้มครองสิทธิในการศึกษาอย่างเท่าเทียม ทั้งนี้ เมื่อวันที่ 24 มิถุนายน 2569 สภาผู้แทนราษฎรมีมติรับหลักการร่างกฎหมาย เลมอน ลอว์ ทั้ง 6 ร่าง รวมถึงฉบับประชาชนที่สภาผู้บริโภคร่วมผลักดัน แก้ปัญหาสินค้าชำรุดบกพร่องซ้ำซาก โดยใช้ร่างของ สคบ. เป็นร่างหลักในการพิจารณาต่อไป

ความร่วมมือกับสมาชิกองค์กรผู้บริโภคสากล (Consumers International) สภาผู้บริโภคยกระดับความร่วมมือกับ BEUC องค์กรผู้บริโภคยุโรป ในการผลักดันความรับผิดชอบของ Meta, Google และ TikTok ต่อปัญหาโฆษณาหลอกลวงทางการเงิน พร้อมร่วมจัดทำแถลงการณ์ร่วม (Joint Statement) กับองค์กรผู้บริโภคหลายประเทศ หลังตอบรับเข้าร่วมความริเริ่มดังกล่าว เพื่อเสริมพลังการคุ้มครองผู้บริโภคในโลกดิจิทัล

การขยายและเพิ่มศักยภาพเครือข่ายสมาชิก สภาผู้บริโภคขยายฐานสมาชิกเพิ่มขึ้นเป็น 376 องค์กร ใน 62 จังหวัด ได้รับการฝึกทักษะการรับเรื่องและสอบสวน ในท้องถิ่น และอบรมกลุ่มผู้สูงอายุ และกลุ่มเปราะบางเพื่อสร้างภูมิคุ้มกันดิจิทัลรู้เท่าทันภัยไซเบอร์ เป็นต้น ซึ่งสมาชิกที่มีศักยภาพจะได้รับการยกระดับเป็น ‘กลไกคุ้มครองสิทธิระดับจังหวัด’ ให้สามารถดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างเป็นระบบ ผ่านการมีส่วนร่วมในการสำรวจข้อมูล เฝ้าระวังปัญหา รับเรื่องร้องเรียน จัดเวทีรับฟังความคิดเห็น และประสานความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และภาคส่วนต่างๆ ให้สามารถวิเคราะห์ปัญหาจากข้อมูลจริงในพื้นที่ ผลักดันข้อเสนอเชิงนโยบาย และร่วมแก้ไขปัญหาคู่บริโภคทั้งในระดับพื้นที่และระดับจังหวัดได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อตอบสนองต่อปัญหาของผู้บริโภคในแต่ละพื้นที่ได้ดียิ่งขึ้น

การคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคระดับจังหวัด แก้ไขปัญหาผู้บริโภคในจังหวัดต่างๆ สะสมได้ถึง 70% รวมถึงรณรงค์แคมเปญ #ฉันทัดใจเหมือนกัน ร่วมกับเครือข่ายสมาชิกทั่วประเทศ สื่อสารไปยังผู้คนในท้องถิ่นผ่านคลื่นวิทยุชุมชน นอกจากนี้ การขับเคลื่อนนโยบายร้านชาสี่ขาว โดยนำโปรแกรม “ชาเช็ด” และ “ปากสว่าง” มาใช้เฝ้าระวังสินค้าในชุมชนยังช่วยยกระดับความปลอดภัยด้านอาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพในร้านชาอย่างเป็นรูปธรรม

การสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค สภาผู้บริโภคขับเคลื่อนข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคผ่าน 8 ช่องทางหลัก ซึ่ง Facebook เป็นช่องทางที่มีผู้ติดตามและมีส่วนร่วมสูงที่สุด ส่งผลให้ยอดผู้ติดตามทุกแพลตฟอร์มเพิ่มขึ้น 70% จากปี 68 สะสมรวม 4 แสนบัญชี ยอดเข้าถึงสื่อสูงถึง 28 ล้านครั้ง และสร้างมูลค่าประชาสัมพันธ์กว่า 501 ล้านบาท ทั้งนี้ การฟ้องแพ่ง Meta กรณีโฆษณาหลอกลวงผ่านแคมเปญฉันทัดใจเหมือนกัน #แอปฟ้าพายุหมดตัว ได้รับความสนใจจากผู้บริโภคในการร่วมแชร์ประสบการณ์ และแจ้งเบาะแสกับให้สภาผู้บริโภคนำมาพิจารณา ซึ่งยกระดับการมีส่วนร่วมผู้บริโภคจากเหยื่อให้มาเป็นผู้ตรวจสอบ เป็นแนวร่วมสร้างความเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างร่วมกันต่อไป

การดำเนินงานและบริหารจัดการ สภาผู้บริโภคอยู่ระหว่างปรับปรุงโครงสร้างองค์กรตามแผนแม่บทด้านทรัพยากรบุคคลและเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยมีข้อเสนอรูปแบบองค์กรใหม่ 3 รูปแบบ และกำลังสื่อสารสร้างความเข้าใจกับทุกภาคส่วนเพื่อคัดเลือกรูปแบบที่เหมาะสมกับการเติบโตในอนาคต พร้อมขับเคลื่อนการเปลี่ยนผ่านสู่ระบบดิจิทัล (Digital Transformation) ผ่านการอบรมการใช้ระบบ ERP และ E-Office เพื่อลดภาระงานซ้ำซ้อน และปรับปรุงนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) เพื่อยกระดับความปลอดภัยของข้อมูลองค์กรต่อไป

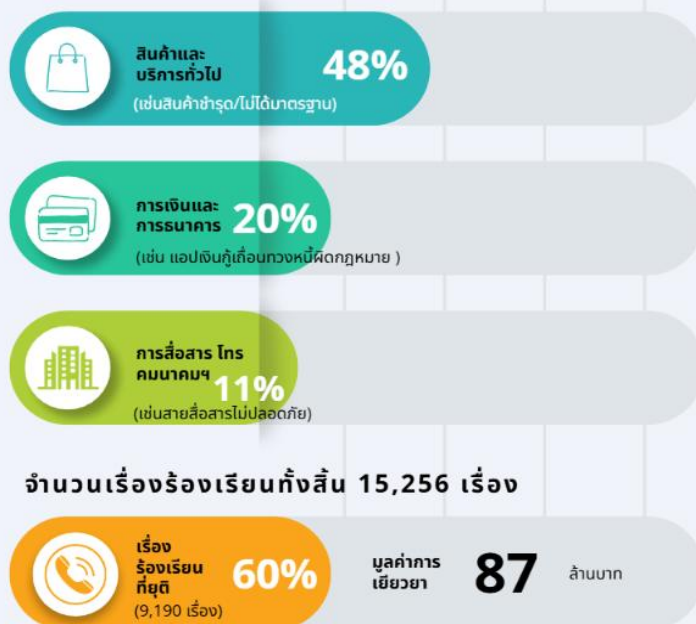
หากมีปัญหาผู้บริโภคสามารถร้องเรียน/ปรึกษาคดีกับสภาผู้บริโภคได้ที่สายด่วน 1502
หรือหน่วยงานประจำจังหวัดทั่วประเทศ 20 แห่งใกล้บ้าน โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้น

ผลการดำเนินงานสำคัญ สะสมรอบ 9 เดือน/69



(ข้อมูลตั้งแต่ ต.ค.2568-มิ.ย.2569)

3 หมวดปัญหาเรื่องร้องเรียนสะสม ที่จะเกิดสิทธิผู้บริโภคสูงสุด ณ ไตรมาส 3/2569 (ตุลาคม 2568-มิถุนายน 2569)



หมายเหตุ สภาผู้บริโภคสามารถยุติปัญหาของผู้บริโภคได้เป็นส่วนใหญ่ตั้งแต่ขั้นตอนการให้คำปรึกษาและ
การเจรจาไกล่เกลี่ยกับผู้กรณี ส่งผลให้ข้อพิพาทไม่ต้องเข้าสู่กระบวนการฟ้องร้อง ช่วยลดภาระ
ทั้งของผู้บริโภคและของศาลในการดำเนินคดี



ส่วนที่ 1 ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการที่สำคัญ

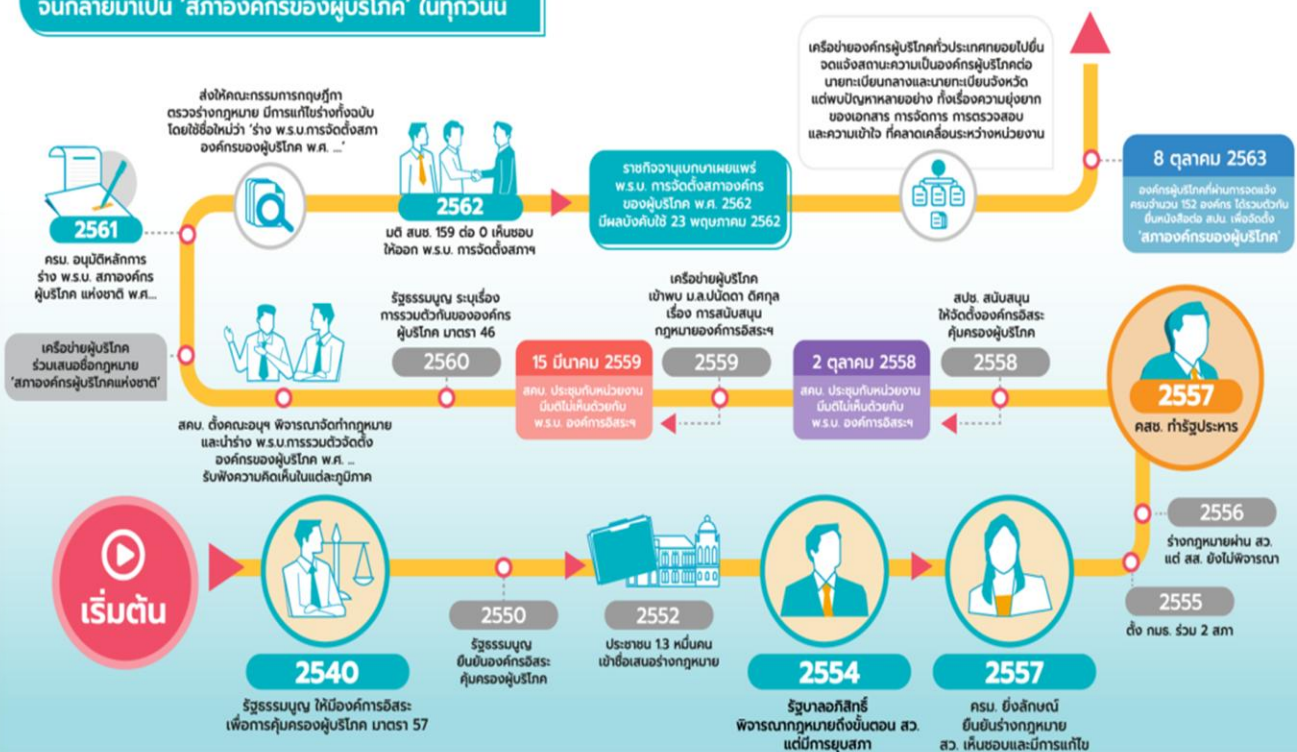
สภาองค์กรของผู้บริโภค หรือเรียกโดยย่อ ‘สภาผู้บริโภค’ เป็นหน่วยงานนิติบุคคลที่เกิดขึ้นตามเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2560 มาตรา 46 และพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 มีวัตถุประสงค์เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในทุกด้านในฐานะเป็นผู้แทนผู้บริโภค คุ้มครองสิทธิอันพึงมีพึงได้ของผู้บริโภค

การดำเนินงานเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตผู้บริโภคไทยประจำปี 2569 ประกอบด้วย 7 แผน ได้แก่ แผนคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค แผนเสนอแนะและผลักดันนโยบายเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค แผนสร้างความเข้มแข็งให้กับสมาชิกและองค์กรของผู้บริโภค แผนสนับสนุนหน่วยงานประจำจังหวัดและเขตพื้นที่ปฏิบัติตามภารกิจของสภาผู้บริโภค แผนการสื่อสารสาธารณะเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค แผนพัฒนาการดำเนินงานและบริหารจัดการสภาองค์กรของผู้บริโภค และแผนพัฒนากลไกสนับสนุนการขับเคลื่อนสภาองค์กรของผู้บริโภค ซึ่งช่วงระหว่างเดือนเมษายน-มิถุนายน 2569 สภาผู้บริโภคได้ดำเนินการตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยผลการดำเนินงานที่สำคัญ มีดังนี้

iCCi 'กว่าจะเป็น... 'สภาองค์กรของผู้บริโภค'

ชวนผู้บริโภคไปรู้จักเราผ่านเส้นทางที่ได้เดินมาจนกลายมาเป็น 'สภาองค์กรของผู้บริโภค' ในทุกวันนี้

ราชกิจจานุเบกษาประกาศให้จัดตั้ง 'สภาองค์กรของผู้บริโภค' เพื่อทำหน้าที่เป็นผู้แทนของผู้บริโภคในทุกด้าน 9 ธันวาคม 2563





การรับเรื่องร้องเรียน

สภาผู้บริโภค โดยสำนักงานสภาผู้บริโภค และหน่วยงานประจำจังหวัด ได้รับเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภค ณ ไตรมาส 3 สะสมรวมจำนวน 15,256 เรื่อง (ข้อมูล ณ วันที่ 25 มิถุนายน 2569) พบว่า ปัญหาผู้บริโภค 3 อันดับสูงสุด ได้แก่

- **อันดับ 1 หมวดสินค้าและบริการทั่วไป** เป็นกลุ่มปัญหาที่มีจำนวนการร้องเรียนสูงที่สุดอย่างต่อเนื่อง โดยส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับ ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉพาะสมาร์ตโฟนหน้าจอโทรศัพท์ที่ขึ้นเส้นของบริษัท ไทยซัมซุง อิเลคโทรนิคส์ จำกัด ซึ่งมีกรณีร้องเรียนเรื่องหน้าจอมีปัญหา สินค้าชำรุด หรือบริการหลังการขายไม่ได้มาตรฐาน ทั้งนี้ สภาผู้บริโภคสามารถเจรจาช่วยเหลือผู้บริโภคกรณีหน้าจอโทรศัพท์ซัมซุงฯ อย่างน้อย 3,300 รายให้ได้รับการเยียวยาในเบื้องต้น
- **อันดับ 2 หมวดการเงินและการธนาคาร** เช่น ปัญหาแอปเงินกู้เถื่อนทวงหนี้ผิดกฎหมาย และเรียกเก็บดอกเบี้ยไม่เป็นธรรมยังคงมีความรุนแรงสูงในเชิงจำนวนครั้งที่มีการร้องเรียน ซึ่งแอปพลิเคชันมีพฤติกรรมทวงหนี้ด้วยถ้อยคำไม่สุภาพ หรือข่มขู่ไปยังบุคคลรอบข้าง อาทิ แอปฯ Wing แอปฯ EASY และแอปฯ มีดั่ง เป็นต้น ทั้งนี้ ภัยทุจริตทางการเงินและการหลอกลวงลงทุนออนไลน์ เป็นปัญหาที่สร้างความสูญเสียสูงที่สุดให้กับผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญ
- **อันดับ 3 หมวดการสื่อสาร โทรคมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศ** เช่น ปัญหาสายสื่อสารไม่ปลอดภัย ซึ่งเป็นปัญหาเชิงโครงสร้างพื้นฐานที่มีผู้บริโภคหลายจังหวัดแจ้งเข้ามาเป็นจำนวนมาก (จังหวัดกาญจนบุรี ปทุมธานี ร้อยเอ็ด และพัทลุง) ทั้งนี้ สายสื่อสารที่กรุงรัง ห้อยต่ำ หรือขาด เป็นอันตรายต่อการสัญจรหรือการดำเนินชีวิตประจำวันของประชาชนเป็นอย่างมาก ทั้งนี้ สภาผู้บริโภคร่วมกับผู้ว่าราชการจังหวัดทั่วประเทศแก้ไขปัญหาดังกล่าวอย่างเป็นรูปธรรม โดยมีองค์กรสมาชิกถือเป็นตัวแทนผู้บริโภคเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการติดตามและประเมินผลการจัดระเบียบสายสื่อสารในพื้นที่ทั้ง 77 จังหวัด

นอกจากนี้ ปัญหาผู้บริโภคที่มีแนวโน้มจะเกิดซ้ำในอนาคต ได้แก่ ภัยทุจริตทางการเงินออนไลน์ สัญญาที่ไม่เป็นธรรมของที่อยู่อาศัย สายสื่อสารฯ ที่ไม่ปลอดภัย รวมถึงการซื้อสินค้าบริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์แล้วไม่ได้รับสินค้า หรือสินค้าไม่ตรงปก และบริการคลินิกเสริมความงาม เป็นต้น

สรุปภาพรวม ณ ไตรมาส 3/2569 สภาผู้บริโภคสามารถดำเนินการแก้ไขปัญหาให้ผู้บริโภคจนยุติสะสมแล้วกว่า 60% คิดเป็นมูลค่าการเยียวยามากถึง 87 ล้านบาท โดยผู้บริโภคที่ใช้บริการมีความพึงพอใจเฉลี่ย 95% ซึ่งความเต็มใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่รับเรื่องเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคมีความพึงพอใจสูงสุด

การฟ้องคดี

สภาผู้บริโภคดำเนินการฟ้องคดี หรือช่วยเหลือผู้บริโภคที่ถูกดำเนินคดีโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายจำนวนสะสมรวม 144 คดี ทนายพิทักษ์ฟ้องคดีกว่า 31 ล้านบาท โดยปัญหาด้านการเงินและการธนาคารคือประเด็นที่มีการ

ดำเนินคดีสูงสุด (ยกตัวอย่าง: ถูกหลอกดูดเงินผ่านบัญชีธนาคาร/บัตรเครดิต) รองลงมาคืออสังหาริมทรัพย์ และที่อยู่อาศัย (ยกตัวอย่าง: ก่อสร้างไม่ได้มาตรฐาน/โดนริบเงินจอง) และสินค้าและบริการทั่วไป (ยกตัวอย่าง: สินค้าชำรุด/ไม่ได้มาตรฐาน)

นอกจากนี้ ในไตรมาสนี้มีคำพิพากษาคดีแบบกลุ่มสำคัญ 2 กรณี ที่ทำให้เกิดบรรทัดฐานสำคัญในการคุ้มครองผู้บริโภคไทยใหม่ ได้แก่ [ศาลอุทธรณ์พลิกคำสั่งอนุมัติในการดำเนินคดีกลุ่ม “ทิพย์ประกันภัย” เหตุเบี้ยวจ่ายเคลมโควิด](#) ซึ่งผู้ซื้อประกันโควิดกับทิพย์ประกันภัยมีโอกาสได้รับเงินคืนทุกคน และ[ศาลอุทธรณ์รับฟ้องให้สภาผู้บริโภคสามารถดำเนินคดีกลุ่มเนต้าที่มีปัญหาเคลมแล้วไม่มีอะไหล่ ศูนย์บริการทยอยปิดตัว และไม่ได้รับป้ายทะเบียนได้](#) ซึ่งจะสามารถช่วยผู้บริโภคได้มากกว่า 20,000 ราย เพราะเดิมคนที่จะฟ้องคดีแบบกลุ่มได้ต้องเป็นผู้เสียหายเหมือนกับสมาชิกกลุ่มเท่านั้น แต่ครั้งนี้ศาลตีความตามเจตนารมณ์ของกฎหมายว่า สภาผู้บริโภคมีหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภค จึงสามารถเป็นโจทก์ฟ้องคดีแทนได้ โดยการที่ศาลให้สภาผู้บริโภคเป็นโจทก์ที่ 1 ช่วยป้องกันโจทก์หรือผู้เสียหายทยอยถอนฟ้อง ซึ่งเคยเกิดขึ้นมาแล้วในหลายคดีสาธารณะ เพราะอย่างน้อยยังเหลือสภาผู้บริโภคเป็นโจทก์ คดีก็ยังเดินหน้าต่อไปได้

การเฝ้าระวังและแจ้งเตือนภัยเพื่อลดปัญหาและผลกระทบต่อผู้บริโภค

สภาผู้บริโภคเฝ้าติดตามสถานการณ์ปัญหาที่อาจละเมิดสิทธิของผู้บริโภคในด้านต่างๆ เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ ซึ่งประเด็นแจ้งเตือนภัยในไตรมาสนี้ที่สำคัญ เช่น [การเปิดรายชื่อ “หมุยอ - ลูกขึ้นเถื่อน” 20 ยี่ห้อที่ไม่มีเลข อย.](#) และการเตือนภัยผลิตภัณฑ์สมุนไพร 9 รายการที่ถูกเพิกถอนทะเบียน ซึ่งทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้ามาตรวจสอบและสอบถามข้อมูลเพื่อป้องกันสุขภาพได้ด้วยตนเอง รวมถึงการสื่อสารกรณีสหรัฐฯ [เรียกคืนกระบอกน้ำเก็บอุณหภูมิยี่ห้อเทอร์มอส \(Thermos\)](#) กว่า 8 ล้านชิ้น เนื่องจากฝากระเปิด ซึ่งเป็นของใช้ใกล้ตัวที่ผู้บริโภคตื่นตัวและส่งต่อข้อมูลเพื่อเตือนคนใกล้ชิด

การเสนอแนะและผลักดันนโยบายเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

สภาผู้บริโภคเดินทางผลักดันนโยบายเพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคสำคัญ 7 ด้าน ครอบคลุม 3 นโยบายพุ่งเป้าประจำปี 2569 ซึ่งยังคงเน้นการแก้ปัญหาเชิงระบบร่วมกับหน่วยงานรัฐและภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง โดยในไตรมาสนี้[ข้อเสนอการยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคในตลาดยานยนต์ไฟฟ้า \(EV\) ที่หารือเมื่อวันที่ 11 พฤษภาคม 2569 ร่วมกับคุณศุภมาส อิศรภักดี รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี](#) ในฐานะกำกับดูแลสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) เป็นประธานการประชุมมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อยกระดับความเชื่อมั่นการซื้อขายรถยนต์ไฟฟ้า เพื่อรับฟังเสียงสะท้อนจากผู้บริโภคที่ได้รับความเดือดร้อนจากการซื้อขายรถยนต์ไฟฟ้าจำนวนมากที่ร้องผ่าน สคบ. และสภาผู้บริโภค ส่งผลให้ข้อเสนอของสภาผู้บริโภคได้รับการส่งต่อจากนายกรัฐมนตรีไปยังหน่วยงานกำกับดูแลโดยตรง และเข้าสู่กระบวนการดำเนินงานตามอำนาจหน้าที่ โดยสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) ได้นำข้อเสนอของสภาผู้บริโภคไปใช้เป็น

ข้อมูลประกอบการพัฒนามาตรฐานด้านยานยนต์ไฟฟ้าและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง จนเกิดการจัดทำมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมด้านยานยนต์ไฟฟ้าแล้วอย่างน้อย 208 มาตรฐาน เพื่อรองรับความปลอดภัยและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ผู้ใช้งานรถยนต์ไฟฟ้าต่อไป รวมถึงข้อเสนอของสภาผู้บริโภคประเด็นสิทธิทางการศึกษาและการออกเอกสารสำคัญที่สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) รับข้อเสนอโดยได้ออกหนังสือชักชวนแนวทางปฏิบัติถึงสถานศึกษาทั่วประเทศ กำชับให้โรงเรียนต้องออกใบระเบียนแสดงผลการเรียน (ปพ.1) ให้แก่นักเรียนทุกคน แม้จะมีการค้างชำระเงินบำรุงการศึกษา เพื่อคุ้มครองสิทธิเด็กในการเข้าถึงการศึกษาอย่างเท่าเทียม

นอกจากนี้ ผลจากงานวิจัยเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคกรณีการบริหารจัดการรถไฟฟ้าสายสีเขียว (สายหลัก) “เปิดโมเดลสายสีเขียวหลังปี 72 ค่าโดยสาร 20 บาททำได้” ซึ่งดำเนินการโดยมหาวิทยาลัยศรีปทุม พบว่า มี 2 แนวทางหลักที่สามารถดำเนินการได้คือ การต่อสัญญาสัมปทานรายเดิม (บริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)) หรือถ่ายโอนให้การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทยบริหารจัดการ ซึ่งทั้งสองวิธีสามารถคิดค่าโดยสารในราคา 20 – 25 บาทได้ เพื่อลดภาระประชาชนในภาวะวิกฤตพลังงาน

การผลักดันกฎหมายเพื่อยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภค

ผลจากการผลักดันการจัดทำและแก้ไขกฎหมาย 3 ฉบับอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2567 ภายใต้การมีส่วนร่วมของประชาชน มีความคืบหน้าที่สำคัญในไตรมาสนี้คือ เมื่อวันที่ 24 มิถุนายน 2569 สภาผู้แทนราษฎรมีมติรับหลักการร่างกฎหมาย เลมอน ลอว์ ทั้ง 6 ร่าง รวมถึงฉบับประชาชนที่สภาผู้บริโภคร่วมผลักดัน แก้ปัญหาสินค้าชำรุดบกพร่องซ้ำซาก โดยใช้ร่างของ สคบ. เป็นร่างหลักในการพิจารณาว่าเรื่องที่สองและมีมติตั้งคณะกรรมการวิชาการวิสามัญพิจารณา จำนวน 24 คน กำหนดวันแปรญัตติ 15 วัน นอกจากนี้ สภาผู้บริโภทยังยื่นหนังสือถึงนายกรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 21 เมษายน 2569 เพื่อขอให้พิจารณาให้คำรับรองร่างกฎหมายอีก 2 ฉบับ เพื่อเข้าสู่กระบวนการนิติบัญญัติโดยเร็ว

ความร่วมมือกับสมาชิกร่วมผู้บริโภคสากล (Consumers International)

สภาผู้บริโภคขยายความร่วมมือสู่ระดับนานาชาติ หลังหารือกับ BEUC (The European Consumer Organization) ซึ่งกำลังขับเคลื่อนประเด็นความรับผิดชอบของแพลตฟอร์มดิจิทัลต่อปัญหาโฆษณาหลอกลวงทางการเงินในยุโรป โดย BEUC และองค์กรสมาชิกได้ร่วมยื่นเรื่องร้องเรียนต่อ Meta, Google และ TikTok กรณีปล่อยให้โฆษณาหลอกลวงแพร่กระจายและยังขาดมาตรการป้องกันผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพ พร้อมส่งข้อมูลจากแคมเปญ “Sponsored by Scammers” ให้สภาผู้บริโภคศึกษา เพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และหลักฐานเชิงประจักษ์ในการผลักดันนโยบาย ปัจจุบัน BEUC อยู่ระหว่างรวบรวมความร่วมมือจากองค์กรผู้บริโภคหลายประเทศเพื่อจัดทำแถลงการณ์ร่วม (Joint Statement) เรียกร้องให้แพลตฟอร์มดิจิทัลรับผิดชอบต่อความเสียหายจากการ

หลอกลวงทางการเงินออนไลน์ โดยสภาผู้บริโภครับเข้าร่วมความริเริ่มดังกล่าวแล้ว ถือเป็นก้าวสำคัญในการยกระดับความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคในโลกดิจิทัล

การสนับสนุนหน่วยงานประจำจังหวัดและเขตพื้นที่ปฏิบัติตามภารกิจของสภาผู้บริโภค

ในไตรมาสนี้หน่วยงานประจำจังหวัด 20 แห่ง และหน่วยงานเขตพื้นที่ 4 แห่ง เป็นกำลังสำคัญในการทำหน้าที่ขับเคลื่อนการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคในระดับภูมิภาค เพื่อให้ประชาชนในพื้นที่เข้าถึงความเป็นธรรมได้สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น พร้อมทำหน้าที่เป็นพี่เลี้ยงสนับสนุนองค์กรสมาชิกให้สามารถดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่ของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

หน่วยงานประจำจังหวัดสามารถจัดการเรื่องร้องเรียนส่วนจตุติสะสมได้ 70% จากเรื่องร้องเรียนสะสมทั้งหมดของส่วนภูมิภาค 8,635 เรื่อง เช่น [หน่วยงานประจำจังหวัดสตูลช่วยเหลือเกษตรกรผู้ปลูกทุเรียนที่ประสบปัญหาภัยแล้ง](#) [ผู้บริโภคร้องเรียนเกี่ยวกับคลินิกทันตกรรมเอกชนใช้เคียวอาหารไม่ได้ตามปกติ กระทั่งการใช้ชีวิตประจำวันและสุขภาพอย่างมาก](#) ซึ่งผู้ประกอบการคลินิกยินยอมคืนเงินค่าทำฟันปลอมเต็มจำนวนให้แก่ผู้ร้องเรียน ทั้งนี้ความเต็มใจให้บริการของหน่วยงานประจำจังหวัดทำให้ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในภาพรวมสูงถึง 92% แสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการเป็นที่พึ่งของผู้บริโภค รวมถึงจัดหาทุนความให้คำปรึกษาฟรีและเป็นตัวแทนเจรจาในชั้นศาล โดยอนุมัติให้ฟ้องคดีช่วยเหลือผู้บริโภคแล้ว 4 คดี ใน 2 จังหวัด (ประจวบคีรีขันธ์กับสุราษฎร์ธานี) ในประเด็นการก่อสร้างบ้านล่าช้า ไม่ได้มาตรฐาน การปฏิเสธคืนเงินจองเงินดาวน์ รวมถึงการไม่โอนกรรมสิทธิ์รถยนต์เมื่อชำระค่างวดครบสัญญาแล้ว

นอกจากนี้ [หน่วยงานประจำจังหวัดและเครือข่ายสมาชิกทั่วประเทศยังร่วมกันรณรงค์ภายใต้แคมเปญ #ฉันก็โดนเหมือนกัน](#) จากการที่สภาผู้บริโภคเดินทางเข้าพบบริษัทเจ้าของแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กและบริษัทที่เกี่ยวข้องต่อศาลแพ่ง กรณีปล่อยให้โฆษณาหลอกลวงแพร่กระจายบนแพลตฟอร์มจนผู้บริโภคจำนวนมากเสียหายรวมหลายพันล้านบาท โดยสื่อสารสาระผ่านคลื่นวิทยุชุมชนไปยังประชาชนในพื้นที่เพื่อปลูกฝังความรู้เท่าทันภัยออนไลน์แล้ว ยังเดินทางเชิงรุกร่วมกันผลักดันนโยบายระดับประเทศ เช่น นโยบายการพัฒนาขนส่งมวลชนที่ปลอดภัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อให้ทุกคนเข้าถึงได้ หน่วยงานประจำจังหวัดสุรินทร์ น่าน เชียงใหม่ และอยุธยา ได้ [ยื่นหนังสือถึงองค์การบริหารส่วนจังหวัด \(อบจ.\) เพื่อเสนอมาตรการลดค่าครองชีพช่วงวิกฤตน้ำมัน และเร่งรัดให้มีการพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะเพื่อรองรับความต้องการของประชาชนในพื้นที่](#) รวมถึงองค์การบริหารส่วนจังหวัดในพื้นที่อยุธยา แพร์ [ปทุมธานี](#) และนนทบุรี ยังร่วมหารือกับสภาผู้บริโภคเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะและระบบเชื่อมต่อ (Feeder) โดยมีการทดลองให้นั่งรถฟรีในบางเส้นทางเพื่อลดภาระค่าเดินทางของประชาชนในพื้นที่ต่อไป

ผลลัพธ์จากการขับเคลื่อนนโยบายระดับท้องถิ่นที่สำคัญ เช่น นโยบายร้านชำสีขาว (ความปลอดภัยในร้านชำ/ชุมชน และการกวาดล้างยากลุ่มเสี่ยง) ซึ่งมีการนำโปรแกรม "[ข้าใจดี](#)" และ "[ปากสว่าง](#)" มาใช้เฝ้าระวังสินค้า และให้ อบต. นำประเด็นการไม่จำหน่ายยาอันตรายเป็นเงื่อนไขต่อใบอนุญาตร้านค้า ซึ่งหน่วยงาน

ประจำจังหวัดสมุทรสงครามได้จัดตั้งพื้นที่นาร่อง 3 แห่ง รวมถึงยังอบรมผู้ประกอบการและใช้ "คู่มือมาตรฐานร้านขายของชำ" (จังหวัดน่าน) จัดตั้งทีมตระหนักรู้ภัยเพื่อกวาดล้างยาชุดผิดกฎหมาย (จังหวัดเพชรบุรี และกาญจนบุรี) และนาร่องเทศบาลตำบลให้ออกประกาศห้ามขายยาอันตรายในร้านชำ (จังหวัดประจวบคีรีขันธ์) เป็นต้น

การเพิ่มศักยภาพสมาชิกในการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค

สภาผู้บริโภคสามารถขยายเครือข่ายสมาชิกเพื่อเพิ่มการรักษาผลประโยชน์ให้ผู้บริโภคทั่วประเทศเพิ่มขึ้นได้ 20 องค์กร จากปีงบประมาณ 2568 ทำให้การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคมีความเข้มแข็ง เข้าใจและเข้าถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในท้องที่ได้อย่างรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ซึ่ง ณ ไตรมาส 3/2569 มีสมาชิกสะสมรวม 376 องค์กร ครอบคลุม 62 จังหวัด ซึ่งเกินเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยมี 9 สมาชิกใหม่เกิดขึ้นในจังหวัดน่าน ชัยภูมิ อุบลราชธานี มหาสารคาม และสุราษฎร์ธานี รวมถึงสนับสนุนให้เกิดกลไกการคุ้มครองสิทธิระดับจังหวัด 36 จังหวัดในภูมิภาคต่างๆ เพื่อดำเนินการรับเรื่องร้องเรียนขับเคลื่อนนโยบาย เตรียมพร้อมเข้าสู่การพัฒนาศักยภาพเป็นหน่วยงานประจำจังหวัดต่อไป นอกจากนี้ ยังประสบความสำเร็จในการลงพื้นที่พัฒนาศักยภาพแกนนำเครือข่ายในจังหวัดน่าน อุตรดิตถ์ และหนองบัวลำภู เพื่อเตรียมความพร้อมสู่การยื่นจดแจ้งจัดตั้งเป็นองค์กรผู้บริโภคตามกฎหมาย (อกผ.3) ในอนาคต และฝึกทักษะการรับเรื่องและสอบเคสในท้องถิ่น เป็นต้น

[การดำเนินงานของกลไกการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคระดับจังหวัดยกตัวอย่างในพื้นที่ภาคกลางและภาคตะวันออก](#) ได้พัฒนาระบบการคุ้มครองผู้บริโภคที่สอดคล้องกับบริบทปัญหาในแต่ละพื้นที่ โดยสำนักงานสภาผู้บริโภคร่วมกับเครือข่ายองค์กรสมาชิก หน่วยงานภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาควิชาการ และภาคเอกชน บูรณาการความร่วมมือเพื่อเฝ้าระวัง รับเรื่องร้องเรียน แก้ไขปัญหา และผลักดันข้อเสนอเชิงนโยบายทั้งในระดับจังหวัดและระดับประเทศ ผ่านกระบวนการสำรวจข้อมูล รับฟังความคิดเห็น จัดเวทีสาธารณะ และลงพื้นที่ช่วยเหลือประชาชน ส่งผลให้ประชาชนเข้าถึงกลไกการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคได้มากขึ้น เพื่อสร้างระบบคุ้มครองผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพและตรวจสอบได้

ตัวอย่างผลลัพธ์ที่สำคัญคือการขับเคลื่อนนโยบายเส้นทางอาหารปลอดภัยในจังหวัดจันทบุรี ซึ่งเกิดจากการสำรวจทำให้พบความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของอาหาร โดยเฉพาะการปนเปื้อนในอาหารปรุงสำเร็จและการใช้น้ำมันทอดซ้ำเกินมาตรฐาน จึงนำไปสู่การจัดเวทีความร่วมมือของภาคีในพื้นที่ เพื่อกำหนดแนวทางพัฒนาระบบเฝ้าระวัง กลไกรับเรื่องร้องเรียน และการผลักดันนโยบายอาหารปลอดภัยระดับจังหวัด อันเป็นรากฐานสำคัญของการแก้ไขปัญหาเชิงระบบและการยกระดับคุณภาพการคุ้มครองผู้บริโภคในระยะยาว

การสื่อสารสาธารณะเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

8 ช่องทางหลักที่สภาผู้บริโภคทำการเผยแพร่ข่าวสารสู่ผู้บริโภค (Facebook, Website, LINE Official, TikTok, X (Twitter), Instagram, YouTube และ Spotify) พบว่าเฟซบุ๊กเพจยังคงเป็นช่องทางที่

ผู้บริโภครู้สึกสนใจเข้าถึงข้อมูลที่เผยแพร่มากที่สุดตลอดช่วงปี 2564 ถึงปัจจุบัน มีผู้ติดตามทุกแพลตฟอร์มเพิ่มขึ้นจากปี 2568 เฉลี่ยกว่า 70% (สะสม 4 แสนบัญชี) การนำเสนอเรื่องที่ต้องรู้ให้ทันและเอาไปใช้ได้เลย ควบคู่กับเรื่องที่กระตือรือร้น สติ และคุณภาพชีวิต ไม่ว่าจะเป็นการเตือนภัยสินค้า อาหาร หรือมีฉาชีพ ไปจนถึงเรื่องนโยบายที่ดูเหมือนไกลตัวอย่างค่าพลังงานหรือค่าขนส่ง เมื่อสื่อสารให้เห็นว่ามั่นคงกับเงินใน กระเป๋าและความเป็นธรรมที่ควรได้รับ เป็นสิ่งที่กระตุ้นให้ผู้บริโภคสนใจติดตามข่าวสารผู้บริโภคมามากขึ้น ทั้งนี้ ผู้บริโภคให้ความสนใจสื่อที่เผยแพร่ (Impression) มากถึง 28 ล้านครั้ง ผลจากการนำเสนอที่ตอบโจทย์ทำให้เกิดการเผยแพร่ข่าวสารของสภาผู้บริโภคโดยสื่อมวลชนและผู้ทรงอิทธิพลในสื่อสังคมออนไลน์ 3569 ครั้ง คิดเป็นมูลค่าประชาสัมพันธ์ราว 501 ล้านบาท

นอกจากนี้ จากการนำผู้เสียหายฟ้องคดีแพ่งต่อ Meta (Facebook) กรณีปล่อยให้มีโฆษณาหลอกลวง ซึ่งเป็นคดีแรกในไทยที่ฟ้องแพลตฟอร์มระดับโลก ทำให้สภาผู้บริโภคได้รับความสนใจทั้งในและต่างประเทศ และเปลี่ยนผู้บริโภคจากผู้รับสารมาเป็นแนวร่วมในการตรวจสอบ/ ส่งเบาะแสแจ้งข้อมูลเท็จปลอม ผ่าน [แคมเปญนักโดนเหมือนกัน](#) #แอปฟ้าพาดหัว การมีส่วนร่วมเหล่านี้สะท้อนว่าผู้บริโภคเริ่มมองว่าการถูกหลอกลวงออนไลน์เป็นปัญหาร่วมที่ต้องช่วยกันเฝ้าระวัง โดยมีสภาผู้บริโภคเป็นแกนกลางคอยรวบรวมเสียงและผลักดัน รวมถึงการรื้อโครงสร้างพลังงานเพื่อลดภาระค่าครองชีพด้วย 8 ข้อเสนอต่อรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพลังงานจนนำไปสู่การตั้งคณะทำงานร่วมที่มีตัวแทนภาคประชาชนเข้าไปพิจารณาโครงสร้างราคาโดยตรง ประเด็นนี้ถูกติดตามและเผยแพร่ข่าวต่อเนื่องตลอดไตรมาส และทำให้เรื่องค่าน้ำมันค่าไฟที่เคยเป็นเรื่องไกลตัว กลายเป็นวาระที่ผู้บริโภคเข้ามามีส่วนร่วม ทั้งการติดตามความคืบหน้า ร่วมแสดงความเห็น และสนับสนุนข้อเรียกร้อง เมื่อสภาผู้บริโภคทำหน้าที่เป็นปากเสียงที่เข้มแข็ง ผู้บริโภคก็พร้อมที่จะเปลี่ยนบทบาทจาก "ผู้ได้รับผลกระทบ" มาเป็น "แนวร่วมขับเคลื่อนความเปลี่ยนแปลง" ร่วมกับองค์กรต่อไป

การดำเนินงานและบริหารจัดการสภาผู้บริโภค

ผลจากการศึกษาการปรับปรุงโครงการองค์กร สวัสดิการ และค่าตอบแทนของสภาผู้บริโภค ซึ่งดำเนินงานภายใต้แผนแม่บททรัพยากรบุคคล และแผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศนั้น ในไตรมาสที่ดำเนินการมาถึงขั้นได้ ข้อเสนอปรับปรุงโครงสร้างองค์กร 3 รูปแบบแล้ว และเตรียมนำผลการศึกษาและข้อเสนอไปสื่อสารทำความเข้าใจกับฝ่ายงานต่างๆ เพื่อเลือกรูปแบบโครงสร้างที่เหมาะสม รองรับภารกิจขององค์กรได้ในอนาคต นอกจากนี้ ยังยกระดับทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศให้แก่ผู้ปฏิบัติงานทั้งส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค เพื่อส่งเสริมการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการทำงาน เพิ่มประสิทธิภาพ ลดภาระงานที่ซ้ำซ้อน เช่น อบรมการใช้โปรแกรม MS Team, ERP , E-Office อย่างต่อเนื่อง รวมถึงจัดให้มี Help Desk แจ้งซ่อมในระบบ e-Office อีกด้วย รวมถึงจากการหารือครั้งล่าสุด คณะทำงาน PDPA สภาผู้บริโภค มีมติที่จะปรับปรุงแก้ไขนโยบายและแผนการดำเนินงานคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อรักษาความปลอดภัยของข้อมูลให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

การพัฒนากลไกสนับสนุนการขับเคลื่อนสภาผู้บริโภคร

สภาผู้บริโภครยังมีเป้าหมายที่จะยกระดับการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน จึงได้ลงพื้นที่ตรวจสอบผลการดำเนินงานประจำปีช่วงเดือนมิถุนายน 2569 ใน 2 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดเพชรบุรี และสมุทรสงคราม ซึ่งจะดำเนินการลงพื้นที่ให้ครบทั้ง 20 จังหวัดที่มีหน่วยงานประจำจังหวัดต่อไป

นอกจากนี้ เมื่อช่วงเดือนพฤษภาคม 2569 สภาผู้บริโภคร่วมหารือกับสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี (สปน.) ในประเด็นการพัฒนาและติดตามการยกระดับงานคุ้มครองผู้บริโภคไทยร่วมกัน ซึ่ง สปน. ได้ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ในการแก้ไขอุปสรรคการขึ้นทะเบียนองค์กรสมาชิก (อก.ผ.3) รวมถึงเสนอมุมมองการป้องกันปัญหาเชิงรุกเรื่องความปลอดภัยของที่พักรอาศัยประเภทเต็นท์ในแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันยังไม่อยู่ภายใต้การบังคับใช้ของ พ.ร.บ.โรงแรม พ.ศ. 2547 และ พ.ร.บ.ควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 โดยคาดหวังให้สภาผู้บริโภครเร่งตรวจสอบมาตรฐานโครงสร้างและระบบไฟฟ้า เพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว อีกทั้ง สภาผู้บริโภครยังเข้าร่วมหรือสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) เพื่อเสนอประเด็นการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีต่อร่าง แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 14 (พ.ศ.2571-75) เมื่อวันที่ 11 มิถุนายน 2569 โดย สศช. รับข้อเสนอพิจารณาต่อ พร้อมสนับสนุนการทำงานอย่างบูรณาการระหว่างสภาผู้บริโภคร กับ สคบ. ผ่านแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ 3 เพื่อเสริมความเข้มแข็งระบบคุ้มครองผู้บริโภคตลอดห่วงโซ่อุปทานต่อไป



ส่วนที่ 2 การใช้จ่ายงบประมาณ



รายงานผลการเบิกจ่าย

จากแหล่งเงิน

จัดสรรจากพระราชบัญญัติงบประมาณ
รายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569
จำนวน 127,715,700 บาท

งบประมาณบริหารจัดการปีงบประมาณ

พ.ศ.2569 ประกอบด้วย

งบ พรบ.2569 + ขอร้งงบกลางปี 2569 เพิ่มเติม
 $(127.7157 + 48.8190) = 176.5347$ ล้านบาท

ที่ประชุมคณะกรรมการนโยบาย สภาผู้บริโภครั้งที่ 9/2568 เมื่อวันที่ 25 กันยายน 2568 มีมติเห็นชอบ แผนปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2569 ดังนี้

**สำนักงาน เสนอ งบประมาณ 176.5347 ลบ. ประกอบด้วย พรบ.2569 (127.7157)
เสนอขอรับจัดสรรงบกลางปี 2569 (48.8190)**

	แผน ปี 2569 (ผู้รับผิดชอบ)	สงป.จัดสรร	ร้อยละ	สำนักงานเสนอ	ร้อยละ	แหล่งเงิน
1	คุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค (คพ.)	10,611,900	8	10,611,900	6	พรบ.69
2	เสนอแนะและผลักดันนโยบายเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค (นย.)	9,572,600	7	9,572,600	6	พรบ.69
3	สร้างความเข้มแข็งให้กับสมาชิกและองค์กรของผู้บริโภค (สส.)	35,125,600	28	3,640,000	2	พรบ.69
4	สนับสนุนหน่วยงานประจำจังหวัดและเขตพื้นที่ปฏิบัติตามภารกิจของสภาผู้บริโภค			46,675,000	26	พรบ.69/งบกลางฯ
5	การสื่อสารสาธารณะ เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค (สป.)	7,686,400	6	7,686,400	4	พรบ.69
6	พัฒนาการดำเนินงานและบริหารจัดการสภาองค์กรของผู้บริโภค (บห.) (ลย.)	64,719,200	51	77,400,000	44	พรบ.69/งบกลางฯ
7	พัฒนากลไกสนับสนุนการขับเคลื่อนสภาองค์กรของผู้บริโภค (ลย.) (ตน.)	-	-	20,698,800	12	พรบ.69/งบกลางฯ
	งบกลางเพื่อดำเนินการตามนโยบาย	-	-	250,000	0.14	พรบ.69
	รวมทั้งสิ้น	127,715,700	100	176,534,700	100	

หมายเหตุ 1. ตามที่ได้รายงานผลการดำเนินการตามแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 (ไตรมาสที่ 4) ของสภาผู้บริโภค คงเหลืองบประมาณเหลือจ่ายปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 จำนวน 6,502,447.01 บาท (ข้อมูล ณ วันที่ 22 ตุลาคม 2568)

2. แผนที่ 4 (สนับสนุนหน่วยงานประจำจังหวัดและเขตพื้นที่ปฏิบัติตามภารกิจของสภาผู้บริโภค) กับแผนที่ 6 (พัฒนาการดำเนินงานและบริหารจัดการสภาองค์กรของผู้บริโภค) และแผนที่ 7 (พัฒนากลไกสนับสนุนการขับเคลื่อนสภาองค์กรของผู้บริโภค) สภาผู้บริโภคจะดำเนินการของงบกลางประจำปี 2569 เพิ่มเติมเนื่องจากได้รับจัดสรรไม่เพียงพอต่อการดำเนินงานเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค

3. งบประมาณตามที่คณะกรรมการนโยบายสภาองค์กรของผู้บริโภค มีมติเห็นชอบแผนปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 ภายใต้งบประมาณที่เสนอ 176,534,700 บาท ประกอบด้วย พรบ.งบประมาณรายจ่าย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (127,715,700 บาท) และงบประมาณจากรายการเงินสำรองจ่ายมาตรา 19 และกรณีฉุกเฉินและจำเป็นของสภาผู้บริโภค จำนวน 48,819,000 บาท

รายงานการใช้จ่ายงบประมาณ สภาองค์กรของผู้บริโภค

ไตรมาสที่ 1 ประจำปีงบประมาณ 2569 (1 ตุลาคม – 31 ธันวาคม 2568)

หน่วย : ล้านบาท

1.1 งบประมาณ สภาองค์กรของผู้บริโภค ปีงบประมาณ พ.ศ. 2569	176.5347
หัก ผลเบิกจ่าย (เบิกจ่าย+ผูกพันสัญญา) (1 ต.ค.- 31 ธ.ค. 2568)	<u>34.0801</u>
งบประมาณ สภาองค์กรของผู้บริโภค ปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 คงเหลือ	<u>142.4547</u>

หมายเหตุ

- (1) งบประมาณบริหารจัดการปีงบประมาณ พ.ศ.2569 ประกอบด้วย งบ พรบ.2569 + ขอรับงบกลางปี 2569 เพิ่มเติม (127.7157+48.8190) = 176.5347 ล้านบาท
- (2) ผลการเบิกจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 ไตรมาสที่ 1 ประกอบด้วย
- | | |
|-------------------|-------------------------|
| การเบิกจ่ายเงินสด | จำนวน 26,961,889.12 บาท |
| การผูกพันสัญญา | จำนวน 7,118,164.21 บาท |
| รวมเบิกจ่าย | จำนวน 34,080,053.33 บาท |

1.2 งบประมาณ รายการกันเงินเบิกเหลื่อมปี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568	26.1409
หัก ผลเบิกจ่าย (1 ต.ค.- 31 ธ.ค. 2568)	<u>17.1615</u>
งบประมาณ รายการกันเงินเบิกเหลื่อมปี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 คงเหลือ	<u>8.4794</u>

รายงานการใช้จ่ายงบประมาณ สภาองค์กรของผู้บริโภค

ไตรมาสที่ 2 ประจำปีงบประมาณ 2569 (1 มกราคม – 31 มีนาคม 2569)

หน่วย : ล้านบาท

2.1 งบประมาณ สภาองค์กรของผู้บริโภค ปีงบประมาณ พ.ศ. 2569	176.5347
หัก ผลเบิกจ่าย (เบิกจ่าย+ผูกพันสัญญา) (1 ต.ค.- 31 ธ.ค. 2568)	<u>34.0801</u>
หัก ผลเบิกจ่าย (เบิกจ่าย+ผูกพันสัญญา) (1 ม.ค. - 31 มี.ค. 2569)	<u>38.6012</u>
ผลเบิกจ่ายสะสม 2 ไตรมาส	<u>72.6813</u>
งบประมาณ สภาองค์กรของผู้บริโภค ปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 คงเหลือ	<u>103.8534</u>

หมายเหตุ

- (1) งบประมาณบริหารจัดการปีงบประมาณ พ.ศ.2569 ประกอบด้วย งบ พรบ.2569 + ขอรับงบกลางปี 2569 เพิ่มเติม (127.7157+48.8190) = 176.5347 ล้านบาท
- (2) ผลการเบิกจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 ไตรมาสที่ 2 ประกอบด้วย
- | | |
|-------------------|-------------------------|
| การเบิกจ่ายเงินสด | จำนวน 32,637,724.88 บาท |
| การผูกพันสัญญา | จำนวน 5,963,522.68 บาท |
| รวมเบิกจ่าย | จำนวน 38,601,247.56 บาท |

2.2 งบประมาณ รายการกันเงินเบิกเหลื่อมปี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568	26.1409
หัก ผลเบิกจ่าย (1 ต.ค.- 31 ธ.ค. 2568)	<u>17.1615</u>
หัก ผลเบิกจ่าย (1 ม.ค. - 31 มี.ค. 2569)	<u>4.0777</u>
งบประมาณ รายการกันเงินเบิกเหลื่อมปี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 คงเหลือ	<u>4.9016</u>

รายงานการใช้จ่ายงบประมาณ สภาองค์กรของผู้บริโภค

ไตรมาสที่ 3 ประจำปีงบประมาณ 2569 (1 เมษายน – 30 มิถุนายน 2569)

หน่วย : ล้านบาท

3.1 งบประมาณ สภาองค์กรของผู้บริโภค ปีงบประมาณ พ.ศ. 2569	176.5347
หัก ผลเบิกจ่าย (เบิกจ่าย+ผูกพันสัญญา) (1 ต.ค.- 31 ธ.ค. 2568)	<u>34.0801</u>
หัก ผลเบิกจ่าย (เบิกจ่าย+ผูกพันสัญญา) (1 ม.ค. - 31 มี.ค. 2569)	<u>38.6012</u>
หัก ผลเบิกจ่าย (เบิกจ่าย+ผูกพันสัญญา) (1 เม.ย. – 30 มิ.ย. 2569)	<u>30.0929</u>
ผลเบิกจ่ายสะสม 3 ไตรมาส	<u>102.7742</u>
งบประมาณ สภาองค์กรของผู้บริโภค ปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 คงเหลือ	<u>73.7605</u>

หมายเหตุ

- (1) งบประมาณบริหารจัดการปีงบประมาณ พ.ศ.2569 ประกอบด้วย งบ พรบ.2569 + ขอรับงบกลางปี 2569 เพิ่มเติม (127.7157+48.8190) = 176.5347 ล้านบาท
- (2) ผลการเบิกจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 ไตรมาสที่ 2 ประกอบด้วย
- | | | |
|--------------------|-------|--------------------------|
| การเบิกจ่ายเงินสด | จำนวน | 32,008,285.22 บาท |
| การผูกพันสัญญา | จำนวน | -1,915,391.93 บาท |
| รวมเบิกจ่าย | จำนวน | 30,092,893.29 บาท |

3.2 งบประมาณ รายการกันเงินเบิกเหลื่อมปี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568	26.1409
หัก ผลเบิกจ่าย (1 ต.ค.- 31 ธ.ค. 2568)	<u>17.1615</u>
หัก ผลเบิกจ่าย (1 ม.ค. – 31 มี.ค. 2569)	<u>4.0777</u>
หัก ผลเบิกจ่าย (1 เม.ย. – 30 มิ.ย. 2569)	<u>1.3909</u>
งบประมาณ รายการกันเงินเบิกเหลื่อมปี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 คงเหลือ	<u>3.5108</u>

(ก) ตารางสรุปการใช้จ่ายงบประมาณตามแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณ สภาองค์กรของผู้บริโภค ปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (ไตรมาสที่ 3)

แผนปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณ ปี 2569	งบประมาณ ปี 2569	ผลเบิกจ่าย ไตรมาส 1 (1 ต.ค. – 31 ธ.ค. 68)	ผลเบิกจ่าย ไตรมาส 2 (1 ม.ค. – 31 มี.ค. 69)	ผลเบิกจ่าย ไตรมาส 3 (1 เม.ย. – 30 มิ.ย. 69)	ผลเบิกจ่าย ไตรมาส 4 (1 ก.ค. – 30 ก.ย. 69)
แผนที่ 1 คຸ້ມครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค	9,859,500.00	2,300,660.47	976,470.62	3,055,368.82	-
แผนที่ 2 เสนอแนะและผลักดันนโยบายเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค	9,572,600.00	1,756,160.37	1,728,903.47	1,113,246.36	-
แผนที่ 3 สร้างความเข้มแข็งให้กับสมาชิกและองค์กรของผู้บริโภค	3,640,000.00	1,496,512.16	1,046,396.81	398,658.76	-
แผนที่ 4 สนับสนุนหน่วยงานประจำจังหวัดและเขตพื้นที่ปฏิบัติตามภารกิจสภาผู้บริโภค	47,274,141.00	10,428,727.00	13,949,196.00	11,349,389.85	-
แผนที่ 5 การสื่อสารสาธารณะเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค	6,132,800.00	2,392,260.18	2,040,006.36	465,119.82	-
แผนที่ 6 พัฒนาการดำเนินงานและบริหารจัดการสภาองค์กรของผู้บริโภค	72,168,800.00	15,334,484.15	18,065,635.30	12,987,062.43	-
แผนที่ 7 พัฒนากลไกสนับสนุนการขับเคลื่อนสภาองค์กรของผู้บริโภค	20,508,800.00	371,249.00	794,639.00	724,047.25	-
งบกลางเพื่อดำเนินการตามนโยบาย*	7,378,059.00	-	-	-	-
รวม	176,534,700.00	34,080,053.33	38,601,247.56	30,092,893.29	-

หมายเหตุ *

ปรับแผนครั้งที่ 1 :

โอนจากแผนงาน 7.2 7.2.2 จัดทำรายงานผลประจำปี ไปแผน 8 งบกลาง 90,000 บาท

โอนจากแผนงาน 7.2 7.2.2 จัดทำรายงานผลประจำปี ไปแผน 5 การสื่อสารเพื่อการคุ้มครอง 5.1 5.1.1 60,000 บาท

ปรับครั้งที่ 2 :	โอนจากแผนที่ 1. ไปแผนที่ 4 จำนวน 720,000 บาท โอนเข้าหน่วยงานประจําจังหวัด ดังนี้						
วันที่ 7 มค. 69	จังหวัด	สตูล	จำนวน	72,000			
	จังหวัด	เชียงราย	จำนวน	72,000			
	จังหวัด	กรุงเทพฯ	จำนวน	72,000			
	จังหวัด	พะเยา	จำนวน	72,000			
	จังหวัด	สุราษฎร์ธานี	จำนวน	72,000			
	จังหวัด	ประจวบคีรีขันธ์	จำนวน	72,000			
	จังหวัด	สงขลา	จำนวน	72,000			
	จังหวัด	เชียงใหม่	จำนวน	72,000			
	จังหวัด	ร้อยเอ็ด	จำนวน	72,000			
	จังหวัด	ขอนแก่น	จำนวน	72,000			
				720,000			
ปรับครั้งที่ 3 :	(1)โอนจากแผน 5/5.2 5.2.2 และ 5.2.3 ไปแผนที่ 8 งบกลาง จำนวน 1,613,600 บาท						
มติ ป.ผบพ.							
วันที่ 2 กพ. 69	(2)โอนจากแผนที่ 8 ไปแผนที่ 4 จำนวน 120,750 บาท โอนเข้าหน่วยงานจังหวัดขอนแก่นกิจกรรมอนุชาติ						
วันที่ 5 กพ. 69	(3)โอนจากแผน 6/6.1 6.1.5 ไปแผนที่ 8 งบกลาง จำนวน 1,720,000						
วันที่ 16 กพ. 69	(3)โอนจากแผน 6/6.2 6.2.1 ไปแผนที่ 8 งบกลาง จำนวน 4,400,000 บาท						
	ปรับครั้งที่ 4 :	จากการหารือ ผบพ. 10มีค69					
	วันที่ 9 มีค 69	(1)โอนจากแผน 7 / 7.3.2 และ 7.3.4 ไปแผนที่ 8 งบกลาง จำนวน 40,000 บาท					
	วันที่ 10 มีค 69	(2)โอนแผนที่ 8 งบกลาง ไป แผน 6 / 6.1.5 จำนวน 168,800 บาท					
		เพิ่มค่าใช้จ่ายเรื่องฟ้องคดี จากคดีละ 18,000 บาท เป็น 19,800 บาท					
	วันที่ 31 มีค 69	(3)โอนจากแผน 1 / 1.2 / 1.2.1 ไปแผนที่ 4 /4.1 หน่วยประจําจังหวัด จำนวน 32,400 บาท					
		ปรับครั้งที่ 5 : เดือนเมษายน					
	วันที่ เมย 69	แจ้งคืนเงินแผน 4 เหลือจากการดำเนินงาน 6 เดือนไปงบกลาง					
		สรุปยอดคืนงบประมาณรวม 274,009 บาท ประกอบไปด้วย					
	นครปฐม	105,399 บาท					
	สมุทรสงคราม	51,610 บาท					
	ภาคตะวันตก	80,000 บาท					
	สงขลา	37,000 บาท					

จําแนกการเบิกจ่าย เป็น เบิกเงินสด และ ผูกพันสัญญา

ไตรมาส 1 (1 ต.ค. – 31 ธ.ค. 68)

แผน	งบประมาณ ปี 69	เบิกเงินสด (1)	ภาระผูกพันสัญญา (2)	รวมใช้จ่ายทั้งสิ้น (1)+(2)	งบประมาณ คงเหลือ ไตรมาส 2-4	% เบิกจ่าย
แผนที่ 1	10,611,900.00	618,327.14	1,682,333.33	2,300,660.47	8,311,239.53	22
แผนที่ 2	9,572,600.00	942,160.37	814,000.00	1,756,160.37	7,816,439.63	18
แผนที่ 3	3,640,000.00	993,512.16	503,000.00	1,496,512.16	2,143,487.84	41
แผนที่ 4	46,675,000.00	10,428,727.00	-	10,428,727.00	36,246,273.00	22
แผนที่ 5	7,746,400.00	572,406.85	1,819,853.33	2,392,260.18	5,354,139.82	31
แผนที่ 6	77,400,000.00	13,035,506.60	2,298,977.55	15,334,484.15	62,065,515.85	20
แผนที่ 7	20,548,800.00	371,249.00	-	371,249.00	20,177,551.00	2
แผนที่ 8	340,000.00	-	-	-	340,000.00	-
ผลเป็กรวม	176,534,700.00	26,961,889.12	7,118,164.21	34,080,053.33	142,454,646.67	19

ไตรมาส 2 (1 ม.ค. – 31 มี.ค. 69)

	งบประมาณ ปี 69	เบิกเงินสด (1)	ภาระผูกพันสัญญา (2)	รวมใช้จ่ายทั้งสิ้น (1)+(2)	งบประมาณ คงเหลือ ไตรมาส 3-4	% เบิกจ่าย
แผน						
แผนที่ 1	10,611,900.00	1,167,604.27	(191,133.65)	976,470.62	7,334,768.91	9
แผนที่ 2	9,572,600.00	1,571,160.80	157,742.67	1,728,903.47	6,087,536.16	18
แผนที่ 3	3,640,000.00	485,414.81	560,982.00	1,046,396.81	1,097,091.03	29
แผนที่ 4	46,675,000.00	13,949,196.00	-	13,949,196.00	22,297,077.00	30
แผนที่ 5	7,746,400.00	770,002.36	1,270,004.00	2,040,006.36	3,314,133.46	26
แผนที่ 6	77,400,000.00	14,107,916.64	3,957,718.66	18,065,635.30	43,999,880.55	23
แผนที่ 7	20,548,800.00	586,430.00	208,209.00	794,639.00	19,382,912.00	4
แผนที่ 8	340,000.00	-	-	-	340,000.00	
ผลเบิกรวม	176,534,700.00	32,637,724.88	5,963,522.68	38,601,247.56	103,853,399.11	22

ไตรมาส 3 (1 เม.ย. – 30 มิ.ย. 69)

	งบประมาณ ปี 69	เบิกเงินสด (1)	ภาระผูกพันสัญญา (2)	รวมใช้จ่ายทั้งสิ้น (1)+(2)	งบประมาณ คงเหลือ ไตรมาส 4	% เบิกจ่าย
แผน						
แผนที่ 1	9,859,500.00	1,112,335.15	1,943,033.67	3,055,368.82	6,425,266.65	31
แผนที่ 2	9,572,600.00	1,075,989.03	37,257.33	1,113,246.36	8,563,600.00	12
แผนที่ 3	3,640,000.00	579,640.76	(180,982.00)	398,658.76	2,757,000.00	11
แผนที่ 4	47,274,141.00	11,349,389.85	-	11,349,389.85	47,274,141.00	24
แผนที่ 5	6,132,800.00	1,781,119.82	(1,316,000.00)	465,119.82	4,358,942.67	8
แผนที่ 6	72,168,800.00	15,362,616.86	(2,375,554.43)	12,987,062.43	68,287,658.22	18
แผนที่ 7	20,508,800.00	747,193.75	(23,146.50)	724,047.25	20,323,737.50	4
แผนที่ 8	7,378,059.00	-	-		7,378,059.00	
ผลเบิกรวม	176,534,700.00	32,008,285.22	(1,915,391.93)	30,092,893.29	73,760,505.82	17

สภาผู้บริโภคร่วมกันงบประมาณรายจ่ายของสภาองค์กรของผู้บริโภค ตามระเบียบกรรมการนโยบาย
สภาองค์กรผู้บริโภคด้วยการงบประมาณ การบัญชี การเงิน และการสอบบัญชี พ.ศ. 2565 ข้อ 9 และ ข้อ 10 ดังนี้

- (1) รายจ่ายสำหรับการดำเนินงานของสภา คณะกรรมการ และสำนักงาน
 - (ก) ประเภทรายจ่ายเกี่ยวกับบุคลากรของสำนักงาน
 - (ข) ประเภทรายจ่ายเกี่ยวกับการบริหารจัดการของสำนักงาน
 - (ค) ประเภทรายจ่ายเกี่ยวกับครุภัณฑ์ ที่ดิน และสิ่งก่อสร้าง
 - (ง) ประเภทรายจ่ายแผนงาน โครงการและงานต่างๆ ของสำนักงาน
 - (จ) ประเภทรายจ่ายอื่น
- (2) ค่าภาระที่จำเป็น
- (3) เงินที่สนับสนุนให้แก่หน่วยงานประจำจังหวัด หน่วยงานเขตพื้นที่ สมาชิก และองค์กรของผู้บริโภค
 - (ก) ประเภทรายจ่ายเกี่ยวกับบุคลากรของหน่วยงานประจำจังหวัดและหน่วยงานเขตพื้นที่
 - (ข) ประเภทรายจ่ายเกี่ยวกับการบริหารจัดการของหน่วยงานประจำจังหวัดและหน่วยงานเขตพื้นที่
 - (ค) ประเภทรายจ่ายแผนงาน โครงการและงานต่างๆ ของหน่วยงานประจำจังหวัดและหน่วยงานเขตพื้นที่

❖ จากข้อ 1.1 และ 1.2 จึงสรุปได้ว่าในปีงบประมาณ 2569 สภาองค์กรของผู้บริโภคใช้จ่ายงบประมาณทั้งสิ้น ดังนี้

รายการงบประมาณ	งบประมาณ ทั้งสิ้น	ผลเบิกจ่าย (1 ต.ค. – 31 ธ.ค.68)	คงเหลือ ไตรมาส 2-4
1.1 แผนปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณ ปี 2569 (ไตรมาส 1)	176,534,700.00	34,080,053.33	142,454,646.67
1.2 รายการกันเงินเหลือมปี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 (ไตรมาส 1)	26,140,864.70	17,161,524.05	8,479,340.65
รวม	206,395,548.10	51,241,577.38	150,933,987.32

รายการงบประมาณ	งบประมาณ ทั้งสิ้น	ผลเบิกจ่าย (1 ม.ค. – 31 มี.ค.69)	คงเหลือ ไตรมาส 3-4
1.1 แผนปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณ ปี 2569 (ไตรมาส 2)	176,534,700.00	38,601,247.56	103,853,399.11
1.2 รายการกันเงินเหลือมปี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 (ไตรมาส 2)	26,140,864.70	4,077,706.15	4,901,634.50
รวม	206,395,548.10	42,678,953.71	108,755,033.61

รายการงบประมาณ	งบประมาณ ทั้งสิ้น	ผลเบิกจ่าย (1 เม.ย. – 30 มิ.ย.69)	คงเหลือ ไตรมาส 4
1.1 แผนปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณ ปี 2569 (ไตรมาส 3)	176,534,700.00	30,092,893.29	73,760,505.82
1.2 รายการกันเงินเหลือมปี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 (ไตรมาส 3)	26,140,864.70	1,390,900.00	3,510,734.50
รวม	206,395,548.10	31,483,793.29	77,271,240.32

(ข) รายละเอียดประเภทค่าใช้จ่ายประจำปีงบประมาณ 2569

(ระหว่างเดือนตุลาคม-ธันวาคม 2568)

รายการสำหรับการดำเนินงาน ของสภาฯ หน่วย : ล้านบาท	ผลเบิกจ่าย ไตรมาส 1 (1 ต.ค. – 31 ธ.ค. 68)	ผลเบิกจ่าย ไตรมาส 2 (1 ม.ค. – 31 มี.ค. 69)	ผลเบิกจ่าย ไตรมาส 3 (1 เม.ย. – 30 มิ.ย. 69)	ผลเบิกจ่าย ไตรมาส 4 (1 ก.ค. – 30 ก.ย. 69)	รวม 4 ไตรมาส
(ก) รายการบุคลากร	12.3202	12.3798	12.2027		
(ข) รายการบริหารจัดการ	1.0866	0.8047	0.8381		
(ค) รายการครุภัณฑ์ ที่ดิน และสิ่งก่อสร้าง	-	-	-		
(ง) รายการแผนงาน โครงการ	10.2445	11.4720	5.7027		
(จ) รายการอื่น	-	-	-		
รวม	23.6513	24.6520	18.7435		

เงินที่สนับสนุนให้แก่หน่วยงาน ประจำจังหวัด หน่วยงานเขต พื้นที่ หน่วย : ล้านบาท	ผลเบิกจ่าย ไตรมาส 1 (1 ต.ค. – 31 ธ.ค. 68)	ผลเบิกจ่าย ไตรมาส 2 (1 ม.ค. – 31 มี.ค. 69)	ผลเบิกจ่าย ไตรมาส 3 (1 เม.ย. – 30 มิ.ย. 69)	ผลเบิกจ่าย ไตรมาส 4 (1 ก.ค. – 30 ก.ย. 69)	รวม 4 ไตรมาส
(ก) รายการบุคลากร	5.8563	5.8563	5.8563		
(ข) รายการบริหารจัดการ	1.5855	2.8804	2.2330		
(ค) รายการแผนงานโครงการ	2.9869	5.2125	3.2601		
รวม	10.4287	13.9492	11.3494		

รายงานผลการ

เบิกจ่าย

เงินสำรองจ่ายตามมาตรา 19 และ

กรณีฉุกเฉินและจำเป็น

ของสภาองค์กรของผู้บริโภค

รายการเงินสำรองจ่ายตามมาตรา 19 และกรณีฉุกเฉินและจำเป็น
ของสภาองค์กรของผู้บริโภค ณ วันที่ 30 กันยายน 2568

75.8923

โดยมีรายละเอียด ดังนี้

วัตถุประสงค์	เหตุผลความจำเป็น	วงเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
1. เงินสำรองกรณียุบเลิกสภา องค์กรของผู้บริโภค	เพื่อเป็นเงินทุนสำรองสะสมสำหรับจ่ายแก่พนักงาน ตามกฎหมายแรงงานและชำระหนี้คงค้างต่าง ๆ หากมีการยุบเลิกองค์กร	22.5074 ลบ.	13 %
2. เงินสำรองกรณีฉุกเฉินเป็น เวลา 6 เดือน	เพื่อเป็นเงินทุนสำรองสะสมสำหรับนำไปใช้จ่าย ดังนี้ 2.1 ค่าใช้จ่ายบุคลากรของสำนักงานสภาองค์กรของ ผู้บริโภค (เงินเดือนและสวัสดิการพนักงาน) 28,900,000.00 บาท 2.2 ค่าสาธารณูปโภคและค่าใช้จ่ายในการบริหาร จัดการให้สภาองค์กรของผู้บริโภคสามารถ ดำเนินงานได้ตามวัตถุประสงค์ 3,400,000 บาท (รับเพิ่ม 6,502,447 บาท) เป็น 9,902,447 บาท 2.3 ค่าตอบแทนการปฏิบัติงานของผู้ปฏิบัติงานและ ค่าสาธารณูปโภคในหน่วยงานประจำจังหวัดและ หน่วยงานเขตพื้นที่หรือหน่วยงานอื่นใดที่จัดตั้งขึ้น ตามข้อบังคับสภาองค์กรของผู้บริโภค 17,000,000.00 บาท	ได้มีมติเห็นชอบจากการประชุม คณะกรรมการนโยบายในการประชุมครั้งที่ 10/2568 วันที่ 30 ตุลาคม 2568 มาเป็นเงินสำรองกรณีฉุกเฉินเป็นเวลา 6 เดือน จำนวน 6.5024 ล้านบาท 43.1251 ลบ.	73 %
3. เงินสำรองเพื่อดำเนินการตาม มาตรา 19 แห่งพระราชบัญญัติ การจัดตั้งสภาองค์กรของ ผู้บริโภค พ.ศ. 2562	เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายเบื้องต้นในการดำเนินการให้เกิด การรวมตัวกันขององค์กรของผู้บริโภคอย่างทั่วถึง และเกิดพลังอย่างแท้จริงตามเจตนารมณ์ของ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย	10.2600 ลบ.	14 %

รายการเงินสำรองจ่ายตามมาตรา 19 และกรณีฉุกเฉินและจำเป็น
ของสภาองค์กรของผู้บริโภค ณ วันที่ 26 มีนาคม 2569

75.8923

โดยมีรายละเอียด ดังนี้

วัตถุประสงค์	เหตุผลความจำเป็น	วงเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
1. เงินสำรองกรณียุบเลิกสภา องค์กรของผู้บริโภค	เพื่อเป็นเงินทุนสำรองสะสมสำหรับจ่ายแก่พนักงาน ตามกฎหมายแรงงานและชำระหนี้คงค้างต่าง ๆ หากมี การยุบเลิกองค์กร	22,507,372.57 บาท	30%
ประมาณการของปีงบประมาณ 69 ถ้าต้องจ่ายชดเชย (คำนวณถึงวันที่ 30 ก.ย. 69 จากคนที่เริ่มงานก่อนวันที่ 3 ก.พ. 69) คิดจากคน 76 คน จ่ายชดเชย 30 วัน = 7 คน จ่ายชดเชย 90 วัน = 27 คน จ่ายชดเชย 180 วัน = 42 คน			
2. เงินสำรองกรณีฉุกเฉินของ สภาองค์กรผู้บริโภค	เพื่อเป็นเงินทุนสำรองสะสมสำหรับนำไปใช้จ่าย ดังนี้	43,125,064.67 บาท	57%
คำนวณ 180 วัน/6 เดือน ตามอัตราปัจจุบัน	2.1 ค่าใช้จ่ายบุคลากรของสำนักงานสภาองค์กรของ ผู้บริโภค (เงินเดือนและสวัสดิการพนักงาน)	19,158,448.00 บาท	
คำนวณ 180 วัน/6 เดือน ตามอัตราตั้งปี 2569	2.2 ค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการให้สภาองค์กรของ ผู้บริโภคสามารถดำเนินงานได้ตามวัตถุประสงค์ (1) ค่าตอบแทน ส่วนสำนักงาน (จ้างเหมาบริการ 32 อัตรา) 3,715,616.67 บาท (2) ค่าใช้จ่ายประจำระบบ IT สำนักงาน 3,000,000 บาท (3) ค่าใช้สอยและค่าสาธารณูปโภค สำนักงาน 2,500,000 บาท	9,215,616.67 บาท	
คำนวณ 180 วัน/6 เดือน ตามอัตราตั้งปี 2569	2.3 ค่าตอบแทนการปฏิบัติงานของผู้ปฏิบัติงานและ ค่าสาธารณูปโภคในหน่วยงานประจำจังหวัดและ หน่วยงานเขตพื้นที่หรือหน่วยงานอื่นใดที่จัดตั้งขึ้น ตามข้อบังคับสภาองค์กรของผู้บริโภค (1) ค่าตอบแทน (จังหวัด 11,025,000 เขต 2,000,000) 13,025,000 บาท (2) ค่าสาธารณูปโภคและค่าเช่า(จังหวัด 1,126,000 เขต 600,000) 1,726,000 บาท	14,751,000.00 บาท	

วัตถุประสงค์	เหตุผลความจำเป็น	วงเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
3. เงินสำรองเพื่อดำเนินการตามมาตรา 19 แห่งพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 พระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562	เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายเบื้องต้นในการดำเนินการให้เกิดการรวมตัวกันขององค์กรของผู้บริโภคอย่างทั่วถึงและเกิดพลังอย่างแท้จริงตามเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย	10,260,000.00 บาท	14%
ปรับยุทธศาสตร์ให้มืองค์กรสมาชิกครบถ้วนทุกจังหวัด	-สนับสนุนจังหวัดที่ไม่มีหน่วยงานประจำจังหวัด ทำหน้าที่เป็นกลไกคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัด จำนวน 41 จังหวัด สนับสนุนจังหวัดละ 150,000 บาท รวมงบประมาณ 6,150,000 บาท -การสร้างองค์กรสมาชิก ในจังหวัดที่ยังไม่มีองค์กรสมาชิก 15 จังหวัด สนับสนุนจังหวัดละ 274,000 บาท รวมงบประมาณ 4,110,000 บาท		
หมายเหตุ ที่ไม่สนับสนุนการจัดตั้งหน่วยงานประจำจังหวัดใหม่ เนื่องจากงบประมาณส่วนนี้ลดลงทุกปี เน้นสร้างองค์กรสมาชิกให้ครบทุกจังหวัด เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงความช่วยเหลือเป็นเป้าหมายหลักก่อน			

หมายเหตุ

- เนื่องจาก วงเงินสำรองของวัตถุประสงค์ทั้ง 3 วัตถุประสงค์หลัก เป็นการพิจารณาเสนอ กนย. เห็นชอบ ในการประชุมครั้งที่ 3/2566 เมื่อวันที่ 23 มีนาคม 2566 ส่วนในการพิจารณาเมื่อวันที่ 30 ตุลาคม 2568 เป็นการขออนุมัตินำเงินเหลือจ่ายปีงบประมาณ 2568 มาไว้ในงบสำรองเพิ่มเติม
- สำนักงาน พิจารณาแล้วเห็นว่า เพื่อให้วงเงินสำรองแต่ละรายการ สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และสอดคล้องกับการตั้งงบประมาณดำเนินการในปีงบประมาณ 2569 จึงได้พิจารณาคำนวณวงเงินใหม่ เพื่อเตรียมการสำหรับขออนุมัติ กนย. นำมาใช้จ่ายตามแผนปฏิบัติงานในปีงบประมาณ 2569 ไตรมาสที่ 4 กรณีที่ไม่ได้รับจัดสรรงบกลางปี 2569 เพิ่มเติม
- ที่ประชุมคณะกรรมการนโยบาย สภาผู้บริโภค เมื่อวันที่ 26 มี.ค. 69 มีมติเห็นชอบการปรับวงเงินแต่ละรายการของงบสำรองกรณีฉุกเฉิน ของสภาผู้บริโภคให้สอดคล้องกับข้อมูลปัจจุบัน ปีงบประมาณ พ.ศ.2569 ตามที่สำนักงานสภาผู้บริโภคเสนอ ภายใต้งบประมาณเดิม **75.8923 ล้านบาท**