สภาองค์กรของผู้บริโภค
Thailand Consumers Council



รายงาน 2569
ผลการดำเนินงาน และการใช้จ่ายประจำปี

ผลการดำเนินงานไตรมาส 4 และสรุปผลประจำปีงบฯ (ต.ค.68-ก.ย.69



ค่านิยมองค์กร (Core value)

TCC: เชื่อถือได้เป็นอิสระ ยึดประโยชน์ผู้บริโภค ร่วมมือกันเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลง

วิสัยทัศน์ (Vision)

เป็นกลไกผลักดันนโยบายเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับความเป็นธรรม

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



คำนำ

สภาองค์กรของผู้บริโภค (สภาผู้บริโภค) จัดทำรายงานผลการดำเนินงานและการใช้จ่ายประจำปีงบประมาณ 2569 (ตุลาคม 2568-กันยายน 2569) ซึ่งประกอบด้วย ผลการดำเนินงานประจำไตรมาส 4 และสรุปผลประจำปี 2569 รวมถึงปัญหาอุปสรรคและแนวทางแก้ไข ภายใต้งบประมาณที่ได้รับการจัดสรรจากพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 ซึ่งจะรายงานผลให้สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี (สปน.) และสาธารณะทราบ ทั้งนี้ ขอขอบพระคุณ สปน. สำหรับการทำหน้าที่สนับสนุนให้สภาผู้บริโภคสามารถทำหน้าที่เป็นตัวแทนผู้บริโภคทุกคน ในทุกด้านเป็นอย่างดี เพื่อผลประโยชน์สูงสุดในการยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคไทยให้ทัดเทียมสากล หวังเป็นอย่างยิ่งว่ารายงานฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจ และการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคต่อไป หากมีข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะประการใดโปรดแจ้งฝ่ายงานเลขาธิการ สำนักงานสภาผู้บริโภค โทร. 0-2938-1502

สภาผู้บริโภค

ตุลาคม 2569



สารบัญ

สารบัญ ..... ค

บทสรุปผู้บริหาร ..... ง

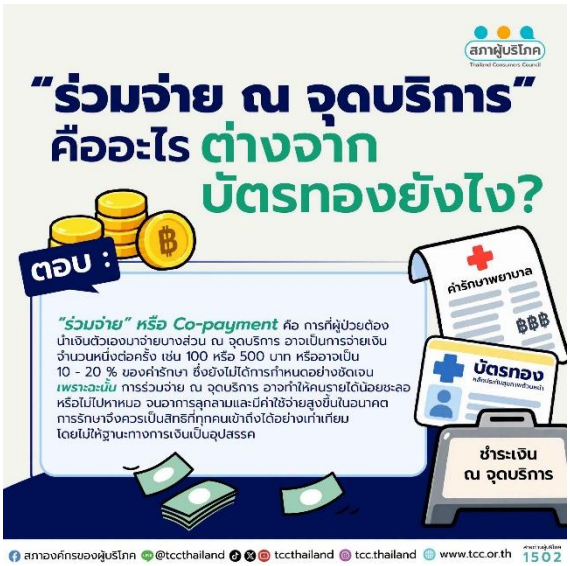
ส่วนที่ 1 ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการที่สำคัญประจำไตรมาส 4/2569 1

ส่วนที่ 2 สรุปผลการดำเนินงานประจำปี 2569 10

ส่วนที่ 2 การใช้จ่ายงบประมาณ 26







บทสรุปผู้บริหาร

สภาผู้บริโภคได้ดำเนินงานตามแผนเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตผู้บริโภค โดยมีการดำเนินงานที่สำคัญประจำปีงบประมาณ 2569 ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2568–กันยายน 2569 ดังนี้

การจัดการปัญหาผู้บริโภค ปี 2569 สภาผู้บริโภครับเรื่องร้องเรียนและให้ความช่วยเหลือผู้บริโภคผ่านสำนักงานสภาผู้บริโภคและหน่วยงานประจำจังหวัด รวม 20,286 เรื่อง ลดลงจากปี 2568 ราว 14% โดย 3 ประเด็นที่มีการร้องเรียนสูงสุด ได้แก่ สินค้าและบริการทั่วไป โดยเฉพาะสินค้าชำรุดบกพร่องหรือไม่ได้มาตรฐาน การเงินและการธนาคาร เช่น แอปเงินกู้ผิดกฎหมายทวงหนี้ไม่เป็นธรรมและการเรียกเก็บดอกเบี้ยเกินกฎหมาย และการสื่อสาร โทรคมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น สายสื่อสารที่ไม่ปลอดภัย ซึ่งสภาผู้บริโภคสามารถแก้ไขปัญหาได้ 15,528 เรื่อง (76%) ช่วยให้ผู้บริโภคได้รับการเยียวยาหรือชดเชยความเสียหายรวม 138 ล้านบาท และมีความพึงพอใจต่อการให้บริการเฉลี่ย 97% ขณะเดียวกัน เรื่องร้องเรียนที่เกิดขึ้นต่อเนื่องยังถูกนำไปสู่การดำเนินงานในวงกว้าง เช่น กรณีโทรศัพท์มือถือซัมซุงหน้าจอขึ้นเส้นสี มีข้อร้องเรียนสะสม 5,925 ราย และร้องเรียนเพิ่มหลังสิ้นสุดมาตรการเยียวยาเดิม 2,103 ราย จนนำไปสู่การยื่นฟ้องคดีแบบกลุ่มรอบที่ 2 เพื่อขยายการคุ้มครองและการเยียวยาผู้บริโภค

การฟ้องคดี สภาผู้บริโภคเสริมช่องว่างการคุ้มครองสิทธิทางคดี โดยให้ความช่วยเหลือผู้บริโภคโดยไม่มีค่าใช้จ่าย รวม 496 คดี ทุนทรัพย์ฟ้อง 229 ล้านบาท ในจำนวนนี้กว่า 387 คดีเป็นกรณีที่อยู่นอกเหนือขอบเขตการช่วยเหลือของ สคบ. สภาผู้บริโภคจึงช่วยให้ผู้บริโภคเข้าถึงกระบวนการยุติธรรมได้ครอบคลุมยิ่งขึ้น ทำให้ผู้บริโภคได้รับเงินเยียวยาแล้วกว่า 7 ล้านบาท โดยคดีส่วนใหญ่อยู่ระหว่างการสืบพยาน ครอบคลุมปัญหาสำคัญด้านการเงินและการธนาคาร (เช่น ภัยทุจริตทางการเงิน) สินค้าและบริการทั่วไป (เช่น ความเสียหายจากการเข้ารับบริการคลินิกเสริมความงาม) และอสังหาริมทรัพย์และที่อยู่อาศัย (ผิดสัญญารับเหมาก่อสร้าง) นอกจากการเยียวยาผู้บริโภครายบุคคลแล้ว การดำเนินคดียังช่วยสร้างบรรทัดฐานใหม่ในการคุ้มครองผู้บริโภค ผ่านคดีทิพยประกันภัยและ NETA รวมถึงการฟ้องซัมซุงเป็นคดีแบบกลุ่มครั้งที่ 2 เพื่อเปิดทางให้ผู้เสียหายรายใหม่เรียกร้องสิทธิ และคดี Meta กรณีโฆษณาหลอกลวง เพื่อผลักดันให้แพลตฟอร์ม แอปพลิเคชัน และผู้ให้บริการทางการเงินร่วมรับผิดชอบต่อความเสียหายจากภัยออนไลน์

การผลักดันนโยบายเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค สภาผู้บริโภคเดินหน้าคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค 9 ด้าน 31 ประเด็น ครอบคลุม 4 นโยบายพุ่งเป้าประจำปี 2569 ได้แก่ การยืนยันตัวตนผู้ขายออนไลน์ (e-KYM) ขนส่งสาธารณะที่ทุกคนขึ้นได้ทุกวัน สัญญาหอพักที่เป็นธรรม และการจัดระเบียบสายสื่อสารที่ไม่ปลอดภัย โดยขับเคลื่อนร่วมกับสมาชิกทั่วประเทศ ซึ่งมีหน่วยงานรัฐรับข้อเสนอไปดำเนินการแล้ว 7 ประเด็นสำคัญคือ การกำหนดให้มีมาตรฐานรถยนต์ไฟฟ้า 208 รายการ การห้ามยึดใบจบการศึกษาของนักเรียนที่ค้างชำระค่าเทอม การเป็นตัวแทนผู้บริโภคเข้าร่วมแก้ไขปัญหาโดยเป็นคณะกรรมการกรรมการจัดระเบียบสายสื่อสารที่ไม่ปลอดภัยทั้ง 77 จังหวัด การควบคุมอัตราค่าน้ำและค่าไฟหอพักตามจริง การส่งต่อผู้ป่วยปฐมภูมิ กทม. โดยไม่ต้องใช้ใบส่งตัว การปรับปรุงฉลากนมโคสดให้ชัดเจนและไม่สับสนกับนมโคที่มีนมผงเป็นส่วนผสม รวมถึงการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการในคลินิกความงาม พร้อมเชิญชวนให้มีการลงชื่อคัดค้านร่างแก้ไข พ.ร.บ. หลักประกันสุขภาพแห่งชาติ (บัตรทอง) ซึ่งปัจจุบันมีประชาชนร่วมลงชื่อแล้วกว่า 50,000 ราย เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตผู้บริโภคอย่างยั่งยืน

การผลักดันกฎหมายเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค สภาผู้บริโภคร่วมกับภาคประชาชนผลักดันกฎหมายสำคัญ 3 ฉบับอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคทันต่อปัญหาในปัจจุบัน โดยร่างกฎหมาย Lemon Laws ภาคประชาชนที่สภาผู้บริโภคได้เข้าชื่อ 21,111 รายชื่อ และยื่นต่อรัฐสภามีความคืบหน้ามากที่สุด ขณะนี้อยู่ในชั้นคณะกรรมาธิการวิสามัญ ซึ่งเป็นขั้นตอนพิจารณาร่างกฎหมายก่อนเสนอให้สภาผู้แทนราษฎรลงมติทั้งฉบับ โดยมีสภาผู้บริโภค และตัวแทนภาคประชาชนที่เข้าชื่อเสนอกฎหมายเข้าเป็นกรรมาธิการในสัดส่วน 1 ใน 3 และได้รับเลือกเป็นรองประธานกรรมาธิการคนที่ 2 สะท้อนการมีส่วนร่วมของประชาชนผ่านตัวแทนผู้บริโภค

ส่วนร่าง พ.ร.บ. คุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ...อยู่ระหว่างรอนายกฯ รับรอง และร่าง พ.ร.บ. อาหาร (ฉบับที่..) พ.ศ.... อยู่ในระหว่างรอนายกฯ รับรอง นับเป็นโอกาสให้ภาคประชาชนมีส่วนร่วมตรากฎหมายและยกระดับระบบคุ้มครองสิทธิของประเทศอย่างยั่งยืน โดยสภาผู้บริโภคจะร่วมผลักดันและติดตามให้ปัญหาของผู้บริโภคถูกนำไปแก้ไขผ่านกฎหมายต่อไป

ความร่วมมือกับสมาชิกองค์กรผู้บริโภคสากล (Consumers International) สภาผู้บริโภคขยายความร่วมมือกับองค์กรผู้บริโภคในระดับสากลและอาเซียน เพื่อรับมือปัญหาผู้บริโภคที่เชื่อมโยงข้ามประเทศ โดยร่วมกับสมาชิกกว่า 302 องค์กรทั่วประเทศและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดงานวันสิทธิผู้บริโภคสากล ภายใต้ธีม “สินค้าปลอดภัย ผู้บริโภคมั่นใจ” ซึ่งสอดคล้องกับวาระของสหพันธ์ผู้บริโภคสากล (CI) และร่วมผลักดันประเด็นสินค้าปลอดภัย ตลาดออนไลน์ และความรับผิดชอบของแพลตฟอร์มดิจิทัล นอกจากนี้ ยังช่วยเหลือผู้บริโภคข้ามพรมแดนจนได้รับเงินเยียวยา และร่วมพัฒนาแนวทางยกระดับความปลอดภัยของหมวกกันน็อกในภูมิภาค ขณะเดียวกัน สภาผู้บริโภคมีส่วนร่วมกับเครือข่ายอาเซียนในการพัฒนาแนวทางการค้าที่เป็นธรรม และให้ข้อมูลแก่ OECD เพื่อประกอบการประเมินประเทศไทย สะท้อนบทบาทของสภาผู้บริโภคในฐานะองค์กรภาคประชาสังคมที่มีส่วนร่วมกำหนดแนวทางคุ้มครองผู้บริโภคในระดับสากล

การขยายและเพิ่มศักยภาพเครือข่ายสมาชิก สภาผู้บริโภคขยายเครือข่ายสมาชิกเพิ่มขึ้น 25 องค์กรจากปีงบฯ 2568 รวมมีสมาชิกสะสม 381 องค์กร ครอบคลุม 63 จังหวัด และขยายเครือข่ายสมาชิกสู่ 5 จังหวัดใหม่ พร้อมพัฒนาศักยภาพแกนนำและองค์กรสมาชิกกว่า 364 องค์กร ให้มีความรู้และทักษะด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับงานคุ้มครองผู้บริโภค เทคนิคการจัดการเรื่องร้องเรียน การสอบข้อเท็จจริงและไกล่เกลี่ย รวมถึงการใช้เทคโนโลยีและ AI ผลิตสื่อ-สังเคราะห์ข้อมูล ตลอดจนเฝ้าระวังปัญหาในพื้นที่ เพื่อยกระดับสู่ “องค์กรผู้บริโภคคุณภาพ” ควบคู่กับการสนับสนุนองค์ความรู้งานคุ้มครองผู้บริโภคผ่านหลักสูตร e-Learning และมีเครือข่ายนักวิชาการทนายความให้คำปรึกษาในการดำเนินงาน นอกจากนี้ สมาชิกกว่า 82% มีส่วนร่วมในการผลักดันนโยบายและรณรงค์ประเด็นต่างๆ ของสภาผู้บริโภค ซึ่งสมาชิกและองค์กรผู้บริโภคทั้ง 77 จังหวัดมีบทบาทสำคัญในการร่วมเป็นคณะกรรมการติดตามและประเมินผลการจัดระเบียบสายสื่อสาร ร่วมกับผู้ว่าราชการจังหวัดทั่วประเทศอย่างใกล้ชิด ทำให้ภาคประชาชนมีส่วนร่วมโดยตรงในการติดตามและผลักดันการแก้ไขปัญหาสายสื่อสารโทรคมนาคมที่ไม่ปลอดภัยในระดับพื้นที่

สนับสนุนหน่วยงานประจำจังหวัดและเขตพื้นที่ปฏิบัติตามภารกิจของสภาผู้บริโภค สภาผู้บริโภคสนับสนุนหน่วยงานประจำจังหวัด 20 แห่ง 4 หน่วยงานเขตพื้นที่ และ 36 กลไกคุ้มครองสิทธิระดับจังหวัดให้เป็นกลไกคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่ โดยรับเรื่องร้องเรียน 11,513 เรื่อง แก้ไขจนยุติได้ 83% ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อบริการเฉลี่ย 95% และช่วยเรียกคืนเงินชดเชยความเสียหายกว่า 83 ล้านบาท พร้อมพัฒนาการทำงานด้านนโยบายทั้งการนำนโยบายส่วนกลางไปขยายผลในพื้นที่ และการนำปัญหาและข้อมูลจากพื้นที่มาผลักดันเป็นมาตรการ เช่น การเฝ้าระวังสินค้าและผู้ขายออนไลน์ การพัฒนาขนส่งสาธารณะที่ประชาชนเข้าถึงได้โดยจังหวัดภูเก็ตและจังหวัดกาญจนบุรีสามารถให้บริการวิ่งรถโดยสารไฟฟ้า (อยู่ในช่วงทดลองวิ่ง) การจัดทำสัญญาหอพักที่เป็นธรรม และการจัดระเบียบสายสื่อสารที่ไม่ปลอดภัย นอกจากนี้ ยังร่วมผลักดันประเด็นระดับประเทศด้านสิทธิสุขภาพและความมั่นคงทางอาหาร ส่งผลให้เกิดต้นแบบการผลักดันมาตรการ และความร่วมมือที่นำไปขยายผลได้ ซึ่งทำให้ ปัญหาของผู้บริโภคในพื้นที่ได้รับการแก้ไขทั้งในระดับพื้นที่และเชิงระบบ

การสื่อสารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค สภาผู้บริโภคขยายการเข้าถึงข้อมูลสิทธิผู้บริโภคผ่าน 8 ช่องทางหลัก ผู้ติดตามสะสมกว่า 4.8 แสนบัญชี เพิ่มขึ้นมากกว่า 1 เท่าจากปี 2568 และมีการเผยแพร่สื่อให้ความรู้ 7,202 ชิ้น ได้รับความสนใจจากผู้บริโภครวม 93 ล้านครั้ง และถูกนำไปเผยแพร่ต่อผ่านสื่อมวลชนและผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ 9,940 ครั้ง คิดเป็นมูลค่าการประชาสัมพันธ์ 1,491 ล้านบาท ผู้บริโภคมีความพึงพอใจมากต่อการสื่อสารของสภาผู้บริโภค ควบคู่กับการรณรงค์ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการคุ้มครองสิทธิ เช่น แคมเปญ “ฉันก็โดน (หลอก) เหมือนกัน” ที่เปิดให้ผู้บริโภคร่วมตรวจสอบและแจ้งเบาะแสการถูกหลอกลวงบนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กจนนำไปสู่การมีฟ้องร้องแพลตฟอร์มเฟ

ซบุ๊กครั้งแรกของประเทศไทย จนคว้ารางวัล Best Social Change Influencer Campaign 2026 ซึ่งสะท้อนความสำเร็จในการใช้สื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงในสังคม รวมถึงรณรงค์แคมเปญ “สิทธิสุขภาพ ห้ามถอยหลัง” คัดค้านการร่วมจ่ายค่ารักษาพยาบาล (สิทธิบัตรทอง) ซึ่งมีประชาชนร่วมลงชื่อแล้วกว่า 50,000 รายชื่อ พร้อมทั้งจัดนิทรรศการ “SPEAK UP: เราต้องไม่ยอมจำนน” ที่นำปัญหาผู้บริโภคมาสื่อสารผ่านงานศิลปะ ผลักดัน 4 ประเด็นปัญหาผู้บริโภคสู่การเปลี่ยนแปลงเชิงนโยบาย ช่วยให้ผู้บริโภคเท่าทันภัยออนไลน์ ตระหนักรู้สิทธิ และร่วมปกป้องตนเองจากเงื่อนไขที่ไม่เป็นธรรม รวมถึงกระตุ้นให้แพลตฟอร์มดิจิทัลและภาครัฐร่วมรับผิดชอบและปรับปรุงนโยบายเพื่อลดความเหลื่อมล้ำในสังคมอย่างยั่งยืน

การดำเนินงานและบริหารจัดการ สภาผู้บริโภคขับเคลื่อนการยกระดับการบริหารจัดการสำนักงานสู่ Smart Office เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการคุ้มครองผู้บริโภค โดยปรับปรุงโครงสร้างองค์กรนำระบบสารสนเทศด้านทรัพยากรบุคคล (HRIS/IPOP) มาใช้ประเมินผลการปฏิบัติงาน ขับเคลื่อนค่านิยมองค์กร “TCC เชื่อถือได้เป็นอิสระ ยึดประโยชน์ผู้บริโภค ร่วมมือกันเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลง” และพัฒนาทักษะดิจิทัลพร้อมการประยุกต์ใช้ AI ให้แก่ผู้ปฏิบัติงาน ขณะเดียวกันอยู่ระหว่างการพัฒนาระบบรับเรื่องร้องเรียน (CRM ใหม่) ควบคู่กับการดำเนินตามมาตรการความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) การเพิ่มพื้นที่จอดรถอำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการ และส่งเสริมสุขภาวะบุคลากรทั้งทางกายและใจ ซึ่งการดำเนินงานทั้งหมดนี้นอกจากจะช่วยให้ผู้บริโภคเข้าถึงบริการร้องเรียนได้อย่างสะดวกรวดเร็วและปลอดภัยแล้ว ยังช่วยสร้างความพร้อมเชิงโครงสร้างและฐานข้อมูลในการผลักดันนโยบายสาธารณะเพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคในระดับประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ

พัฒนากลไกสนับสนุนการขับเคลื่อนสภาผู้บริโภค สภาผู้บริโภคพัฒนากลไกและระบบบริหารจัดการเพื่อเชื่อมโยงการทำงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างส่วนกลางและเครือข่ายทั่วประเทศ พร้อมยกระดับกฎระเบียบและ เชื่อมการเข้าถึงฐานข้อมูลทะเบียนราษฎร ซึ่งส่งผลดีทางตรงให้ผู้บริโภคได้รับการช่วยเหลือทางกฎหมายและการดำเนินคดีแทนได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ผลักดันประเด็นคุ้มครองผู้บริโภคเข้าสู่ร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 14 (พ.ศ. 2571–2575) โดยบูรณาการร่วมกับ สคบ. ต่อเพื่อจัดทำแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค แผนระดับ 3 โดยเป็นแผนระยะที่ 3 (พ.ศ. 2571-2575) พร้อมทั้งร่วมกับเครือข่ายกำหนด 4 นโยบายหลักพุ่งเป้าในการคุ้มครองผู้บริโภคประจำปี 2570 ได้แก่ การสแกนสินค้า มอก. บนแพลตฟอร์มออนไลน์ การผลักดันขนส่งสาธารณะทุกจังหวัด การคัดค้านการร่วมจ่าย ณ จุดบริการ และการเรียนฟรีอย่างมีคุณภาพ เพื่อให้เสียงและปัญหาของผู้บริโภคได้รับการผลักดันสู่การเปลี่ยนแปลงเชิงระบบ ตลอดจนขับเคลื่อนข้อเสนอด้านสวัสดิการแรงงานผ่านการมีส่วนร่วมใน การสมัครคณะกรรมการประกันสังคมฝ่ายนายจ้าง ซึ่งจะช่วยยกระดับระบบคุ้มครองผู้บริโภคและสวัสดิการสังคมของประเทศให้เข้มแข็งอย่างยั่งยืน

หากมีปัญหาผู้บริโภคสามารถร้องเรียน/ปรึกษาคดีกับสภาผู้บริโภคได้ที่สายด่วน 1502
หรือหน่วยงานประจำจังหวัดทั่วประเทศ 20 แห่งใกล้บ้าน โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้น

ผลการดำเนินงานสำคัญ ประจำปี 2569

สภาผู้บริโภค
Thailand Consumers Council

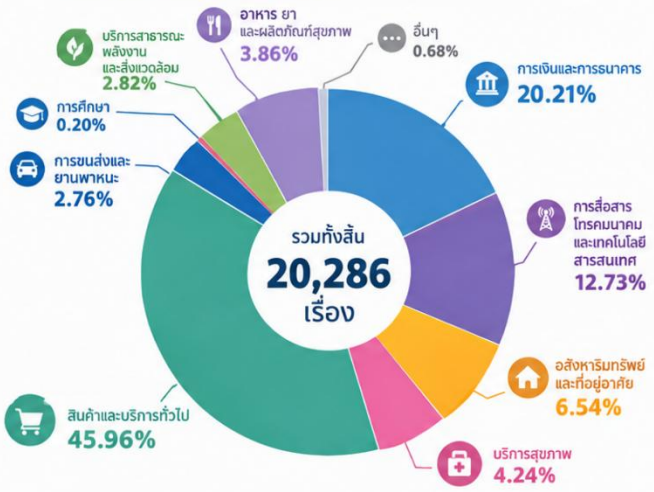
- ผล 20,286 เรื่อง — รับเรื่องร้องทุกข์ — 10,000 เรื่อง
- ผล 76 % — แก้ไขปัญหาให้ผู้ร้องเรียนจนยุติ — 80 %
- ผล 97 % — ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อบริการของสภาผู้บริโภค — 80 %
- ผล 3 กลุ่มฯ 9 ด้าน — ผลักดันนโยบายมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค — 3 กลุ่มนโยบาย
- หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำประเด็นนโยบายที่ขับเคลื่อนไปปฏิบัติ — 3 ประเด็น — ผล 7 ประเด็น
- สร้าง Brand Awardness ต่อการเผยแพร่สื่อสภาฯ — 60 ล้านครั้ง — ผล 127 ล้านครั้ง
- ผลักดัน กม. โดยประชาชนมีส่วนร่วม — 3 ฉบับ (ต่อเนื่อง) — ผล 3 ฉบับ
- สร้างเครือข่ายสมาชิกของสภาผู้บริโภค — 60 จังหวัด 360 องค์กร — ผล 63 จังหวัด 381 องค์กร

ข้อมูลตั้งแต่ ต.ค. 68-ก.ย.69

สถิติการรับเรื่องร้องเรียนเรียนของสภาผู้บริโภค จำแนกตาม 9 ประเภทปัญหา 2569

สภาผู้บริโภค
Thailand Consumers Council

พลังผู้บริโภค พลังแห่งการเปลี่ยนแปลง



ลำดับที่	ประเภทปัญหา 9 ด้าน	จำนวนเรื่องร้องเรียน (เรื่อง)	คิดเป็น
1	สินค้าและบริการทั่วไป	9,324	45.96%
2	การเงินและการธนาคาร	4,099	20.21%
3	การสื่อสาร โทรคมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศ	2,583	12.73%
4	อสังหาริมทรัพย์และที่อยู่อาศัย	1,327	6.54%
5	บริการสุขภาพ	860	4.24%
6	อาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ	784	3.86%
7	บริการสาธารณะ พลังงาน และสิ่งแวดล้อม	572	2.82%
8	การขนส่งและยานพาหนะ	559	2.76%
9	การศึกษา	40	0.20%
10	อื่นๆ	138	0.68%
รวมทั้งสิ้น		20,286	-

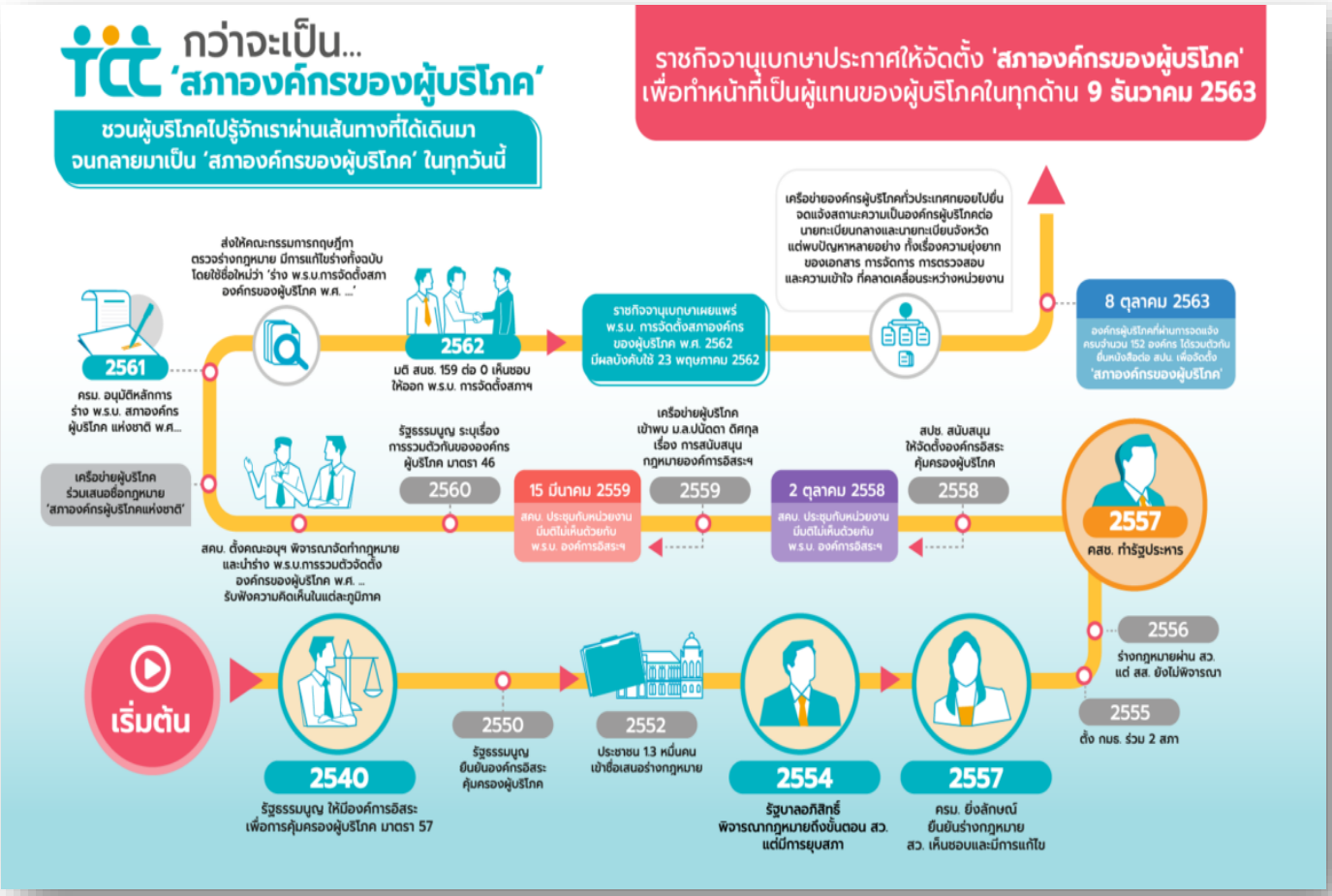
- สำนักงานสภาผู้บริโภค รับเรื่องร้องเรียน 8,773 เรื่อง
- หน่วยงานประจำจังหวัด รับเรื่องร้องเรียน 11,513 เรื่อง
- แก้ไขปัญหาได้จนยุติ 76% | คิดเป็นมูลค่าการเยียวยา 138 ล้านบาท
- ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจเฉลี่ย 97%

ข้อมูลตั้งแต่ ต.ค. 68-ก.ย.69

ส่วนที่ 1 ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการที่สำคัญประจำไตรมาส 4/2569

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 ซึ่งช่วงระหว่างเดือนกรกฎาคม-กันยายน 2569 สภาผู้บริโภคได้ดำเนินการตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยผลการดำเนินงานที่สำคัญมีดังนี้





รับเรื่องร้องเรียน

สภาผู้บริโภค โดยสำนักงานสภาผู้บริโภค และหน่วยงานประจำจังหวัด ได้รับเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภค ณ ไตรมาส 4 สะสมรวมจำนวน 20,286 เรื่อง เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 3 จำนวน 2,939 เรื่อง (ข้อมูล ณ วันที่ 30 กันยายน 2569) พบว่าปัญหาผู้บริโภค 3 อันดับสูงสุดยังคงอยู่ในหมวดปัญหาสินค้าและบริการทั่วไป การเงินและการธนาคาร และการสื่อสาร โทรคมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งลักษณะปัญหาที่ละเมิดสิทธิผู้บริโภค เช่น สินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าชำรุดบกพร่อง/ไม่ได้มาตรฐาน สายสื่อสารโทรคมนาคมไม่ปลอดภัย และซื้อสินค้าและบริการออนไลน์แล้วไม่ได้ของหรือบริการ นอกจากนี้ ยังมีผู้บริโภคจำนวนหลายรายร้องเรียนกรณีผู้ให้บริการเกมส์ร่างทรงผี (Limited Ghost Tide) เผยแพร่ข้อมูลอัตราแลกเปลี่ยนตั๋วกาชาคลาดเคลื่อนเป็นเหตุให้ผู้บริโภคเสียสิทธิ์และผลประโยชน์ในระบบเกมส์ดังกล่าวภายใต้การดูแลของบริษัท TiKiPay ประเทศฮ่องกง โดยสภาผู้บริโภคได้ประสานงานสภาผู้บริโภคฮ่องกง (Hong Kong Consumer Council-HKCC) เพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นโดยเร็ว

สรุปภาพรวม ณ ไตรมาส 4/2569 สภาผู้บริโภคสามารถดำเนินการแก้ไขปัญหาให้ผู้บริโภคจนยุติสะสมแล้วกว่า 76% คิดเป็นมูลค่าการเยียวยามากถึง 138 ล้านบาท โดยผู้บริโภคที่ใช้บริการมีความพึงพอใจเฉลี่ย 97% ซึ่งความเต็มใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่รับเรื่องเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคมีความพึงพอใจสูงสุด

ฟ้องคดี

สภาผู้บริโภคดำเนินการฟ้องคดีแทน หรือช่วยเหลือผู้บริโภคโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายจำนวนสะสมรวม 496 คดี ทุนทรัพย์ฟ้องคดีกว่า 229 ล้านบาท โดยเมื่อวันที่ 7 กันยายน 2569 สภาผู้บริโภคยื่นฟ้องกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ พร้อมพวกรวม 8 ราย ต่อศาลปกครองกลาง เพื่อขอให้ศาลพิจารณาเพิกถอน ประกาศกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เรื่อง การรับรองสิ่งมีชีวิตที่พัฒนาจากเทคโนโลยีการปรับแต่งจีโนมเพื่อใช้ประโยชน์ในภาคการเกษตร พ.ศ. 2567 โดยขอให้ศาลตรวจสอบทั้งความชอบด้วยกฎหมายของประกาศและกระบวนการก่อนออกประกาศดังกล่าว พร้อมขอคุ้มครองฉุกเฉินคัดค้านการขึ้นทะเบียนพืช สัตว์ สัตว์น้ำ เสี่ยงสร้างผลกระทบผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อมอย่างมหาศาล ซึ่งประกาศฉบับดังกล่าวลงวันที่ 11 กรกฎาคม 2567 และมีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 15 สิงหาคม 2567 มีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดแนวทางการรับรองสิ่งมีชีวิตที่พัฒนาจากเทคโนโลยีการปรับแต่งจีโนม หรือ Genome Editing (GEd) สำหรับนำไปใช้ประโยชน์ในภาคการเกษตร โดยครอบคลุมการพัฒนาพันธุ์ในภาคพืช สัตว์ และประมง และต้นเดือนสิงหาคมที่ผ่านมากรมวิชาการเกษตรเตรียมขึ้นทะเบียนสิ่งมีชีวิตจากจีโนม ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และ ผู้บริโภคอย่างมหาศาล โดยที่ยังไม่มีมาตรการควบคุม กำกับดูแลที่ชัดเจน เช่นเดียวกับกรณีปลาหมอคางดำ ซึ่งสภาผู้บริโภคติดตามประเด็นดังกล่าวมาตั้งแต่ปี 2567 เนื่องจากเห็นว่าการนำเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงสารพันธุกรรมของสิ่งมีชีวิตเข้าสู่ระบบเกษตรและห่วงโซ่อาหาร จำเป็นต้องมี

กลไกกำกับดูแลที่สามารถคุ้มครองผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อมได้อย่างรอบด้าน ไม่ใช่พิจารณาเพียงศักยภาพของเทคโนโลยีเท่านั้น

เฝ้าระวังและแจ้งเตือนภัยที่กระทบสิทธิผู้บริโภค

จากกรณีที่สภาผู้บริโภคดำเนินการฟ้องร้องแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กในกรณีปัญหาโฆษณาหลอกลวงและการซื้อขายออนไลน์ที่สร้างความเสียหายแก่ผู้บริโภค สภาผู้บริโภคจึงสำรวจข้อมูลมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคกับแพลตฟอร์มออนไลน์กับประเทศต่างๆ เช่น รัฐบาลอินโดนีเซียใช้กฎหมายและกลไกรัฐรับมือโฆษณาหลอกลวง กำกับดูแลโฆษณาออนไลน์และข้อมูลด้านสุขภาพ พร้อมผลักดันแพลตฟอร์มดิจิทัลร่วมรับผิดชอบความเสียหายจากอีคอมเมิร์ซและโซเชียลคอมเมิร์ซ ศาลรัฐนิวเม็กซิโก ประเทศสหรัฐอเมริกามีคำพิพากษาให้เมตา (Meta) บริษัทแม่ของเฟซบุ๊กจ่ายเงินอีก 567 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 18,500 ล้านบาท ฐานละเมิดความปลอดภัยเด็กเนื่องจากแพลตฟอร์มทำให้เยาวชนเสี่ยงเนื้อหาอันตรายและการล่วงละเมิดทางเพศ รวมถึงสหภาพยุโรปเดินหน้ายกระดับการคุ้มครองเด็กในโลกออนไลน์ โดยสนับสนุนกฎหมาย EU KIDS Act กำหนดเด็กอายุต่ำกว่า 13 ปีห้ามมีบัญชี โซเชียลมีเดีย พร้อมบังคับแพลตฟอร์มออกแบบบริการให้ปลอดภัยสำหรับเด็กตั้งแต่ต้น ย้ำแพลตฟอร์มต้องพิสูจน์ว่าบริการของตนปลอดภัย ก่อนเข้าถึงเด็กและเยาวชน เป็นต้น

ผลักดันนโยบายเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

สภาผู้บริโภคเดินหน้าผลักดันนโยบายเพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคสำคัญ 9 ด้าน ครอบคลุม 3 นโยบายพุ่งเป้าประจำปี 2569 ซึ่งยังคงเน้นการแก้ปัญหาเชิงระบบร่วมกับหน่วยงานรัฐและภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง โดยในไตรมาสนี้มี 2 ประเด็นข้อเสนอของสภาผู้บริโภคที่หน่วยงานรัฐรับนำไปปรับใช้เพื่อแก้ปัญหาผู้บริโภค ได้แก่ (1) "ระบบสุขภาพปฐมภูมิ" (การรักษาพยาบาลใกล้บ้านใน กทม.) ซึ่งสำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ เขต 13 กรุงเทพมหานคร มีมติเห็นชอบจัดทำเครือข่ายบริการรูปแบบใหม่ (New Model) โดยนำแนวทางของโรงพยาบาลนพรัตน์ราชธานีและโรงพยาบาลราชพิพัฒน์โมเดลมาใช้เป็นแกนกลางบริหารเครือข่าย จัดสรรงบประมาณเหมาจ่ายให้โรงพยาบาลแม่ข่ายไปบริหารจัดการเอง และจัดระบบดูแลส่งต่อผู้ป่วยในเครือข่าย โดยไม่ต้องใช้ใบส่งตัว ช่วยให้ประชาชนได้รับการรักษาต่อเนื่องและสะดวกขึ้น รวมถึง (2) ฉลากผลิตภัณฑ์นมโคพร้อมดื่ม (นมกล่อง/นมขวด) ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้ปรับปรุงประกาศกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยนมโค พร้อมแต่งตั้งคณะทำงานที่มีผู้แทนสภาผู้บริโภคเข้าร่วมพิจารณา พร้อมทั้งปรับนิยาม "น้ำนมโคสด" ใหม่ ให้ต้องมาจากน้ำนมดิบจากเต้าเท่านั้น และหากมีการใช้นมผงผสมเพื่อปรับปริมาณ ต้องระบุบนฉลากให้ชัดเจนว่า "ใช้นมผงกี่ %" เพื่อให้ผู้บริโภคอ่านแล้วเข้าใจและเลือกซื้อได้อย่างถูกต้อง

นอกจากนี้ สภาองค์กรของผู้บริโภค และเครือข่ายภาคประชาชนยังร่วมกันคัดค้านร่างแก้ไขพระราชบัญญัติหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ (พ.ร.บ. บัตรทอง) เนื่องจากกังวลว่าการแก้ไขกฎหมายนี้จะทำให้สิทธิสุขภาพของ

ประชาชนถอยหลัง และกระทบต่อคนไทยกว่า 47 ล้านคน ซึ่งใช้เป็นหลักประกันในการรักษาพยาบาลเมื่อเกิดการเจ็บป่วย ซึ่งหากร่างกฎหมายนี้ผ่านสิ่งที่น่ากังวลคือ เสียงของประชาชนอาจเบาลง สิทธิที่เคยได้รับการรักษาและยาจำเป็นอาจถูกปรับลดลง หรือการร่วมจ่ายอาจกลายเป็นภาระของประชาชน/ กลุ่มเปราะบาง ทำให้ประชาชนเสี่ยงแบกรับภาระทางการเงิน ทั้งนี้ มีประชาชนร่วมลงชื่อแล้วกว่า 50,000 รายชื่อ

การผลักดันกฎหมายเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

ผลจากการที่สภาผู้แทนราษฎรมีมติรับหลักการร่างกฎหมาย เลมอน ลอว์ เมื่อวันที่ 24 มิถุนายน 2569 มีความคืบหน้าสำคัญคือ สภาผู้บริโภคได้ยื่น 21,111 รายชื่อประชาชนเข้าสู่รัฐสภา และร่างกฎหมายเข้าสู่การพิจารณาของคณะกรรมาธิการวิสามัญแล้ว โดยสภาผู้บริโภคเข้าร่วมเป็นรองประธานกรรมาธิการคนที่ 2 ทำให้ผู้บริโภคอันมีสภาผู้บริโภคเป็นตัวแทนของภาคประชาชนมีส่วนร่วมโดยตรงในการพิจารณาร่างกฎหมาย สามารถนำปัญหาและข้อเสนอของผู้บริโภคเข้าสู่กระบวนการพิจารณา และผลักดันให้กฎหมายมีเนื้อหาที่ตอบสนองการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างเท่าทันมากขึ้น

ความร่วมมือกับสมาชิกองค์กรผู้บริโภคสากล (Consumers International)

สภาผู้บริโภคยังคงร่วมหารือกับ BEUC (The European Consumer Organization) อย่างต่อเนื่องในการติดตามความคืบหน้ากรณีที่ BEUC และองค์กรสมาชิกขับเคลื่อนแคมเปญ “Sponsored by Scammers” จนนำไปสู่การยื่นเรื่องร้องเรียนต่อ Meta (Facebook), Google และ TikTok ที่ละเมิดกฎหมายว่าด้วยการกำกับดูแลการให้บริการดิจิทัล (Digital Services Act) มาตรา 16, 20, 23, 24, 25, 34, 35 และ 39 โดยการปล่อยให้มีโฆษณาหลอกลวงแพร่กระจายและขาดมาตรการป้องกันที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งเหตุผลที่ BEUC ฟ้องร้องเฟซบุ๊กได้แก่ ปล่อยให้มีโฆษณาหลอกลวงจนเสียทรัพย์ ไม่ลบและไม่ระงับบัญชีของมิจฉาชีพที่มีการกระทำผิดซ้ำ ระบบคลังโฆษณาขาดความโปร่งใสและใช้งานยาก ผลักภาระให้ผู้ใช้ต้องระบุข้อกฎหมายและส่งหลักฐานเอง รวมถึงระบบจัดการข้อร้องเรียนและการอุทธรณ์ภายในขาดประสิทธิผล

เพิ่มศักยภาพสมาชิกในการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค

สภาผู้บริโภคขยายเครือข่ายองค์กรสมาชิกเพื่อเพิ่มความครอบคลุมการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับพื้นที่ โดยในปีงบประมาณ 2569 มีสมาชิกเพิ่มขึ้น 25 องค์กรจากปีงบประมาณ 2568 ส่งผลให้ ณ ไตรมาส 4 มีสมาชิกสะสม 381 องค์กร ครอบคลุม 63 จังหวัด เกินกว่าเป้าหมายที่กำหนด และสามารถเปิดพื้นที่เครือข่ายสมาชิกใหม่ได้เพิ่มขึ้น 1 จังหวัดคือ จังหวัดลพบุรี ทำให้การติดตามและรับรู้ปัญหาผู้บริโภคในพื้นที่มีความครอบคลุมมากขึ้น ควบคู่กับการพัฒนาศักยภาพแกนนำและองค์กรสมาชิกให้สามารถดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตั้งแต่ความรู้ด้านกฎหมาย สัญญามาตรฐาน การสืบสวนข้อเท็จจริง การไกล่เกลี่ยข้อพิพาท และการจัดเก็บหลักฐานดิจิทัล ตลอดจนพัฒนาทักษะการบันทึกและวิเคราะห์ข้อมูลเรื่องร้องเรียนผ่านระบบ รับเรื่อง

ร้องเรียน CRM โดยดำเนินการใน 13 จังหวัด มีผู้เข้าร่วม 121 องค์กร ครอบคลุมอย่างน้อย 65 อำเภอ เพื่อให้สามารถนำข้อมูลจากปัญหาในพื้นที่ไปพัฒนาเป็นข้อเสนอเชิงนโยบายได้

นอกจากนี้ ยังนำรูปแบบการเรียนรู้ที่หลากหลายมาเสนอแนะให้กับเครือข่าย เช่น Gamification สำหรับการทำงานกับเด็กและเยาวชน การใช้ AI ช่วยวิเคราะห์ข้อมูลและผลิตสื่อเตือนภัย รวมถึงการจัดทำ Risk Mapping เพื่อเฝ้าระวังจุดเสี่ยงของสายโทรคมนาคมที่ไม่ปลอดภัยในพื้นที่ พร้อมทั้งจัดเวทีแลกเปลี่ยนบทเรียนระดับภูมิภาคและจัดสภาผู้บริโภคสัญจร เพื่อเชื่อมโยงการทำงานขององค์กรสมาชิกกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและภาคีในพื้นที่ ตลอดจนสนับสนุนเครือข่ายนักวิชาการ มหาวิทยาลัย สภาทนายความ และที่ปรึกษากฎหมายประจำจังหวัด เพื่อให้คำปรึกษา สนับสนุนข้อมูล และช่วยกลั่นกรองประเด็นคดีที่มีความซับซ้อนก่อนดำเนินการแทนผู้บริโภค

สนับสนุนหน่วยงานประจำจังหวัดและเขตพื้นที่ปฏิบัติตามภารกิจของสภาผู้บริโภค

ในไตรมาสนี้หน่วยงานประจำจังหวัด 20 แห่ง และหน่วยงานเขตพื้นที่ 4 แห่ง เป็นกำลังสำคัญในการทำหน้าที่ขับเคลื่อนการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคในระดับภูมิภาค เพื่อให้ประชาชนในพื้นที่เข้าถึงความเป็นธรรมได้สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น พร้อมทำหน้าที่เป็นพี่เลี้ยงสนับสนุนองค์กรสมาชิกให้สามารถดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่ของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

หน่วยงานประจำจังหวัดยังสามารถช่วยเหลือผู้บริโภคจนได้รับความเป็นธรรม เช่น หน่วยงานประจำจังหวัดเชียงราย (สมาคมประชาสังคมเพื่อการพัฒนาจังหวัดเชียงราย) ช่วยเหลือผู้บริโภคที่ซื้อรถยนต์ MG ป้ายแดงจากตัวแทนจำหน่ายในพื้นที่ หลังใช้งานได้เพียงไม่กี่เดือนรถมีเสียงดังผิดปกติ เมื่อนำเข้าตรวจเช็กที่ศูนย์บริการกลับถูกปฏิเสธโดยอ้างว่าอาการไม่ชัดเจน จนกระทั่งขณะขับรถข้ามจังหวัดมีควันสีขาวพุ่งออกมาพร้อมเสียงดัง ต้องจอดรถข้างทางและเรียกรถสไลด์ลากกลับศูนย์บริการ แต่ทางศูนย์บริการไม่ออกเอกสารรับรถให้เป็นหลักฐาน และปล่อยรถจอดทิ้งไว้นานนับเดือนโดยไม่มีความคืบหน้า ผู้เสียหายจึงร้องขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานประจำจังหวัดเชียงราย ผลลัพธ์คือบริษัทอนุมัติเคลมและซ่อมรถให้ทั้งหมด พร้อมออกใบสั่งซ่อมที่มีรายละเอียดชัดเจนภายใน 7 วันหลังจากหน่วยงานประจำจังหวัดเชียงรายออกหนังสือร้องเรียนถึงบริษัทแม่ (สำนักงานใหญ่ในประเทศไทย) เพื่อให้ชี้แจงรายละเอียดเพิ่มเติม รวมถึงผู้บริโภคที่สั่งซื้อแท็บเล็ต Tablet Teclast T65 จากแอปฯ ส้มแล้วได้รับสินค้าชำรุด หลังตรวจสอบข้อเท็จจริงหน่วยงานประจำจังหวัดเชียงรายจึงส่งหนังสือถึงร้านค้าและบริษัทขนส่ง กำหนดให้ชี้แจงภายใน 15 วัน ผลคือร้านค้ายอมคืนเงิน 5,584 บาท ให้ผู้เสียหายเต็มจำนวน ทั้งนี้ ความเต็มใจให้บริการของหน่วยงานประจำจังหวัดทำให้ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในภาพรวมสูงถึง 96% แสดงให้เห็นถึงความไว้วางใจของผู้ใช้บริการในพื้นที่

นอกจากนี้ สภาผู้บริโภค ร่วมกับ 20 หน่วยงานประจำจังหวัด และเครือข่ายสมาชิกทั่วประเทศยังร่วมกันรณรงค์งานคุ้มครองผู้บริโภคภายใต้ 2 แคมเปญเพื่อเชิญชวนให้ประชาชนร่วมลงชื่อ ร่วมกันสร้างระบบคุ้มครองผู้บริโภคไทยให้เข้มแข็ง ได้แก่ คัดค้านการแก้ไข พรบ.หลักประกันสุขภาพแห่งชาติกรณีการรวมจ่าย

ณ จุดบริการ ให้ยังคงหลักการเข้าถึงบริการอย่างเท่าเทียม รวมถึงร่วมกับหน่วยงานประจำจังหวัด 20 แห่ง และเครือข่ายภาคประชาชน ยื่นหนังสือถึงรัฐบาลเรียกร้องไม่รับข้อเสนอของสหภาพยุโรปที่กำหนดให้ประเทศไทยคุ้มครองพันธุ์พืชตามอนุสัญญา UPOV 1991 ภายใต้การเจรจาความตกลงการค้าเสรีไทย–สหภาพยุโรป หรือ FTA ไทย–EU ซึ่งคาดว่าจะมีการเจรจารอบที่ 10 ระหว่างวันที่ 28 กันยายน–6 ตุลาคม 2569 เนื่องจากเป็นการกำหนดกติกาเมล็ดพันธุ์ใหม่ที่อาจกระทบต่อสิทธิของเกษตรกรและผู้บริโภค โดยหน่วยงานประจำจังหวัดจะยื่นหนังสือคัดค้านต่อศูนย์ดำรงธรรมภายในพื้นที่ของตนเอง เช่น จังหวัดขอนแก่น สุรินทร์ ลำปาง เชียงราย ร้อยเอ็ด กทม. สงขลา เชียงใหม่ พระนครศรีอยุธยา น่าน และนครปฐม เป็นต้น

สื่อสารสาธารณะเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

8 ช่องทางหลักที่สภาผู้บริโภคทำการเผยแพร่ข่าวสารสู่ผู้บริโภค (Facebook, Website, LINE Official, TikTok, X (Twitter), Instagram, YouTube และ Spotify) พบว่าเฟซบุ๊กเพจยังคงเป็นช่องทางที่ผู้บริโภคให้ความสนใจเข้าถึงข้อมูลที่เผยแพร่มากที่สุดตลอดช่วงปี 2564 ถึง30 ก.ย. 2569 มีผู้ติดตามทุกแพลตฟอร์มเพิ่มขึ้นจากปี 2568 เฉลี่ยกว่า 1 เท่าตัว (สะสมรวม 4.8 แสนบัญชี) ผู้บริโภคให้ความสนใจสื่อที่เผยแพร่ (Impression) มากถึง 42 ล้านครั้ง สื่อมวลชนและผู้ทรงอิทธิพลในสื่อสังคมออนไลน์เผยแพร่ข้อมูลสู่สาธารณะให้ประชาชนรับทราบมากถึง 3,467 ครั้ง คิดเป็นมูลค่าประชาสัมพันธ์ราว 552 ล้านบาท โดยผลตอบรับส่วนใหญ่มาจากเนื้อหาที่เชื่อมสถานการณ์ในกระแสเข้ากับสิทธิและผลกระทบในชีวิตประจำวัน พร้อมกับให้ข้อมูลเพื่อเพิ่มทางเลือกไปสู่การแก้ไข้ที่ผู้บริโภคสามารถนำไปตรวจสอบ ป้องกันความเสียหาย หรือเรียกร้องความเป็นธรรมเบื้องต้นด้วยตนเองได้

นอกจากนี้ สภาผู้บริโภคยังรณรงค์โดยเชิญชวนให้ประชาชนร่วมลงชื่อคัดค้านการแก้ไขกฎหมายหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ (สิทธิบัตรทอง) พร้อมตั้งคำถามต่อแนวคิดให้ประชาชนร่วมจ่ายค่ารักษาพยาบาลว่า หากสิทธิถูกลดทอน คนที่ไม่มีเงินจะรักษาตัวอย่างไร ทั้งนี้ มีประชาชนร่วมลงชื่อแล้วกว่า 5 หมื่นราย (ข้อมูล ณ วันที่ 25 ก.ย. 2569)

ผลจากการขับเคลื่อนงานด้านภัยออนไลน์ในไตรมาส 3 แคมเปญ “ฉันก็โดน (หลอก) เหมือนกัน” ซึ่งเป็นการเปลี่ยนคำถามจาก “เหตุใดผู้เสียหายจึงถูกหลอก” ไปสู่ “เหตุใดระบบจึงปล่อยให้เกิดความเสียหายซ้ำๆ” สร้างการรับรู้ของสังคมจนนำไปสู่การช่วยเหลือผู้เสียหาย การดำเนินคดี และการเรียกร้องให้แพลตฟอร์มกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมรับผิดชอบ ทำให้สภาผู้บริโภคได้รับรางวัลชนะเลิศ Best Social Change Influencer Campaign จากเวที Thailand Influencer Awards 2026 by Tellscore การสื่อสารเรื่องสิทธิผู้บริโภคจึงก้าวไปไกลกว่าการให้ความรู้หรือเตือนภัย หากสามารถทำให้ผู้เสียหายกล้าเล่าเรื่องของตนเอง เปิดให้สังคมเข้ามามีส่วนร่วม และนำเสียงเหล่านั้นไปผลักดันการแก้ปัญหาได้จริง นอกจากนี้ยังทำให้บทบาทของสภาผู้บริโภคเป็นที่รู้จักในวงกว้างขึ้น ในฐานะองค์กรที่ใช้การสื่อสารเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการคุ้มครองผู้บริโภค ทั้งนี้ สภาผู้บริโภคยังเชื่อมโยงงานคุ้มครองผู้บริโภคผ่านนิทรรศการ “SPEAK UP: เราต้องไม่ยอม

จำนน” ซึ่งจัดขึ้นเป็นครั้งแรกในประเทศไทย เพื่อเปลี่ยนข้อมูลเรื่องร้องเรียนและปัญหาเชิงนโยบายที่เข้าใจยากและดูเคร่งเครียด ให้กลายเป็นผลงานศิลปะที่เข้าถึงง่ายและประทับใจประชาชน ร่วมปลุกพลัง เดินหน้า 4 ประเด็นสำคัญเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลง ได้แก่ (1) มาตรการยืนยันตัวตนคนขายออนไลน์ (e-KYM) เพื่อแก้ปัญหาร้านค้าและผู้ขายที่ไม่สามารถตรวจสอบตัวตนได้ (2) จัดระเบียบสายสื่อสารทั่วประเทศ กลายเป็นความเสี่ยงต่อชีวิตและทรัพย์สิน (3) พัฒนาระบบขนส่งสาธารณะท้องถิ่นที่ทั่วถึงและเป็นธรรม โดยยืนยันหลักการว่าการเดินทางไม่ควรเป็นสิทธิของคนที่มีเงินหรือมีรถส่วนตัวเท่านั้น และ (4) สัญญาห้องเช่า–หอพักที่เป็นธรรม หลังพบปัญหาการเรียกเก็บค่าน้ำ ค่าไฟ เงินประกัน และเงื่อนไขสัญญาที่เอาเปรียบผู้เช่า

การดำเนินงานและบริหารจัดการสภาผู้บริโภค

สภาผู้บริโภคดำเนินการพัฒนาระบบรับเรื่องร้องเรียน (CRM) เพื่อให้สามารถรองรับความต้องการของผู้ใช้งาน และเพิ่มประสิทธิภาพการนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อสนับสนุนการแก้ไขปัญหาผู้บริโภคเชิงนโยบายร่วมกับภาครัฐ โดยปัจจุบันอยู่ระหว่างการรวบรวมและวิเคราะห์ความต้องการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อนำไปประกอบการพัฒนาระบบให้ตอบสนองต่อการใช้งานได้อย่างเหมาะสม

ด้านการพัฒนาองค์กร สภาผู้บริโภคดำเนินการรับฟังความคิดเห็นจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการปรับปรุงโครงสร้างองค์กรสวัสดิการและค่าตอบแทนของสภาผู้บริโภค ซึ่งดำเนินการภายใต้กรอบแผนแม่บททรัพยากรบุคคลและแผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศ พร้อมทั้งจัดทำข้อสรุปตามขอบเขตของสัญญา เพื่อเสนอคณะกรรมการนโยบายพิจารณาต่อไป นอกจากนี้ สภาผู้บริโภคดำเนินงานตามแผนการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อยกระดับมาตรการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและลดความเสี่ยงจากการเข้าถึงหรือใช้ข้อมูลโดยไม่ได้รับอนุญาต ตลอดจนส่งเสริมความรู้และความตระหนักด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลภายในองค์กร

ในด้านการส่งเสริมสุขภาวะของบุคลากร สภาผู้บริโภคจัดกิจกรรมให้ผู้ปฏิบัติงานได้รับคำปรึกษาจากทีมจิตแพทย์ของกรุงเทพมหานครในเดือนสิงหาคม 2569 เพื่อส่งเสริมการดูแลสุขภาพจิตและสร้างความตระหนักเกี่ยวกับการดูแลสุขภาวะในการทำงาน ควบคู่กับการส่งเสริมสุขภาพกายผ่านกิจกรรม “80 คน 80 พลัง พิชิต 24 ล้านก้าว” โดยผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ร่วมกันออกกำลังกายและสะสมจำนวนก้าว เพื่อส่งเสริมการมีกิจกรรมทางกายและสร้างการมีส่วนร่วมภายในองค์กร

พัฒนากลไกสนับสนุนการขับเคลื่อนสภาผู้บริโภค

สภาผู้บริโภคยังคงมีเป้าหมายที่จะยกระดับการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน ในไตรมาส 4 จึงได้ลงพื้นที่ตรวจสอบผลการดำเนินงานประจำปี ใน 11 หน่วยงานประจำจังหวัด (จังหวัดเชียงราย พะเยา ลำปาง กาฬสินธุ์ ร้อยเอ็ด เพชรบุรี นครปฐม อยุธยา สมุทรสงคราม ปัตตานี สงขลา) 3 หน่วยงานเขตพื้นที่ (ภูมิภาคเหนือ ใต้ และตะวันตก) ซึ่งได้ดำเนินการลงพื้นที่รวมแล้ว 14 จังหวัดที่มีหน่วยงานประจำจังหวัดหรือหน่วยงานเขตพื้นที่ตั้งทำการอยู่ ในส่วนของการติดตามการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายในของ

องค์กรได้มีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง พร้อมรายงานผลและประเด็นสำคัญให้ผู้บริหารทราบเป็นระยะ โดยจะรายงานสรุปผลเสนอต่อผู้บริหารในเดือนตุลาคม 2569 รวมถึงรวบรวมและวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน ปัญหาอุปสรรค และประเด็นความเสี่ยงสำคัญ เพื่อกำหนดแนวทางบริหารความเสี่ยง (ร่าง) แผนบริหารความเสี่ยงประจำปีงบประมาณ 2570 ต่อไป

นอกจากนี้ สภาผู้บริโภคยังเสนอรายงานผลการปฏิบัติงานประจำปี 2568 พร้อมปัญหาและอุปสรรคต่อสภาผู้แทนราษฎรและวุฒิสภา โดยทั้งสองสภาแสดงความกังวลต่อความต่อเนื่องของการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค อันเป็นผลจากการจัดสรรงบประมาณภาครัฐที่ไม่เพียงพอ พร้อมเสนอให้เพิ่มความร่วมมือระหว่างหน่วยงานในการแก้ไขปัญหาผู้บริโภค และนำเทคโนโลยี AI มาช่วยจัดการเรื่องร้องเรียนที่มีปริมาณเพิ่มขึ้น

ขณะเดียวกัน สภาผู้บริโภคได้ระดมความคิดเห็นเพื่อวางแผนการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคทั่วประเทศประจำปีงบประมาณ 2570 ร่วมกับตัวแทนจาก 20 หน่วยงานประจำจังหวัด และ 4 หน่วยงานเขตพื้นที่ โดยมุ่งขับเคลื่อน 4 นโยบายหลัก ได้แก่ (1) ผลักดันมาตรฐานสินค้า “สแกน มอก. เซฟผู้บริโภค” (2) ผลักดันขนส่งสาธารณะที่ทุกคนสามารถใช้บริการได้ทั่วทุกจังหวัด (3) คัดค้านการร่วมจ่าย ณ จุดบริการ และ (4) ส่งเสริมการเรียนฟรีอย่างมีคุณภาพผ่านการยกระดับ พ.ร.บ. การศึกษา

นอกเหนือจากภารกิจด้านการคุ้มครองผู้บริโภคแล้ว ในการเลือกตั้งผู้แทนฝ่ายนายจ้างและผู้แทนฝ่ายผู้ประกันตนในคณะกรรมการประกันสังคม วันที่ 27 กันยายน 2569 กำลังเป็นอีกจุดเปลี่ยนสำคัญของระบบประกันสังคม ซึ่งสภาผู้บริโภคได้สมัครเข้าร่วมการคัดเลือกผู้แทนฝ่ายนายจ้าง หมายเลข 59 ชู 3 แนวนโยบายสำคัญ คือ ลดภาระนายจ้างจากต้นทุนประกันสุขภาพที่ซ้ำซ้อน ตรวจสอบการใช้เงินสำนักงานประกันสังคมให้โปร่งใส และสร้างหลักประกันรายได้วัยเกษียณด้วยเป้าหมายบำนาญชราภาพ 9,000 บาทต่อเดือน ภายใต้แนวคิดการสร้างระบบประกันสังคมที่เข้มแข็ง ไม่ใช่เพียงการเพิ่มสวัสดิการ แต่คือการทำให้เงินสมทบของนายจ้างและลูกจ้างทุกบาทกลับมาสร้างความมั่นคงให้ระบบแรงงานและเศรษฐกิจไทยในระยะยาว


ไม่ใช่แค่ไทย!
หลายประเทศก็ฟ้อง "Meta"
ปัญหามิจฉาชีพออนไลน์
สภาผู้บริโภค
Thailand Consumers Council
2021
เยอรมนี
ข้อมูลผู้ใช้เฟซบุ๊ก รั่วไหล
กระทบผู้ใช้นับล้าน ผู้เสียหาย
รวมตัวฟ้องละเมิดกฎหมาย
คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
และเรียกค่าเสียหาย
อัปเดต:
อยู่ระหว่างพิจารณาคดีฟ้องกลุ่ม
หลังเมต้าปฏิเสธเจรจายอมความ
2024
ญี่ปุ่น
ผู้เสียหายถูกหลอกลงทุน
ผ่านโฆษณาบนเฟซบุ๊ก และ
อินสตาแกรม ยื่นฟ้อง
ผู้ให้บริการแพลตฟอร์ม
ที่ปล่อยโฆษณาหลอกลวง
อัปเดต:
อยู่ระหว่าง
พิจารณาของศาล
2025
ออสเตรเลีย
นักธุรกิจ Andrew Forrest
ฟ้องเมต้า หลังชื่อและ ภาพ
ถูกนำไปใช้ในโฆษณาคริปโตปลอม
จนมีคนหลงเชื่อ
อัปเดต:
ศาลสหรัฐฯ สั่งเดินหน้าคดีต่อ หลังไม่รับคำร้อง
ขอให้ยกฟ้องของเมต้า
2026
แคลิฟอร์เนีย สหรัฐอเมริกา
ผู้เสียหายยื่นฟ้องคดีกลุ่ม ฐานเมต้ารับรู้ และ
ปล่อยให้มีโฆษณาหลอกลงทุนบนเฟซบุ๊ก และอินสตาแกรม
เรียกร้องให้แพลตฟอร์มรับผิด ชดเชยความเสียหาย
อัปเดต:
อยู่ระหว่างพิจารณาของศาล
สหภาพยุโรป (EU)
เครือข่ายองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคกว่า 40 แห่ง
ภายใต้ "BEUC" ยื่นเรื่องต่อคณะกรรมาธิการยุโรป
ตรวจสอบกูเกิล เมต้าและ ติ๊กต๊อก
ฐานปล่อยโฆษณาหลอกลงทุน
อัปเดต:
อยู่ระหว่างพิจารณาคำร้อง
และตรวจสอบข้อกล่าวหา
ไทย
สภาผู้บริโภคเป็นตัวแทนแทนผู้บริโภค 10 ราย ยื่นฟ้อง เมต้า,
ไลน์, แอปสโตร์และกูเกิลสโตร์ และธนาคารหลายแห่ง ต่อศาลแพ่ง
กรณีแพลตฟอร์มปล่อยให้มิจฉาชีพใช้ระบบหลอกลวงผู้บริโภค
เรียกให้ร่วมรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้น
อัปเดต:
อยู่ระหว่างพิจารณาของศาล
และศาลนัดพร้อมเคสแรก
ที่ยื่นฟ้องวันที่ 3 สิงหาคมนี้
หากเคยถูกหลอกผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ อย่าเก็บไว้คนเดียว
แชร์ประสบการณ์ เตือนภัยสังคม และร้องเรียนกับสภาผู้บริโภค
ร่วมผลักดันให้แพลตฟอร์มยกระดับความปลอดภัยและคุ้มครองผู้บริโภค
สภาองค์กรของผู้บริโภค @tccthailand tccthailand tcc.thailand www.tcc.or.th
สายด่วนผู้บริโภค
1502



ส่วนที่ 2 สรุปผลการดำเนินงานประจำปี 2569

รับเรื่องร้องเรียน

ตลอดปี 2569 สภาผู้บริโภคดำเนินการรับเรื่องร้องเรียนและให้ความช่วยเหลือผู้บริโภคผ่านช่องทางต่างๆ ทั้งส่วนกลาง (สำนักงานสภาผู้บริโภค) และส่วนภูมิภาค (หน่วยงานประจำจังหวัด) เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงการช่วยเหลือได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว โดยนำข้อมูลจากเรื่องร้องเรียนมาใช้ประกอบการติดตาม แก้ไขปัญหาและผลักดันประเด็นที่มีผลกระทบต่อผู้บริโภคในวงกว้าง

ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2568–กันยายน 2569 มีผู้บริโภคร้องเรียนเพื่อขอรับการช่วยเหลือรวม 20,286 เรื่อง แบ่งเป็นสำนักงานสภาผู้บริโภค 8,773 เรื่อง และหน่วยงานประจำจังหวัด 11,513 เรื่อง ลดลงจากปี 2568 ราว 14% โดยประเด็นร้องเรียนสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ ปัญหาสินค้าและบริการทั่วไป (สินค้าชำรุดบกพร่อง/ไม่ได้มาตรฐาน) การเงินและการธนาคาร (แอปเงินกู้ผิดกฎหมาย ทวงหนี้โหด/เก็บดอกเบี้ยเกินอัตราที่กฎหมายกำหนด) และการสื่อสาร โทรคมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศ (สายสื่อสารโทรคมนาคมที่ไม่ปลอดภัย) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาลักษณะปัญหาพบว่าส่วนหนึ่งเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นต่อเนื่องและกระทบต่อผู้บริโภคจำนวนมาก เช่น โทรศัพท์มือถือชัมซุงหน้าจอขึ้นเส้นสี สายสื่อสารโทรคมนาคมกีดขวางการสัญจรหรือห้อยรกรุงรังไม่ปลอดภัยต่อประชาชน และการซื้อสินค้าและบริการออนไลน์แล้วไม่ได้รับสินค้าหรือบริการ เป็นต้น

สภาผู้บริโภคจึงดำเนินการให้คำปรึกษา ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อไกล่เกลี่ย ติดตามการแก้ไขปัญหา และดำเนินการทางกฎหมายหากการไกล่เกลี่ยไม่เป็นผล ส่งผลให้สามารถแก้ไขปัญหาให้ผู้บริโภคได้ 15,528 เรื่อง คิดเป็น 76% ของจำนวนเรื่องร้องเรียนทั้งหมด และช่วยให้ผู้บริโภคได้รับการเยียวยาหรือชดเชยความเสียหายรวม 138 ล้านบาท ขณะที่ผู้บริโภคที่ใช้บริการมีความพึงพอใจเฉลี่ย 97% โดยความเต็มใจในการให้บริการ การชี้แจงขั้นตอนการแก้ไขและติดตามเรื่องร้องเรียนอย่างชัดเจน และระยะเวลาที่ได้รับการติดต่อกลับจากเจ้าหน้าที่รับเรื่องเป็นปัจจัยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด ทั้งนี้ ผู้ใช้บริการมีข้อเสนอแนะให้สภาผู้บริโภคเพิ่มความรวดเร็วและความต่อเนื่องในการติดตามเรื่องร้องเรียน รวมถึงแจ้งความคืบหน้าให้ผู้ร้องทราบอย่างสม่ำเสมอ

นอกจากการช่วยเหลือผู้บริโภคเป็นรายกรณีแล้ว สภาผู้บริโภคยังติดตามเรื่องที่มีการร้องเรียนอย่างต่อเนื่อง เพื่อพิจารณาว่ามาตรการที่มีอยู่สามารถแก้ไขปัญหาได้ครอบคลุมหรือไม่ เช่น กรณีหน้าจอโทรศัพท์มือถือชัมซุงขึ้นเส้นสีต่าง ๆ ซึ่งมีข้อร้องเรียนสะสม 5,925 ราย และภายหลังปิดรับลงทะเบียนตามมาตรการเยียวยาเดิมเมื่อวันที่ 21 กันยายน 2568 ยังมีผู้บริโภคร้องเรียนเพิ่มเติมอีก 2,103 ราย สะท้อนว่ามาตรการเดิมยังไม่ครอบคลุมผู้ได้รับความเสียหายทั้งหมด ทั้งจากการจำกัดจำนวนรุ่นที่เข้าร่วมมาตรการ เงื่อนไขการพิจารณาสิทธิ์ และกรณีที่เปลี่ยนหน้าจอแล้วกลับพบปัญหาเดิมซ้ำ สภาผู้บริโภคจึงยกระดับการดำเนินงานจากการช่วยเหลือรายกรณีสู่การยื่นฟ้องคดีแบบกลุ่ม (Class Action) รอบที่ 2 เพื่อขยายการคุ้มครองไปยังผู้บริโภคกลุ่มใหม่ และผลักดันให้ผู้เสียหายได้รับการเยียวยาที่เหมาะสม โดยไม่จำกัดเฉพาะเงื่อนไขของมาตรการเดิม

นอกจากนี้ ปัญหาที่เกิดขึ้นซ้ำๆ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคจำนวนมาก เช่น ความเสียหายจากการเข้ารับบริการธุรกิจเสริมความงาม สินค้าชำรุดบกพร่อง (เช่น หน้าจอโทรศัพท์มือถือ หรือรถยนต์ไฟฟ้า) ธุรกิจ

ขนส่งสินค้าที่จำกัดความรับผิดชอบ หรือการตั้งเงื่อนไขสัญญาที่ไม่เป็นธรรม สภาผู้บริโภคจะผลักดันการแก้ไขไปสู่มาตรการหรือข้อเสนอเชิงนโยบายต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อแก้ไขปัญหาเชิงระบบ ป้องกันไม่ให้ผู้บริโภครายอื่นต้องเผชิญปัญหาในลักษณะเดียวกันในอนาคต

ฟ้องคดี

สภาผู้บริโภคให้ความช่วยเหลือทางคดีแก่ผู้บริโภคโดยไม่มีค่าใช้จ่าย ครอบคลุมทั้งกรณีการดำเนินคดีแทนผู้บริโภค และการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้บริโภคที่ถูกผู้ประกอบการฟ้องร้องรวมถึงผู้ที่ยื่นฟ้องด้วยตนเอง โดยมีคณะอนุกรรมการกลั่นกรองการดำเนินคดี (ส่วนกลาง/ส่วนจังหวัด) ทนายความอาสา และสำนักงานสภาผู้บริโภค คอยพิจารณาและให้ความช่วยเหลืออย่างใกล้ชิดในทุกขั้นตอนของกระบวนการยุติธรรมไปจนถึงการติดตามผลคดีรวม 496 คดี ทุนทรัพย์ฟ้อง 229 ล้านบาท ในจำนวนนี้กว่า 387 คดีเป็นกรณีที่อยู่นอกเหนืออำนาจขอบเขตการช่วยเหลือของ สคบ. (คดีที่ผู้บริโภคถูกผู้ประกอบการฟ้อง และคดีที่ผู้บริโภคนำฟ้องแล้วในชั้นศาล) สภาผู้บริโภคจึงช่วยให้ผู้บริโภคเข้าถึงกระบวนการยุติธรรมได้ครอบคลุมยิ่งขึ้น โดยสามารถช่วยเหลือผู้บริโภคจนได้รับเงินเยียวยาแล้วกว่า 7 ล้านบาท (จำนวน 55 คดี ที่เกี่ยวข้องกับซื้อสินค้าออนไลน์แต่ไม่ได้รับสินค้า/ได้ของไม่ตรงปก ก่อสร้างไม่ได้มาตรฐาน/ริบเงินดาวน์เงินจอง และถูกหลอกดูดเงินจากบัตรเครดิต/บัญชีธนาคาร เป็นต้น) และคดีส่วนใหญ่อยู่ในขั้นตอนการสืบพยาน ปัญหา 3 อันดับแรกที่มีการดำเนินคดีเพื่อผู้บริโภคสูงสุดคือ ด้านการเงินและการธนาคาร (เช่น ภัยทุจริตทางการเงินถูกหลอกดูดเงินผ่านบัตรเครดิต/บัญชีธนาคาร) ด้านสินค้าและบริการทั่วไป (เช่น ความเสียหายจากการเข้ารับบริการคลินิกเสริมความงาม) และอสังหาริมทรัพย์และที่อยู่อาศัย (เช่น ผิดสัญญารับเหมาก่อสร้าง/ริบเงินดาวน์เงินจอง) ตามลำดับ ซึ่งในอนาคตสภาผู้บริโภคจะรวบรวมผู้เสียหายจากการซื้อสินค้าออนไลน์แต่ไม่ได้รับสินค้า/ได้ของไม่ตรงปกไปสู่คดีกลุ่มเพื่อยกระดับการแก้ปัญหาเชิงรูปธรรมต่อไป

ผลจากการดำเนินคดีของสภาผู้บริโภคไม่ได้จำกัดเพียงการช่วยให้ผู้บริโภครายบุคคลได้รับความเป็นธรรม แต่ยังช่วยสร้างบรรทัดฐานและแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภคใหม่ในภาพรวม เช่น ศาลอุทธรณ์มีคำสั่งพลิกคำสั่งศาลชั้นต้นและรับคดีเป็นคดีผู้บริโภคแบบกลุ่มเมื่อเดือนพฤษภาคม 2569 กรณีผู้บริโภคซื้อประกันโควิด–19 จากบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) แต่ไม่สามารถเคลมเงินชดเชยได้เมื่อปี 2566 **ถือเป็นการยอมรับให้สภาผู้บริโภคเป็นโจทก์ที่ 1 แม้ไม่ได้เป็นผู้ซื้อประกันโดยตรง ซึ่งเป็นบรรทัดฐานสำคัญที่สะท้อนว่าสภาผู้บริโภคสามารถทำหน้าที่ฟ้องคดีเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคในฐานะผู้แทนได้ตามเจตนารมณ์ของกฎหมาย** เช่นเดียวกับการรับฟ้องเป็นคดีกลุ่มรถยนต์ไฟฟ้า NETA ที่มีความบกพร่องของเครื่องยนต์และอะไหล่ขาดแคลน ซึ่งมีสภาผู้บริโภคและผู้เสียหาย 5 คนร่วมเป็นโจทก์ เพื่อสะท้อนลักษณะปัญหา/ความเสียหายที่หลากมิติอย่างครอบคลุม ทั้งนี้ สภาผู้บริโภคยังเดินหน้าฟ้องซัมซุงเป็นคดีแบบกลุ่มครั้งที่ 2 หลังยังมีผู้ร้องเรียนปัญหาจอขึ้นเส้นใหม่ 2,103 ราย รวมถึงผู้ที่เปลี่ยนจอตามมาตรการเดิมแล้วแต่พบปัญหาซ้ำ เพื่อเปิดทางให้ผู้เสียหายรายใหม่และผู้ใช้รุ่นที่ไม่อยู่ในเงื่อนไขเดิมเรียกร้องสิทธิได้ โดยนัดเจรจาครั้งแรก 26 ตุลาคม 2569

นอกจากนี้ สภาผู้บริโภคยังยื่นฟ้อง Meta (Facebook) และผู้ประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกรณีปล่อยให้มีโฆษณาหลอกลวงบนแพลตฟอร์มออนไลน์ผ่านแคมเปญฉันก็โดนเหมือนกัน #แอปฟ้าพาหมดตัว ซึ่งเป็นคดีแรกในไทยที่ฟ้องแพลตฟอร์มระดับโลก โดยมีคดีนำร่อง 10 คดี มูลค่าความเสียหายรวมกว่า 230 ล้านบาท ล่าสุดศาลแพ่งกรุงเทพใต้มีนัดพร้อมคดีสุดท้ายเมื่อ 31 สิงหาคม 2569 และนัดครั้งต่อไปเดือนในพฤศจิกายน 2569 เพื่อผลักดันให้แพลตฟอร์ม แอปพลิเคชัน และผู้ให้บริการทางการเงิน ร่วมรับผิดชอบต่อความเสียหายของผู้บริโภคจากภัยออนไลน์

เฝ้าระวังและแจ้งเตือนภัยที่กระทบสิทธิผู้บริโภค

สภาผู้บริโภคทดสอบและเฝ้าระวังสินค้าที่อาจส่งผลกระทบต่อสิทธิและสุขภาพของผู้บริโภค 6 ประเด็น ได้แก่ การใช้สารวัตถุกันเสียหมู่สวรรค์–เนื้อสวรรค์ที่เกินกว่ากฎหมายกำหนด การตรวจสอบมาตรฐานผ้าอนามัยแบบแถบกาว ซึ่งสินค้าส่วนใหญ่ผ่านเกณฑ์ พร้อมเสนอให้ยกระดับมาตรฐานให้เข้มงวดยิ่งขึ้น การตรวจสอบปริมาณไขมันไม่ดี (ไขมันทรานส์) ในไอศกรีมซอฟท์เสิร์ฟ ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด การทดสอบสีในชาปรุงสำเร็จ ซึ่งพบการใช้สีสังเคราะห์ที่ไม่เป็นไปตามเกณฑ์กฎหมาย โดยผลการเฝ้าระวังถูกนำไปสู่การผลักดันนโยบาย “ระบบอาหารปลอดภัย” ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง การทดสอบอะแดปเตอร์ชาร์จเร็วผ่าน มอก. แต่เกินครึ่งความร้อนสะสมสูง เสนอ มอก. ให้ยกระดับข้อกำหนดความปลอดภัยของความร้อนสะสมเป็นมาตรฐานบังคับ และให้มีฉลากประหยัดพลังงานเบอร์ 5 สำหรับอุปกรณ์ชาร์จ รวมถึงการทดสอบเครื่องฟอกอากาศซึ่งส่วนใหญ่สินค้าผ่านเกณฑ์ มีเพียงบางยี่ห้อที่มีค่าประสิทธิภาพกรองฝุ่น PM2.5 ไม่เป็นไปตามที่ระบุบนฉลาก ซึ่งสภาผู้บริโภคเสนอ สมอ. ให้ยกระดับมาตรฐาน มอก. 3061-2563 เพื่อแสดงค่าประสิทธิภาพการกรองฝุ่น PM 2.5 และฝุ่นขนาดอื่นๆ เป็นข้อบังคับ ผู้ผลิตต้องระบุค่าอัตราการส่งอากาศสะอาด (CADR) อย่างชัดเจนต่อไป

เสนอให้ยกระดับมาตรฐาน มอก. 3061-2563 ให้การแสดงค่าประสิทธิภาพการกรองฝุ่น PM 2.5 และฝุ่นขนาดอื่น ๆ เป็นข้อบังคับ เพื่อให้ผู้ผลิตต้องระบุค่าอัตราการส่งอากาศสะอาด (CADR) อย่างชัดเจน

นอกจากนี้ สภาผู้บริโภคยังติดตามและเปิดเผยข้อมูลสินค้าไม่ปลอดภัยเพื่อแจ้งเตือนประชาชน เช่น หมูยอ-ลูกชิ้นเถื่อน 20 ยี่ห้อที่ไม่มีเลข อย. ยาที่ถูกเพิกถอนทะเบียนจากการพบการปลอมปนยาแผนปัจจุบันที่เป็นอันตราย เช่น ยาแคปซูลโสมปู่เซิน และสินค้าอุปโภคที่มีการเรียกคืนในต่างประเทศ เช่น กระบอกน้ำเก็บอุณหภูมิยี่ห้อเทอร์มอส (Thermos) ซึ่งมีความเสี่ยงจากฝาระเบิดขณะใช้งาน เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถหลีกเลี่ยงสินค้าที่อาจเป็นอันตรายและตัดสินใจก่อนซื้อได้อย่างรอบคอบ

พร้อมกันนี้ สภาผู้บริโภคร่วมกับหน่วยงานประจำจังหวัดทั่วประเทศเฝ้าระวังเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ไม่มีเครื่องหมาย มอก. บน 4 แพลตฟอร์ม ได้แก่ Facebook, Lazada, TikTok และ LINE Shopping จนนำไปสู่ความร่วมมือกับ สมอ. ETDA และ สคบ. ในการยกระดับมาตรการกำกับดูแลสินค้าออนไลน์ โดยกำหนดให้สินค้าที่อยู่ในข่ายต้องมีเครื่องหมาย มอก. และผลักดันให้แพลตฟอร์มเชื่อมต่อระบบ API เพื่อตรวจสอบและติดตามย้อนกลับสินค้า รวมถึงนำสินค้าที่ผิดกฎหมายออกจากแพลตฟอร์ม

การเฝ้าระวังและทดสอบสินค้าดังกล่าวช่วยให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลที่จำเป็นต่อการตัดสินใจซื้อ ลดความเสี่ยงจากสินค้าและบริการที่อาจเป็นอันตราย และช่วยผลักดันให้หน่วยงานภาครัฐและแพลตฟอร์มออนไลน์ยกระดับการกำกับดูแลสินค้าให้เข้มงวดยิ่งขึ้น เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าที่ปลอดภัยและได้รับการคุ้มครองอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ผลักดันนโยบายเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

สภาผู้บริโภคเดินหน้าผลักดันนโยบายเพื่อคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค 9 ด้าน 31 ประเด็น ครอบคลุม 4 นโยบายพุ่งเป้าประจำปี 2569 ได้แก่ **(1) การยืนยันตัวตนผู้ขายออนไลน์ (e-KYM)** ผลักดันให้แพลตฟอร์มดิจิทัลมีระบบยืนยันตัวตนผู้ขาย เพื่อแก้ปัญหาการหลอกลวงและจัดการสินค้าอันตรายหรือไม่ได้มาตรฐานตั้งแต่ต้นทาง โดย ETDA และกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมได้ออกประกาศคณะกรรมการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์เรื่อง มาตรการเพื่อป้องกันอาชญากรรมทางเทคโนโลยี สำหรับผู้ให้บริการสื่อสังคมออนไลน์ (ฉบับที่ 2) ประกาศ เมื่อวันที่ 23 เมษายน พ.ศ.2569 คุมเข้มการโฆษณาออนไลน์ที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นคนไทยบนแพลตฟอร์มหลัก เช่น Facebook, Instagram, LINE, TikTok และ X ให้ผู้ขายต้องยืนยันตัวตนเพื่อป้องมิจฉาชีพหลอกลวง ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2569 ขณะเดียวกัน สภาผู้บริโภคยังร่วมกับ สมอ. ETDA และ สคบ. ยกระดับการกำกับดูแลสินค้าออนไลน์ โดยผลักดันให้แพลตฟอร์มเชื่อมต่อระบบ API เพื่อตรวจสอบ/ติดตามสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ไม่มีเครื่องหมาย มอก./ ผิดกฎหมายออกจากแพลตฟอร์ม ตลอดจนผลักดันให้ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มร่วมรับผิดชอบต่อความเสียหายของผู้บริโภค และสำรองเงินเยียวยาผู้เสียหายอย่างเป็นรูปธรรม **(2) ขนส่งสาธารณะที่ทุกคนขึ้นได้ทุกวัน** เพื่อเพิ่มโอกาสให้ประชาชนทั่วประเทศเข้าถึงบริการรถสาธารณะได้อย่างทั่วถึง ปลอดภัย และเป็นธรรม ซึ่งมีการผลักดันร่วมกับองค์การบริหารส่วนจังหวัดใน 23 จังหวัด เพื่อให้ท้องถิ่นจัดบริการขนส่งสาธารณะให้ทั่วถึง จนนำไปสู่ 9 จังหวัดที่มีความพร้อมในการจัดบริการ โดยจังหวัดภูเก็ต กับ กาญจนบุรี สามารถให้บริการวิ่งรถขนส่งสาธารณะ EV ให้แก่ประชาชนในพื้นที่ ส่วนจังหวัดเชียงใหม่ สงขลา อยุธยา น่าน ประจวบคีรีขันธ์ ลำปาง และกรุงเทพมหานคร อยู่ระหว่างพัฒนาการดำเนินงาน ควบคู่กับการยกระดับความปลอดภัยของรถรับ-ส่งนักเรียนจนนำไปสู่การทดลองวิ่งรถ EV bus ในหลายจังหวัด เช่น จังหวัดสงขลา กาญจนบุรี และสุรินทร์ **(3) สัญญาหอพักที่เป็นธรรม** ผลักดันให้การคิดคำนวณค่าสาธารณูปโภคมีความสอดคล้องกับอัตราตามจริง คุ้มครองความปลอดภัยของผู้เช่ามากขึ้น และ **(4) การจัดระเบียบสายสื่อสารที่ไม่ปลอดภัย** เพื่อแก้ไขปัญหาสายสื่อสารห้อยต่ำ รกรุงรัง ชำรุด หรือไม่ได้ใช้งานที่เสี่ยงก่ออันตรายต่อชีวิตและทรัพย์สินของผู้ใช้ทางสัญจร

ผลจากการมุ่งแก้ปัญหาเชิงระบบและทำงานร่วมกับหน่วยงานรัฐที่มีอำนาจกำกับดูแลโดยตรงอย่างแข็งขัน ส่งผลให้ข้อเสนอ **7 ประเด็นถูกนำไปปรับใช้** ได้แก่ **(1) สัญญาหอพักที่เป็นธรรม** สคบ. ประกาศให้ธุรกิจให้เช่าที่พักอาศัยเป็นธุรกิจควบคุมสัญญา กำหนดให้เรียกเก็บค่าน้ำและค่าไฟไม่เกินอัตราที่รัฐกำหนด แสดงสูตรคำนวณในสัญญา และใช้แบบสัญญามาตรฐานของ สคบ. ซึ่งเป็นผลจากการหารือกับนายสันติ ปิยะทัต รัฐมนตรีประจำสำนัก

นายกรัฐมนตรี เพื่อขอให้ สคบ. เร่งผลักดันมาตรการคุ้มครองผู้เช่า **(2) รถยนต์ไฟฟ้า (EV)** สมอ. กำหนดให้มีมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่ครอบคลุมชิ้นส่วนและระบบสำคัญของรถยนต์ไฟฟ้า 208 มาตรฐาน หลังสภาผู้บริโภคหารือร่วมกับนางสาวศุภมาส อิศรภักดี รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี ในฐานะผู้กำกับดูแล สคบ. และได้ส่งต่อข้อเสนอไปยัง สมอ. ให้ดำเนินการ **(3) เรียนฟรีจริงและห้ามยึดใบจบการศึกษา** สพฐ. ออกหนังสือกำชับสถานศึกษาทั่วประเทศให้ออกใบระเบียนแสดงผลการเรียน (ปพ.1) ให้ผู้เรียนที่จบการศึกษา แม้ค้างชำระค่าบำรุงการศึกษา เพื่อไม่ให้ภาระทางการเงินกระทบต่อสิทธิในการได้รับเอกสารทางการศึกษา **(4) การจัดระเบียบสายสื่อสารที่ไม่ปลอดภัย** โดยสภาผู้บริโภคทำรายงานการละเลยการกระทำส่งให้นายกรัฐมนตรี และกระทรวงมหาดไทยพิจารณาตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2568 ซึ่งเมื่อเดือนสิงหาคม 2568 นายกรัฐมนตรีมีบัญชาให้กระทรวงมหาดไทยดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้อง กระทั่งกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นขานรับนโยบายต่อ โดยมีหนังสือแจ้งให้ผู้ว่าราชการจังหวัดทั่วประเทศจัดตั้งคณะกรรมการจัดระเบียบสายสื่อสารจังหวัด โดยมีตัวแทนสภาผู้บริโภค 106 องค์กรเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการจัดระเบียบสายสื่อสารจังหวัด 77 จังหวัด เพื่อร่วมติดตามและประเมินผลการแก้ไขปัญหาในระดับพื้นที่ **(5) การพัฒนาระบบสุขภาพปฐมภูมิในกรุงเทพมหานคร** สปสช. เขต 13 กรุงเทพมหานคร เห็นชอบจัดทำเครือข่ายบริการรูปแบบใหม่ โดยนำแนวทางโรงพยาบาลนพรัตน์ราชธานีเป็นแกนกลาง จัดสรรงบประมาณเหมาจ่าย และจัดระบบส่งต่อผู้ป่วยในเครือข่ายโดยไม่ต้องใช้ใบส่งตัว **(6) การปรับปรุงข้อมูลบนฉลากนมโคสด** อย. ปรับปรุงประกาศกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยนมโค และนิยาม “น้ำนมโคสด” ใหม่ให้ต้องมาจากน้ำนมโคดิบจากเต้าเท่านั้น หากใช้นมผงผสมต้องระบุสัดส่วนบนฉลากอย่างชัดเจน เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจและเลือกซื้อได้อย่างถูกต้อง และ **(7) การกำกับดูแลธุรกิจบริการเสริมความงาม** สคบ. กำหนดให้ผู้บริโภคมีสิทธิขอประวัติการใช้บริการ รวมถึงขอให้ลบหรือทำลายข้อมูลส่วนบุคคลได้ ตามประกาศควบคุมสัญญา พ.ศ. 2568

การขับเคลื่อนข้อเสนออื่นที่สำคัญ เช่น การจัดให้ธุรกิจจำหน่ายบัตรคอนเสิร์ต/การแสดงเป็น “ธุรกิจควบคุมสัญญา” และผลักดันให้เป็นกฎหมายเฉพาะเพื่อคุ้มครองผู้ซื้อบัตรต่อไป รวมถึงนโยบายขนส่งสาธารณะท้องถิ่น เป็นต้น

นอกจากนี้ สภาผู้บริโภคยังร่วมกับองค์กรผู้บริโภคและเครือข่ายภาคประชาชนติดตามและคัดค้านร่างแก้ไข พ.ร.บ.หลักประกันสุขภาพแห่งชาติ (พ.ร.บ.บัตรทอง) โดยสื่อสารข้อกังวลต่อผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อสิทธิในการเข้าถึงบริการสุขภาพ พร้อมเปิดให้ประชาชนร่วมแสดงจุดยืนผ่านการลงชื่อ ซึ่งมีผู้ร่วมลงชื่อแล้วกว่า 50,000 รายชื่อ

การผลักดันกฎหมายเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

สืบเนื่องจากการเสนอร่างกฎหมายภาคประชาชน 3 ฉบับ โดยสภาผู้บริโภคและภาคประชาชนได้ยื่น 21,111 รายชื่อเข้าสู่รัฐสภา ตั้งแต่ปี 2567 ได้แก่ ร่าง พ.ร.บ. ความรับผิดเพื่อความชำรุดบกพร่องของสินค้า พ.ศ.... (Lemon Laws/ เลมอน ลอว์) เป็นกฎหมายที่มุ่งคุ้มครองผู้ซื้อสินค้าใหม่ (เช่น รถยนต์ หรือเครื่องใช้ไฟฟ้า) หากซื้อ

มาแล้วเจอสินค้าชำรุด บกพร่อง หรือใช้งานไม่ได้ตามปกติ กฎหมายนี้จะช่วยให้ผู้ซื้อสินค้าได้รับการเยียวยา ไม่ว่าจะเป็นการซ่อมสินค้า เปลี่ยนสินค้า ลดราคา หรือเลิกสัญญาได้รับเงินคืน ซึ่งมีความคืบหน้ามากที่สุด โดยผ่านกระบวนการเข้าชื่อเสนอกฎหมายโดยภาคประชาชน ทำให้ภาคประชาชนได้รับสิทธิให้มีตัวแทนในคณะกรรมาธิการพิจารณาร่างกฎหมายได้ ในสัดส่วน 1 ใน 3 ของคณะกรรมาธิการทั้งหมด ซึ่งได้ผ่านวาระ 1 แล้วในชั้นสภาผู้แทนราษฎร์แล้วในวันที่ 24 มิถุนายน 2569 ปัจจุบันกฎหมายอยู่ในชั้นการพิจารณาของคณะกรรมาธิการวิสามัญ โดยมีสภาผู้บริโภคเป็นรองประธานกรรมาธิการคนที่ 2 ถือเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกระบวนการพิจารณาร่างกฎหมาย โดยมีสภาผู้บริโภคเป็นตัวแทนในการนำเสนอปัญหาและข้อเสนอของผู้บริโภคเข้าสู่การพิจารณาโดยตรง ซึ่งหากพิจารณาแล้วเสร็จจะเข้าสู่ขั้นตอนลงมติทั้งฉบับโดยสภาผู้แทนราษฎรต่อไป

ในส่วนของร่าง พ.ร.บ. คุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.... (ฉบับปรับปรุงใหม่) ร่างกฎหมายของภาคประชาชนด้วยเป็นกฎหมายเกี่ยวด้วยการเงินจึงยังอยู่ในระหว่างรอนายกรัฐมนตรีรับรอง ซึ่งร่างกฎหมายของภาคประชาชนมีแนวคิดในการปรับปรุงกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคฉบับหลักให้ทันสมัย ทันต่อกลโกง การซื้อขายออนไลน์ และการเอาเปรียบผู้บริโภคในปัจจุบัน ในส่วนร่างกฎหมายของหน่วยงานรัฐปัจจุบันอยู่ในขั้นยกร่าง โดยสำนักนายกรัฐมนตรีแต่งตั้งคณะทำงานพิจารณาแนวทางแก้ไข พ.ร.บ. คุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งมีผู้แทนสภาผู้บริโภคเข้าร่วมเป็นคณะทำงานเพื่อเสนอข้อคิดเห็นและอุดช่องโหว่ทางกฎหมาย

รวมถึงร่าง พ.ร.บ. อาหาร (ฉบับที่ ..) พ.ศ. ... ร่างกฎหมายของภาคประชาชนมีแนวคิดในการปรับปรุงที่เกี่ยวกับส่วนควบคุมความปลอดภัยของอาหาร ฉลากอาหาร และการโฆษณาให้รัดกุม ทันสมัย และปลอดภัยต่อสุขภาพประชาชนมากยิ่งขึ้น โดยร่างกฎหมายของภาคประชาชนเป็นกฎหมายเกี่ยวด้วยการเงินจึงยังอยู่ในระหว่างรอนายกรัฐมนตรีรับรอง ในขณะเดียวกันคณะอนุกรรมการการคุ้มครองผู้บริโภค ในคณะกรรมาธิการการพัฒนาการเมือง การมีส่วนร่วมของประชาชน สิทธิมนุษยชน สิทธิเสรีภาพ และการคุ้มครองผู้บริโภค วุฒิสภาได้เห็นความสำคัญของการแก้ไขกฎหมายฉบับนี้ จึงได้แต่งตั้งคณะทำงานศึกษาและวิเคราะห์กฎหมายว่าด้วยอาหาร โดยมีผู้แทนสภาผู้บริโภคเข้าร่วมทบทวนบทบัญญัติกฎหมายอาหารให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน เพื่อศึกษาวิเคราะห์ และจัดทำรายงานข้อเสนอแนะเสนอต่อคณะกรรมาธิการต่อไป

ความร่วมมือกับสมาชิกองค์กรผู้บริโภคสากล (Consumers International)

สภาผู้บริโภคยังคงขับเคลื่อนงานคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับสมาชิกองค์กรผู้บริโภคสากล เพื่อยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคไทยให้ทัดเทียมมาตรฐานสากล และเพิ่มความเท่าทันต่อสถานการณ์ปัญหาผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป โดยร่วมกับสมาชิกองค์กรผู้บริโภคกว่า 302 องค์กร และภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เช่น สคบ. สมอ. และ ETDA จัดงานวันสิทธิผู้บริโภคสากล 2569 (World Consumer Rights Day 2026) เมื่อวันที่ 13 มีนาคม 2569 เพื่อสื่อสารสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทย ภายใต้ธีม “สินค้าปลอดภัย ผู้บริโภคมั่นใจ” ซึ่งสอดคล้องกับวาระของ Consumers International (CI) ในหัวข้อ “Safe product, Confident consumers”

เพื่อเน้นย้ำว่าความปลอดภัยของสินค้าเป็นรากฐานสำคัญของสิทธิผู้บริโภค และเป็นประเด็นที่ทุกประเทศต้องร่วมกันผลักดันอย่างจริงจัง

นอกจากนี้ ยังมีความร่วมมือกับสมาชิก CI ในอาเซียนเพื่อสร้างความปลอดภัยให้ผู้ใช้บริการตลาดออนไลน์มากขึ้น เช่น ร่วมมือกับมูลนิธิผู้บริโภคแห่งอินโดนีเซีย (YLKI) ผ่านการลงนาม MOU เพื่อดำเนินนโยบายความปลอดภัยในตลาดออนไลน์และการบริโภคอย่างยั่งยืนให้กับผู้บริโภคทั้ง 2 ประเทศ รวมถึงให้การช่วยเหลือผู้บริโภคข้ามพรมแดน โดยให้การช่วยเหลือผู้บริโภคชาวฮ่องกงที่ถูกละเมิดสิทธิจากผู้ประกอบการไทยจนได้รับเงินเยียวยา 35,708.40 บาท ภายใต้ MOU ร่วมกับสภาผู้บริโภคฮ่องกง (HKCC) พร้อมทั้ง แลกเปลี่ยนกระบวนการรับเรื่องร้องเรียนร่วมกับกรมการค้าภายในแห่ง สปป.ลาว ซึ่งจะประสานข้อมูลร่วมกันต่อไป พร้อมกันนี้ สภาผู้บริโภคเป็นภาคีหลักเข้าร่วมงาน Safe Helmet for Asia Pacific 2026 Summit ณ กรุงฮานอย ร่วมกับ AIP Foundation, FIA Foundation, สมอ. และ กมธ.ที่ปรึกษาความปลอดภัยทางถนนฯ โดยพัฒนาแนวทางยกระดับมาตรฐานหมวกกันน็อก 3 ด้าน ได้แก่ การเฝ้าระวังหมวกไม่ได้มาตรฐานในตลาดและช่องทางออนไลน์ การรณรงค์สร้างความรู้จากผลสำรวจความคิดเห็น และการประสานตำรวจบังคับใช้กฎหมายอย่างเข้มงวด และร่วมกับ MTEC พัฒนาแนวทางจัดระดับความปลอดภัยแบบ "ฉลากดาว" เพื่อให้ผู้บริโภคใช้เปรียบเทียบก่อนเลือกซื้อได้อย่างสะดวก

จากกรณีที่สภาผู้บริโภคยื่นฟ้องแพลตฟอร์มออนไลน์เฟซบุ๊กที่ปล่อยให้มีการละเมิดสิทธิผู้บริโภคอย่างไม่เป็นธรรม สภาผู้บริโภคหารือร่วมกับองค์กรผู้บริโภคจากหลายประเทศเพื่อเรียกร้องให้แพลตฟอร์มดิจิทัลรับผิดชอบต่อความเสียหายจากการหลอกลวงทางการเงินออนไลน์ ถือเป็นก้าวสำคัญในการยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคไทยในโลกดิจิทัลให้ทัดเทียมสากล ซึ่งองค์กรผู้บริโภคแห่งสหภาพยุโรป (The European Consumer Organization, BEUC) และองค์กรสมาชิกกำลังขับเคลื่อนประเด็นความรับผิดชอบของแพลตฟอร์มดิจิทัลต่อปัญหาโฆษณาหลอกลวงทางการเงินในยุโรป ที่ปล่อยให้โฆษณาหลอกลวงแพร่กระจายและยังขาดมาตรการป้องกันผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพ ผ่านแคมเปญ “Sponsored by Scammers” จนนำไปสู่การยื่นเรื่องร้องเรียนต่อ Meta (Facebook), Google และ TikTok ที่ละเมิดกฎหมายว่าด้วยการกำกับดูแลการให้บริการดิจิทัล (Digital Services Act) มาตรา 16, 20, 23, 24, 25, 34, 35 และ 39 ซึ่งเหตุผลที่ BEUC ฟ้องร้องเฟซบุ๊ก ได้แก่ ปล่อยให้มีโฆษณาหลอกลวงทางการเงิน ไม่ลบและไม่ระงับบัญชีของมิจฉาชีพที่มีการกระทำผิดซ้ำ ระบบคลังโฆษณาขาดความโปร่งใสและใช้งานยาก ผลักภาระให้ผู้ใช้ต้องระบุข้อกฎหมายและส่งหลักฐานเอง รวมถึงระบบจัดการข้อร้องเรียนและการอุทธรณ์ภายในขาดประสิทธิผล

นอกจากนี้ สภาผู้บริโภคได้พัฒนาความร่วมมือด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับภูมิภาคอาเซียนผ่านโครงการ “Consumer Alliance for Movement on Practices of Fair Business in the Southeast Asia Region” ร่วมกับองค์กรความร่วมมือระหว่างประเทศของเยอรมัน (GIZ) ภายใต้เครือข่าย ASEAN Consumer Alliance Network (ACAN+) โดยมีส่วนร่วมในการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลจากองค์กรภาคีในภูมิภาค เพื่อนำไปพิจารณาประเด็นสำคัญเกี่ยวกับการค้าที่เป็นธรรม เช่น ความน่าเชื่อถือของข้อมูลทางการค้า ความรับผิดชอบของผู้ขายต่อการสื่อสารทางการตลาด พฤติกรรมการค้าที่ไม่เป็นธรรม และความเหมาะสมของกฎหมายต่อรูปแบบการตลาดที่

เปลี่ยนแปลงไป ข้อมูลและข้อเสนอที่ได้จะใช้เป็นฐานในการแลกเปลี่ยนประเด็นปัญหาและพัฒนาแนวทางคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกันระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ ในภูมิภาค

ขณะเดียวกัน สภาผู้บริโภคได้ร่วมสนับสนุนกระบวนการที่ประเทศไทยอยู่ระหว่างการเจรจาเข้าเป็นสมาชิกองค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (OECD) ในฐานะองค์กรภาคประชาสังคม โดยจัดส่งข้อมูล เอกสารเชิงนโยบาย และผลการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้ OECD ใช้ประกอบการประเมินการดำเนินงานของประเทศไทย โดยข้อมูลดังกล่าวครอบคลุมบทบาทของสภาผู้บริโภคในการเฝ้าระวังการละเมิดสิทธิ ผลักดันข้อเสนอเชิงนโยบาย และช่วยเหลือผู้บริโภคให้ได้รับการชดเชยความเสียหาย ซึ่งช่วยสะท้อนสถานการณ์และกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคของไทยจากมุมมองภาคประชาสังคมต่อกระบวนการประเมินตามมาตรฐานสากล

เพิ่มศักยภาพสมาชิกในการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค

สภาผู้บริโภคสามารถขยายเครือข่ายสมาชิกเพื่อเพิ่มการรักษาผลประโยชน์ให้ผู้บริโภคทั่วประเทศเพิ่มขึ้นจากปีงบฯ 2568 จำนวน 25 องค์กร ทำให้การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคมีความเข้มแข็ง เข้าใจและเข้าถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในท้องที่ได้อย่างรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ซึ่งในปีงบฯ 2569 สภาผู้บริโภคมีสมาชิกสะสมรวม 381 องค์กร ครอบคลุม 63 จังหวัดเกินเป้าหมายที่ตั้งไว้ ซึ่งสภาผู้บริโภคสามารถเปิดพื้นที่เครือข่ายสมาชิกได้ใน 5 จังหวัดใหม่ คือ จังหวัดลพบุรี เพชรบูรณ์ สุโขทัย นราธิวาส และตรัง ทั้งนี้ ยังขยายเครือข่ายสมาชิกด้วยกลยุทธ์ “พี่เลี้ยง” คอยให้คำแนะนำในการเตรียมตัวขอจดแจ้งสถานะความเป็นองค์กรของผู้บริโภค (อกผ.3) และฝึกประสบการณ์งานคุ้มครองผู้บริโภคจริง ให้กับองค์กรผู้บริโภคอย่างใกล้ชิด ผ่านโครงการเสริมสร้างความเข้มแข็งองค์กรผู้บริโภคเพื่อรักษาประโยชน์ของผู้บริโภคด้านสุขภาพ ภายใต้ความร่วมมือระหว่างสภาผู้บริโภคกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) หน่วยงานเขตพื้นที่ และฝ่ายสนับสนุนสมาชิกและองค์กรของผู้บริโภค

นอกจากนี้ สภาผู้บริโภคยังพัฒนาศักยภาพให้แก่แกนนำ และองค์กรสมาชิกรวมแล้วกว่า 364 องค์กรทั่วประเทศเพื่อยกระดับให้เป็น "องค์กรผู้บริโภคคุณภาพ" ที่สามารถพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคในระดับพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น พัฒนาความรู้งานกฎหมายเกี่ยวกับสัญญามาตรฐาน (สัญญาเช่าหอพัก สัญญาบริการคลินิกความงาม สัญญาซื้อขายรถยนต์มือสอง การฟ้องปิดปาก) การนำเทคโนโลยี AI มาช่วยวิเคราะห์ข้อมูลและผลิตสื่อเตือนภัยเพื่อลดภาระงาน การใช้เทคนิค Gamification ในการทำงานกับกลุ่มเด็กและเยาวชน ตลอดจนลงมือฝึกปฏิบัติทางเทคนิคจริงในการสืบสวนข้อเท็จจริง การไกล่เกลี่ยข้อพิพาทเบื้องต้น การจัดเก็บหลักฐานดิจิทัล (แชต การสนทนา/ สลิปโอนเงิน) การบันทึกข้อมูลเรื่องร้องเรียนเข้าสู่ระบบรับเรื่องร้องเรียน CRM และวิเคราะห์เคสเพื่อยกระดับเป็นข้อเสนอนโยบาย ทำแผนที่จุดเสี่ยง (Risk Mapping) สายสื่อสารที่ไม่ปลอดภัย และรถรับ-ส่งนักเรียนในพื้นที่ โดยองค์ความรู้ดังกล่าวหน่วยงานประจำจังหวัดสามารถนำไปเติมทักษะให้แก่แกนนำและสมาชิกภายใต้การดูแลของตนเองต่อไปได้ พร้อมทั้งจัดให้มีหลักสูตรเรียนออนไลน์ (e-Learning) เกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภค ฉบับสภาผู้บริโภค ผู้บริโภค 101 เพื่อติดอาวุธทางปัญญาให้สมาชิกได้เรียนรู้อย่างยืดหยุ่นทุกที่ ทุกเวลา โดยมีเครือข่าย

นักวิชาการ มหาวิทยาลัย สภาทนายความ และที่ปรึกษากฎหมายประจำจังหวัด เพื่อคอยให้คำปรึกษา สนับสนุนข้อมูลวิจัย และช่วยกลั่นกรองคดีซับซ้อนก่อนดำเนินคดีแทนผู้บริโภคแก่องค์กรสมาชิก

พร้อมกันนี้ สมาชิกกว่า 82% ยังมีส่วนร่วมสำคัญในการพิจารณา/ผลักดันการขับเคลื่อนร่าง พ.ร.บ. บำนาญแห่งชาติ การบริหารจัดการองค์กร ในการประชุมสภาผู้บริโภคสมัยสามัญ ครั้งที่ 1/2569 รวมถึงรณรงค์คัดค้านการแก้ไข พรบ.หลักประกันสุขภาพแห่งชาติกรณีการรวมจ่าย ณ จุดบริการ แคมเปญฉันก็โดน(หลอก)เหมือนกัน และสร้างการเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นรูปธรรมโดยตัวแทนสมาชิก/องค์กรผู้บริโภคทั้ง 77 จังหวัดเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการติดตามและประเมินผลการจัดระเบียบสายสื่อสารร่วมกับผู้ว่าราชการจังหวัดทั่วประเทศ เพื่อแก้ไขปัญหาสายสื่อสารโทรคมนาคมที่ไม่ปลอดภัยร่วมกันอย่างใกล้ชิด

สนับสนุนหน่วยงานประจำจังหวัดและเขตพื้นที่ปฏิบัติตามภารกิจของสภาผู้บริโภค

สภาผู้บริโภคมีหน่วยงานประจำจังหวัด 20 แห่ง และหน่วยงานเขตพื้นที่ 4 แห่ง 36 กลไกคุ้มครองสิทธิระดับจังหวัด เป็นกำลังสำคัญในการทำหน้าที่ขับเคลื่อนการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคในระดับภูมิภาค คู่ขนานกับสำนักงานสภาฯ เพื่อให้ประชาชนในพื้นที่เข้าถึงความเป็นธรรมได้สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น พร้อมทำหน้าที่เป็นพี่เลี้ยงสนับสนุนสมาชิกให้สามารถดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในพื้นที่ของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมุ่งเน้นการขยายกลไกคุ้มครองสิทธิระดับจังหวัด และสมาชิกให้คุ้มครองผู้บริโภคได้ครอบคลุมทั้งประเทศ ทั้งนี้ สภาผู้บริโภคจัดเวทีแลกเปลี่ยนบทเรียนแกนนำผู้บริโภค 4 ภาค เพื่อพัฒนาการทำงานของพื้นที่ร่วมกับองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นได้อย่างตรงจุดมากขึ้น และจัด “สภาผู้บริโภคสัญจร” ลงพื้นที่ระดับอำเภอและตำบล เพื่อรับฟังปัญหาและร่วมกับคนในพื้นที่หาแนวทางแก้ไขการดำเนินงานต่อไป

หน่วยงานประจำจังหวัดรับเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภครวม 11,513 เรื่อง (ทะลุเป้าหมาย 12 เดือน ที่ตั้งไว้ 5,000 เรื่อง) สามารถแก้ไขปัญหาจนยุติเรื่องได้สำเร็จ 9,512 เรื่อง คิดเป็น 83% เรียกคืนเงินชดเชยความเสียหายให้ผู้บริโภคได้เป็นมูลค่ารวม 83 ล้านบาท เช่น ช่วยเหลือเจรจาไกล่เกลี่ยให้ผู้บริโภคได้รับการเคลม/ซ่อมภายใน 7 วันจากกรณีซื้อรถยนต์แล้วทำงานไม่ปกติ เป็นต้น ซึ่งความเต็มใจให้บริการของหน่วยงานประจำจังหวัดทำให้ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในภาพรวมเฉลี่ยสูงถึง 95% รวมถึงฟ้องคดีผู้บริโภคระดับจังหวัดรวม 91 คดี อีกทั้ง ยังรวบรวมเคสเพื่อฟ้องคดีกลุ่มร่วมกับสำนักงานสภาผู้บริโภค (กรณีโทรศัพท์มือถือจอขึ้นเส้นสี รถยนต์ป้ายแดงชำรุด บริษัทขนส่งทำพัสดุสูญหาย และบ้านจัดสรรไม่ได้มาตรฐาน) ทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงความเป็นธรรมในภาพรวมเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ มี 11 หน่วยงานประจำจังหวัดที่มีอำนาจฟ้องคดีเพื่อผู้บริโภค ได้แก่ เชียงราย เชียงใหม่ พะเยา น่าน ร้อยเอ็ด ขอนแก่น ประจวบคีรีขันธ์ สตูล สุราษฎร์ธานี สงขลา และ กทม.

สภาผู้บริโภคขับเคลื่อนนโยบายคุ้มครองผู้บริโภคในระดับพื้นที่ผ่านหน่วยงานประจำจังหวัด 20 จังหวัด โดยเชื่อมโยงการทำงานทั้ง “ขาลง” จากการนำนโยบายส่วนกลางไปทดลองและขยายผลในพื้นที่ และ “ขาขึ้น” จากการนำปัญหาและข้อมูลเชิงประจักษ์ในพื้นที่กลับมาผลักดันเป็นข้อเสนอเชิงนโยบาย ทำให้เกิดทั้งมาตรการแก้ไขปัญหา ต้นแบบการทำงาน และกลไกความร่วมมือที่สามารถขยายผลได้

ในด้านการขับเคลื่อนนโยบายจากส่วนกลาง ประเด็นสินค้าและบริการออนไลน์ หน่วยงานประจำจังหวัดทำหน้าที่เฝ้าระวังและสำรวจความเสี่ยงในตลาดออนไลน์ เช่น จังหวัดประจวบคีรีขันธ์สำรวจเพจซื้อขายสินค้า 121 เพจ พบเพจเสี่ยงหรือเพจมิจฉาชีพ 110 เพจ และส่งข้อมูลให้ AOC 1441 และกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมดำเนินการ ขณะที่สุรินทร์พบการสวมเลข อย. และ มอก. และสุราษฎร์ธานีส่งข้อมูลสินค้าไม่แสดงเครื่องหมาย มอก. ให้ สมอ. ดำเนินการ ส่วนเชียงรายสามารถประสานแก้ไขกรณีผู้บริโภคซื้อแท็บเล็ตไม่ได้มาตรฐานจนได้รับเงินคืนเต็มจำนวน สะท้อนการทำงานตั้งแต่ เฝ้าระวัง–ส่งต่อข้อมูล–บังคับใช้มาตรการ–เยียวยาผู้บริโภค และนำข้อมูลจากพื้นที่ไปประสานกับ สมอ. ETDA และ สคบ. เพื่อยกระดับมาตรการกำกับดูแลในระดับประเทศ

ขนส่งสาธารณะที่ทุกคนขึ้นได้ทุกวัน มีการทำงานร่วมกับ อบจ. 23 จังหวัด และมี 9 จังหวัดที่มีศักยภาพในการเป็นพื้นที่นำร่อง โดยจังหวัดภูเก็ตและกาญจนบุรีทดลองให้บริการวิ่งรถโดยสารไฟฟ้าในพื้นที่แล้ว ส่วนจังหวัดเชียงใหม่กับสงขลาคาดว่าจะสามารถจัดบริการวิ่งรถโดยสารไฟฟ้าได้ภายในสิ้นปี 2569 ภายใต้การดำเนินงานของ อบจ. รวมถึงภายในสิ้นปี 2569 จังหวัดประจวบคีรีขันธ์จะให้บริการรถสองแถวไฟฟ้าได้ในเส้นทางวิ่งจากอำเภอเมืองประจวบฯ ไปยังพิพิธภัณฑ์หว้ากอ และจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจะให้บริการได้ภายในปี 2570 ขณะเดียวกันหลายจังหวัดจัดทำแผนแม่บท ขยายเส้นทาง และพัฒนามาตรการช่วยเหลือค่าโดยสาร รวมถึงยกระดับความปลอดภัยของรถรับ-ส่งนักเรียน เช่น MOU กับสถานศึกษา 12 แห่งในกาญจนบุรี และฐานข้อมูลรถรับ-ส่งนักเรียนปลอดภัยในลำปาง โดยใช้ข้อมูลจากการสำรวจ ความร่วมมือกับมหาวิทยาลัย และเครื่องมือดิจิทัล เช่น Traffy Fondue มาสนับสนุนการจัดทำข้อเสนอและแก้ปัญหาเชิงระบบ

สำหรับสัญญาหอพักที่เป็นธรรม และการจัดระเบียบสายสื่อสารที่ไม่ปลอดภัย หน่วยงานประจำจังหวัดใช้ข้อมูลจากการลงพื้นที่และการสำรวจมาพัฒนาเป็นข้อเสนอและมาตรการในระดับจังหวัด เช่น การผลักดันสัญญาเช่าหอพักที่เป็นธรรม รวมถึงการคิดค่าน้ำ-ค่าไฟที่เป็นธรรมในจังหวัดเชียงราย พะเยา สุรินทร์ และเชียงใหม่ และการจัดทำ Risk Mapping จุดเสี่ยงสายสื่อสารในจังหวัดเพชรบุรีและสุราษฎร์ธานี ขณะที่ “ภูเพียงโมเดล” จังหวัดน่าน ซึ่งเกิดจากความร่วมมือ 14 หน่วยงาน ครอบคลุม 8 เส้นทาง ระยะทาง 16.4 กิโลเมตร ได้ถูกนำไปเป็นต้นแบบขยายผลไปยังพื้นที่อื่น สะท้อนการพัฒนาจากข้อมูลปัญหาในพื้นที่สู่มาตรการและต้นแบบที่สามารถขยายผลได้ รวมถึงมีตัวแทนสภาผู้บริโภค 106 องค์กรเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการจัดระเบียบสายสื่อสารจังหวัดทั้ง 77 จังหวัด

นอกจากการขับเคลื่อน 4 ประเด็นพุ่งเป้าแล้ว หน่วยงานประจำจังหวัดยังมีบทบาท ระดมเครือข่ายในพื้นที่เพื่อขับเคลื่อนประเด็นนโยบายระดับประเทศ ได้แก่ การรณรงค์คัดค้านการแก้ไข พ.ร.บ.หลักประกันสุขภาพแห่งชาติ กรณีการรวมจ่าย ณ จุดบริการ เพื่อรักษาหลักการเข้าถึงบริการสุขภาพอย่างเท่าเทียม และการยื่นข้อเรียกร้องต่อรัฐบาลไม่ให้รับข้อเสนอ UPOV 1991 ภายใต้การเจรจา FTA ไทย–EU ซึ่งอาจกระทบต่อสิทธิของเกษตรกรและความมั่นคงทางอาหาร โดยใช้กลไกสภาผู้บริโภคจังหวัด เครือข่ายประชาชน การรวบรวมรายชื่อ

แถลงการณ์ และการยื่นหนังสือผ่านผู้ว่าราชการจังหวัดและศูนย์ดำรงธรรม เพื่อสะท้อนความคิดเห็นจากพื้นที่เข้าสู่การตัดสินใจระดับประเทศต่อไป

นอกจากนี้ การขับเคลื่อนนโยบายระดับพื้นที่ยังนำปัญหาจากเรื่องร้องเรียนและการเฝ้าระวังในจังหวัดมาต่อยอดเป็นมาตรการแก้ไขปัญหา เช่น มาตรการ “ร้านชำปลอดภัยไม่มียาอันตราย” จังหวัดสมุทรสาคร หน่วยงานประจำจังหวัดร่วมกับสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดและแกนนำชุมชนสุ่มตรวจร้านชำ 48 แห่งใน 3 อำเภอ โดยใช้แอปพลิเคชันชำเช็คและโปรแกรมปากสว่าง พบว่า 67% จำหน่ายยาไม่ถูกต้องตามกฎหมาย จึงนำข้อมูลไปผลักดันให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกำหนด “การไม่ขายยาอันตรายในร้านชำ” เป็นกติกาชุมชนและเงื่อนไขในการต่อใบอนุญาตประกอบกิจการร้านค้า ขณะที่จังหวัดน่านนำผลสำรวจร้านค้า 150 แห่งมาพัฒนาคู่มือมาตรฐานร้านขายของชำร่วมกับ 10 หน่วยงานในท้องถิ่น และสภากรุงเทพมหานครมีมติรับ สภากรุงเทพมหานครได้มีมติรับ (ร่าง) ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่อง ควบคุมกิจการผลิตน้ำดื่มจากเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มอัตโนมัติ พ.ศ. ... เพื่อควบคุมเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มอัตโนมัติที่ไม่ได้มาตรฐานและอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพของประชาชน เป็นต้น

การสาธารณะเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

สภาผู้บริโภคมี 8 ช่องทางหลักภายใต้ชื่อ ‘สภาองค์กรของผู้บริโภค สภาผู้บริโภค หรือ TCC’ (Facebook, Website, LINE Official, TikTok, X (Twitter), Instagram, YouTube และ Spotify) ในการสื่อสารสาธารณะ ซึ่ง Facebook ยังคงเป็นช่องทางหลักที่มีการติดตามและการเข้าถึงจากผู้บริโภคสูงที่สุด รองลงมาคือ TikTok และ LINE Official ผู้ติดตามทุกแพลตฟอร์มเติบโตขึ้นกว่า 1 เท่าตัวจากปีงบฯ 2568 (2.3 แสนบัญชี) โดยมียอดผู้ติดตามสะสมรวมกว่า 4.8 แสนบัญชี ได้รับความสนใจของผู้บริโภค (Impression) รวม 93 ล้านครั้ง มีสื่อเผยแพร่เพื่อให้ความรู้เรื่องสิทธิผู้บริโภคด้านต่างๆ 7,202 ชิ้น มีสื่อมวลชน/ผู้มีอิทธิพลในสื่อสังคมออนไลน์นำข้อมูลของสภาไปเผยแพร่ในวงกว้างรวม 9,940 ครั้ง คิดเป็นมูลค่าการประชาสัมพันธ์ 1,491 ล้านบาท จากการสำรวจความคิดเห็นเมื่อ 31 สิงหาคม–30 กันยายน 2569 ผู้บริโภคมีความพึงพอใจมากต่อเนื้อหาที่สภาผู้บริโภคสื่อสารสาธารณะเฉลี่ย 4.03 เต็ม 5 คะแนน โดยข้อมูลมีความน่าเชื่อถือและสื่อสารได้รวดเร็วทันสถานการณ์ อีกทั้งเสนอให้พัฒนาเนื้อหาที่บอกวิธีแก้ปัญหาอย่างชัดเจน ย่อยข้อมูลกฎหมายให้เข้าใจง่าย และผลลัพธ์ในการช่วยเหลือผู้บริโภค เป็นต้น

ในส่วนของงานรณรงค์เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค สภาผู้บริโภคจัดแคมเปญ “ฉันก็โดน (หลอก) เหมือนกัน” #แอปฟ้าพาหมดตัว ร่วมกับเครือข่ายสมาชิกทั่วประเทศในช่วงเดือนพฤษภาคม 2569 ซึ่งพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีประสบการณ์ที่ถูกมิจฉาชีพหลอกลวงผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ใกล้เคียงกัน สภาผู้บริโภคจึงเปลี่ยนบทบาทผู้บริโภคจาก "ผู้เสียหาย" มาเป็น "ผู้ร่วมตรวจสอบ" และแจ้งเบาะแสเพจปลอมหรือโฆษณาหลอกลวง สร้างการรับรู้ของสังคมจนนำไปสู่การช่วยเหลือผู้เสียหาย ผ่านการดำเนินคดีฟ้องร้องเฟซบุ๊กแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ และสถาบันการเงิน เพื่อเรียกร้องให้แพลตฟอร์มกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมรับผิดชอบ เพื่อป้องกัน/ลดผลกระทบความเสียหายที่เกิดซ้ำในอนาคต จนนำไปสู่การได้รับรางวัลชนะเลิศ Best Social Change Influencer Campaign จากเวที Thailand Influencer Awards 2026 by Tellscore

ซึ่งสะท้อนความสำเร็จในการใช้สื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงในสังคม รวมถึงรณรงค์ให้ประชาชนร่วมลงชื่อคัดค้านการแก้ไขกฎหมายหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ (สิทธิบัตรทอง) ในประเด็นการร่วมจ่ายค่ารักษาพยาบาลซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อกลุ่มคนเปราะบางและผู้มีรายได้น้อย ตลอดจนเพิ่มความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงสิทธิและบริการด้านสุขภาพของประชาชน ซึ่งขณะนี้มีประชาชนร่วมลงชื่อคัดค้านมากกว่า 40,000 รายชื่อ

สภาผู้บริโภคยังสื่อสารประเด็นการคุ้มครองผู้บริโภคผ่านนิทรรศการ “SPEAK UP: เราต้องไม่ยอมจำนน” ซึ่งจัดขึ้นเป็นครั้งแรกในประเทศไทย โดยนำข้อมูลเรื่องร้องเรียนและปัญหาเชิงนโยบายที่ซับซ้อนมาถ่ายทอดผ่านงานศิลปะ เพื่อสร้างความเข้าใจและกระตุ้นการมีส่วนร่วมของประชาชน พร้อมผลักดันการเปลี่ยนแปลงใน 4 ประเด็นสำคัญ ได้แก่ (1) มาตรการยืนยันตัวตนผู้ขายออนไลน์ (e-KYM) เพื่อให้สามารถตรวจสอบตัวตนของผู้ขายได้ (2) การจัดระเบียบสายสื่อสารทั่วประเทศเพื่อลดความเสี่ยงต่อชีวิตและทรัพย์สิน (3) การพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะท้องถิ่นให้ทั่วถึงและเป็นธรรม และ (4) การส่งเสริมสัญญาห้องเช่าและหอพักที่เป็นธรรม เพื่อแก้ไขปัญหาการเรียกเก็บค่าน้ำ ค่าไฟ เงินประกัน และเงื่อนไขสัญญาที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้เช่า

การดำเนินงานและบริหารจัดการสภาผู้บริโภค

สภาผู้บริโภคดำเนินการศึกษาการปรับปรุงโครงสร้างองค์กร สวัสดิการ และค่าตอบแทนของสภาผู้บริโภค ภายใต้แผนแม่บททรัพยากรบุคคลและแผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยดำเนินการถึงขั้นตอนการรับฟังความคิดเห็นจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เกี่ยวกับรูปแบบโครงสร้างองค์กร 3 รูปแบบ รวมถึงสวัสดิการและค่าตอบแทน และจะนำผลการศึกษาดังกล่าวเสนอคณะกรรมการนโยบายเพื่อพิจารณาเห็นชอบต่อไป

ด้านการบริหารและพัฒนาบุคลากร สภาผู้บริโภคได้นำระบบสารสนเทศด้านทรัพยากรบุคคลแบบออนไลน์ (IPOP) มาใช้ในการลงเวลาปฏิบัติงานและประเมินผลการดำเนินงานรายบุคคล เพื่อ เพิ่มความคล่องตัวในการบริหารจัดการบุคลากรและสนับสนุนการปฏิบัติงานคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังจัดทำค่านิยมองค์กรใหม่ภายใต้คติพจน์ “พลังผู้บริโภค พลังแห่งการเปลี่ยนแปลง” ประกอบด้วย T (Trustworthy) เชื่อถือได้และเป็นอิสระ C (Consumer-centric) ยึดประโยชน์ของผู้บริโภคเป็นศูนย์กลาง และ C (Collective Change) ร่วมมือกันเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลง โดยมีแผนสื่อสารและเผยแพร่ค่านิยมดังกล่าว เพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจแก่ผู้ปฏิบัติงานทั่วทั้งองค์กร

ด้านการพัฒนาทักษะและระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ สภาผู้บริโภคยกระดับทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศให้แก่ผู้ปฏิบัติงานทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค เพื่อส่งเสริมการนำเทคโนโลยีและ AI มาประยุกต์ใช้ในการทำงาน เพิ่มประสิทธิภาพ และลดภาระงานที่ซ้ำซ้อน โดยจัดอบรมการใช้งานโปรแกรมและระบบที่เกี่ยวข้อง เช่น MS Teams, ERP และ E-Office อย่างต่อเนื่อง รวมถึงจัดให้มีระบบ Help Desk สำหรับแจ้งซ่อมและแก้ไขปัญหาผ่านระบบ E-Office เพื่อให้การรับแจ้งและติดตามปัญหาเป็นระบบมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ สภาผู้บริโภคดำเนินการพัฒนาระบบรับเรื่องร้องเรียน (CRM) เพื่อรองรับความต้องการของผู้ใช้งาน และเพิ่มประสิทธิภาพการนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อสนับสนุนการแก้ไขปัญหาผู้บริโภคเชิงนโยบายร่วมกับ

ภาครัฐ โดยปัจจุบันอยู่ระหว่างการรวบรวมและวิเคราะห์ความต้องการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อนำไปประกอบการพัฒนาระบบให้สามารถตอบสนองต่อการใช้งานได้อย่างเหมาะสม ควบคู่กับการปรับปรุงและดำเนินงานตามแผนคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) เพื่อยกระดับการรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ของข้อมูลผู้บริโภค และลดความเสี่ยงจากการรั่วไหลหรือการเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลโดยไม่ได้รับอนุญาต

ด้านการอำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการ สภาผู้บริโภคได้เพิ่มพื้นที่จอดรถสำหรับผู้มาใช้บริการรับเรื่องร้องเรียน ณ อาคาร A.P.A. ซึ่งตั้งอยู่ใกล้สำนักงานสภาผู้บริโภค โดยสามารถรองรับรถยนต์ได้สูงสุด 20 คัน เพื่ออำนวยความสะดวกและรองรับผู้มาใช้บริการได้อย่างเพียงพอมากยิ่งขึ้น รวมถึงส่งเสริมสุขภาวะของบุคลากรโดยจัดกิจกรรมให้ผู้ปฏิบัติงานได้รับคำปรึกษาจากทีมจิตแพทย์ของกรุงเทพมหานครในเดือนสิงหาคม 2569 เพื่อส่งเสริมการดูแลสุขภาพจิตและสร้างความตระหนักเกี่ยวกับการดูแลสุขภาวะในการทำงาน ควบคู่กับการส่งเสริมสุขภาพกายผ่านกิจกรรม “80 คน 80 พลัง พิชิต 24 ล้านก้าว” โดยผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ร่วมกันออกกำลังกายและสะสมจำนวนก้าว เพื่อส่งเสริมการมีกิจกรรมทางกายและสร้างการมีส่วนร่วมในการดูแลสุขภาพภายในองค์กร

พัฒนากลไกสนับสนุนการขับเคลื่อนสภาผู้บริโภค

ประเด็นพัฒนากลไกสนับสนุนการขับเคลื่อนสภาผู้บริโภค มุ่งเน้นการวางรากฐานระบบบริหารจัดการ การยกระดับการทำงานที่เชื่อมประสานกันทั้งส่วนกลางและภูมิภาค รวมถึงการพยายามผลักดันวาระผู้บริโภคให้เข้าไปอยู่ในแผนยุทธศาสตร์ระดับชาติ โดยคณะรัฐมนตรีมีมติจัดสรรงบประมาณประจำปี 2570 ในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคให้แก่สภาผู้บริโภค จำนวน 116.74 ล้านบาท ซึ่งลดลงจากปีงบประมาณ 2569 มากถึงร้อยละ 9 พร้อมทั้งยกร่างระเบียบสำคัญเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่น จรรยาบรรณสภาผู้บริโภค แนวทางการบริหารจัดการเงินรายได้ และระเบียบการจัดการข้อร้องเรียน ควบคู่กับการประสานขอเข้าถึงฐานข้อมูลทะเบียนราษฎรจากกรมการปกครองเพื่อเพิ่มความรวดเร็วในการช่วยเหลือผู้บริโภค ซึ่งทั้งหมดที่กล่าวแล้วข้างต้นอยู่ระหว่างการดำเนินงาน ต่อมาได้มีการตั้งคณะทำงานขับเคลื่อนร่างจรรยาบรรณเสนอต่อคณะกรรมการนโยบาย (กนย.) พร้อมออกประกาศสนับสนุนงานคดี 2 ฉบับ ได้แก่ แบบคำร้องขอให้สภาผู้บริโภคดำเนินคดีแทน และแบบบันทึกการจ้างทนายความ เพื่อให้การช่วยเหลือทางกฎหมายมีความชัดเจนและเป็นรูปธรรมยิ่งขึ้น

สภาผู้บริโภคลงพื้นที่สำรวจและเสริมองค์กรความรู้ในการจัดทำข้อมูลบัญชีในระบบ ERP ให้กับ 11 หน่วยงานประจำจังหวัด 3 หน่วยงานเขตพื้นที่ รวม 14 จังหวัดที่มีสำนักงานตั้งทำการอยู่ พร้อมทั้งหารือการดำเนินงานร่วมกับ สปน. เพื่อแก้ไขอุปสรรคการขึ้นทะเบียนองค์กรสมาชิกอย่างใกล้ชิด นอกจากนี้ จากการหารือร่วมกับสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ในการผลักดันให้ประเด็นการคุ้มครองผู้บริโภคถูกบรรจุอยู่ในร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 14 (พ.ศ. 2571–2575) สภาผู้บริโภคจะทำงานอย่างบูรณาการร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) เพื่อช่วยกันเสริมระบบคุ้มครองผู้บริโภคไทยให้เข้มแข็งตามข้อเสนอแนะของ สคช. และจะนำข้อเสนอแนะจากการรายงานผลการปฏิบัติงาน

ประจำปี 2568 ต่อวุฒิสมาชิก/ สภาผู้แทนราษฎรที่เป็นประโยชน์ในเรื่องความต่อเนื่องของงบประมาณและการประยุกต์ใช้ AI ในการจัดการเรื่องร้องเรียนต่อไป

พร้อมกับระดมความคิดเห็นร่วมกับเครือข่ายหน่วยงานประจำจังหวัดและหน่วยงานเขตพื้นที่ทั่วประเทศ เพื่อร่วมกันกำหนดแผนดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคประจำปี 2570 โดยมี 4 นโยบายหลักพุ่งเป้า ได้แก่ การสแกน มอก. การผลักดันขนส่งสาธารณะทุกจังหวัด การคัดค้านการร่วมจ่าย ณ จุดบริการ และการผลักดันเรียนฟรีอย่างมีคุณภาพ นอกจากนี้ ยังได้ขับเคลื่อนงานสวัสดิการแรงงานผ่านการส่งผู้แทนลงสมัครรับเลือกตั้งคณะกรรมการประกันสังคม เพื่อผลักดันนโยบายสำคัญทั้งการลดต้นทุนประกันสุขภาพซ้ำซ้อน ตรวจสอบเงินสำนักงานประกันสังคมอย่างโปร่งใส และผลักดันบำนาญชราภาพ 9,000 บาทต่อเดือน

ปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไข

ปัญหา/อุปสรรค	แนวทางแก้ไข
1.การรับเรื่องร้องเรียน ● จำนวนเรื่องร้องเรียนมีปริมาณสูงและกระจุกตัวบางช่วง ขณะที่หลายเรื่องมีความซับซ้อนทั้งด้านข้อเท็จจริงและกฎหมาย รวมถึงพบปัญหาจากผู้ประกอบการรายเดิมหรือประเภทธุรกิจเดิมเกิดซ้ำ ทำให้ต้องใช้เวลาในการตรวจสอบและติดตามแก้ไข และผู้ประกอบการบางส่วนเพิกเฉยต่อการไกล่เกลี่ย	● พัฒนาการคัดกรองเรื่องตั้งแต่รับเรื่อง โดยแยกเรื่องทั่วไปที่ไม่ซับซ้อนออกจากเรื่องที่ต้องพิจารณาเชิงลึก เพื่อให้ดำเนินการได้รวดเร็วและเหมาะสมกับลักษณะของแต่ละเรื่อง รวมทั้งพัฒนาระบบข้อมูลให้เชื่อมโยงตั้งแต่การรับเรื่องจนถึงการติดตามผล
2.การฟ้องคดี ● คดีผู้บริโภคหลายเรื่องมีจำนวนมากและมีความซับซ้อน ทำให้การดำเนินคดีเชิงลึกใช้เวลานาน ขณะที่การติดตาม ฐานข้อมูลคดียังไม่มีระบบการติดตามสถานะและนำข้อมูลมาใช้ต่อยอดอย่างเป็นระบบ	● พัฒนาการดำเนินคดีแบบกลุ่มและดึงทนายความอาสา รวมถึงเครือข่ายในพื้นที่มาช่วยดูแล/สนับสนุนคดีที่ไม่ซับซ้อน พร้อมพัฒนาฐานข้อมูลคดีให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน และนำข้อมูลคดีที่เกิดซ้ำไปใช้ปรับปรุงกฎหมาย มาตรการ และจัดทำข้อมูลเตือนภัยประชาชน
3.การผลักดันนโยบาย ● ปัญหาผู้บริโภคหลายเรื่องเกี่ยวข้องกับกฎหมายและหน่วยงานกำกับดูแลหลาย	● ใช้ข้อมูลเรื่องร้องเรียนและงานวิจัยเป็นฐานในการจัดทำข้อเสนอ และทำงานร่วมกับหน่วยงานกำกับ

ปัญหา/อุปสรรค	แนวทางแก้ไข
แห่ง ทำให้การแก้ไขต้องผ่านหลายขั้นตอน/หน่วยงาน ขณะเดียวกันปัญหาสินค้า/บริการ และภัยออนไลน์เปลี่ยนแปลงรวดเร็ว ทำให้กฎเกณฑ์และการกำกับดูแลยังไม่ครอบคลุม	ดูแลเพื่อหาทางออกร่วมกัน พร้อมติดตามข้อเสนออย่างต่อเนื่องและผลักดันมาตรการหรือกฎหมายที่ช่วยป้องกันปัญหาไม่ให้เกิดซ้ำ
4.การสนับสนุนความเข้มแข็งสมาชิก ● สมาชิกในพื้นที่มีความพร้อมด้านทักษะดิจิทัลและการใช้ระบบข้อมูลที่แตกต่างกันขณะเดียวกัน บางพื้นที่ยังต้องการการสนับสนุนในการจัดเตรียมเอกสารเพื่อขึ้นทะเบียนองค์กรผู้บริโภค รวมถึงการพัฒนาทักษะด้านการสื่อสารออนไลน์ เพื่อให้สมาชิกสามารถใช้ข้อมูลและเครื่องมือดิจิทัลในการทำงานและสื่อสารเตือนภัยผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพและทั่วถึงมากยิ่งขึ้น	● ปรับการอบรมเป็นการฝึกปฏิบัติจริง สนับสนุนให้มีพี่เลี้ยงช่วยด้านเอกสารและระบบบัญชีอย่างต่อเนื่อง และดึงคนรุ่นใหม่เป็น Digital Buddy ช่วยเสริมทักษะการใช้เทคโนโลยีและการผลิตสื่อสนับสุนนสมาชิกในพื้นที่
5.การสื่อสารสาธารณะ ● การสื่อสารเตือนภัยยังเข้าถึงผู้บริโภคได้ไม่ทั่วถึงทุกกลุ่ม ขณะที่รูปแบบภัยและปัญหาผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว จึงต้องปรับรูปแบบการสื่อสารให้ทันสถานการณ์และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น ขณะที่การผลักดันนโยบายบางเรื่องต้องใช้เวลา จึงจำเป็นต้องติดตามและสื่อสารความคืบหน้าอย่างต่อเนื่อง	● ทำให้การสื่อสารเข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น ด้วยการออกแบบเนื้อหาให้เหมาะกับพฤติกรรมการรับสื่อของแต่ละกลุ่ม และใช้หลายช่องทางเพื่อขยายการเข้าถึง พร้อมติดตามและสื่อสารความคืบหน้าของประเด็นอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้บริโภครู้ว่าเรื่องที่ร้องเรียนหรือเรียกร้องมีความคืบหน้าอย่างไร และเห็นความเชื่อมโยงระหว่างการผลักดันนโยบายกับปัญหาที่เกิดขึ้นจริงในชีวิตประจำวัน
6.งบประมาณ ● ได้รับการจัดสรรงบประมาณไม่เพียงพอต่อการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค ส่งผลให้ไม่	● แสวงหาแหล่งรายได้เพิ่มเติมจากแหล่งงบประมาณอื่น และพัฒนาแนวทางหรือกลไกการหารายได้อื่น เพื่อเสริมความมั่นคงทางการเงินและเพิ่มขีดความสามารถ

ปัญหา/อุปสรรค	แนวทางแก้ไข
สามารถขับเคลื่อนภารกิจได้อย่างครอบคลุมและต่อเนื่องตามเป้าหมาย	ในการขับเคลื่อนภารกิจคุ้มครองผู้บริโภคให้เพียงพอและรองรับความท้าทายในอนาคต

ความท้าทายในการคุ้มครองผู้บริโภคปี 2570

การดำเนินการในปี 2570 สภาผู้บริโภคตั้งเป้าเดินหน้ายกระดับกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคไทย ผลักดัน 4 ประเด็นสำคัญ ได้แก่

1) สินค้าออนไลน์ต้องมีความปลอดภัยมากขึ้น (สแกน มอก. เซฟผู้บริโภค) โดยทำงานร่วมกับสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) เพื่อพัฒนาระบบเชื่อมโยงข้อมูลก่อนสินค้าจะถูกนำขึ้นขายบนแพลตฟอร์ม

2) ระบบขนส่งสาธารณะต้องครอบคลุมเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในทุกจังหวัด (ขนส่งสาธารณะทุกคนขึ้นได้ทั่วทุกจังหวัด) โดยทำงานเชิงรุกร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้แต่ละจังหวัดมีแผนพัฒนาท้องถิ่นและจัดบริการเดินรถในจังหวัดตนเองได้ เพิ่มโอกาสการเข้าถึงบริการสาธารณะของประชาชนทั่วประเทศ

3) สิทธิหลักประกันสุขภาพไม่ควรถอยหลัง (คัดค้านการร่วมจ่าย ณ จุดบริการ) โดยเน้นประเด็นเรื่องร่าง พ.ร.บ.หลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า หรือ พ.ร.บ.บัตรทอง ที่มีผู้ยื่นร่างฉบับใหม่เพื่อให้คณะรัฐมนตรีพิจารณา โดยมีการปรับแก้เนื้อหากฎหมายซึ่งกระทบต่อสิทธิขิงประชาชน เช่น กำหนดให้ผู้บริโภคต้องจ่ายเงินเพิ่ม ลดจำนวนตัวแทนฝั่งผู้บริโภคในบอร์ดสำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ (บอร์ด สปสช.) และ

4) เรียนฟรีอย่างมีคุณภาพ มุ่งเน้นการตรวจสอบและแก้ไขปัญหาภาระค่าใช้จ่าย ค่าเทอม หรือค่าบำรุงการศึกษาในระบบที่สร้างภาระและไม่เป็นธรรมต่อผู้ปกครองและนักเรียน รวมถึงผลักดันการปรับปรุงร่าง พ.ร.บ. การศึกษาแห่งชาติ เพื่อให้เด็กทุกคนเข้าถึงการศึกษาขั้นพื้นฐานอย่างแท้จริงโดยไม่มีใครถูกกีดกัน

โดยประเด็นที่ 1 และ 4 จะเป็นการขับเคลื่อนทั้งส่วนสำนักงานส่วนกลางและกลไกพื้นที่เพื่อยกระดับให้เป็นระดับประเทศ



ส่วนที่ 2 การใช้จ่ายงบประมาณ



รายงานผลการเบิกจ่าย

จากแหล่งเงิน

จัดสรรจากพระราชบัญญัติงบประมาณ

รายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569

จำนวน 127,715,700 บาท

งบประมาณบริหารจัดการปีงบประมาณ

พ.ศ.2569 ประกอบด้วย

งบ พรบ.2569 + ขอรับงบกลางปี 2569 เพิ่มเติม

(127.7157+48.8190) = 176.5347 ล้านบาท

ที่ประชุมคณะกรรมการนโยบาย สภาผู้บริโภค ครั้งที่ 9/2568 เมื่อวันที่ 25 กันยายน 2568 มีมติเห็นชอบแผนปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณ 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.)(ลข.)	64,719,200	51	77,400,000	44	พรบ.69/งบกลางฯ
7	พัฒนากลไกสนับสนุนการขับเคลื่อนสภาองค์กรของผู้บริโภค (ลข.)(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) สภาผู้บริโภคจะดำเนินการของบกลางประจำปี 2569 เพิ่มเติมเนื่องจากได้รับจัดสรรไม่เพียงพอต่อการดำเนินงานเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค

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

4. งบประมาณจากรายการเงินสำรองจ่ายมาตรา 19 และกรณีฉุกเฉินและจำเป็นของสภาผู้บริโภค จำนวน 48,819,000 บาท สภาผู้บริโภค ได้เสนอขอรับจัดสรรงบกลางปี 2569 เพิ่มเติม ตามจำนวนดังกล่าว สรุป สำนักงบประมาณ ได้มีหนังสือแจ้ง สปน. เมื่อวันที่ 29 กันยายน 2569 ตามหนังสือ ด่วนที่สุด ที่ นร 0707/9478 แจ้งให้สภาผู้บริโภค พิจารณาใช้เงินที่มีอยู่ก่อน หากไม่เพียงพอสามารถขอรับจัดสรร และ สปน. มีหนังสือแจ้งสภาผู้บริโภค เมื่อวันที่ 5 ตุลาคม 2569 รายละเอียดตามหนังสือ ด่วนที่สุด ที่ นร 0102/604 ตามที่สำนักงบประมาณแจ้ง

ปีงบประมาณ 2569 สภาผู้บริโภคไม่ได้รับจัดสรรงบกลางปี 2569 เพิ่มเติม นำงบสำรองมาใช้จ่ายในส่วนที่เกินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรตาม พรบ. โดยใช้จ่ายอย่างประหยัดและเหมาะสม สรุปผลการเบิกจ่ายในการรายงานไตรมาสที่ 4 และ ผลการเบิกจ่ายทั้งปี

<u>รายงานการใช้จ่ายงบประมาณ สภาองค์กรของผู้บริโภค</u>

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)	**34.0801**
งบประมาณ สภาองค์กรของผู้บริโภค ปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 คงเหลือ	**142.4547**

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)	**17.1615**
งบประมาณ รายการกันเงินเบิกเหลื่อมปี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 คงเหลือ	**8.4794**

<u>รายงานการใช้จ่ายงบประมาณ สภาองค์กรของผู้บริโภค</u>

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)	**34.0801**
หัก ผลเบิกจ่าย (เบิกจ่าย+ผูกพันสัญญา) (1 ม.ค. - 31 มี.ค. 2569)	**38.6012**
ผลเบิกจ่ายสะสม 2 ไตรมาส	**72.6813**
งบประมาณ สภาองค์กรของผู้บริโภค ปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 คงเหลือ	**103.8534**

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)	**17.1615**
หัก ผลเบิกจ่าย (1 ม.ค. – 31 มี.ค. 2569)	**4.0777**
งบประมาณ รายการกันเงินเบิกเหลื่อมปี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 คงเหลือ	**4.9016**

<u>รายงานการใช้จ่ายงบประมาณ สภาองค์กรของผู้บริโภค</u>

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)	**34.0801**
หัก ผลเบิกจ่าย (เบิกจ่าย+ผูกพันสัญญา) (1 ม.ค. - 31 มี.ค. 2569)	**38.6012**
หัก ผลเบิกจ่าย (เบิกจ่าย+ผูกพันสัญญา) (1 เม.ย. – 30 มิ.ย. 2569)	**30.0929**
ผลเบิกจ่ายสะสม 3 ไตรมาส	**102.7742**
งบประมาณ สภาองค์กรของผู้บริโภค ปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 คงเหลือ	**73.7605**

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 3 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)	**17.1615**
หัก ผลเบิกจ่าย (1 ม.ค. – 31 มี.ค. 2569)	**4.0777**
หัก ผลเบิกจ่าย (1 เม.ย. – 30 มิ.ย. 2569)	**1.3909**
งบประมาณ รายการกันเงินเบิกเหลื่อมปี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 คงเหลือ	**3.5108**

<u>รายงานการใช้จ่ายงบประมาณ สภาองค์กรของผู้บริโภค</u>

ไตรมาสที่ 4 ประจำปีงบประมาณ 2569 (1 กรกฎาคม – 30 กันยายน 2569)

หน่วย : ล้านบาท

3.1 งบประมาณ สภาองค์กรของผู้บริโภค ปีงบประมาณ พ.ศ. 2569	**176.5347**
หัก ผลเบิกจ่าย (เบิกจ่าย+ผูกพันสัญญา) (1 ต.ค.- 31 ธ.ค. 2568)	**34.0801**
หัก ผลเบิกจ่าย (เบิกจ่าย+ผูกพันสัญญา) (1 ม.ค. - 31 มี.ค. 2569)	**38.6012**
หัก ผลเบิกจ่าย (เบิกจ่าย+ผูกพันสัญญา) (1 เม.ย. – 30 มิ.ย. 2569)	**30.0929**
หัก ผลเบิกจ่าย (เบิกจ่าย+ผูกพันสัญญา) (1 ก.ค. – 30 ก.ย. 2569)	**43.8251**
ผลเบิกจ่ายสะสม 3 ไตรมาส	**146.5993**
งบประมาณ สภาองค์กรของผู้บริโภค ปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 คงเหลือ	**29.9354**

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 4 ประกอบด้วย

การเบิกจ่ายเงินสด	จำนวน	22,026,029.72 บาท
การผูกพันสัญญา	จำนวน	21,799,114.83 บาท
รวมเบิกจ่าย	*จำนวน*	*43*,825,144.55 *บาท*

3.2 งบประมาณ รายการกันเงินเบิกเหลื่อมปี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568	**26.1409**
หัก ผลเบิกจ่าย (1 ต.ค.- 31 ธ.ค. 2568)	**17.1615**
หัก ผลเบิกจ่าย (1 ม.ค. – 31 มี.ค. 2569)	**4.0777**
หัก ผลเบิกจ่าย (1 เม.ย. – 30 มิ.ย. 2569)	**1.3909**
หัก ผลเบิกจ่าย (1 ก.ค. – 30 ก.ย. 2569)	**3.5108**
งบประมาณ รายการกันเงินเบิกเหลื่อมปี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 คงเหลือ	**0**

(ก) ตารางสรุปการใช้จ่ายงบประมาณตามแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณ สภาองค์กรของผู้บริโภค ปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (ไตรมาสที่ 4)

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 คุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค	9,859,500.00	2,300,660.47	976,470.62	3,055,368.82	2,439,437.08
แผนที่ 2 เสนอแนะและผลักดันนโยบายเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค	9,572,600.00	1,756,160.37	1,728,903.47	1,113,246.36	1,001,526.65
แผนที่ 3 สร้างความเข้มแข็งให้กับสมาชิกและองค์กรของผู้บริโภค	3,640,000.00	1,496,512.16	1,046,396.81	398,658.76	408,273.67
แผนที่ 4 สนับสนุนหน่วยงานประจำจังหวัดและเขตพื้นที่ปฏิบัติตามภารกิจสภาผู้บริโภค	47,274,141.00	10,428,727.00	13,949,196.00	11,349,389.85	9,404,966.07
แผนที่ 5 การสื่อสารสาธารณะเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค	6,132,800.00	2,392,260.18	2,040,006.36	465,119.82	18,825.43
แผนที่ 6 พัฒนาการดำเนินงานและบริหารจัดการสภาองค์กรของผู้บริโภค	72,168,800.00	15,334,484.15	18,065,635.30	12,987,062.43	16,194,713.54
แผนที่ 7 พัฒนากลไกสนับสนุนการขับเคลื่อนสภาองค์กรของผู้บริโภค	20,508,800.00	371,249.00	794,639.00	724,047.25	14,357,402.11
งบกลางเพื่อดำเนินการตามนโยบาย*	7,378,059.00	-	-		-
รวม	176,534,700.00	34,080,053.33	38,601,247.56	30,092,893.29	43,825,144.55

ปีงบประมาณ 2569 สภาผู้บริโภคไม่ได้รับจัดสรรงบกลางปี 2569 เพิ่มเติม นำงบสำรองมาใช้จ่ายในส่วนที่เกินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรตาม พรบ. สรุปผลการเบิกจ่ายทั้งปี ดังนี้

แผนปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณ ปี 2569	งบประมาณ ปี 2569	เบิกจ่าย+ผูกพันสัญญา
แผนที่ 1 คุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค	9,859,500.00	8,771,936.99
แผนที่ 2 เสนอแนะและผลักดันนโยบายเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค	9,572,600.00	5,599,836.85
แผนที่ 3 สร้างความเข้มแข็งให้กับสมาชิกและองค์กรของผู้บริโภค	3,640,000.00	3,349,841.40
แผนที่ 4 สนับสนุนหน่วยงานประจำจังหวัดและเขตพื้นที่ปฏิบัติตามภารกิจสภาผู้บริโภค	47,274,141.00	45,132,278.92
แผนที่ 5 การสื่อสารสาธารณะเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค	6,132,800.00	4,916,211.79
แผนที่ 6 พัฒนาการดำเนินงานและบริหารจัดการสภาองค์กรของผู้บริโภค	72,168,800.00	62,581,895.42
แผนที่ 7 พัฒนากลไกสนับสนุนการขับเคลื่อนสภาองค์กรของผู้บริโภค	20,508,800.00	16,247,337.36
งบกลางเพื่อดำเนินการตามนโยบาย*	7,378,059.00	
รวม	176,534,700.00	146,599,338.73

สภาผู้บริโภค ได้รับจัดสรรงบประมาณ ตาม พรบ. จำนวน 127,715,700 บาท สรุปการใช้จ่ายปีงบประมาณ 2569 ทั้งสิ้น 146,599,338.73 บาท ขอใช้งบสำรอง จำนวน 18,883,638.73 บาท

เตรียมสรุปเสนอ กนย. เพื่อให้ความเห็นชอบในคราวประชุม ครั้งที่ 10/2569 วันที่ 24 ตุลาคม 2569

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

จำแนกการเบิกจ่าย เป็น เบิกเงินสด และ ผูกพันสัญญา

ปรับครั้งที่ 2 :	โอนจากแผนที่ 1. ไปแผนที่ 4 จำนวน 720,000 บาท โอนเข้าหน่วยงานประจังหวัด 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.ผบห.							
	วันที่ 2 กพ. 69	(2)โอนจากแผนที่ 8 ไปแผน 4 จำนวน /120,750 บาท โอนเข้าหน่วยงานจังหวัดขอนแก่นกิจกรรมอนุฯคดี						
	วันที่ 5 กพ. 69	(3)โอนจากแผน 6/6.1 6.1.5 ไปแผนที่ 8 งบกลาง จำนวน 1,(			72,000			
	วันที่ 16 กพ. 69	(3)โอนจากแผน 6/6.2 6.2.1 ไปแผนที่ 8 งบกลาง จำนวน 4,400,000 บาท						
		ปรับครั้งที่ 4 :	จากการหารือ ผบห. 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					
			เพิ่มค่าใช้จ่ายเรืองฟ้องคดี 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			

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	-
ผลเบิกรวม	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)

แผน	งบประมาณ ปี 69	เบิกเงินสด (1)	ภาระผูกพันสัญญา (2)	รวมใช้จ่ายทั้งสิ้น (1)+(2)	งบประมาณ คงเหลือ ไตรมาส 3-4	% เบิกจ่าย
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)

แผน	งบประมาณ ปี 69	เบิกเงินสด (1)	ภาระผูกพันสัญญา (2)	รวมใช้จ่ายทั้งสิ้น (1)+(2)	งบประมาณคงเหลือ ไตรมาส 4	% เบิกจ่าย
แผนที่ 1	9,859,500.00	1,112,335.15	1,943,033.67	3,055,368.82	4,279,400.09	31
แผนที่ 2	9,572,600.00	1,075,989.03	37,257.33	1,113,246.36	4,974,289.80	12
แผนที่ 3	3,640,000.00	579,640.76	(180,982.00)	398,658.76	698,432.27	11
แผนที่ 4	47,274,141.00	11,349,389.85	-	11,349,389.85	10,947,687.15	24
แผนที่ 5	6,132,800.00	1,781,119.82	(1,316,000.00)	465,119.82	2,849,013.64	8
แผนที่ 6	72,168,800.00	15,362,616.86	(2,375,554.43)	12,987,062.43	31,012,818.12	18
แผนที่ 7	20,508,800.00	747,193.75	(23,146.50)	724,047.25	18,658,864.75	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

ไตรมาส 4 (1 ก.ค. – 30 ก.ย. 69)

แผน	งบประมาณ ปี 69	เบิกเงินสด (1)	ภาระผูกพันสัญญา (2)	รวมใช้จ่ายทั้งสิ้น (1)+(2)	งบประมาณคงเหลือ ไตรมาส 4	% เบิกจ่าย
แผนที่ 1	9,859,500.00	- 262,912.92	2,702,350.00	2,439,437.08	1,839,963.01	25
แผนที่ 2	9,572,600.00	779,926.65	221,600.00	1,001,526.65	3,972,763.15	10
แผนที่ 3	3,640,000.00	- 61,726.33	470,000.00	408,273.67	290,158.60	11
แผนที่ 4	47,274,141.00	9,049,866.07	355,100.00	9,404,966.07	1,542,721.08	20
แผนที่ 5	6,132,800.00	- 626,692.57	645,518.00	18,825.43	2,830,188.21	1
แผนที่ 6	72,168,800.00	12,014,664.71	4,180,048.83	16,194,713.54	14,818,104.58	22
แผนที่ 7	20,508,800.00	1,132,904.11	13,224,498.00	14,357,402.11	4,301,462.64	70
แผนที่ 8	7,378,059.00			-	7,378,059.00	
ผลเบิกรวม	176,534,700.00	22,026,029.72	21,799,114.83	43,825,144.55	29,935,361.27	25

สภาผู้บริโภคจำแนกงบประมาณรายจ่ายของสภาองค์กรของผู้บริโภค ตามระเบียบกรรมการนโยบายสภาองค์กรผู้บริโภคว่าด้วยการงบประมาณ 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	งบประมาณทั้งสิ้น	ผลเบิกจ่าย (1 ต.ค. – 31 ธ.ค.68)	คงเหลือไตรมาส 2-4
1.1 แผนปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณปี 2569 (ไตรมาส 1)	176,534,700.00	34,080,053.33	142,454,646.67
1.2 รายการกันเงินเหลื่อมปี 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	งบประมาณทั้งสิ้น	ผลเบิกจ่าย (1 ม.ค. – 31 มี.ค.69)	คงเหลือไตรมาส 3-4
1.1 แผนปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณปี 2569 (ไตรมาส 2)	176,534,700.00	38,601,247.56	103,853,399.11
1.2 รายการกันเงินเหลื่อมปี 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	งบประมาณทั้งสิ้น	ผลเบิกจ่าย (1 เม.ย. – 30 มิ.ย.69)	คงเหลือไตรมาส 4
1.1 แผนปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณปี 2569 (ไตรมาส 3)	176,534,700.00	30,092,893.29	73,760,505.82
1.2 รายการกันเงินเหลื่อมปี 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**

รายการงบประมาณ	งบประมาณทั้งสิ้น	ผลเบิกจ่าย (1 ก.ค. – 30 ก.ย.69)	คงเหลือไตรมาส 4
1.1 แผนปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณปี 2569 (ไตรมาส 3)	176,534,700.00	43,825,144.55	29,935,361.27
1.2 รายการกันเงินเหลื่อมปี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 (ไตรมาส 4)	26,140,864.70	3,510,734.50	0
รวม	**206,395,548.10**	**47,335,879.05**	**29,935,361.27**

(ข) รายละเอียดประเภทค่าใช้จ่ายประจำปีงบประมาณ 2569

(ระหว่างเดือนตุลาคม 2568-กันยายน 2569)

รายจ่ายสำหรับการดำเนินงานของสภาฯ 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) รายจ่ายบุคลากร	12.3202	12.3798	12.2027	12.3513	**49.6140**
(ข) รายจ่ายบริหารจัดการ	1.0866	0.8047	0.8381	1.7016	**4.4310**
(ค) รายจ่ายครุภัณฑ์ ที่ดินและสิ่งก่อสร้าง	-	-	-		
(ง) รายจ่ายแผนงาน โครงการ	10.2445	11.4720	5.7027	20.0028	**47.4220**
(จ) รายจ่ายอื่น	-	-	-		
รวม	**23.6513**	**24.6520**	**18.7435**	**34.4202**	**101.4670**

เงินที่สนับสนุนให้แก่หน่วยงานประจำจังหวัด หน่วยงานเขตพื้นที่ 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) รายจ่ายบุคลากร	5.8563	5.8563	5.8563	5.8563	**23.4252**
(ข) รายจ่ายบริหารจัดการ	1.5855	2.8804	2.2330	1.6834	**8.3823**
(ค) รายจ่ายแผนงานโครงการ	2.9869	5.2125	3.2601	1.8653	**13.3248**
รวม	**10.4287**	**13.9492**	**11.3494**	**9.4050**	**45.1323**

รายงานผลการเบิกจ่าย

เงินสำรองจ่ายตามมาตรา 19 และกรณีฉุกเฉินและจำเป็น ของสภาองค์กรของผู้บริโภค

รายการเงินสำรองจ่ายตามมาตรา 19 และกรณีฉุกเฉินและจำเป็น **75.8923**

ของสภาองค์กรของผู้บริโภค ณ วันที่ 30 กันยายน 2568

โดยมีรายละเอียด ดังนี้

วัตถุประสงค์	เหตุผลความจำเป็น	วงเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
1. เงินสำรองกรณียุบเลิกสภาองค์กรของผู้บริโภค	เพื่อเป็นเงินทุนสำรองสะสมสำหรับจ่ายแก่พนักงานตามกฎหมายแรงงานและชำระหนี้คงค้างต่าง ๆ หากมีการยุบเลิกองค์กร	22.5074 ลบ.	13 %
2. เงินสำรองกรณีฉุกเฉินเป็นเวลา 6 เดือน	เพื่อเป็นเงินทุนสำรองสะสมสำหรับนำไปใช้จ่าย ดังนี้ 2.1 ค่าใช้จ่ายบุคลากรของสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค (เงินเดือนและสวัสดิการพนักงาน) 28,900,000.00 บาท 2.2 ค่าสาธารณูปโภคและค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการให้สภาองค์กรของผู้บริโภคสามารถดำเนินงานได้ตามวัตถุประสงค์ 3,400,000 บาท (รับเพิ่ม 6,502,447 บาท) เป็น 9,902,447 บาท 2.3 ค่าตอบแทนการปฏิบัติงานของผู้ปฏิบัติงานและค่าสาธารณูปโภคในหน่วยงานประจำจังหวัดและหน่วยงานเขตพื้นที่หรือหน่วยงานอื่นใดที่จัดตั้งขึ้นตามข้อบังคับสภาองค์กรของผู้บริโภค 17,000,000.00 บาท	ได้มีมติเห็นชอบจากการประชุมคณะกรรมการนโยบายในการประชุมครั้งที่ 10/2568 วันที่ 30 ตุลาคม 2568 มาเป็นเงินสำรองกรณีฉุกเฉินเป็นเวลา 6 เดือน จำนวน 6.5024 ล้านบาท 43.1251 ลบ.	73 %
3. เงินสำรองเพื่อดำเนินการตามมาตรา 19 แห่งพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562	เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายเบื้องต้นในการดำเนินการให้เกิดการรวมตัวกันขององค์กรของผู้บริโภคอย่างทั่วถึงและเกิดพลังอย่างแท้จริงตามเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย	10.2600 ลบ.	14 %

รายการเงินสำรองจ่ายตามมาตรา 19 และกรณีฉุกเฉินและจำเป็น **75.8923**

ของสภาองค์กรของผู้บริโภค ณ วันที่ 26 มีนาคม 2569

โดยมีรายละเอียด ดังนี้

วัตถุประสงค์	เหตุผลความจำเป็น	วงเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
1. เงินสำรองกรณียุบเลิกสภาองค์กรของผู้บริโภค	**เพื่อเป็นเงินทุนสำรองสะสมสำหรับจ่ายแก่พนักงานตามกฎหมายแรงงานและชำระหนี้คงค้างต่าง ๆ หากมีการยุบเลิกองค์กร**	**22,507,372.57 บาท**	**30%**
ประมาณการของปีงบฯ 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. เงินสำรองกรณีฉุกเฉินของสภาองค์กรผู้บริโภค	**เพื่อเป็นเงินทุนสำรองสะสมสำหรับนำไปใช้จ่าย ดังนี้**	**43,125,064.67 บาท**	**57%**
คำนวณ 180 วัน/6 เดือน ตามอัตราปัจจุบัน	**2.1 ค่าใช้จ่ายบุคลากรของสำนักงานสภาองค์กรของผู้บริโภค (เงินเดือนและสวัสดิการพนักงาน)**	19,158,448.00 บาท	
คำนวณ 180 วัน/6 เดือน ตามอัตราตั้งปี 2569	**2.2 ค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการให้สภาองค์กรของผู้บริโภคสามารถดำเนินงานได้ตามวัตถุประสงค์** (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 ค่าตอบแทนการปฏิบัติงานของผู้ปฏิบัติงานและค่าสาธารณูปโภคในหน่วยงานประจำจังหวัดและหน่วยงานเขตพื้นที่หรือหน่วยงานอื่นใดที่จัดตั้งขึ้นตามข้อบังคับสภาองค์กรของผู้บริโภค** (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%**
ปรับยุทธศาสตร์ให้มีองค์กรสมาชิกครบถ้วนทุกจังหวัด	-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		
<u>หมายเหตุ</u> ที่ไม่สนับสนุนการจัดตั้งหน่วยงานประจำจังหวัดใหม่ เนื่องจากงบประมาณส่วนนี้ลดลงทุกปี เน้นสร้างองค์กรสมาชิกให้ครบทุกจังหวัด เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงความช่วยเหลือเป็นเป้าหมายหลักก่อน			

หมายเหตุ

1. เนื่องจาก วงเงินสำรองของวัตถุประสงค์ทั้ง 3 วัตถุประสงค์หลัก เป็นการพิจารณาเสนอ กนย. เห็นชอบ ในการประชุมครั้งที่ 3/2566 เมื่อวันที่ 23 มีนาคม 2566 ส่วนในการพิจารณาเมื่อวันที่ 30 ตุลาคม 2568 เป็นการขออนุมัตินำเงินเหลือจ่ายปีงบประมาณ 2568 มาไว้ในงบสำรองเพิ่มเติม
2. สำนักงาน พิจารณาแล้วเห็นว่า เพื่อให้วงเงินสำรองแต่ละรายการ สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และสอดคล้องกับการตั้งงบประมาณดำเนินการในปีงบประมาณ 2569 จึงได้พิจารณาคำนวณวงเงินใหม่ เพื่อเตรียมการสำหรับขออนุมัติ กนย. นำมาใช้จ่ายตามแผนปฏิบัติงานในปีงบประมาณ 2569 ไตรมาสที่ 4 กรณีที่ไม่ได้รับจัดสรรงบกลางปี 2569 เพิ่มเติม
3. ที่ประชุมคณะกรรมการนโยบาย สภาผู้บริโภค เมื่อวันที่ 26 มี.ค. 69 มีมติเห็นชอบการปรับวงเงินแต่ละรายการของงบสำรองกรณีฉุกเฉิน ของสภาผู้บริโภคให้สอดคล้องกับข้อมูลปัจจุบัน ปีงบประมาณ พ.ศ.2569 ตามที่สำนักงานสภาผู้บริโภคเสนอ ภายใต้งบประมาณเดิม **<u>75.8923 ล้านบาท</u>**
4. ที่ประชุมคณะกรรมการนโยบาย สภาผู้บริโภค เมื่อวันที่ 24 กย. 69 มีมติเห็นชอบ แผนปฏิบัติงานและแผนงบประมาณประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2570 ในวงเงินงบประมาณ 164.8624 ล้านบาท ประกอบด้วย งบประมาณ ได้รับจัดสรร พรบ. 2570 จำนวน 116.7434 ล้านบาท และงบสำรอง จำนวน 48.1190 ล้านบาท และเห็นชอบการใช้เงินสำรองกรณีฉุกเฉิน จำนวน 48.1190 ล้านบาท

5. อยู่ระหว่างการเตรียมเสนอสรุปผลการเบิกจ่ายปี 2569 และ เสนอขอความเห็นชอบการใช้งบสำรอง มาเป็นส่วนหนึ่งของการใช้จ่ายในปีงบประมาณ 2569 จำนวน 18,883,638.73 บาท ต่อที่ประชุมคณะอนุกรรมการบริหาร กำหนดประชุมครั้งที่ 10/2569 วันที่ 20 ตุลาคม 2569 และ คณะกรรมการนโยบาย กำหนดประชุม ครั้งที่ 10/2569 วันที่ 22 ตุลาคม 2569 ซึ่งจะส่งผลให้งบสำรอง ณ 30 กันยายน 2569 คงเหลือจำนวน 8,889,798.51 บาท

เตรียมเสนอ คณะอนุกรรมการบริหาร ให้ความเห็นชอบการกันงบสำรอง ณ 30 กันยายน 2569 จำนวน 8,889,798.51 บาท ในการประชุมครั้งที่ 10/2569 เมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2569

วัตถุประสงค์	เหตุผลความจำเป็น	วงเงิน (บาท)
1. เงินสำรองกรณียุบเลิกสภาองค์กรของผู้บริโภค	เพื่อเป็นเงินทุนสำรองสะสมสำหรับจ่ายแก่พนักงานตามกฎหมายแรงงานและชำระหนี้คงค้างต่าง ๆ หากมีการยุบเลิกองค์กร	8,889,798.51

รายการที่นำงบสำรองไปใช้	จำนวน (บาท)	หมายเหตุ
1. เพิ่มเติมในแผนการใช้จ่ายงบประมาณประจำปีงบประมาณ 2570	48,119,000	(1) คณะอนุกรรมการบริหาร มีมติ เห็นชอบ การประชุมครั้งที่ 9/2569 เมื่อวันที่ 8 กันยายน 2569 (2) คณะกรรมการนโยบาย มีมติ เห็นชอบ การประชุมครั้งที่ 9/2569 เมื่อวันที่ 24 กันยายน 2569
2. เพิ่มเติมในแผนการใช้จ่ายงบประมาณประจำปีงบประมาณ 2569 เนื่องจากไม่ได้รับจัดสรรงบกลางปี 2669 เพิ่มเติม	18,883,638.73	(1) เสนอคณะอนุกรรมการบริหาร ให้ความเห็นชอบการประชุมครั้งที่ 10/2569 ในวันที่ 20 ตุลาคม 2569 (2) เสนอคณะกรรมการนโยบาย ให้ความเห็นชอบการประชุมครั้งที่ 10/2569 ในวันที่ 22 ตุลาคม 2569
รวมงบประมาณ	67,002,638.73	เดิมจำนวน 75,892,437.24 บาท คงเหลือ 8,889,798.51 บาท