



รายงานประจำปี ๒๕๖๓

**Annual Report 2020**

# คำนำ

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ได้จัดทำรายงานประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๓ (เดือนตุลาคม ๒๕๖๒ - เดือนกันยายน ๒๕๖๓) เพื่อเผยแพร่ผลการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ตลอดจนนโยบายทิศทางการดำเนินงานของ สคบ. ในการส่งเสริมให้เกิดสังคมการบริโภคที่เป็นธรรมและยั่งยืน ซึ่ง สคบ. มีภารกิจหน้าที่ด้านการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคมีความรู้ ความเข้าใจในการรักษาสิทธิประโยชน์ของตน ให้ได้รับความปลอดภัย และความเป็นธรรม จากการซื้อขายและการทำสัญญากับผู้ประกอบการธุรกิจ การพิจารณาและชดเชยความเสียหาย หากถูกละเมิดสิทธิโดยผู้ประกอบการธุรกิจ การปรับปรุงพัฒนากฎหมาย และมาตรการต่าง ๆ เพื่อสร้างความเป็นธรรมให้แก่ผู้บริโภค รวมทั้งการเผยแพร่ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคแก่ประชาชนมิให้ผู้บริโภคถูกหลอกลวง ถูกเอาเปรียบ และป้องกันการผูกขาดตัดตอนทั้งทางตรงและทางอ้อมจากผู้ประกอบการธุรกิจ โดยมุ่งเน้นการบูรณาการกับทุกภาคส่วน

ทั้งนี้ สคบ. ได้มีการนำนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศไม่ว่าจะเป็นระบบไกล่เกลี่ยออนไลน์มาใช้ในการดำเนินการไกล่เกลี่ย ซึ่งเป็นการยกระดับงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น ระบบการร้องเรียนผ่านแอปพลิเคชัน OCPB connect การให้คำปรึกษาผู้บริโภคผ่าน Chat Bot ที่ปกป้อง เป็นต้น ซึ่งจะทำให้ประชาชนสามารถเข้าถึงการให้บริการด้านการคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างสะดวกและมีความรู้ความเข้าใจในสิทธิของตนเองในฐานะที่เป็นผู้บริโภค ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนางานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรมและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด ดังวิสัยทัศน์ที่ว่า “ยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีความเป็นธรรม และยั่งยืน” รายงานประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๓ ฉบับนี้ จะทำให้ท่านได้รับทราบถึงภารกิจ การดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของ สคบ. ในปีที่ผ่านมามากยิ่งขึ้น



(นายจรูญอัฒม์ ธนธิพันธ์)

เลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค



พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา  
นายกรัฐมนตรี



**นายวิชณุ เครืองาม**  
รองนายกรัฐมนตรี

กำกับและติดตามการปฏิบัติราชการจำนวน ๔ หน่วยงานประกอบด้วย  
กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ กระทรวงสาธารณสุข  
สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค



**นายเทวัญ ลิปตพัลลภ**  
รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี

ดำรงตำแหน่งประธานกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค  
ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม ๒๕๖๒ – เดือนกรกฎาคม ๒๕๖๓

## ทำเนียบผู้บริหาร



พลตำรวจตรี ประสิทธิ์ เฉลิมวุฒิศักดิ์  
เลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค



นายพิษเนศ ต๊ะปวง  
รองเลขาธิการ



พันตำรวจเอกประทีป เจริญศิลป์  
เลขาธิการกรม



นายสุวิทย์ วิจิตรโสภาก  
ผู้อำนวยการสำนักแผนและ  
การพัฒนากการคุ้มครองผู้บริโภค



นางสาวทรงศิริ จุมพล  
ผู้อำนวยการ  
กองกฎหมายและคดี



นายศรัณย์ รัชษ์เผ่า  
ผู้อำนวยการกองคุ้มครอง  
ผู้บริโภคด้านโฆษณา



นายฐิตินันท์ สิงหา  
ผู้อำนวยการกองคุ้มครอง  
ผู้บริโภคด้านฉลาก



นายอุฬาร จิวเจริญ  
ผู้อำนวยการกองคุ้มครอง  
ผู้บริโภคด้านสัญญา



นายเดชาวัต แจ้งชื่น  
ผู้อำนวยการกองคุ้มครองผู้บริโภค  
ด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง



นายจิตติภัทร์ บุญสม  
ผู้อำนวยการกองเผยแพร่  
และประชาสัมพันธ์



นางสาวจรัสศรี ผดุงผล  
ผู้อำนวยการกลุ่มพัฒนา  
ระบบบริหาร



นายจิตติภัทร์ บุญสม  
(รักษาการ) ผู้อำนวยการ  
กลุ่มตรวจสอบภายใน

## ส่วนที่ ๑ ข้อมูลภาพรวมของหน่วยงาน ได้แก่ ข้อมูลพื้นฐานของ หน่วยงาน และแผนยุทธศาสตร์

● บทบาท ภารกิจ อำนาจหน้าที่	๑
● วิสัยทัศน์ พันธกิจ ยุทธศาสตร์	๕
● แผนผังความสอดคล้องระหว่างยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของ สคบ. ฉบับปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕	๘
● แผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของ สคบ. ฉบับปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕	๙
● แผนผังแสดงตัวชี้วัดภายใต้แผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของ สคบ. ฉบับปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕	๑๐
● แผนภูมิองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒	๑๑
● แผนภูมิองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคตาม พรบ. ขายตรงและตลาดแบบตรง	๑๒
● โครงสร้างสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	๑๓

## ส่วนที่ ๒ ผลการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓

● ผลการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓	๑๔
● ผลงานสำคัญของสำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภค (ส่วนประสานงานภาครัฐและเอกชน) ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓	๑๕
● ผลการดำเนินงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓	๑๘
● ผลงานสำคัญของส่วนความร่วมมือกับต่างประเทศ ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓	๒๑
● การดำเนินงานคดีเมื่อผู้บริโภคถูกละเมิด	๒๓
● สคบ. ผลักดันผู้ประกอบการจัดทำฉลากสินค้าถูกกฎหมาย	๓๗
● ผลการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๓ ฝ่ายเฝ้าระวัง และพิสูจน์สินค้าและบริการ	๓๙
● ผลการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๓ ฝ่ายรับเรื่องราวร้องทุกข์	๔๔
● ผลการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๓ ฝ่ายควบคุม	๔๕
● ผลการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๓ กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา	๔๘
● ผลการดำเนินงานสำคัญของกองคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา ในปี ๒๕๖๓	๔๙
● ผลงานสำคัญของกองคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา ในรอบปี ๒๕๖๓	๕๓
● ผลงานสำคัญของกองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง ในปีงบประมาณ ๒๕๖๓	๕๘

	หน้า
● ผลงานสำคัญในรอบปี ๒๕๖๓ ของกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร	๖๕
● ผลการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ ของสำนักประสานและส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัด	๗๓
● การดำเนินงานเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ประชาชนและเครือข่าย	๗๕

### ส่วนที่ ๓ งบประมาณรายจ่ายประจำปี ๒๕๖๓

● งบประมาณรายจ่ายประจำปี ๒๕๖๓	๙๐
-------------------------------	----

### ส่วนที่ ๔ คณะที่ปรึกษาและคณะผู้จัดทำ

● คณะผู้จัดทำ	๑๑๑
---------------	-----



## บทบาทและภารกิจของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

เนื่องจากการขยายตัวของประชากรและสังคมเศรษฐกิจ ส่งผลให้การบริโภคของประชาชนขยายตัวตามไปด้วย ผู้ประกอบการมีการลงทุนผลิตสินค้าและบริการออกมาสนองความต้องการอย่างมากมาเป็นทวีคูณ มีการกระตุ้นใจโดยใช้วิธีทางการตลาด เช่น การโฆษณาและการส่งเสริมการขายเพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของตน และมักพบว่าผู้ประกอบการบางรายที่ใช้กลยุทธ์ทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคจนกลายเป็นความเดือดร้อนที่ปรากฏให้เห็นอยู่เนือง ๆ ในขณะเดียวกันประชาชนเองก็ยิ่งขาดการรวมกลุ่มเพื่อคุ้มครองสิทธิในฐานะผู้บริโภคของตนเองอย่างเข้มแข็งเพียงพอ รัฐจึงจำเป็นต้องหามาตรการคุ้มครองผู้บริโภคมิให้ถูกเอารัดเอาเปรียบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการบริโภคสินค้าบางประเภทที่มีผลต่อสุขภาพและความปลอดภัยของประชาชน ดังนั้น จึงมีการตรากฎหมายหลายฉบับที่มุ่งคุ้มครองสิทธิและสวัสดิภาพของผู้บริโภค ซึ่งกระจัดกระจายอยู่ตามหน่วยงานต่าง ๆ สำหรับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค มีกฎหมายรองรับการปฏิบัติงานอยู่ ๓ ฉบับ ได้แก่

๑. พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ แก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ ๒ พ.ศ. ๒๕๔๑ และฉบับที่ ๓ พ.ศ. ๒๕๕๖ ซึ่งเป็นกฎหมายที่กำหนดบทบาทและอำนาจหน้าที่ให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ดำเนินการแก้ไขปัญหาคความเดือดร้อนของผู้บริโภคที่ไม่ได้รับความเป็นธรรมจากผู้ประกอบธุรกิจ ได้แก่ การคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา การคุ้มครองผู้บริโภคด้านฉลาก การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสินค้าที่อาจเป็นอันตรายต่อผู้บริโภค และการฟ้องคดีแพ่งและคดีอาญาแทนผู้บริโภค รวมถึงการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานอื่นในการป้องปราบการกระทำการละเมิดสิทธิผู้บริโภค

๒. พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. ๒๕๔๕ แก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ ๒ พ.ศ. ๒๕๕๐ ซึ่งเป็นกฎหมายที่กำหนดให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคดำเนินการ เพื่อกำกับดูแลผู้ประกอบการขายตรงและผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง โดยห้ามมิให้ดำเนินกิจการในลักษณะที่เป็นการชักชวนให้บุคคลเข้าร่วมเป็นเครือข่ายในการประกอบธุรกิจขายตรงหรือในการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง โดยตกลงว่าจะให้ผลประโยชน์ตอบแทนจากการหาผู้เข้าร่วมเครือข่ายดังกล่าว ซึ่งกำหนดจากจำนวนผู้เข้าร่วมเครือข่ายที่เพิ่มขึ้น เช่น ปัญหาแชร์ลูกโซ่ เป็นต้น

๓. พระราชบัญญัติความรับผิดต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ. ๒๕๕๑ ซึ่งเป็นกฎหมายที่กำหนดให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค รับเรื่องร้องทุกข์เพื่อนำเสนอคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในฐานะผู้มีสิทธิฟ้องคดีแทนตามมาตรา ๑๐ ดำเนินคดีแทนผู้บริโภคโดยต้องพิสูจน์ว่าผู้เสียหายได้รับความเสียหายจากสินค้าของผู้ประกอบการ และการใช้หรือการเก็บรักษาสินค้านั้นเป็นไปตามปกติธรรมดา แต่ไม่ต้องพิสูจน์ว่าความเสียหายเกิดจากการกระทำของผู้ประกอบการผู้ใด ซึ่งตามบทบัญญัติดังกล่าว ได้มีเจตนารมณ์ในการกำหนดความรับผิดชอบให้ผู้ประกอบธุรกิจเป็นผู้รับภาระค่าใช้จ่ายในการทดสอบหรือพิสูจน์สินค้า



## อำนาจและหน้าที่

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) เป็นหน่วยงานรัฐซึ่งมีฐานะเทียบเท่ากรมสังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี ตั้งขึ้นตามพระบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ ๓) พ.ศ. ๒๕๕๖ อำนาจและหน้าที่ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคตามพระราชบัญญัตินั้นมีอยู่ ๗ ประการ ซึ่งได้ปฏิบัติการเพื่อช่วยเหลือผู้บริโภค ดังนี้

๑. รับเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคที่ได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหายอันเนื่องมาจากการกระทำของผู้ประกอบธุรกิจ เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการพิจารณาดำเนินการต่อไป ผู้บริโภคทุกท่านที่ลูกค้าเออาร์ดีเอาเปรียบหรือได้รับอันตรายจากสินค้าหรือบริการใดสามารถร้องทุกข์/ร้องเรียนหรือขอรับคำปรึกษา ๓ รูปแบบ ได้แก่ เดินทางมาด้วยตนเองหรือร้องเรียนเป็นหนังสือ ได้ที่ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ ๘๐ พรรษา ๕ ธันวาคม ๒๕๕๐ อาคารรัฐประศาสนภักดี ชั้น ๕ ถนนแจ้งวัฒนะ แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กทม. ๑๐๒๑๐ ทางโทรศัพท์ สายด่วน สคบ. ๑๑๖๖ (ในวันและเวลาราชการ) และ ผ่านระบบออนไลน์ได้ที่ “ระบบร้องทุกข์ผู้บริโภค” (<https://complaint.ocpb.go.th>) หรือ โหมบายแอปพลิเคชัน “OCPB Connect” หรือพูดคุยสอบถามกับ Chatbot “พีปกป้อง” ได้ตลอด ๒๔ ชั่วโมง การร้องเรียนหรือการช่วยกันสอดส่องและแจ้งมายัง สคบ. นั้น เป็นสิทธิที่ผู้บริโภคพึงกระทำได้ นอกจากนั้น ยังเป็นการกระตุ้นเตือนให้ผู้ประกอบธุรกิจไม่เอาเปรียบต่อผู้บริโภคได้บ้าง และประการสำคัญก็ถือเป็น การช่วยเหลือ สคบ. ทราบปัญหาของผู้บริโภคและดำเนินการช่วยเหลือให้เต็มที่ โดยในการช่วยเหลือผู้บริโภคนั้น สคบ. มีสายงานที่รับผิดชอบอยู่โดยตรงคือ กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านฉลาก กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา และกองกฎหมายและคดี โปรดระลึกอยู่เสมอว่า ท่านไม่จำเป็นต้องอดทนต่อความไม่ปลอดภัยหรือการเอาเปรียบจากผู้ประกอบการธุรกิจอีกต่อไป ผู้บริโภคทุกท่านมีสิทธิที่จะได้รับความคุ้มครอง

๒. ติดตามและสอดส่องพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจ ซึ่งกระทำการใด ๆ อันมีลักษณะเป็นการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค และจัดให้มีการทดสอบหรือพิสูจน์สินค้า หรือบริการใด ๆ ตามที่เห็นสมควรและจำเป็นเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค ทั้งนี้ เพราะในปัจจุบันมีการเสนอขายสินค้าหรือบริการต่าง ๆ ต่อผู้บริโภคเป็นจำนวนมาก และเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ โดยใช้วิธีการและเทคนิคใหม่ ๆ ในทางการตลาด และทางการโฆษณาเพื่อส่งเสริมการขาย โดยทั่วไปผู้บริโภคไม่อาจทราบภาวะตลาดและข้อเท็จจริงเกี่ยวกับคุณภาพและราคาของสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ได้อย่างถูกต้อง สคบ. จึงต้องมีบทบาทในการติดตามและสอดส่องพฤติกรรมของผู้ประกอบการธุรกิจ และดำเนินการทดสอบหรือพิสูจน์ในบางครั้ง เป็นการช่วยเหลือผู้บริโภคให้ได้รับความเป็นธรรมตามสมควร

๓. สนับสนุนหรือทำการศึกษาค้นคว้าและวิจัยปัญหาเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับสถาบันการศึกษาและหน่วยงานอื่น เพื่อที่จะได้ดำเนินการช่วยเหลือผู้บริโภคได้ตรงกับปัญหาและความต้องการ

๔. ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการศึกษาแก่ผู้บริโภคในทุกระดับการศึกษาเกี่ยวกับความปลอดภัยและอันตรายที่อาจได้รับจากสินค้าหรือบริการ ผู้บริโภคควรจะได้เรียนรู้และเข้าใจปัญหา ตลอดจนวิธีการป้องกันหรือหลีกเลี่ยง เพื่อจะจะสามารถคุ้มครองตนเองในเบื้องต้นก่อน นอกเหนือจากความช่วยเหลือจากรัฐบาล การส่งเสริมและการสนับสนุนให้มีการศึกษาแก่ผู้บริโภคในทุกระดับ จึงเป็นหน้าที่ที่สำคัญอันหนึ่งของ สคบ.

๕. ดำเนินการเผยแพร่วิชาการ และให้ความรู้และการศึกษาแก่ผู้บริโภค เพื่อสร้างนิสัยในการบริการที่เป็น การส่งเสริมพลาสมา นมยี่ ประหยัด และใช้ทรัพยากรของชาติให้เป็นประโยชน์มากที่สุด โดย สคบ. มีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ รับผิดชอบงานด้านนี้โดยตรง คือ กองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ดำเนินการเผยแพร่ความรู้ทางวิชาการในด้านต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคผ่านทางสื่อมวลชนอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทวารสาร เอกสาร บทความ ข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคแจกฟรีแก่ผู้สนใจอีกด้วย เป็นการส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีความรู้พื้นฐาน ในด้านต่าง ๆ อย่างกว้างขวาง ในการดำรงชีวิตประจำวัน การเผยแพร่ความรู้ของ สคบ. นั้น ส่วนใหญ่จะเสนอสาร ประโยชน์ด้วยถ้อยคำและภาษาที่เข้าใจง่ายแต่แฝงความรู้ทางวิชาการไว้

๖. ประสานงานกับส่วนราชการหรือหน่วยงานของรัฐที่มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการควบคุม ส่งเสริม หรือกำหนด มาตรฐานของสินค้าหรือบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าประเภทอุปโภคบริโภค สคบ. มีหน่วยงานรับผิดชอบด้านนี้ คือ กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านฉลาก กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา และสำนักกฎหมาย และคดี ทำงานประสานงานกับส่วนราชการหรือหน่วยงานอื่น ๆ ในการคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับความปลอดภัย และเป็นธรรมจากราคาซื้อสินค้าหรือบริการ เช่น

- สินค้าที่เป็นอันตราย เป็นต้นว่า อาหารผสมสีย้อมผ้า อาหารไม่บริสุทธิ์ หรือสินค้าที่ไม่ปลอดภัย เป็นต้น ว่า อาหารมีสารบอแรกซ์เจือปน จะประสานงานกับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข ในการตรวจสอบข้อเท็จจริงและดำเนินการตามความเห็นสมควร

- สินค้าที่ไม่ได้คุณภาพมาตรฐาน เป็นต้นว่า น้ำมันปลอมปน สินค้าเลียนแบบสินค้าที่ไม่เป็นธรรม ขายสินค้า เกินราคา สินค้าที่มีปริมาณไม่ตรงตามตราชั่ง ตวงวัด จะประสานกับกรมการค้าภายใน กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ และเจ้าหน้าที่ตำรวจ กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ดำเนินการตรวจสอบ จับกุม และดำเนินคดี

- บริการที่เอาเปรียบผู้บริโภค โฆษณาสินค้าหรือบริการที่เป็นเท็จ หรือเกินความจริงสินค้าที่แสดงฉลาก หลอกหลวง คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจะกำหนดมาตรฐานในการดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการเหล่านี้ด้วย และ สคบ. ก็มีหน้าที่ติดตาม สอดส่องพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจเหล่านั้นอยู่เสมอ

๗. ปฏิบัติการอื่น ๆ ตามที่คณะกรรมการ หรือคณะกรรมการเฉพาะเรื่องมอบหมายที่สำคัญและเป็นประโยชน์ อย่างยิ่งคือ การแจ้งหรือโฆษณาข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายหรือเสื่อมเสียแก่สิทธิ ของผู้บริโภค โดยอาจจะบรูชชีสินค้าหรือบริการ หรือชื่อของผู้ประกอบธุรกิจด้วยก็ได้ นอกจากนี้ยังมีการประสานงาน กับพนักงานเจ้าหน้าที่ส่วนราชการหรือหน่วยงานอื่น ๆ ของรัฐให้ปฏิบัติการตามอำนาจและหน้าที่ที่กฎหมายกำหนด หรือกล่าวง่าย ๆ คือ เป็นตัวแทนของผู้บริโภคคอยประสานงานให้หน่วยงานซึ่งรับผิดชอบในเรื่องนั้น ๆ ดำเนินการ เพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค ประการสุดท้ายที่สำคัญคือ สคบ. ยังมีสำนักกฎหมายและคดีซึ่งรับผิดชอบในด้านกฎหมาย สามารถดำเนินคดีแพ่งและคดีอาญาแก่ผู้ประกอบธุรกิจที่กระทำการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคในศาลตามที่คณะกรรมการ มอบหมาย และฟ้องเรียกทรัพย์สินหรือค่าเสียหายให้แก่ผู้บริโภคที่ร้องขอได้ด้วย

## อำนาจหน้าที่ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค

### ๑. พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ และแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค ฉบับที่ ๒ พ.ศ. ๒๕๔๑ และฉบับที่ ๓ พ.ศ. ๒๕๕๖

(ตามมาตรา ๑๐)

๑. พิจารณาเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคที่ได้รับความเดือดร้อน หรือเสียหายอันเนื่องมาจากการกระทำของผู้ประกอบธุรกิจ
๒. ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่อาจเป็นอันตรายแก่ผู้บริโภคตามมาตรา ๓๖
๓. แจ้งหรือโฆษณาข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่อาจก่อให้เกิดความเสียหาย หรือเสื่อมเสียแก่สิทธิของผู้บริโภค ในกรณีนี้อาจระบุชื่อสินค้าหรือบริการ หรือชื่อของผู้ประกอบธุรกิจด้วยก็ได้
๔. ให้คำปรึกษาและแนะนำแก่คณะกรรมการเฉพาะเรื่อง และพิจารณาวินิจฉัยการอุทธรณ์คำสั่งของคณะกรรมการเฉพาะเรื่อง
๕. วางระเบียบเกี่ยวกับการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการเฉพาะเรื่อง และคณะอนุกรรมการ
๖. สอดส่องเร่งรัดพนักงานเจ้าหน้าที่ ส่วนราชการ หรือหน่วยงานอื่นของรัฐให้ปฏิบัติตามอำนาจหน้าที่ที่กฎหมายกำหนด ตลอดจนเร่งรัดพนักงานเจ้าหน้าที่ให้ดำเนินคดีในความผิดเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิผู้บริโภค
๗. ดำเนินคดีเกี่ยวกับละเมิดสิทธิของผู้บริโภคที่คณะกรรมการเห็นสมควร หรือมีผู้ร้องขอตามมาตรา ๓๙
๘. รับรองสมาคมตามมาตรา ๔๐
๙. เสนอความเห็นต่อคณะรัฐมนตรีเกี่ยวกับนโยบายและมาตรการในการคุ้มครองผู้บริโภคและพิจารณาให้ความเห็นในเรื่องใด ๆ ที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคตามคณะรัฐมนตรีหรือรัฐมนตรีมอบหมาย
๑๐. ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดไว้ให้เป็นอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการ  
ในการปฏิบัติตามมาตรานี้ คณะกรรมการอาจมอบหมายให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นผู้ปฏิบัติการหรือเตรียมข้อเสนอไปยังคณะกรรมการเพื่อพิจารณาดำเนินการต่อไปได้

### ๒. พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. ๒๕๔๕ และแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง (ฉบับที่ ๓) พ.ศ. ๒๕๖๐

(ตามมาตรา ๑๓)

๑. พิจารณาเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคที่ได้รับความเดือดร้อน หรือเสียหายอันเนื่องมาจากการกระทำของผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนผู้ขาย ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง หรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง
๒. แจ้งโฆษณาข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่อาจก่อให้เกิดความเสียหาย หรือเสื่อมเสียแก่สิทธิของผู้บริโภค ในกรณีนี้จะระบุชื่อสินค้าหรือบริการ หรือชื่อของผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายหรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงด้วยก็ได้
๓. กำกับดูแลผู้ประกอบธุรกิจขายตรงและผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง รวมทั้งติดตามสอดส่องพฤติกรรมในการประกอบธุรกิจขายตรง และตลาดแบบตรง
๔. วางระเบียบหรือประกาศเกี่ยวกับการปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้
๕. พิจารณาวินิจฉัยการอุทธรณ์คำสั่งนายทะเบียน
๖. เสนอความคิดเห็นต่อคณะรัฐมนตรีเกี่ยวกับนโยบายและมาตรการในการกำกับดูแล รวมทั้งส่งเสริมสนับสนุนการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง และพิจารณาให้ความเห็นในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงตามคณะรัฐมนตรีหรือรัฐมนตรีมอบหมาย

๗. สอดส่องเร่งรัดพนักงานเจ้าหน้าที่ ส่วนราชการ หรือหน่วยงานอื่นของรัฐให้ปฏิบัติตามอำนาจหน้าที่ ที่กฎหมายกำหนด ตลอดจนเร่งรัดพนักงานเจ้าหน้าที่ให้ดำเนินคดีในความผิดตามพระราชบัญญัตินี้
๘. เสนอแนะในการออกกฎกระทรวง ตามพระราชบัญญัตินี้
๙. เรื่องอื่นตามที่คณะรัฐมนตรีหรือรัฐมนตรีมอบหมายในการปฏิบัติตามมาตรานี้ คณะกรรมการอาจมอบหมาย ให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นผู้ปฏิบัติการหรือเตรียมข้อเสนอไปยังคณะกรรมการ เพื่อพิจารณาดำเนินการต่อไปได้

### ๓. อำนาจหน้าที่ตามพระราชบัญญัติความรับผิดต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ. ๒๕๕๑

ให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค รับเรื่องร้องทุกข์เพื่อนำเสนอคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ในฐานะผู้มีสิทธิฟ้องคดีแทนผู้บริโภคโดยต้องพิสูจน์ว่าผู้เสียหายได้รับความเสียหายจากสินค้าของผู้ประกอบการ และการใช้หรือเก็บรักษาสินค้านั้นเป็นไปตามปกติธรรมดา แต่ไม่ต้องพิสูจน์ว่าความเสียหายเกิดจากการกระทำของผู้ประกอบการผู้ใด ซึ่งตามบทบัญญัติดังกล่าว ได้มีเจตนารมณ์ในการกำหนดความรับผิดขอให้ผู้ประกอบการเป็นผู้รับภาระค่าใช้จ่ายในการทดสอบหรือพิสูจน์สินค้า

## วิสัยทัศน์

“ยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีความเป็นธรรม และยั่งยืน”

## พันธกิจ

๑. พัฒนากฎหมาย มาตรการ ตลอดจนระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน
๒. พัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อป้องกัน ควบคุม/กำกับดูแลสินค้าและบริการให้มีความปลอดภัย รวมถึงการแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ
๓. พัฒนาระบบและเชื่อมโยงระบบฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพเพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวกรวดเร็ว
๔. เสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้แก่ประชาชนอย่างทั่วถึง เพื่อสร้างความตระหนักรู้ และสามารถปกป้องสิทธิของตนได้
๕. ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคให้สามารถดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ
๖. ส่งเสริมความร่วมมือทุกภาคส่วนให้มีการบูรณาการงานคุ้มครองผู้บริโภคในทุกระดับอย่างเป็นรูปธรรม

## ยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนากลไก มาตรการ หรือแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภค

ตัวชี้วัด ๑ ร้อยละของสินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการที่ได้รับการตรวจสอบผ่านเกณฑ์ที่กำหนด

ตัวชี้วัด ๒ จำนวนของกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ประกาศใช้

กลยุทธ์ ๑ พัฒนาระบบการ หรือแนวทางการตรวจสอบ กำกับดูแลสินค้าและบริการให้ถูกต้องและปลอดภัย  
ตัวชี้วัด ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของสินค้าหรือบริการหรือสถานประกอบการที่ได้รับการตรวจสอบ

กลยุทธ์ ๒ พัฒนากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคให้ทันสมัยต่อสภาพปัญหา เป็นไปตามมาตรฐานสิทธิผู้บริโภค  
ระดับสากล

ตัวชี้วัด ระดับความสำเร็จของการพัฒนากฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภค

กลยุทธ์ ๓ พัฒนามาตรการ หรือแนวทางการบังคับใช้กฎหมายเพื่อแก้ไขปัญหาและเยียวยาผู้บริโภค

ตัวชี้วัด จำนวนมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนา

กลยุทธ์ ๔ พัฒนากลไกการเฝ้าระวังและแจ้งเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพ

ตัวชี้วัด ร้อยละของเรื่องแจ้งเตือนภัยที่ได้รับการดำเนินการ

กลยุทธ์ ๕ การขับเคลื่อนนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคเชิงบูรณาการ

ตัวชี้วัด จำนวนนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีการบูรณาการ

**ยุทธศาสตร์ที่ ๒** พัฒนาข้อมูลสารสนเทศ การสื่อสาร และนวัตกรรมเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

ตัวชี้วัด ๑ ร้อยละความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายจากกรใช้งานระบบฐานข้อมูลการติดตามขั้นตอน  
การแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียน

ตัวชี้วัด ๒ ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่เผยแพร่ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์

ตัวชี้วัด ๓ ร้อยละการรับรู้ข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของประชาชน

ตัวชี้วัด ๔ ร้อยละความรู้ความเข้าใจในสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภค

กลยุทธ์ ๑ พัฒนาระบบฐานข้อมูลและเชื่อมโยงข้อมูลเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

ตัวชี้วัด ๑ ระดับความสำเร็จของการพัฒนาระบบฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภค

ตัวชี้วัด ๒ ระดับความสำเร็จของการเชื่อมโยงฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภคกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

กลยุทธ์ ๒ พัฒนานวัตกรรมสารสนเทศเพื่อยกระดับการให้บริการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

ตัวชี้วัด จำนวนนวัตกรรมเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

กลยุทธ์ ๓ พัฒนาการเชื่อมโยงฐานข้อมูลเชิงบูรณาการเพื่อการเฝ้าระวังและแจ้งเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพ

ตัวชี้วัด ระดับความสำเร็จของการเชื่อมโยงฐานข้อมูลการเฝ้าระวังและแจ้งเตือนภัยสินค้าและบริการ

กลยุทธ์ ๔ การเสริมสร้างองค์ความรู้แก่ผู้บริโภคให้ตระหนักในสิทธิ หน้าที่ และมีการบริโภคที่ยั่งยืน

ตัวชี้วัด ๑ จำนวนขององค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่เผยแพร่ต่อผู้บริโภค

ตัวชี้วัด ๒ จำนวนคู่มือที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการปรับปรุง

ตัวชี้วัด ๓ จำนวนกิจกรรมส่งเสริมการบริโภคอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์ ๕ การสื่อสารเผยแพร่ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคผ่านช่องทางและวิธีการที่หลากหลาย

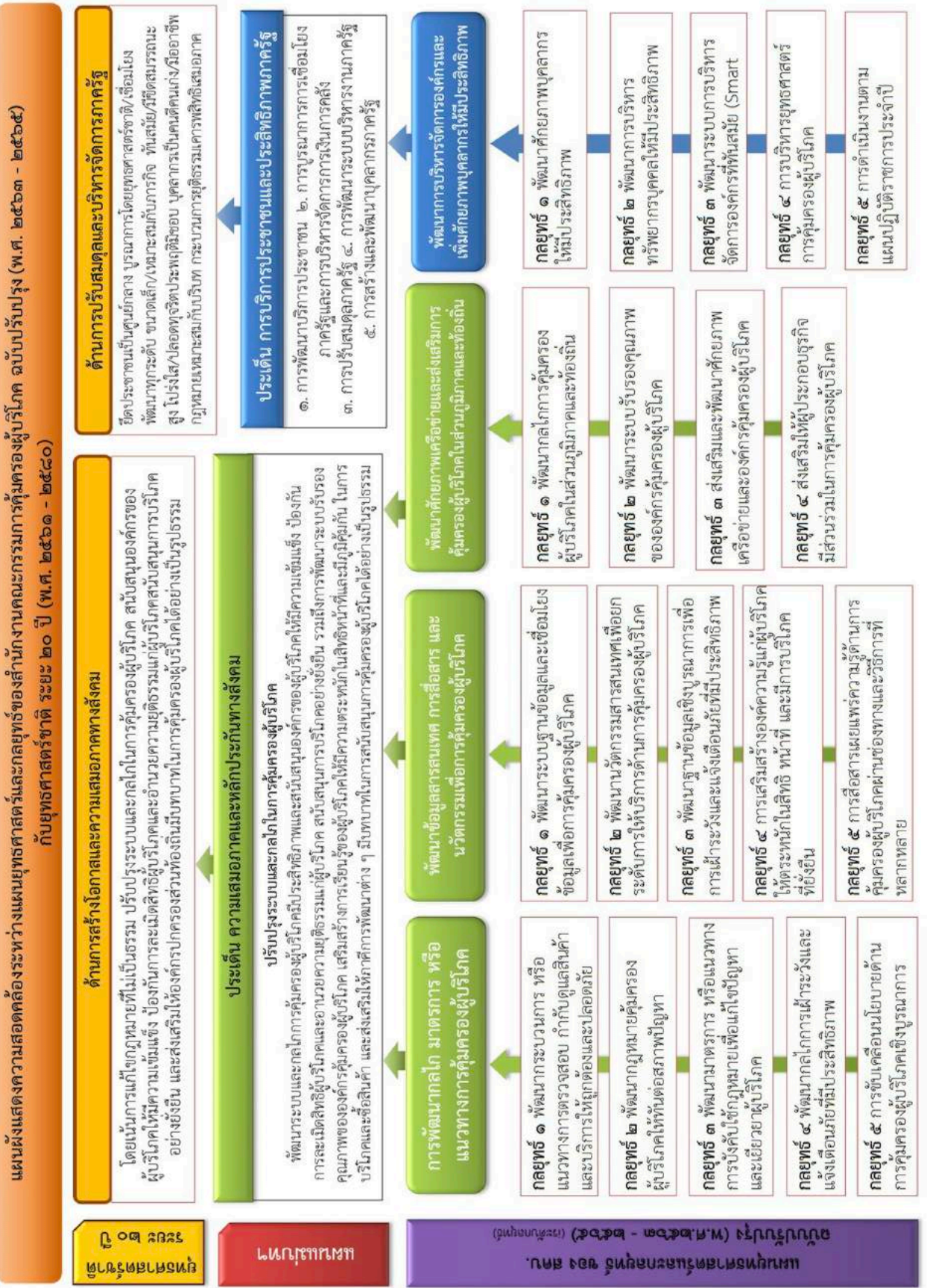
ตัวชี้วัด จำนวนข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่เผยแพร่สู่สาธารณะ

**ยุทธศาสตร์ที่ ๓** พัฒนาศักยภาพเครือข่ายและส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น

ตัวชี้วัด ๑ จำนวนองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคคุณภาพ

ตัวชี้วัด ๒ ร้อยละขององค์กรของผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนา

- กลยุทธ์ ๑ พัฒนากลไกการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น  
ตัวชี้วัด ๑ ร้อยละของจำนวนเรื่องร้องเรียนที่ได้รับการดำเนินการจนได้ข้อยุติในส่วนภูมิภาค  
ตัวชี้วัด ๒ ร้อยละขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ที่มีกิจกรรมการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับ  
การคุ้มครองผู้บริโภค
- กลยุทธ์ ๒ พัฒนาระบบรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค  
ตัวชี้วัด ระดับความสำเร็จในการพัฒนาระบบรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค
- กลยุทธ์ ๓ ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพเครือข่ายและองค์กรคุ้มครองผู้บริโภค  
ตัวชี้วัด ๑ จำนวนที่เพิ่มขึ้นของเครือข่ายและองค์กรของผู้บริโภค  
ตัวชี้วัด ๒ จำนวนผู้นำด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ผ่านการอบรม  
ตัวชี้วัด ๓ จำนวนจังหวัดและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ที่ได้รับการพัฒนา
- กลยุทธ์ ๔ ส่งเสริมให้ผู้ประกอบธุรกิจมีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภค  
ตัวชี้วัด จำนวนผู้ประกอบการที่ทำกิจกรรมคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับ สคบ.
- ยุทธศาสตร์ที่ ๔** พัฒนาการบริหารจัดการองค์กรและเพิ่มศักยภาพบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ  
ตัวชี้วัด ๑ ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานตามพันธกิจ  
ตัวชี้วัด ๒ ร้อยละความพึงพอใจของบุคลากรต่อการบริหารจัดการองค์กร
- กลยุทธ์ ๑ พัฒนาศักยภาพบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ  
ตัวชี้วัด ร้อยละความสำเร็จของแผนพัฒนาบุคลากร
- กลยุทธ์ ๒ พัฒนาการบริหารทรัพยากรบุคคลให้มีประสิทธิภาพ  
ตัวชี้วัด ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานตามกระบวนการบริหารทรัพยากรบุคคล
- กลยุทธ์ ๓ พัฒนาระบบการบริหารจัดการองค์กรที่ทันสมัย (Smart Office)  
ตัวชี้วัด ๑ ร้อยละความพึงพอใจของบุคลากรที่มีต่อการบริหารจัดการด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม  
ในการทำงาน  
ตัวชี้วัด ๒ ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ สคบ. (ชั้น ๑)  
ตัวชี้วัด ๓ ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามตัวชี้วัดประเมินส่วนราชการตามมาตรการปรับปรุง  
ประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ
- กลยุทธ์ ๔ การบริหารยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค  
ตัวชี้วัด ๑ ระดับความสำเร็จในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของสำนักงานคณะกรรมการ  
คุ้มครองผู้บริโภค  
ตัวชี้วัด ๒ ระดับความสำเร็จในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติฉบับที่ ๑
- กลยุทธ์ ๕ การดำเนินงานตามแผนปฏิบัติราชการประจำปี  
ตัวชี้วัด ร้อยละความสำเร็จของโครงการภายใต้แผนปฏิบัติราชการประจำปี



แผนผังแสดงรายละเอียดของแผนยุทธศาสตร์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ฉบับปรับปรุง (พ.ศ.๒๕๖๓ - ๒๕๖๕)

• วิสัยทัศน์ (Vision) •

“ยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีความเป็นธรรม และยั่งยืน”

• พันธกิจ (Mission) •

๑. พัฒนากฎหมาย มาตรการ ตลอดจนระเบียบข้อบังคับต่างๆ ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน

๒. พัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อป้องกัน ควบคุม/กำกับดูแลสินค้าและบริการให้มีความปลอดภัย รวมถึงการแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๓. พัฒนาระบบและเชื่อมโยงระบบฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภคให้ประสิทธิภาพ เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวกและรวดเร็วในทุกระดับอย่างเป็นรูปธรรม

๔. เสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้แก่ประชาชนอย่างทั่วถึง เพื่อสร้างความตระหนักรู้ และสามารถปกป้องสิทธิของตนเองได้

๕. ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคให้สามารถดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๖. ส่งเสริมความร่วมมือทุกภาคส่วนในการบูรณาการงานคุ้มครองผู้บริโภคในทุกระดับอย่างเป็นรูปธรรม

ยุทธศาสตร์ ๑ การพัฒนาภาค  
หรือแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภค

- กลยุทธ์ ๑ พัฒนาระบบงาน หรือแนวทางการตรวจสอบ กำกับดูแลสินค้าและบริการให้ถูกต้องและปลอดภัย
- กลยุทธ์ ๒ พัฒนากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคให้ทันต่อสภาพปัญหา
- กลยุทธ์ ๓ พัฒนาระบบการ หรือแนวทางการบังคับใช้กฎหมายเพื่อแก้ไขปัญหาและเยียวยาผู้บริโภค
- กลยุทธ์ ๔ พัฒนากลไกการเฝ้าระวังและแจ้งเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพ
- กลยุทธ์ ๕ การขับเคลื่อนนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคเชิงบูรณาการ

ยุทธศาสตร์ ๒ พัฒนาข้อมูลสารสนเทศ  
การสื่อสาร และนวัตกรรมเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

- กลยุทธ์ ๑ พัฒนาระบบฐานข้อมูลและเชื่อมโยงข้อมูลเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค
- กลยุทธ์ ๒ พัฒนาระบบการสื่อสารสารสนเทศเพื่อยกระดับการให้บริการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค
- กลยุทธ์ ๓ พัฒนาการเชื่อมโยงฐานข้อมูลเชิงบูรณาการเพื่อการเฝ้าระวังและแจ้งเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพ
- กลยุทธ์ ๔ การส่งเสริมองค์ความรู้แก่ผู้บริโภคให้ตระหนักในสิทธิ หน้าที่ และมีกระบวนการรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคผ่านช่องทางและวิธีการที่หลากหลาย

ยุทธศาสตร์ ๓ พัฒนาศักยภาพเครือข่ายและส่งเสริม  
การคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น

- กลยุทธ์ ๑ พัฒนากลไกการคุ้มครองผู้บริโภคใน ส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น
- กลยุทธ์ ๒ พัฒนาระบบรับรองคุณภาพขององค์กร คุ้มครองผู้บริโภค
- กลยุทธ์ ๓ ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพเครือข่าย และองค์กรคุ้มครองผู้บริโภค
- กลยุทธ์ ๔ ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการธุรกิจมีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภค

ยุทธศาสตร์ ๔ พัฒนากาการบริหารจัดการองค์กร  
และเพิ่มศักยภาพบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ

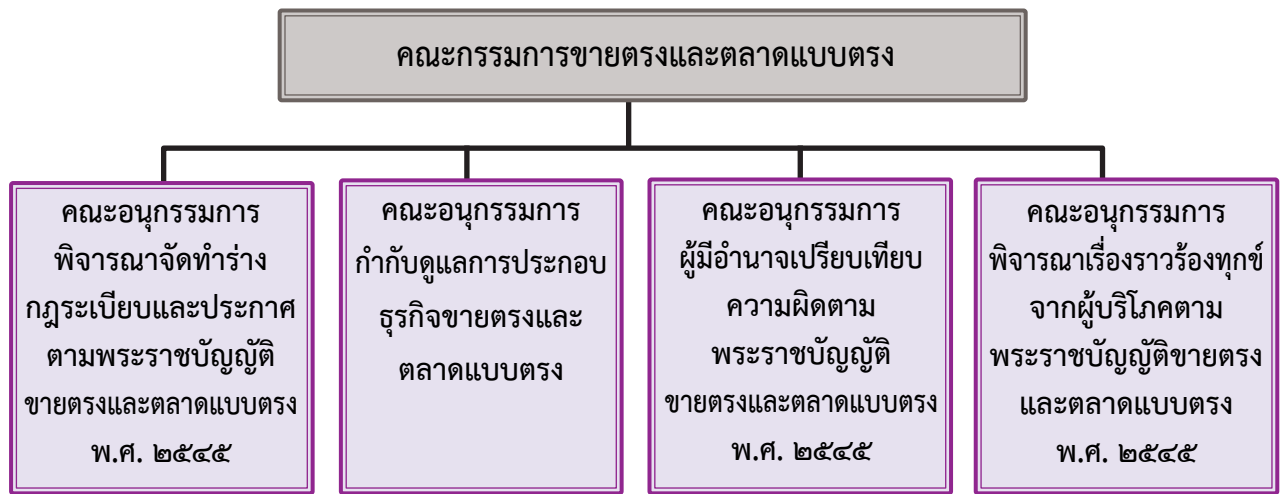
- กลยุทธ์ ๑ พัฒนาศักยภาพบุคลากรให้มี ประสิทธิภาพ
- กลยุทธ์ ๒ พัฒนากาการบริหารทรัพยากรบุคคลให้มี ประสิทธิภาพ
- กลยุทธ์ ๓ พัฒนาระบบการบริหารจัดการองค์กรที่ ทันสมัย (Smart Office)
- กลยุทธ์ ๔ การบริหารยุทธศาสตร์การคุ้มครอง ผู้บริโภค
- กลยุทธ์ ๕ การดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการ ประจำปี



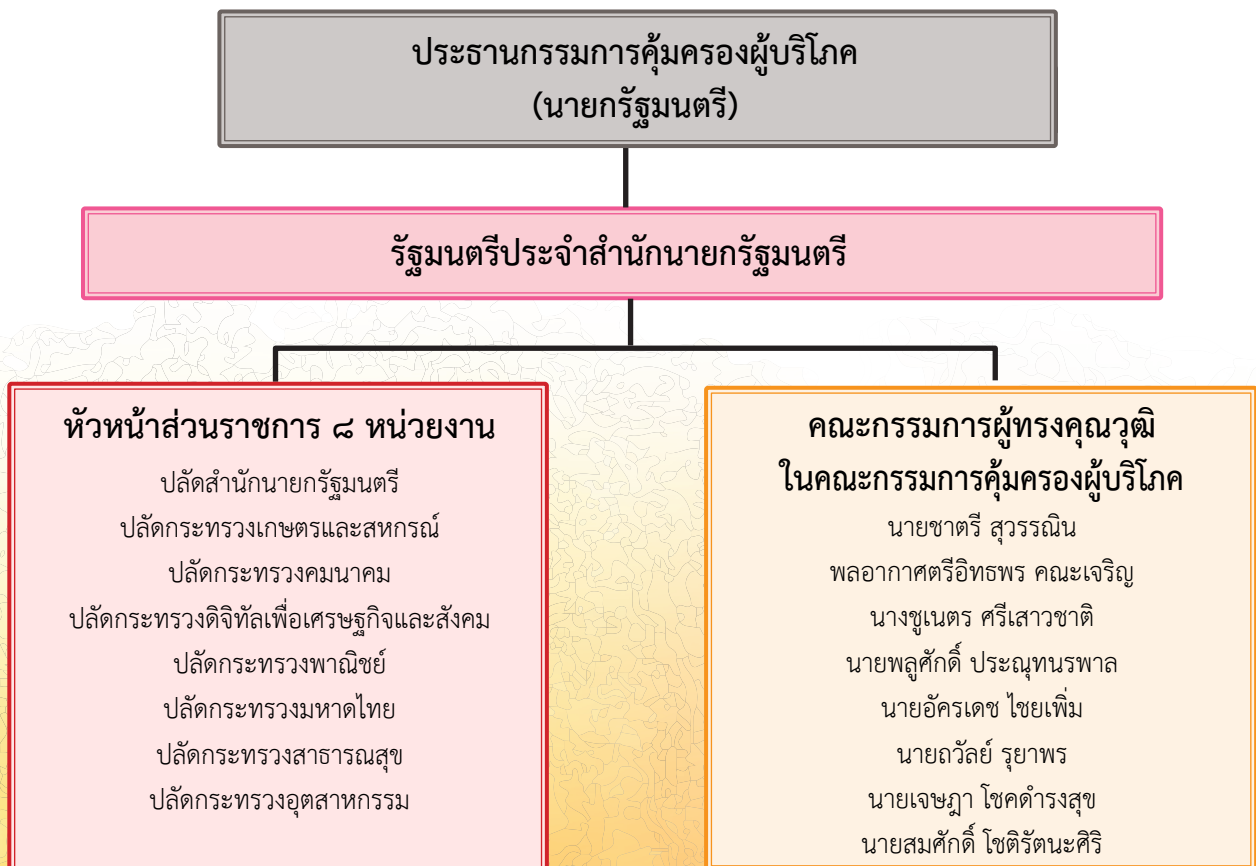


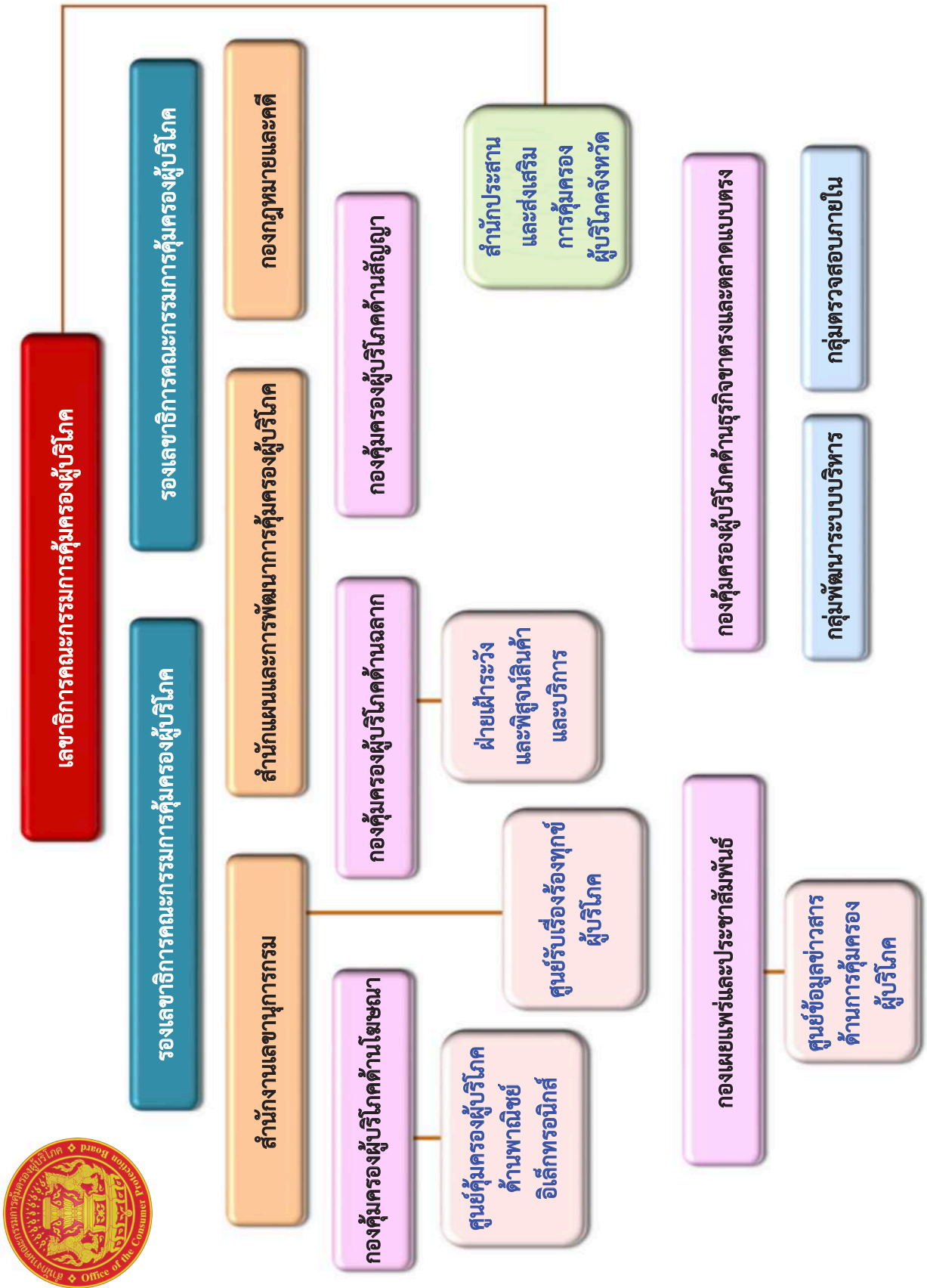


## แผนภูมิองค์กรตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. ๒๕๔๕



## โครงสร้างคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๖๓





ผลการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค  
ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค  
สำนักนายกรัฐมนตรี  
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓

รายงานเดือนตุลาคม ๒๕๖๒ – กันยายน ๒๕๖๓

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้ดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภคตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ และที่แก้ไขเพิ่มเติม และพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. ๒๕๔๕ และที่แก้ไขเพิ่มเติม พระราชบัญญัติความรับผิดต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ. ๒๕๕๑ และพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๑ รวมทั้งนโยบายการบริหารราชการแผ่นดินของรัฐบาลด้านการคุ้มครองผู้บริโภค โดยผลการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค ในเดือนตุลาคม ๒๕๖๒ – กันยายน ๒๕๖๓ สรุปได้ ดังนี้

## ผลงานสำคัญของสำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภค ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓

### สำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภค

#### ส่วนประสานงานภาครัฐและเอกชน

ด้วยรัฐบาลได้ประกาศใช้ยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ ๒๐ ปี พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๘๐ ในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ ๑๓ ตุลาคม ๒๕๖๑ ซึ่งกำหนดให้การคุ้มครองผู้บริโภคมีความสอดคล้องในประเด็นยุทธศาสตร์ “ด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม” ข้อ ๔.๑.๒ “ปฏิรูประบบภาษีและการคุ้มครองผู้บริโภค” โดยพระราชบัญญัติการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. ๒๕๖๐ มาตรา ๕ วรรค ๓ กล่าวว่า “การกำหนดนโยบายการบริหารราชการแผ่นดินของคณะรัฐมนตรีก่อนจะเข้าบริหารราชการแผ่นดินการจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยความมั่นคงแห่งชาติและแผนอื่นใด รวมตลอดทั้งการจัดทำงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณต้องสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ” อีกทั้ง คณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔) เมื่อวันที่ ๙ พฤษภาคม ๒๕๖๐ เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศ โดยเน้นการบูรณาการทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค และเพิ่มศักยภาพขององค์กรและภาคีเครือข่ายการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อขจัดปัญหาการละเมิดสิทธิผู้บริโภคสร้างความเข้มแข็งให้กับภาคีเครือข่ายผู้มีส่วนเกี่ยวข้องให้สามารถดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภค (ส่วนประสานงานภาครัฐและเอกชน) จึงได้จัดทำโครงการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ ซึ่งดำเนินการผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

#### ๑. กิจกรรมคลินิกยุทธศาสตร์ สคบ.

กิจกรรมคลินิกยุทธศาสตร์ สคบ. ในวันที่ ๑ กรกฎาคม ๒๕๖๓ ณ โรงแรม ทีเค พาเลซ คอนเวนชั่น กรุงเทพมหานคร ผู้เข้าร่วมกิจกรรม คือ บุคลากร สคบ. จำนวน ๕๐ คน มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจต่อความเชื่อมโยงของแผนระดับต่าง ๆ และปัจจัยที่มีผลต่อบทบาทภารกิจและการปฏิบัติงานภายใต้บริบท New Normal ผลจากการดำเนินกิจกรรมได้ ปัจจัยภายนอกองค์กรที่มีผลต่อบทบาทภารกิจและการปฏิบัติงานภายใต้บริบท New Normal และผู้เข้าร่วมมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความเชื่อมโยงของแผนระดับต่าง ๆ



๒. กิจกรรม OCPB's Forum 2020

กิจกรรม OCPB's Forum 2020 ในระหว่างวันที่ ๑๐ – ๑๑ กรกฎาคม ๒๕๖๓ ณ โรงแรม อีโค โคอ์พีชฟรอนท์ รีสอร์ท ชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ผู้เข้าร่วมกิจกรรม คือ บุคลากร สคบ. จำนวน ๔๗ คน มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแก่บุคลากรและแสดงให้เห็นถึงความสอดคล้องของแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคกับแผนอื่นที่เกี่ยวข้องในระดับต่าง ๆ พร้อมกับการระดมสมองวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกองค์กร เพื่อนำข้อมูลดังกล่าว ไปกำหนดเป็นยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ที่เหมาะสมต่อไป ผลจากการดำเนินกิจกรรมได้ปัจจัยภายในองค์กร ที่มีผลต่อบทบาทภารกิจของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค



๓. กิจกรรมจัดทำแผนปฏิบัติราชการของ สคบ. รายปี (พ.ศ. ๒๕๖๔ – ๒๕๖๕)

กิจกรรมจัดทำแผนปฏิบัติราชการของ สคบ. รายปี (พ.ศ. ๒๕๖๔ – ๒๕๖๕) ในระหว่างวันที่ ๑๕ – ๑๖ สิงหาคม ๒๕๖๓ ณ โรงแรมเอ-วัน กรุ๊ป จังหวัดชลบุรี ผู้เข้าร่วมกิจกรรม คือ บุคลากร สคบ. จำนวน ๗๒ คน มีวัตถุประสงค์เพื่อจัดทำแผนปฏิบัติราชการของ สคบ. รายปี (พ.ศ. ๒๕๖๔ – ๒๕๖๕) และพิจารณาโครงการสำคัญ (Flagship project) เพื่อใช้เป็นกรอบในการดำเนินโครงการ/กิจกรรม และการจัดทำคำของบประมาณประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๕ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ผลจากการดำเนินกิจกรรมได้แผนปฏิบัติราชการของ สคบ. รายปี (พ.ศ. ๒๕๖๔ – ๒๕๖๕) แนวทางการจัดทำโครงการสำคัญ (Flagship project) และกรอบแนวทางในการดำเนินโครงการ/กิจกรรม



๔. กิจกรรมขับเคลื่อนการบูรณาการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค (Big Project)

กิจกรรมขับเคลื่อนการบูรณาการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค (Big Project) ในระหว่างวันที่ ๒๖ – ๒๗ สิงหาคม ๒๕๖๓ ณ โรงแรม ทีเค พาเลซ คอนเวนชั่น กรุงเทพมหานคร ผู้เข้าร่วมกิจกรรม คือ บุคลากรหน่วยงานภายนอกและบุคลากร สคบ. รวมจำนวน ๘๐ คน มีวัตถุประสงค์เพื่อประชุมคณะทำงานขับเคลื่อนและทบทวนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ เพื่อพิจารณาร่างแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ – ๒๕๖๕) (ฉบับปรับปรุง) และแลกเปลี่ยนเรียนรู้การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ เพื่อให้เกิดการบูรณาการด้านการคุ้มครองผู้บริโภคและสามารถร่วมกันกำหนดแนวทาง/วิธีการ รวมถึงโครงการสำคัญที่สะท้อนให้เห็นถึงการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ที่มีประสิทธิภาพได้อย่างชัดเจน ผลจากการดำเนินกิจกรรมได้ร่างแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ – ๒๕๖๕) (ฉบับปรับปรุง) ที่สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น และปัญหาอุปสรรค แนวทางการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ – ๒๕๖๕) ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง



๕. กิจกรรมยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคกับบทบาทของ สคบ.

กิจกรรมยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคกับบทบาทของ สคบ. ในระหว่างวันที่ ๑๑ - ๑๒ กันยายน ๒๕๖๓ ณ โรงแรม รอยัล ฮิลล์ กอล์ฟ รีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดนครนายก ผู้เข้าร่วมกิจกรรม คือ บุคลากร สคบ. จำนวน ๓๔๕ คน มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้แจงยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคกับบทบาทของ สคบ. ให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูล อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการทำงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างผู้ปฏิบัติงานในหน่วยงาน อันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนา งานคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ผลจากการดำเนินกิจกรรมบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคทราบถึงยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคกับบทบาทของ สคบ. ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูล อุปสรรค และ ข้อเสนอแนะในการทำงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างผู้ปฏิบัติงานในหน่วยงาน





## ส่วนเทคโนโลยีสารสนเทศ

การเชื่อมโยงข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภค (OCPB Connect)

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ดำเนินโครงการพัฒนาการให้บริการผู้บริโภค ด้วยการเชื่อมโยงและบริหารจัดการข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อให้มีการเชื่อมโยงฐานข้อมูลด้านต่าง ๆ ๖ ประเภท ได้แก่ ข้อมูลบุคคล ข้อมูลนิติบุคคล ข้อมูลร้องทุกข์ผู้บริโภค ข้อมูลอนุญาตประกอบธุรกิจ ข้อมูลเตือนภัย/ข่าวสาร/องค์ความรู้ และข้อมูลการดำเนินคดี ร่วมกับหน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องจำนวน ๒๘ หน่วยงาน รวมถึงนำไปพัฒนาบริการภาครัฐให้กับประชาชน และเป็นระยะเริ่มต้นในการนำข้อมูลมาสร้างคุณค่า เพื่อสร้างข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) ด้านคุ้มครองผู้บริโภคในอนาคต สำหรับการวิเคราะห์แนวโน้มและทิศทางของปัญหาการร้องทุกข์ในมิติต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง แม่นยำ และรวดเร็ว และใช้ในการวางแผน กำกับ ติดตามการแก้ไขปัญหาด้านการคุ้มครองผู้บริโภค อย่างเป็นรูปธรรม

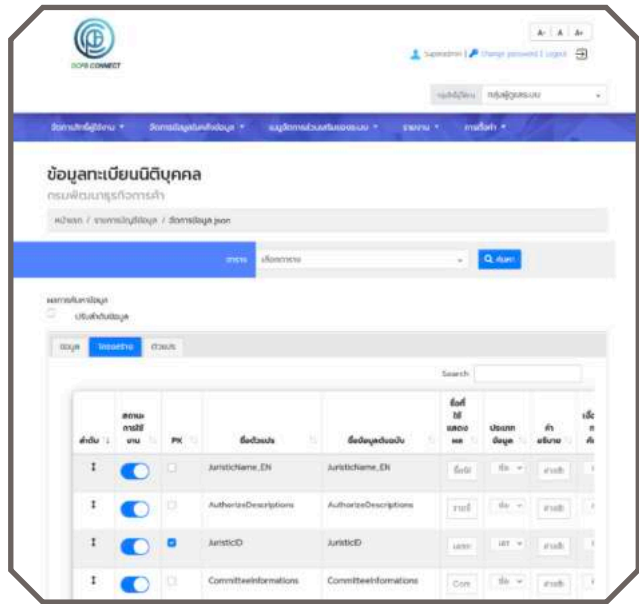
โดยเมื่อวันที่ ๑๕ กรกฎาคม ๒๕๖๓ ได้จัดงาน “ประกาศความสำเร็จการเชื่อมโยงข้อมูล สู่ Big Data เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างยั่งยืน” ณ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี อาคาร ๙ - ๑๒ ห้องพีนิทซ์ ๔ - ๖ เพื่อเป็นการประกาศ การประชาสัมพันธ์ความสำเร็จของการเชื่อมโยงข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภค ๖ ประเภท ร่วมกับ ๒๘ หน่วยงาน โดยได้รับเกียรติจากรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี (นายเทวัญ ลิปตพัลลภ) เป็นประธานและมอบรางวัลให้กับ ๒๘ หน่วยงาน โดยมีผู้เข้าร่วมงานประกอบด้วย ผู้บริหารหน่วยงานทั้ง ๒๘ หน่วยงาน ผู้แทนภาคราชการ เอกชน เครือข่ายภาคประชาสังคม จำนวนประมาณ ๒๐๐ คน

### ๑) ผลการเชื่อมโยงข้อมูลด้านคุ้มครองผู้บริโภค

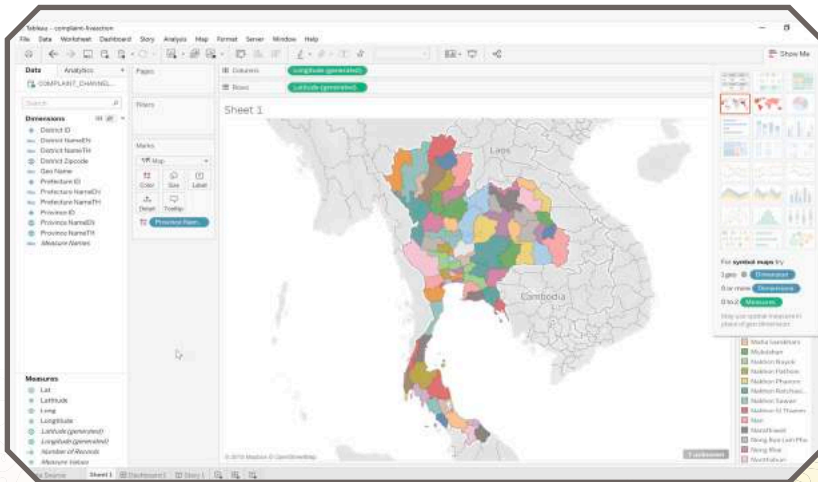
จำนวน ๒๘ หน่วยงาน จำนวน ๑๔๖ บัญชีรายการ ดังนี้

<div style="margin-bottom: 10px;">  <p><b>ข้อมูลบุคคล (6 รายการ)</b> </p> <p>ใช้ในการค้นหาข้อมูลบุคคล ในการดำเนินการงาน และให้บริการต่างๆ ของ สคบ.</p> </div> <div style="margin-bottom: 10px;">  <p><b>ข้อมูลนิติบุคคล (3 รายการ)</b> </p> <p>ใช้ในการค้นหาข้อมูลนิติบุคคล ในการตรวจสอบข้อมูลผู้ประกอบการ ในการใช้บริการของ สคบ. และการร้องทุกข์ผู้บริโภค</p> </div> <div style="margin-bottom: 10px;">  <p><b>ข้อมูลการร้องทุกข์ / ร้องเรียน (29 รายการ)</b></p> <p>การเชื่อมโยงข้อมูลการดำเนินงานร้องทุกข์ผู้บริโภคแบบรับ - ส่งข้อมูล และภาพรวมการร้องทุกข์ เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป</p>  </div>	<div style="margin-bottom: 10px;">  <p><b>ข้อมูลการอนุญาตประกอบธุรกิจ (38 รายการ)</b></p> <p>ใช้ในการตรวจสอบใบอนุญาตของผู้ประกอบการทั้งในรูปแบบบุคคล และนิติบุคคล เพื่อเพิ่มความสามารถบริการของ สคบ. และการร้องทุกข์ผู้บริโภค</p>  </div> <div style="margin-bottom: 10px;">  <p><b>ข้อมูลการเตือนภัย / องค์ความรู้ / ข้อมูลข่าวสาร (62 รายการ)</b></p> <p>รวบรวมข้อมูลเตือนภัย องค์ความรู้ ข้อมูลข่าวสาร จากหน่วยงานต่างๆ เพื่อเผยแพร่ให้ประชาชนและเจ้าหน้าที่ สามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกขึ้น</p> </div> <div style="margin-bottom: 10px;">  <p><b>ข้อมูลการดำเนินคดี (8 รายการ)</b> </p> <p>รวบรวมเชื่อมโยงช่องทางการดำเนินคดี สำหรับคดีและสถานะคดี เพื่อเพิ่มความสะดวกของเจ้าหน้าที่ สคบ. ในการดำเนินงาน</p> </div>
--	--

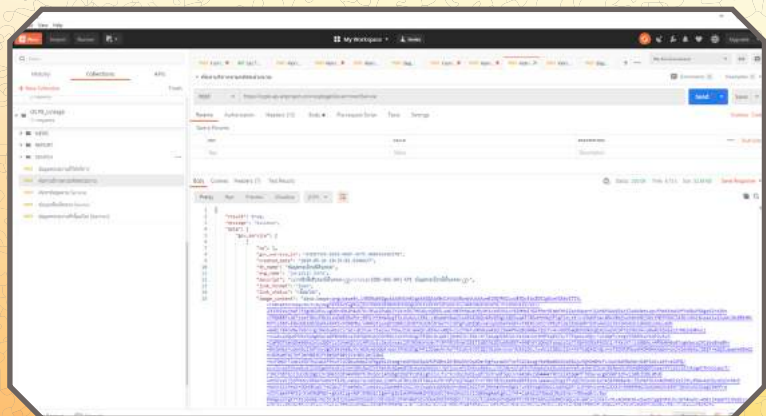
๒) ระบบบริหารจัดการคลังข้อมูล (Data warehouse) สำหรับบริหารจัดการข้อมูลทั้งหมด



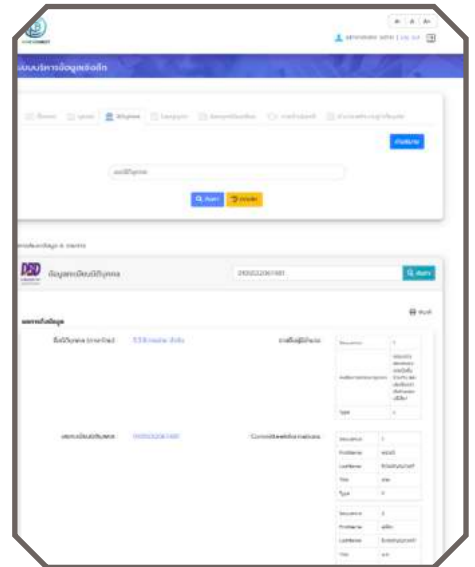
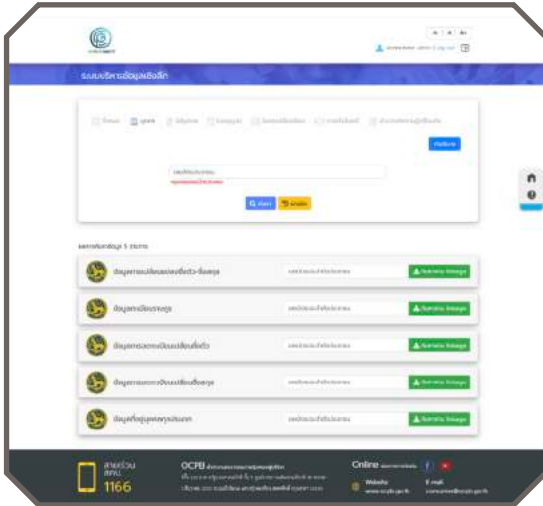
๓) ระบบ Business Intelligence สำหรับผู้บริหาร เพื่อช่วยในการวิเคราะห์และวางแผน ในการตัดสินใจถึงแผนงาน ประกอบด้วยกลยุทธ์ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางนโยบาย



๔) ระบบเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงาน (Web service) API สำหรับให้บริการเชื่อมโยงข้อมูลไปยัง ๒๘ หน่วยงานที่ต้องการข้อมูลจากระบบ OCPB Connect



๕) ระบบค้นหาข้อมูลเชิงลึก เป็นการรวมเอาข้อมูลมิติต่าง ๆ ทั้ง ๖ ด้าน เพื่อเป็นศูนย์กลางในการใช้ข้อมูลของเจ้าหน้าที่ ทั้งการค้นหาข้อมูลเพื่อตรวจสอบผู้ถูกร้อง ทั้งบุคคลธรรมดา และนิติบุคคล และอำนวยความสะดวกให้เจ้าหน้าที่ใช้บริการประชาชนในด้านต่าง ๆ



๖) โฆษณาแอปพลิเคชัน “OCPB CONNECT”



๗) ระบบ Chatbot “พีป๊กป๊อง”



## ส่วนความร่วมมือกับต่างประเทศ

ภายใต้สถานการณ์ความร่วมมือด้านเศรษฐกิจระดับ “ระหว่างประเทศ” “ภูมิภาคของโลก” และ “ทวีภาคี/พหุภาคี” นับตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๕๑ จนกระทั่งถึงปัจจุบัน ได้ให้ความสำคัญกับการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นอย่างยิ่ง โดยเมื่อมีการดำเนินงานตามภารกิจแล้วนั้น จะเห็นได้ว่าสำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภค (ส่วนความร่วมมือกับต่างประเทศ) มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนภารกิจต่างประเทศภายใต้กรอบนโยบายและมาตรการ เพื่อให้เป็นไปตามยุทธศาสตร์อาเซียนด้านการคุ้มครองผู้บริโภค การจัดทำแผน โครงการ และดำเนินความร่วมมือกับต่างประเทศในกรอบทวิภาคี พหุภาคี และองค์การระหว่างประเทศ เพื่อพัฒนางานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค การจัดประชุม อบรม สัมมนาในประเทศไทย โดยความร่วมมือกับหน่วยงานต่างประเทศหรือองค์การระหว่างประเทศ การดำเนินงานพิธีการหรือรับรองผู้แทนหน่วยงานต่างประเทศที่เข้าเยี่ยมหรือขอศึกษาดูงานรวมทั้งการดำเนินการรับเรื่องร้องทุกข์ที่มีผู้บริโภคหรือผู้ประกอบการเป็นชาวต่างชาติ ตลอดจนการสนับสนุนล่าม และการแปลเอกสารทางกฎหมาย สำนวนคดี ให้แก่หน่วยงานภายในที่เกี่ยวข้อง

ในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ สำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภค (ส่วนความร่วมมือกับต่างประเทศ) ได้ดำเนินการจัดการประชุมที่เกี่ยวข้องเพื่อหารือ พัฒนา แลกเปลี่ยน และหาแนวทางดำเนินนโยบายร่วมกันในอาเซียน รวมทั้งเข้าร่วมการประชุม ดังต่อไปนี้

๑. การประชุมรับรองคณะผู้แทนจากฝ่ายบริการกลางเพื่อการเฝ้าระวังการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคและความเป็นอยู่ที่ดีของมนุษย์ของสหพันธรัฐรัสเซีย

เมื่อวันที่ ๑๕ ตุลาคม ๒๕๖๒ คณะผู้แทนจากฝ่ายบริการกลางเพื่อการเฝ้าระวังการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคและความเป็นอยู่ที่ดีของมนุษย์ของสหพันธรัฐรัสเซีย (The Federal Service for Surveillance on Consumer Rights Protection and Human Well-being) ได้เข้าพบผู้บริหารสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อหารือแนวทางการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค การแลกเปลี่ยนความรู้ การเยียวยาผู้บริโภคระหว่างสองประเทศที่ได้รับผลกระทบจากการใช้สินค้า การบริการ และการท่องเที่ยวในประเทศไทย ตลอดจนความร่วมมือการคุ้มครองผู้บริโภคในอนาคตระหว่างไทยและสหพันธรัฐรัสเซีย

๒. การประชุมออนไลน์โครงการการส่งมอบระบบระงับข้อพิพาทออนไลน์สำหรับผู้บริโภค โดยใช้เทคโนโลยี Block-Chain เพื่อการพัฒนาการค้าระหว่างประเทศและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Delivering Block-Chain Based Online Dispute Resolution for Consumers as Means to Improve International Trade and Electronic Commerce)

เมื่อวันที่ ๒๒ ตุลาคม ๒๕๖๒ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค กับผู้แทนฝ่ายกฎหมาย ขององค์การ (UNCTAD) ได้ประชุมหารือร่วมกันเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ และแนวทางการใช้โปรแกรม Block-Chain เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการระงับข้อพิพาทออนไลน์ (Online Dispute Resolution : ODR) โดยจะเริ่มต้นโครงการนำร่องในประเทศไทย และประเทศมาเลเซีย ซึ่งเป็นประเทศที่มีความก้าวหน้าในด้านการคุ้มครองผู้บริโภคและด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หลังจากนั้นจะนำระบบดังกล่าวไปใช้กับประเทศสมาชิกอาเซียนอื่น ๆ ต่อไป

๓. การประชุมคณะกรรมการอาเซียนด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ครั้งที่ ๒๐ (The 20<sup>th</sup> ASEAN Committee on Consumer Protection Meeting) ระหว่างวันที่ ๒๕ - ๒๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๒ ณ ประเทศเวียดนาม

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในฐานะประธานกรรมการอาเซียนด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และเป็นหน่วยงานกลางด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของไทย ได้เข้าร่วมการประชุมคณะกรรมการอาเซียนด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ครั้งที่ ๒๐ ร่วมกับผู้แทนจากประเทศสมาชิกอาเซียนอีก ๙ ประเทศ โดยประเทศไทยได้ขับเคลื่อนภารกิจเร่งด่วนที่ได้รับมอบหมายในปี พ.ศ. ๒๕๖๒ (2019 Key Priority Deliverables) จำนวน ๕ รายการ ได้เสร็จสมบูรณ์ ประกอบด้วย

- (๑) การจัดทำจรรยาบรรณธุรกิจออนไลน์ของอาเซียน (ASEAN Code of Conduct on online business)
- (๒) การพัฒนากรอบความร่วมมือข้ามพรมแดนของอาเซียนด้านการคุ้มครองผู้บริโภค (ASEAN Framework on Cross-Border Cooperation)
- (๓) การจัดทำแผนพัฒนาศักยภาพด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของอาเซียน (ASEAN Capacity Roadmap) ในปี พ.ศ. ๒๕๖๒ – ๒๕๖๘
- (๔) การจัดทำตัวชี้วัดศักยภาพของผู้บริโภคในอาเซียน (ASEAN Consumer Empowerment Index)
- (๕) การพัฒนาแนวทางการรับเรื่องร้องทุกข์ข้ามแดนแบบ B2C (Business to Consumer)

นอกจากนี้ ยังมีภารกิจที่ประเทศสมาชิกอาเซียนต้องดำเนินการตามแผนปฏิบัติการเชิงยุทธศาสตร์ของอาเซียนด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ๒๐๒๕ (ASEAN Strategic Action Plan on Consumer Protection 2025) อาทิ การพัฒนากฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค การจัดทำกลไกการระงับข้อพิพาททางเลือก (Alternative Dispute Resolution : ADR) การจัดทำศูนย์การเรียนรู้ออนไลน์ เป็นต้น

๔. การประชุมคณะกรรมการอาเซียนด้านการคุ้มครองผู้บริโภคออนไลน์ ครั้งที่ ๑ – ๓ (1<sup>st</sup> – 3<sup>rd</sup> Online ACCP Meeting)

สำนักเลขาธิการอาเซียน (ASEAN Secretariat) ได้จัดประชุมคณะกรรมการอาเซียนด้านการคุ้มครองผู้บริโภคออนไลน์ ครั้งที่ ๑ – ๓ ระหว่างวันที่ ๒ มิถุนายน – ๑๓ สิงหาคม ๒๕๖๓ โดยมีนางรัศมี วิศทเวทย์ ประธานกรรมการอาเซียนด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของไทย (Chair of the ASEAN Committee on Consumer Protection) ส่งมอบตำแหน่งให้กับ นายขวัญใจ เอี่ยมสุทธิ รองอธิบดีกรมการค้าภายใน กระทรวงอุตสาหกรรมและพาณิชย์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เป็นประธานกรรมการอาเซียนฯ ประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๓ การประชุมดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อรับทราบภารกิจเร่งด่วนของอาเซียนในปี พ.ศ. ๒๕๖๓ รายงานมาตรการรับมือไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ (COVID-19) ของประเทศไทย ทบทวนการดำเนินงานตามแผนงานประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ๒๐๒๕ (Mid-Term Review of the AEC Blueprint 2025) รวมถึงตัวชี้วัดศักยภาพของผู้บริโภคในอาเซียน ๒๐๒๐ (ASEAN Consumer Empowerment Index 2020)

๕. การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อตรวจสอบความถูกต้องของการทบทวนแผนปฏิบัติการเชิงยุทธศาสตร์ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของอาเซียน ระยะเวลาครึ่งแผนปี ๒๐๒๕

สำนักเลขาธิการอาเซียน (ASEAN Secretariat) ได้จัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อตรวจสอบความถูกต้องของการทบทวนแผนปฏิบัติการเชิงยุทธศาสตร์ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของอาเซียน ระยะเวลาครึ่งแผนปี ๒๐๒๕ (พ.ศ. ๒๕๖๘) ผ่านทาง Video Conference ระหว่างวันที่ ๒๖ - ๒๗ สิงหาคม ๒๕๖๓ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ประเทศสมาชิกอาเซียน ทบทวนและตรวจสอบความถูกต้องของผลลัพธ์และข้อเสนอแนะในแผนปฏิบัติการเชิงยุทธศาสตร์ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของอาเซียน ระยะเวลาครึ่งแผนปี ๒๐๒๕ (พ.ศ. ๒๕๖๘) รวมถึงแนวความคิดสำหรับโครงการริเริ่มใหม่ หรือโครงการที่จะมีการเปลี่ยนแปลงที่จะจัดขึ้นในปี พ.ศ. ๒๕๖๔ – ๒๕๖๘

๖. การจัดโครงการสัมมนาความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในยุคดิจิทัลร่วมกับเครือข่ายสถานศึกษา

ส่วนความร่วมมือกับต่างประเทศได้กำหนดให้มีการจัดสัมมนาดังกล่าว จำนวน ๕ ครั้ง ได้แก่ ครั้งที่ ๑ เมื่อวันที่ ๑๙ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๓ ณ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ครั้งที่ ๒ เมื่อวันที่ ๒๐ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๓ ณ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ครั้งที่ ๓ เมื่อวันที่ ๒๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๓ ณ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ครั้งที่ ๔ เมื่อวันที่ ๒๕ สิงหาคม ๒๕๖๓ ณ มหาวิทยาลัยเกริก และครั้งที่ ๕ เมื่อวันที่ ๓๑ สิงหาคม ๒๕๖๓ ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อถ่ายทอดความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้แก่บัณฑิตศึกษาในฐานะประชาชนผู้บริโภค ให้ได้ตระหนักถึงปัญหาและได้รับรู้สิทธิของตนเอง ซึ่งการสัมมนาครั้งนี้ได้จัดให้มีการบรรยายให้ความรู้แก่นักศึกษาเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค

ในยุคเทคโนโลยี ๔.๐ ของประเทศไทยและอาเซียน พร้อมทั้งยกตัวอย่างปัญหาและข้อเสนอแนะในการซื้อสินค้าและบริการทางออนไลน์ การตลาดยุค ๔.๐ และความพร้อมของประเทศอาเซียนในการเข้าสู่ยุค ๔.๐ ตลอดจนมีการประชุมกลุ่มย่อยเพื่อถ่ายทอดความรู้และแลกเปลี่ยนแนวคิดในการป้องกันปัญหาจากการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบออนไลน์

๗. การจัดโครงการประชุมเชิงปฏิบัติการตามแผนยุทธศาสตร์โดยอ้างอิงกรณีการจัดการสินค้าไม่ปลอดภัยภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔)

การประชุมเชิงปฏิบัติการดังกล่าวจัดขึ้นเมื่อวันที่ ๑๖ กรกฎาคม ๒๕๖๓ ณ โรงแรมมิราเคิล แกรนด์ คอนเวนชั่น กรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางการจัดการสินค้าไม่ปลอดภัยภายใต้แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔) และมีกลุ่มเป้าหมายประกอบด้วย ผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ผู้ประกอบธุรกิจ และบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค จำนวน ๑๒๕ คน จากการประชุมฯ สามารถสรุปแนวทางการจัดการสินค้าไม่ปลอดภัยได้ ๕ กระบวนการ ได้แก่ ๑) กระบวนการเฝ้าระวัง ตรวจสอบ ๒) กระบวนการแจ้งเตือนภัย ๓) กระบวนการเรียกคืนสินค้า ๔) กระบวนการเยียวยาผู้เสียหาย และ ๕) กระบวนการสร้างความตระหนักรู้

๘. การจัดโครงการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อจัดทำแนวทางการแจ้งข้อมูลข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมของประเทศไทย การประชุมเชิงปฏิบัติการดังกล่าวจัดขึ้นเมื่อวันที่ ๒๓ กรกฎาคม ๒๕๖๓ ณ โรงแรมมิราเคิล แกรนด์ คอนเวนชั่น กรุงเทพมหานคร โดยมีกลุ่มเป้าหมายประกอบด้วย ผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน นักวิชาการ และบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค จำนวน ๙๘ คน ในการประชุมฯ ได้จัดให้มีการอภิปรายและการประชุมกลุ่มย่อยเพื่อวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ความเสี่ยง โอกาส และความพร้อมในการเผยแพร่ข้อมูลข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม เพื่อใช้เป็นแนวทางการแจ้งข้อมูลข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมของประเทศไทยต่ออาเซียน

## การดำเนินคดีเมื่อผู้บริโภคถูกละเมิดสิทธิ

### กองกฎหมายและคดี

สภาพเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปจากอดีตเป็นอย่างมาก เป็นผลให้การประกอบธุรกิจภายใต้ระบบการค้าเสรีมีการแข่งขันกันในตลาดที่สูงมากขึ้น ตามไปด้วยทำให้ผู้ประกอบการจะต้องมีการพัฒนาเทคนิคและกลวิธีทางการตลาดและการโฆษณาสินค้าและบริการในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อชักจูงใจให้ผู้บริโภคเข้าซื้อสินค้าหรือใช้บริการ เพื่อให้สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบธุรกิจรายอื่นในตลาดได้ เป็นเหตุให้บางครั้งผู้บริโภคอาจถูกเอาเปรียบหรือถูกละเมิดสิทธิได้ ประกอบปัญหาการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคมีความซับซ้อนมากขึ้นตามสภาพเศรษฐกิจและสังคมไปด้วย ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่เพียงพอ ไม่มีความรู้ในการประกอบธุรกิจ ความรู้ทางกฎหมาย และที่สำคัญผู้บริโภคไม่มีอำนาจในการต่อรองกับผู้ประกอบธุรกิจได้ตามความเป็นจริง จึงเป็นช่องทางให้ผู้ประกอบธุรกิจใช้ข้อได้เปรียบดังกล่าวกระทำการละเมิดสิทธิผู้บริโภคไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง ดังนั้น เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว รัฐจึงได้ออกกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคขึ้น เพื่อเข้าแทรกแซงตลาด โดยกำหนดให้หน่วยงานของรัฐเข้าไปมีส่วนร่วมหรือกำหนดกลไกหรือมาตรการในการป้องกัน ปราบปรามและเยียวยาแก้ไขปัญหาการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค

กฎหมายที่มีบทบัญญัติเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคของไทยในปัจจุบันมีจำนวนมากมายหลายฉบับ โดยกฎหมายแต่ละฉบับกำหนดให้อำนาจและหน้าที่แก่หน่วยงานของรัฐ ในการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคที่แตกต่างกันตามเจตนารมณ์ของกฎหมายฉบับนั้น ๆ ซึ่งอาจเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคในทางตรง หรืออาจเป็นการกำกับดูแลผู้ประกอบการซึ่งเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคในทางอ้อม ประเด็นที่สำคัญที่จะขอกกล่าวในหัวข้อนี้ คือ กรณีที่ผู้ประกอบการกระทำละเมิดสิทธิของผู้บริโภคเป็นเหตุให้ผู้บริโภคได้รับความเสียหาย หรือไม่ได้รับความเป็นธรรม หรือผู้ประกอบการเป็นฝ่ายผิดสัญญา หรือมีข้อพิพาท อันเนื่องมาจากการใช้สินค้าหรือการรับบริการ จึงต้องมีการนำคดีขึ้นสู่ศาลหรือยื่นฟ้องคดีต่อศาล เพื่อขอให้ศาลมีคำพิพากษาหรือคำสั่ง บังคับให้ผู้ประกอบการปฏิบัติตามสิทธิที่ผู้บริโภคมีอยู่ตามกฎหมาย โดยผู้บริโภคสามารถร้องขอให้ผู้ประกอบการดำเนินการปฏิบัติตามสัญญา หรือกระทำการอย่างใดอย่างหนึ่งตามสัญญา หรือเรียกชำระเงินที่ผู้บริโภคชำระแล้วคืนพร้อมดอกเบี้ยตามกฎหมาย หรือเรียกค่าเสียหายพร้อมดอกเบี้ยตามกฎหมาย เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความเป็นธรรมตามสมควร และเป็นการเยียวยาความเสียหายให้แก่ผู้บริโภคอันเนื่องมาจากการกระทำของผู้ประกอบการ ดังนั้น กฎหมายจึงได้กำหนดช่องทางให้ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะเลือกดำเนินคดีกับผู้ประกอบการต่อศาลได้จำนวน ๔ ช่องทาง ดังนี้

ช่องทางที่ ๑ ผู้บริโภคมีสิทธิร้องขอให้ “คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค” หรือ “เลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค” ดำเนินคดีแทน

ช่องทางที่ ๒ ผู้บริโภคมีสิทธิ “ดำเนินคดีกับผู้ประกอบการธุรกิจด้วยตนเองในฐานะที่เป็นผู้บริโภค”

ช่องทางที่ ๓ ผู้บริโภคมีสิทธิร้องขอให้ “สมาคม” หรือ “มูลนิธิ” ที่คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภครับรอง ดำเนินคดีแทน

ช่องทางที่ ๔ ผู้บริโภคมีสิทธิร้องขอให้ “สภาองค์กรของผู้บริโภค” ดำเนินคดีแทน

## ช่องทางที่ ๑

ผู้บริโภคมีสิทธิร้องขอให้ “คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค”

หรือ “เลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค” ดำเนินคดีแทน

### ๑. หลักเกณฑ์

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ ได้กำหนดสิทธิขั้นพื้นฐานของผู้บริโภคที่จะต้องได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายไว้หลายประการด้วยกัน ทั้งสิทธิที่มีเจตนารมณ์ในการป้องกันการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค และสิทธิที่มีเจตนารมณ์เพื่อแก้ไขปัญหาการถูกละเมิดสิทธิของผู้บริโภค สิทธิของผู้บริโภคที่สำคัญประการหนึ่งก็คือ “สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย” ตามมาตรา ๔ (๔) ซึ่งเป็นสิทธิประเภทเยียวยาแก้ไขปัญหา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้บริโภคที่ถูกผู้ประกอบการกระทำการละเมิดสิทธิได้รับการชดเชยความเสียหาย เนื่องจากรัฐเห็นว่ามีความจำเป็นที่จะต้องเข้ามาช่วยเหลือผู้บริโภค โดยนำหลักการของกฎหมายมหาชนที่ถืออำนาจของรัฐอยู่เหนือเอกชน เข้ามาแทรกแซงกิจการของเอกชน เพื่อให้เกิดความเป็นธรรม โดยเหตุผลว่า “...การที่ผู้บริโภคแต่ละรายจะไปฟ้องร้องดำเนินคดีกับผู้ประกอบการการค้าหรือผู้ประกอบการโฆษณาเมื่อมีการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค ย่อมจะเสียเวลาและค่าใช้จ่ายเป็นการไม่คุ้มค่า และผู้บริโภคจำนวนมากไม่อยู่ในฐานะที่จะสละเวลาและเสียค่าใช้จ่ายในการดำเนินคดีได้...” จึงได้บัญญัติให้คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค และเลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีอำนาจดำเนินคดีละเมิดสิทธิของผู้บริโภคแทนผู้บริโภคได้ ตามมาตรา ๑๐ (๗) มาตรา ๓๙ และมาตรา ๓๙/๑ ตามหลักเกณฑ์ ดังต่อไปนี้

๑.๑ บุคคลที่ร้องขอให้ดำเนินคดีแทนได้ต้องเป็น “ผู้บริโภค” ตามมาตรา ๓ แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ ซึ่งมีนิยามว่า “ผู้บริโภค หมายความว่า ผู้ซื้อหรือได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจ หรือผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือการชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจเพื่อให้ซื้อสินค้า หรือรับบริการ และหมายความรวมถึง ผู้ใช้สินค้าหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจโดยชอบแม้มิได้เป็นผู้เสียค่าตอบแทนก็ตาม” จากคำนิยามดังกล่าวสามารถอธิบายคำว่าผู้บริโภคได้ดังนี้ ผู้บริโภค คือ (๑) ผู้ซื้อสินค้า ผู้เช่า ผู้เช่าซื้อ (คำว่า “ซื้อ” หมายความรวมถึง เช่า เช่าซื้อ หรือได้มาไม่ว่าด้วยประการใด ๆ โดยให้ค่าตอบแทนเป็นเงินหรือผลประโยชน์อย่างอื่น) (๒) ผู้ได้รับบริการหรือผู้ใช้บริการ (๓) ผู้ที่ได้รับการเสนอหรือการชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจหรือตัวแทนของผู้ประกอบธุรกิจเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการ (๔) ผู้ใช้สินค้าหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจโดยชอบแม้มิได้เป็นผู้เสียค่าตอบแทน จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคที่จะร้องขอให้ดำเนินคดีแทนต้องเป็นบุคคลตามที่กล่าวมาเท่านั้น และกฎหมายก็ไม่ได้บัญญัติว่าผู้บริโภคจะต้องมีฐานะอย่างไร ดังนั้น ผู้ที่มาร้องขอให้ดำเนินคดีไม่ว่าจะมีฐานะร่ำรวยหรือยากจน ถ้าเป็นผู้บริโภคก็สามารถดำเนินคดีแทนได้ อีกทั้งกฎหมายก็ได้บัญญัติว่าผู้บริโภคจะต้องเป็นบุคคล

มาตรา ๑๐ คณะกรรมการมีอำนาจและหน้าที่ ดังต่อไปนี้...

(๗) ดำเนินคดีเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคที่คณะกรรมการเห็นสมควรหรือมีผู้ร้องขอตามมาตรา ๓๙ “มาตรา ๓๙ ในกรณีที่คณะกรรมการเห็นสมควรเข้าดำเนินคดีเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคหรือเมื่อได้รับคำร้องจากผู้บริโภคที่ถูกละเมิดสิทธิ ซึ่งคณะกรรมการเห็นว่า การดำเนินคดีนั้นจะเป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภคเป็นส่วนรวม คณะกรรมการมีอำนาจแต่งตั้งพนักงานอัยการ โดยความเห็นชอบของอธิบดีกรมอัยการ หรือข้าราชการในสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคซึ่งมีคุณวุฒิไม่ต่ำกว่าปริญญาตรี ทางนิติศาสตร์ เป็นเจ้าหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภคเพื่อให้มีหน้าที่ดำเนินคดีแพ่งและคดีอาญาแก่ผู้กระทำการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคในศาล และเมื่อคณะกรรมการได้แจ้งไปยังกระทรวงยุติธรรมเพื่อแจ้งให้ศาลทราบแล้ว ให้เจ้าหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภคมีอำนาจดำเนินคดีตามที่ คณะกรรมการมอบหมายได้

ในการดำเนินคดีในศาลให้เจ้าหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภคมีอำนาจฟ้องเรียกทรัพย์สินหรือค่าเสียหายให้แก่ผู้บริโภคที่ร้องขอได้ด้วย และในการนี้ให้ได้รับยกเว้นค่าธรรมเนียมทั้งปวง มาตรา ๓๙/๑ นอกจากคณะกรรมการมีอำนาจดำเนินคดีตามมาตรา ๓๙ และกฎหมายว่าด้วยวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภคแล้ว ให้เลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีอำนาจดำเนินคดีเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคแทนผู้บริโภคได้ด้วย โดยมีอำนาจแต่งตั้งข้าราชการในสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคซึ่งมีคุณวุฒิไม่ต่ำกว่าปริญญาตรี ทางนิติศาสตร์ เป็นเจ้าหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภคเพื่อให้มีหน้าที่ดำเนินคดีแพ่งและคดีอาญาแก่ผู้กระทำการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคในศาล และเมื่อเลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้แจ้งไปยังสำนักงานศาลยุติธรรมเพื่อแจ้งให้ศาลทราบแล้ว ให้เจ้าหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภคมีอำนาจดำเนินคดีตามที่เลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมอบหมายได้ ทั้งนี้ การดำเนินคดีของเลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

ในการดำเนินคดีในศาล เจ้าหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภคมีอำนาจฟ้องเรียกทรัพย์สินหรือค่าเสียหายให้แก่ผู้บริโภคที่ร้องขอได้ด้วย และในการนี้ให้ได้รับยกเว้นค่าธรรมเนียมทั้งปวง

ให้นำบทบัญญัติของกฎหมายว่าด้วยวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภคเกี่ยวกับการฟ้องคดีและการดำเนินคดีของคณะกรรมการและข้อกำหนดของประธานศาลฎีกาในเรื่องดังกล่าวมาใช้บังคับแก่กรณีนี้ที่เลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคฟ้องคดีตามมาตรา ๓๙ ด้วย” ธรรมดาเท่านั้น ดังนั้น ผู้บริโภคที่เป็นนิติบุคคลก็ย่อมมีได้ และแม้กระทั่งผู้ที่ไม่ได้มีสัญชาติไทยก็ตาม ถ้าเป็นผู้บริโภคที่ถูก ละเมิดสิทธิก็สามารถร้องขอให้ดำเนินคดีแทนได้เช่นกัน



๑.๒ ผู้ประกอบธุรกิจกระทำการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค ผู้ที่ผู้บริโภคร้องขอให้ดำเนินคดีต้องมีลักษณะเป็น “ผู้ประกอบธุรกิจ” ตามมาตรา ๓ แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ ซึ่งมีนิยามว่า “ผู้ประกอบธุรกิจ หมายความว่า ผู้ขาย ผู้ผลิตเพื่อขาย ผู้ส่งหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อขาย หรือผู้ซื้อเพื่อขายต่อซึ่งสินค้า หรือผู้ให้บริการ และหมายความรวมถึงผู้ประกอบกิจการโฆษณาด้วย” จากคำนิยามดังกล่าวสามารถอธิบายคำว่าผู้ประกอบธุรกิจได้ ดังนี้ ผู้ประกอบธุรกิจ คือ (๑) ผู้ขายสินค้าผู้ให้เช่า ผู้ให้เช่าซื้อ (คำว่า “ขาย” หมายความรวมถึง ให้เช่า ให้เช่าซื้อ หรือจัดหาให้ ไม่ว่าจะด้วยประการใด ๆ โดยเรียกค่าตอบแทนเป็นเงินหรือผลประโยชน์อย่างอื่น ตลอดจนการเสนอหรือการชักชวนเพื่อการดังกล่าว) (๒) ผู้ผลิตสินค้าเพื่อขาย (๓) ผู้ส่งสินค้าหรือนำสินค้าเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อขาย (๔) ผู้ซื้อสินค้าเพื่อขายต่อ (๕) ผู้ให้บริการ (๖) ผู้ประกอบกิจการโฆษณา จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบธุรกิจที่สามารถดำเนินคดีได้ จะเป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลก็ได้ ส่วนคำว่า “มีการกระทำอันเป็นการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค” หมายถึง กรณีผู้ประกอบธุรกิจเป็นฝ่ายกระทำความผิดสัญญาหรือกระทำการละเมิดเป็นเหตุให้ผู้บริโภคได้รับความเสียหาย และรวมถึงกรณีผู้ประกอบธุรกิจกระทำการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคอย่างหนึ่งอย่างใดหรือหลายอย่างก็ได้ จึงเป็นการกระทำละเมิดสิทธิของผู้บริโภค ทั้งนี้ ตามที่บัญญัติไว้ในกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคและกฎหมายอื่น

๑.๓ การดำเนินคดีแทนผู้บริโภคของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคหรือเลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค จะต้องเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคเป็นส่วนรวม โดยพิจารณาจาก

- ลักษณะของการประกอบธุรกิจ การประกอบธุรกิจใดที่แม้ว่าจะก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้บริโภคเพียงรายเดียว แต่มีพฤติการณ์ที่แสดงให้เห็นได้ว่าหากผู้ประกอบธุรกิจยังคงประกอบธุรกิจลักษณะนั้นต่อไปอาจทำให้ผู้บริโภครายอื่น ๆ ได้รับความเสียหายด้วย

- ผลของการดำเนินคดีแทนผู้บริโภครายใดนั้น จะเป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภครายอื่น ๆ ที่ยังมิได้มาร้องขอตามมาตรา ๓๙ แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคฯ ซึ่งสามารถมายื่นคำร้องขอให้ดำเนินคดีในภายหลังได้

๑.๔ เจ้าหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภคมีอำนาจและหน้าที่ดำเนินคดีแพ่งและคดีอาญาแก่ผู้กระทำการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคในศาล และมีอำนาจในการดำเนินคดีตามที่ได้รับมอบหมาย

๑.๕ ในทางปฏิบัติคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคใช้อำนาจในการแต่งตั้งพนักงานอัยการโดยความเห็นชอบจากสำนักงานอัยการสูงสุด และข้าราชการในสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคซึ่งมีคุณวุฒิไม่ต่ำกว่าปริญญาตรีทางนิติศาสตร์ให้เป็น “เจ้าหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภค” เพื่อให้บุคคลดังกล่าวมีอำนาจดำเนินคดีแพ่งและคดีอาญาแก่ผู้ประกอบธุรกิจที่กระทำการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคในศาล เพื่อเรียกร้องทรัพย์สินหรือชดเชยความเสียหายให้แก่ผู้บริโภคที่ร้องขอ และในการดำเนินคดี ได้รับการยกเว้นค่าฤชาธรรมเนียมทั้งปวง

## ๒. ตัวอย่างคดีผู้บริโภค

คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้เคยมีมติมอบหมายให้เจ้าหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภคดำเนินคดีแทนผู้บริโภคในประเด็นการดำเนินคดีต่าง ๆ ดังนี้

ประเภทสินค้าหรือบริการ	ประเภทสินค้าหรือบริการ	ความประสงค์ของผู้บริโภคที่ขอให้ศาลมีคำพิพากษา
ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างบ้านพร้อมที่ดินที่ดินจัดสรรอาคารชุด	<b>ผิดสัญญา</b> - ไม่ก่อสร้างให้แล้วเสร็จ - ไม่โอนกรรมสิทธิ์ที่ดิน - ไม่พัฒนาที่ดินและแบ่งแยกที่ดิน - ไม่จัดทำสิ่งอำนวยความสะดวก ภายในโครงการตามสัญญาและตามที่โฆษณา - ก่อสร้างอาคารผิดแบบ - ใช้วัสดุไม่ตรงตามสัญญา - ส่งมอบบ้านชำรุดบกพร่องไม่ได้มาตรฐาน - ไม่จัดทำสาธารณูปโภคตามสัญญาและตามที่โฆษณา - ส่งมอบที่ดินไม่ครบถ้วนตามสัญญา - นำที่ดินส่วนกลางในโครงการบ้านจัดสรรไปจดจำนอง	- ขอให้โอนกรรมสิทธิ์ที่ดิน - ขอให้โอนกรรมสิทธิ์ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง - ขอเงินที่ชำระไปแล้วคืนพร้อมดอกเบี้ยตามกฎหมาย - ขอให้ปฏิบัติตามสัญญา - ขอให้ชดใช้ค่าเสียหายพร้อมดอกเบี้ยตามกฎหมาย - ขอให้จัดทำสาธารณูปโภคตามสัญญาและตามที่โฆษณา
บริการสมาชิกสนามกอล์ฟ	<b>ผิดสัญญา</b> - ไม่ให้บริการ - ปิดกิจการ	ขอเงินที่ชำระไปแล้วคืนพร้อมดอกเบี้ยตามกฎหมาย
บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่	<b>ผิดสัญญา</b> - ไม่ต่อโปรโมชั่นตามที่โฆษณา	ขอให้ปฏิบัติตามสัญญา
บริการจองตั๋วเครื่องบินโดยสาร	<b>ผิดสัญญา</b> - ไม่ส่งมอบตั๋วเครื่องบิน - ส่งมอบตั๋วไม่ตรงตามสัญญา	ขอเงินที่ชำระไปแล้วคืนพร้อมดอกเบี้ยตามกฎหมาย
บริการธุรกิจท่องเที่ยว (Time sharing)	<b>ผิดสัญญา</b> - ไม่ให้บริการท่องเที่ยว/ปิดกิจการ	ขอเงินที่ชำระไปแล้วคืนพร้อมดอกเบี้ยตามกฎหมาย
บริการสมาชิกสถานที่ออกกำลังกาย	<b>ผิดสัญญา</b> - ไม่ต่อสัญญาตามที่โฆษณา - ไม่ให้บริการตามสัญญา - ปิดกิจการ	ขอเงินที่ชำระไปแล้วคืนพร้อมดอกเบี้ยตามกฎหมาย

ประเภทสินค้าหรือบริการ	ประเภทสินค้าหรือบริการ	ความประสงค์ของผู้บริโภคที่ขอให้ศาลมีคำพิพากษา
ซื้อขายรถยนต์จักรยานยนต์สามล้อเครื่อง	<b>ผิดสัญญา</b> - ไม่จดทะเบียนโอนกรรมสิทธิ์รถ/ไม่ส่งมอบรถตามสัญญา - ไม่ส่งมอบสมุดคู่มือจดทะเบียน - ส่งมอบรถชำรุดบกพร่อง - ไม่คืนเงินจองตามสัญญา	- ขอเงินที่ชำระไปแล้วคืนพร้อมดอกเบี้ยตามกฎหมาย - ขอให้จดทะเบียนโอนกรรมสิทธิ์รถ - ขอให้ส่งมอบสมุดคู่มือจดทะเบียน - ขอให้ซ่อมแซม - ขอให้ชดใช้ค่าเสียหายพร้อมดอกเบี้ยตามกฎหมาย
บริการว่าจ้างก่อสร้างสิ่งปลูกสร้าง	<b>ผิดสัญญา</b> - ไม่ก่อสร้างบ้านให้แล้วเสร็จ (ผู้รับเหมาทิ้งงาน) - ก่อสร้างบ้านไม่ได้มาตรฐาน - ใช้วัสดุอุปกรณ์ไม่ตรงตามสัญญา	- ขอให้ชดใช้ค่าเสียหายจากการที่ต้องว่าจ้างบุคคลอื่นมาสร้างต่อให้เสร็จ - ขอให้ซ่อมแซม - ขอเงินที่ชำระไปแล้วคืนพร้อมดอกเบี้ยตามกฎหมาย
บริการว่าจ้างรักษาความปลอดภัย	<b>ผิดสัญญา</b> - ไม่ดูแลรักษาทรัพย์สิน	ขอให้ชดใช้ค่าเสียหาย
บริการเช่าแผงขายสินค้า	<b>ผิดสัญญา</b> - ไม่ส่งมอบแผงค้า	ขอให้ชดใช้ค่าเสียหาย
บริการประกันชีวิต	<b>ผิดสัญญา</b> - ไม่จ่ายเงินตามสัญญา	ขอให้ชำระเงินตามสัญญา
บริการสถาบันการเงิน	<b>ผิดสัญญา</b>	ขอให้คืนเงินตามสัญญา
บริการจ้างคนเลี้ยงเด็ก/แม่บ้าน/ดูแลคนป่วย/คนชรา	<b>ผิดสัญญา</b> - ไม่จัดส่งพนักงานตามสัญญา	ขอเงินที่ชำระไปแล้วคืนพร้อมดอกเบี้ยตามกฎหมาย
ซื้อขายเครื่องปรับอากาศ	<b>ผิดสัญญา</b> - ไม่ส่งมอบสินค้า - ไม่ติดตั้ง	ขอเงินที่ชำระไปแล้วคืนพร้อมดอกเบี้ยตามกฎหมาย
บริการจองที่พักตากอากาศ	<b>ผิดสัญญา</b> - ไม่ให้บริการที่พัก - ให้บริการที่พักไม่เป็นไปตามสัญญา	ขอเงินที่ชำระไปแล้วคืนพร้อมดอกเบี้ยตามกฎหมาย

ประเภทสินค้าหรือบริการ	ประเภทสินค้าหรือบริการ	ความประสงค์ของผู้บริโภคที่ขอให้ศาลมีคำพิพากษา
บริการกำจัดปลวก	<b>ผิดสัญญา</b> - ไม่สามารถกำจัดปลวกได้ตามสัญญาและตามที่โฆษณา	ขอให้ชดใช้ค่าเสียหายพร้อมดอกเบี้ยตามกฎหมาย
ซื้อขายอาวุธปืน	<b>ผิดสัญญา</b> - ไม่ส่งมอบสินค้า	ขอเงินที่ชำระไปแล้วคืนพร้อมดอกเบี้ยตามกฎหมาย
ซื้อขายจักรเย็บผ้า	<b>ผิดสัญญา</b> - ส่งมอบจักรเย็บผ้าชำรุดบกพร่อง	ขอเงินที่ชำระไปแล้วคืนพร้อมดอกเบี้ยตามกฎหมาย
ซื้อขายสุนัข	<b>ผิดสัญญา</b> - ส่งมอบสุนัขเป็นโรคทำให้สุนัขตาย	ขอเงินที่ชำระไปแล้วคืนพร้อมดอกเบี้ยตามกฎหมาย
สินค้าและบริการทั่วไป อื่นๆ - รถหายใน ห้างสรรพสินค้า - ใช้ครีมหน้าแดง แล้วเกิดอันตราย - ยึดรถยนต์ไม่ชอบ ด้วยกฎหมาย - ส่งมอบป้ายทะเบียน รถยนต์ปลอม - โทรศัพท์เคลื่อนที่ ระเบิด - เครื่องป้องกันภัย แจ้งเหตุอัตโนมัติ ไม่ทำงาน - ติดตั้งอุปกรณ์ NGV / LPG	ละเมิดผู้บริโภคได้รับความเสียหาย	ขอให้ชดใช้ค่าเสียหายพร้อมดอกเบี้ยตามกฎหมาย

## ช่องทางที่ ๒

### ผู้บริโภคมีสิทธิดำเนินการกับผู้ประกอบธุรกิจด้วยตนเองในฐานะที่เป็นผู้บริโภค

พระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๑

เนื่องจากสภาวะปัจจุบันระบบเศรษฐกิจมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว และมีการนำความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิตสินค้าและบริการมากขึ้น ในขณะที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ในเรื่องของคุณภาพสินค้าหรือบริการ ตลอดจนเทคนิคการตลาดของผู้ประกอบธุรกิจ ทั้งยังขาดอำนาจต่อรองในการเข้าทำสัญญา เพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าหรือบริการทำให้ผู้บริโภคถูกเอาเปรียบอยู่เสมอนอกจากนี้เมื่อเกิดข้อพิพาทขึ้นกระบวนการในการเรียกร้องค่าเสียหายต้องใช้เวลานานและสร้างความยุ่งยากให้แก่ผู้บริโภคที่จะต้องพิสูจน์ถึงข้อเท็จจริงต่าง ๆ ซึ่งไม่อยู่ในความรู้เห็นของตนเอง อีกทั้งต้องเสียค่าใช้จ่ายในการดำเนินคดีสูงผู้บริโภคจึงตกอยู่ในฐานะที่เสียเปรียบจนบางครั้งนำไปสู่การใช้วิธีการที่รุนแรง และก่อให้เกิดการเผชิญหน้าระหว่างผู้ประกอบธุรกิจกับกลุ่มผู้บริโภคที่ไม่ได้รับความเป็นธรรม อันส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ จึงสมควรให้มีระบบวิธีพิจารณาคดีที่เอื้อต่อการใช้สิทธิเรียกร้องของผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคที่ได้รับความเสียหายได้รับการแก้ไขเยียวยาด้วยความรวดเร็วประหยัดและมีประสิทธิภาพอันเป็นการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค ขณะเดียวกันเป็นการส่งเสริมให้ผู้ประกอบธุรกิจหันมาให้ความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพของสินค้าและบริการให้ดียิ่งขึ้น จึงได้มีการตราพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๕๑ ออกใช้บังคับ เพื่อสร้างความเป็นธรรมแก่สังคม โดยกฎหมายดังกล่าวได้บัญญัติคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคทุกขั้นตอนของการดำเนินคดีผู้บริโภค

ในการยื่นฟ้องผู้ประกอบธุรกิจที่กระทำการละเมิดสิทธิผู้บริโภคนั้น ผู้บริโภคจำเป็นต้องมีความรู้เบื้องต้นในการดำเนินคดีผู้บริโภค ดังนี้

#### ๑. คดีผู้บริโภคคือ

๑.๑ คดีที่เป็นข้อพิพาทระหว่างเอกชนกับเอกชนด้วยกัน (คดีแพ่ง) ที่เกี่ยวกับทรัพย์สินสิทธิหรือหน้าที่ตามกฎหมายอันเนื่องมาจากการใช้สินค้าหรือการรับบริการ ในฐานะที่เป็นผู้บริโภค ซึ่งมีต่อผู้ประกอบธุรกิจ

๑.๒ คดีแพ่งตามกฎหมายเกี่ยวกับความรับผิดชอบความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย

๑.๓ คดีแพ่งที่เกี่ยวข้องพันกันกับคดีตาม (๑) หรือ (๒)

๑.๔ คดีแพ่งที่มีกฎหมายบัญญัติให้ใช้วิธีพิจารณาตามพระราชบัญญัตินี้

#### ๒. ศาลที่จะฟ้องคดีผู้บริโภค คือ

๒.๑ ศาลที่มีอำนาจในการพิจารณาคดีแพ่งทั่วไป ศาลจังหวัด ศาลแขวง

๒.๒ ศาลที่ผู้ประกอบธุรกิจมีภูมิลำเนาอยู่ในเขตศาล หรือ ศาลที่มูลคดีเกิดขึ้นในเขตศาลไม่ว่าจำเลยจะมีภูมิลำเนาอยู่ในราชอาณาจักรหรือไม่

ผู้บริโภค หมายความว่า ผู้ซื้อหรือผู้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือการชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการและหมายความรวมถึงผู้ใช้สินค้าหรือผู้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจโดยชอบแม้จะมีได้เป็นผู้เสียค่าตอบแทนก็ตาม

ผู้ประกอบธุรกิจ หมายความว่า ผู้ขายผู้ผลิตเพื่อขายผู้ส่งหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อขายหรือผู้ซื้อเพื่อขายต่อซึ่งสินค้าหรือผู้ให้บริการและหมายความรวมถึงผู้ประกอบการโฆษณาด้วย

๒.๓ คดีแพ่งที่มีราคาทรัพย์สินที่พิพาทหรือจำนวนเงินที่ฟ้องไม่เกินสามแสนบาทให้ฟ้องต่อศาลแขวง ส่วนคดีแพ่งที่มีราคาทรัพย์สินที่พิพาทหรือจำนวนเงินที่ฟ้องเกินกว่าสามแสนบาทขึ้นไปให้ฟ้องต่อศาลจังหวัด

๓. ผู้บริโภคสามารถฟ้องคดีต่อศาลได้ด้วยตนเอง หรือร้องขอให้คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคหรือเลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ดำเนินคดีแทน หรือร้องขอให้สมาคมหรือมูลนิธิที่คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภครับรอง ดำเนินคดีแทน หรือร้องขอให้สภาองค์กรของผู้บริโภค ดำเนินคดีแทน โดยผู้บริโภคไม่ต้องว่าจ้างทนายความและผู้บริโภคได้รับยกเว้นค่าฤชาธรรมเนียมทั้งปวง อีกทั้งคู่ความอาจยื่นคำฟ้องหรือคำให้การต่อสู้คดีเป็นหนังสือหรือด้วยวาจาก็ได้

๔. ในกรณีที่ผู้บริโภคถูกผู้ประกอบการฟ้องเป็นจำเลย กฎหมายกำหนดให้ผู้ประกอบการต้องยื่นฟ้องผู้บริโภคต่อศาลที่ผู้บริโภคมีภูมิลำเนาอยู่ในเขตศาลได้เพียงแห่งเดียวเท่านั้น

๕. ผู้บริโภคมีเจ้าพนักงานคดีของศาลช่วยเหลือในการไกล่เกลี่ยคดีผู้บริโภค การตรวจสอบและรวบรวมพยานหลักฐาน การบันทึกคำพยานการดำเนินการให้มีการคุ้มครองสิทธิของคู่ความทั้งก่อนและระหว่างการพิจารณา การปฏิบัติหน้าที่อื่นตามพระราชบัญญัตินี้หรือตามข้อกำหนดของประธานศาลฎีกา

๖. การคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับการทำเอกสารสัญญา กรณีที่กฎหมายบังคับให้นิติกรรมใดต้องมีหลักฐานเป็นหนังสือลงลายมือชื่อฝ่ายที่ต้องรับผิดชอบจะฟ้องร้องบังคับคดีได้นั้น มิให้นำมาใช้บังคับแก่ผู้บริโภคในการฟ้องบังคับให้ผู้ประกอบการชำระหนี้และในกรณีที่บทบัญญัติแห่งกฎหมายบังคับให้สัญญาที่ทำขึ้นระหว่างผู้บริโภคกับผู้ประกอบการจะต้องทำตามแบบอย่างใดอย่างหนึ่งถึงแม้สัญญาดังกล่าวยังมีได้ทำให้ถูกต้องตามแบบนั้น แต่หากผู้บริโภคได้วางมัดจำหรือชำระหนี้บางส่วนแล้วให้ผู้บริโภคมีอำนาจฟ้องบังคับให้ผู้ประกอบการจัดทำสัญญาให้เป็นไปตามแบบที่กฎหมายกำหนดหรือชำระหนี้เป็นการตอบแทนได้

๗. ประกาศโฆษณาคุ้มครองหรือการกระทำด้วยประการใด ๆ ของผู้ประกอบการซึ่งทำให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ในขณะทำสัญญาว่าผู้ประกอบการจะมอบให้หรือจัดหาให้ซึ่งสิ่งของบริการหรือสาธารณูปโภคอื่นใดหรือจะดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งให้แก่ผู้บริโภค เพื่อเป็นการตอบแทนที่ผู้บริโภคเข้าทำสัญญาหรือข้อตกลงใด ๆ ที่ผู้ประกอบการจะให้สิทธิประโยชน์แก่ผู้บริโภคเพิ่มเติมขึ้นจากที่ได้ทำสัญญาไว้ให้ถือว่าข้อความการกระทำหรือข้อตกลงดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของสัญญาระหว่างผู้บริโภคกับผู้ประกอบการซึ่งผู้บริโภคสามารถนำสืบพยานบุคคลหรือพยานหลักฐานเกี่ยวกับข้อตกลงดังกล่าวได้ถึงแม้ว่าการทำสัญญาเช่นนั้นกฎหมายจะกำหนดว่าต้องทำเป็นหนังสือหรือมีหลักฐานเป็นหนังสือและไม่ปรากฏข้อตกลงนั้นในหนังสือที่ได้ทำขึ้นก็ตาม

๘. การคุ้มครองผู้บริโภคในปัญหาเรื่องอายุความ ในกรณีที่ความเสียหายเกิดขึ้นต่อชีวิตร่างกายสุขภาพหรืออนามัยโดยผลของสารที่สะสมอยู่ในร่างกายของผู้บริโภคหรือเป็นกรณีที่ต้องใช้เวลาในการแสดงอาการผู้บริโภคหรือผู้มีอำนาจฟ้องคดีแทนผู้บริโภคต้องใช้สิทธิเรียกร้องภายในสามปีนับแต่วันที่อยู่ถึงความเสียหายและรู้ตัวผู้ประกอบการที่ต้องรับผิดชอบแต่ไม่เกินสิบปีนับแต่วันที่อยู่ถึงความเสียหาย

ถ้ามีการเจรจาเกี่ยวกับค่าเสียหายที่พึงจ่ายระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภค หรือผู้มีอำนาจฟ้องคดีแทนผู้บริโภคให้อายุความสะดุดหยุดอยู่ไม่นับในระหว่างนั้นจนกว่าฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งได้บอกเลิกการเจรจา

๙. การให้สิทธิผู้บริโภคขอคุ้มครองชั่วคราวก่อนยื่นฟ้องคดี

๑๐. คลายความเคร่งครัดหรือกฎเกณฑ์ที่เป็นเทคนิควิธีการของกฎหมายวิธีพิจารณาความอาชญา ศาลมีกระบวนการพิจารณาที่รวดเร็วตติขึ้นตอนที่ยุ่งยากซับซ้อนของวิธีพิจารณาอาชญาออกโดยสิ้นเชิงศาลต้องกำหนดวันนัดพิจารณาโดยเร็วศาลต้องนั่งพิจารณาคดีโดยเนือง และหากมีเหตุจำเป็นให้เลื่อนคดีได้ไม่เกิน ๑๕ วัน

๑๑. ศาลเป็นผู้ตรวจสอบค้นหาความจริงด้วยตนเองศาลเป็นผู้ซักถามพยานเองเป็นหลักศาลมีอำนาจแสวงหาพยานหลักฐานเอง และศาลมีอำนาจให้ผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญมาให้ความเห็นประกอบการพิจารณา

๑๒. ประเด็นข้อพิพาทข้อใดจำเป็นต้องพิสูจน์ถึงข้อเท็จจริงที่เกี่ยวกับการผลิตการประกอบการออกแบบหรือส่วนผสมของสินค้าการให้บริการหรือการดำเนินการใด ๆ ซึ่งศาลเห็นว่าข้อเท็จจริงดังกล่าวอยู่ในความรู้เห็นโดยเฉพาของคู่ความฝ่ายที่ เป็นผู้ประกอบธุรกิจให้ภาระการพิสูจน์ในประเด็นดังกล่าวตกอยู่กับคู่ความฝ่ายที่ เป็นผู้ประกอบธุรกิจนั้น

๑๓. การพิพากษาคดี ศาลมีอำนาจพิพากษาคดีเกินกว่าคำขอบังคับของโจทก์ ศาลมีอำนาจกล่าวสงวนสิทธิ์ที่จะแก้ไขคำพิพากษาหรือคำสั่งไว้ในคำพิพากษา ศาลมีอำนาจพิพากษาบังคับให้ผู้ประกอบธุรกิจเปลี่ยนสินค้าใหม่ให้แก่ผู้บริโภคศาลมีอำนาจสั่งให้ผู้ประกอบธุรกิจจ่ายค่าเสียหายในเชิงลงโทษ ศาลมีอำนาจพิพากษาหรือสั่งจัดการแก้สินค้าที่ได้จำหน่ายไปแล้วหรือหลงเหลืออยู่ในท้องตลาดอันอาจเป็นอันตรายแก่ผู้บริโภคโดยส่วนรวม และศาลมีอำนาจพิพากษาให้หุ้นส่วนหรือผู้ถือหุ้นหรือบุคคลที่มีอำนาจควบคุมการดำเนินงานของผู้ประกอบธุรกิจที่เป็นนิติบุคคลร่วมรับผิดชอบในหนี้ของผู้ประกอบธุรกิจ

## ช่องทางที่ ๓

### ผู้บริโภคมีสิทธิร้องขอให้สมาคมหรือมูลนิธิที่ คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภครับรองดำเนินคดีแทน

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ และที่แก้ไขเพิ่มเติม ได้กำหนดให้สมาคม หรือมูลนิธิ ที่มีวัตถุประสงค์ในการคุ้มครองผู้บริโภคหรือต่อต้านการแข่งขันอันไม่เป็นธรรมทางการค้า อาจยื่นคำขอให้คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภครับรอง เพื่อให้สมาคมหรือมูลนิธินั้นมีสิทธิและอำนาจฟ้องคดีที่เกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคแทนผู้บริโภคได้ และในการดำเนินคดีให้สมาคมหรือมูลนิธิมีสิทธิในการฟ้องคดีแพ่งคดีอาญาหรือดำเนินกระบวนการพิจารณาใด ๆ ในคดีเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคได้ อีกทั้งให้มีอำนาจฟ้องเรียกค่าเสียหายแทนผู้บริโภคได้ถ้ามีหนังสือมอบหมายให้เรียกค่าเสียหายในปัจจุบันมีสมาคมหรือมูลนิธิที่คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภครับรอง จำนวน ๓ องค์กร

๑. มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค
๒. สมาคมเพื่อผู้บริโภคจังหวัดบุรีรัมย์
๓. สมาคมเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

## ช่องทางที่ ๔

### ผู้บริโภคมีสิทธิร้องขอให้ “สภาองค์กรของผู้บริโภค” ดำเนินคดีแทน พระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๖๒

เหตุผลและความจำเป็น

โดยที่มาตรา ๔๖ ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช ๒๕๖๐ บัญญัติให้สิทธิของผู้บริโภคย่อมได้รับความคุ้มครอง บุคคลย่อมมีสิทธิร่วมกันจัดตั้งองค์กรของผู้บริโภคเพื่อคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค และองค์กรของผู้บริโภครวมกันจัดตั้งเป็นองค์กรที่มีความเป็นอิสระเพื่อให้เกิดพลังในการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคโดยได้รับการสนับสนุนจากรัฐ ทั้งนี้ หลักเกณฑ์และวิธีการจัดตั้ง อำนาจในการเป็นตัวแทนของผู้บริโภค และการสนับสนุนด้านการเงินจากรัฐให้เป็นไปตามที่กฎหมายบัญญัติ

### สาระสำคัญ

๑. พระราชบัญญัตินี้เป็นกฎหมายเกี่ยวกับการกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการ การรวมตัวกันขององค์กรของผู้บริโภค เพื่อจัดตั้งเป็นองค์กรที่มีความเป็นอิสระ ใช้ชื่อว่า สภาองค์กรของผู้บริโภค

๒. กำหนดลักษณะขององค์กรของผู้บริโภค โดยจะต้องเป็นองค์กรที่ผู้บริโภคซึ่งเป็นบุคคลธรรมดาตั้งแต่สิบคนขึ้นไป รวมตัวกันจัดตั้งขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ในการคุ้มครองผู้บริโภคและไม่แสวงหากำไร ไม่ว่าจะรวมตัวจัดตั้งนั้นจะจัดตั้งเป็นรูปแบบใด และจะเป็นนิติบุคคลหรือไม่ก็ตาม

๓. กำหนดให้องค์กรของผู้บริโภคมีสิทธิรวมตัวจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภคได้ หากได้ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ และวิธีการที่กำหนดไว้ในร่างพระราชบัญญัตินี้ เพื่อให้สอดคล้องกับสิทธิที่องค์กรของผู้บริโภคมีอยู่ตามรัฐธรรมนูญ แห่งราชอาณาจักรไทย

๔. กำหนดคุณสมบัติขององค์กรของผู้บริโภคที่มีสิทธิรวมกันจัดตั้งเป็นสภาองค์กรของผู้บริโภค ดังนี้

(๑) ไม่เป็นองค์กรของผู้บริโภคที่จัดตั้งขึ้นไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อมหรือถูกรวบงำโดยผู้ประกอบการ ที่เป็นนิติบุคคล กรรมการหรือผู้มีอำนาจบริหารของผู้ประกอบการดังกล่าว หรือโดยหน่วยงานของรัฐ เจ้าหน้าที่ของรัฐ หรือพรรคการเมือง

(๒) ไม่เป็นองค์กรของผู้บริโภคที่ได้รับเงินอุดหนุนไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อมจากบุคคลตาม (๑) เว้นแต่เป็นเงินที่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐหรือเจ้าหน้าที่ของรัฐ หรือได้รับตามพระราชบัญญัตินี้

(๓) เป็นองค์กรของผู้บริโภคที่ได้แจ้งสถานะความเป็นองค์กรต่อนายทะเบียน

(๔) มีการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นที่ประจักษ์มาแล้วไม่น้อยกว่าสองปี

๕. กำหนดให้องค์กรของผู้บริโภคที่จะร่วมกันจัดตั้งหรือเป็นสมาชิกของสภาองค์กรของผู้บริโภค ต้องแจ้งสถานะขององค์กรของผู้บริโภคต่อนายทะเบียน

๖. กำหนดให้ปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีเป็น “นายทะเบียนกลาง” และกำหนดให้ผู้ว่าราชการจังหวัดเป็น “นายทะเบียนประจำจังหวัด” ทำหน้าที่รับแจ้งการขึ้นทะเบียนสถานะความเป็นองค์กรของผู้บริโภค และดำเนินการอื่นที่เกี่ยวข้องในการออกประกาศกำหนดหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรับแจ้งดังกล่าว

๗. กำหนดให้องค์กรของผู้บริโภคที่แจ้งสถานะไว้จำนวนไม่น้อยกว่าหนึ่งร้อยห้าสิบล้องค์กร มีสิทธิเข้าชื่อกันแจ้งต่อนายทะเบียนกลางเพื่อเป็นผู้เริ่มก่อการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค โดยจะต้องดำเนินการรวบรวมองค์กรของผู้บริโภคจำนวนไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งขององค์กรของผู้บริโภคที่นายทะเบียนกลางได้ประกาศการรับแจ้งไว้ เพื่อจัดตั้ง “สภาองค์กรของผู้บริโภค”

๘. กำหนดให้สภาองค์กรของผู้บริโภคมีสถานะเป็นนิติบุคคลที่มีความเป็นอิสระ ไม่อยู่ภายใต้อาณัติหรือการครอบงำหรือการสั่งการไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อมจากบุคคลใด มีวัตถุประสงค์เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคทุกด้าน และกำหนดให้องค์กรของผู้บริโภคที่เป็นเริ่มก่อการและองค์กรของผู้บริโภคที่ได้ลงชื่อยินยอมเข้าร่วมเป็นสมาชิกของสภาองค์กรของผู้บริโภค

๙. กำหนดให้สภาองค์กรของผู้บริโภคมีอำนาจดำเนินการตามวัตถุประสงค์ในฐานะเป็นผู้แทนของผู้บริโภค และมีอำนาจ ดังนี้

(๑) ให้ความคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค และเสนอแนะนโยบายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ต่อคณะรัฐมนตรีหรือหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง



(๒) สนับสนุนและดำเนินการ ตรวจสอบ ติดตาม เฝ้าระวังสถานการณ์ปัญหาสินค้าและบริการ แจ้งหรือโฆษณา ข่าวสารหรือเตือนภัยเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ โดยจะระบุชื่อสินค้าหรือบริการหรือชื่อของผู้ประกอบธุรกิจหรือไม่ก็ได้

(๓) รายงานการกระทำหรือละเลยการกระทำอันมีผลกระทบต่อสิทธิของผู้บริโภคไปยังหน่วยงานของรัฐ หรือหน่วยงานอื่นที่รับผิดชอบและเผยแพร่ให้ประชาชนทราบซึ่งหน่วยงานของรัฐดังกล่าวต้องแจ้งผลการดำเนินงาน ในเรื่องนั้นให้สภาองค์กรของผู้บริโภคทราบภายในระยะเวลาที่กำหนด

(๔) สนับสนุนและช่วยเหลือองค์กรของผู้บริโภคในการรักษาประโยชน์ของผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพ และได้รับความเชื่อถือ และส่งเสริมการรวมตัวขององค์กรของผู้บริโภคในระดับจังหวัดและเขตพื้นที่

(๕) สนับสนุนการศึกษาและการวิจัยเพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค

(๖) สนับสนุนและช่วยเหลือสมาชิกในการไกล่เกลี่ยหรือประนีประนอมยอมความข้อพิพาทเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคทั้งก่อนและในระหว่างการดำเนินคดีต่อศาล

(๗) ดำเนินคดีเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคตามที่เห็นสมควรหรือเมื่อมีผู้ร้องขอ หรือให้ความช่วยเหลือ ในการดำเนินคดีในกรณีที่ผู้บริโภคหรือองค์กรของผู้บริโภคถูกฟ้องคดีจากการใช้สิทธิในฐานะผู้บริโภคหรือใช้สิทธิแทน ผู้บริโภค และมีอำนาจประนีประนอมยอมความ และเมื่อศาลมีคำพิพากษาว่าผู้ประกอบธุรกิจกระทำการละเมิด หรือ ผิดสัญญาต่อผู้บริโภค ให้ศาลสั่งให้ผู้ประกอบธุรกิจ ชำระค่าใช้จ่ายและค่าพยานให้แก่สภาองค์กรของผู้บริโภค ไม่น้อยกว่า ร้อยละยี่สิบห้าแต่ไม่เกินกึ่งหนึ่งของค่าเสียหายและค่าสินไหมทดแทนที่ศาลกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจชำระให้แก่ผู้บริโภค เว้นแต่จะพิสูจน์ได้ว่ามีค่าใช้จ่ายมากกว่านั้น

(๘) จัดให้มีหรือรวบรวม และเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการอันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค ในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการให้ประชาชนสามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก

## การบังคับคดีตามคำพิพากษาศาล ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีหน้าที่ในการดำเนินคดีแพ่งและคดีอาญากับผู้ประกอบธุรกิจ ที่กระทำการ ละเมิดสิทธิผู้บริโภคเพื่อเยียวยาความเดือดร้อนหรือเสียหายให้แก่ผู้บริโภค โดยหลังจากที่สำนักงานฯ ดำเนินคดีกับ ผู้ประกอบธุรกิจ และศาลได้มีคำพิพากษาให้ผู้ประกอบธุรกิจเยียวยาความเดือดร้อนหรือเสียหายให้แก่ผู้บริโภคแล้ว สำนักงานฯ ยังมีหน้าที่ในการดำเนินการบังคับคดีแพ่งกับผู้ประกอบธุรกิจ (จำเลย) ให้แก่ผู้บริโภคต่อไป จนกว่าผู้บริโภคจะได้รับการเยียวยา ความเดือดร้อนหรือเสียหาย ตามคำพิพากษาของศาล

การดำเนินการบังคับคดีแพ่งกับผู้ประกอบธุรกิจให้แก่ผู้บริโภค ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค มีขั้นตอนการดำเนินการ ดังต่อไปนี้

๑. การดำเนินการด้วยการสืบหาทรัพย์สินต่าง ๆ ของผู้ประกอบธุรกิจ (จำเลยตามคำพิพากษาของศาล) ดังนี้

๑.๑ สืบหาที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างของผู้ประกอบธุรกิจ โดยสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค จะมีหนังสือ ขอรทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการถือกรรมสิทธิ์ในที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างของผู้ประกอบธุรกิจไปยังสำนักงานที่ดิน กรุงเทพมหานคร สำนักงานที่ดินกรุงเทพมหานครสาขาต่าง ๆ สำนักงานที่ดินจังหวัดและสำนักงานที่ดินจังหวัดสาขาต่าง ๆ ซึ่งมีจำนวน ๔๓๑ แห่ง ทั่วประเทศ ๑.๒ สืบหาบัญชีเงินฝากของผู้ประกอบธุรกิจ โดยสำนักงานคณะกรรมการศาล

๑.๒ สืบหาบัญชีเงินฝากของผู้ประกอบธุรกิจ โดยสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค จะมีหนังสือขอทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับบัญชีเงินฝากของผู้ประกอบธุรกิจไปยังสำนักงานใหญ่ของธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ จำนวน ๑๙ แห่งทั่วประเทศ

๑.๓ สืบหากรรมสิทธิ์ในยานพาหนะ รถยนต์ รถจักรยานยนต์ ของผู้ประกอบธุรกิจ โดยสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจะมีหนังสือขอทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการจดทะเบียนยานพาหนะของผู้ประกอบธุรกิจไปยังกรมขนส่งทางบก

๒. การดำเนินการภายหลังพบทรัพย์สินต่าง ๆ ของผู้ประกอบธุรกิจ (จำเลยตามคำพิพากษาของศาล) ดังนี้

๒.๑ เมื่อพบทรัพย์สินประเภท ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง หรือยานพาหนะ รถยนต์ รถจักรยานยนต์ ของผู้ประกอบธุรกิจ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค จะดำเนินการจัดเตรียมเอกสารต่าง ๆ ตามแบบที่กรมบังคับคดีกำหนด เพื่อขอตั้งเรื่องยึด และนำยึดทรัพย์สินดังกล่าวของผู้ประกอบธุรกิจ ณ กรมบังคับคดี และสำนักงานบังคับคดีต่าง ๆ ภายในระยะเวลาบังคับคดี ตามที่กฎหมายกำหนด

๒.๒ เมื่อพบทรัพย์สินประเภท บัญชีเงินฝากของผู้ประกอบธุรกิจ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค จะดำเนินการจัดเตรียมเอกสารต่าง ๆ ตามแบบที่กรมบังคับคดีกำหนดเพื่อขอตั้งเรื่องอายัด และนำอายัดบัญชีเงินฝากดังกล่าวของผู้ประกอบธุรกิจ ณ กรมบังคับคดี และสำนักงานบังคับคดีต่าง ๆ ภายในระยะเวลาบังคับคดี ตามที่กฎหมายกำหนด

๓. การดำเนินการภายหลังจากการขอตั้งเรื่องยึด หรืออายัดทรัพย์สินต่าง ๆ ของผู้ประกอบธุรกิจ (จำเลยตามคำพิพากษาของศาล) ดังนี้

๓.๑ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจะดำเนินการติดตามสถานะ ความเคลื่อนไหวของการบังคับคดีแพ่งกับผู้ประกอบธุรกิจ เช่น ติดตามผลการขายทอดตลาดทรัพย์สินของผู้ประกอบธุรกิจ กรณีทรัพย์สินเป็นที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง รถยนต์ รถจักรยานยนต์ หรือติดตามผลการส่งเงินในบัญชีเงินฝากของผู้ประกอบธุรกิจจากธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ ไปยังกรมบังคับคดี หรือสำนักงานบังคับคดีต่าง ๆ

๓.๒ เมื่อเงินที่ได้จากการขายทอดตลาดทรัพย์สินของผู้ประกอบธุรกิจ กรณีทรัพย์สินเป็นที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง รถยนต์ รถจักรยานยนต์ หรือเงินในบัญชีเงินฝากของผู้ประกอบธุรกิจจากธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ ถูกส่งไปยังกรมบังคับคดี หรือสำนักงานบังคับคดีต่าง ๆ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจะดำเนินการตรวจรับรองรายการบัญชีรับ - จ่ายเงินต่าง ๆ ว่ามีจำนวนครบถ้วนถูกต้องตามคำพิพากษาศาลหรือไม่และทำการรับเงินจากกรมบังคับคดีเพื่อนำไปส่งเงินดังกล่าวคืนให้แก่ผู้บริโภค

## การดำเนินคดีอาญาและการเปรียบเทียบปรับผู้กระทำความผิด

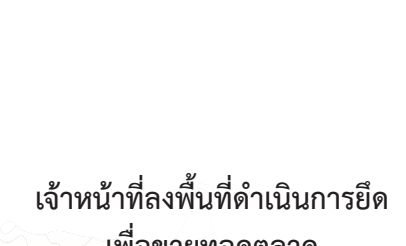
เมื่อพนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ และพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. ๒๕๔๕ ได้ดำเนินการตรวจสอบผู้ประกอบธุรกิจ หรือได้รับแจ้งเบาะแสจากการร้องเรียนของผู้บริโภค โดยพนักงานเจ้าหน้าที่ได้พิจารณาข้อเท็จจริงประกอบเอกสารพยานหลักฐานต่าง ๆ แล้ว เห็นว่าผู้ประกอบธุรกิจได้กระทำความผิดหรือฝ่าฝืนตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ หรือพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. ๒๕๔๕

พนักงานเจ้าหน้าที่จะดำเนินการรวบรวมเอกสารและพยานหลักฐานคำให้การพยาน พร้อมความเห็น เสนอผู้ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคให้ดำเนินการเปรียบเทียบ และส่งสำนวนให้กองกฎหมายและคดีดำเนินการ โดยนิติกรจะพิจารณาสำนวนข้อเท็จจริง ข้อกฎหมายเอกสารและพยานหลักฐานที่เกี่ยวข้องทุกฉบับ เพื่อจัดทำความเห็น

ส่งพนักงานสอบสวนคดีอาญาตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญาหรือส่งเจ้าหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภคดำเนินคดีต่อศาลมาตรา ๓๙ แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ ในกรณีที่ผู้ประกอบการธุรกิจหรือผู้ถูกกล่าวหายินยอมรับการเปรียบเทียบปรับ ก็จะดำเนินการเสนอผู้มีอำนาจเปรียบเทียบต่อไป



ผู้บริโภคได้รับคืนภายหลังจากที่ สคบ. ได้ดำเนินการบังคับคดีโดยการยึดอายัดทรัพย์ของจำเลยตามคำพิพากษา



เจ้าหน้าที่ลงพื้นที่ดำเนินการยึดเพื่อขายทอดตลาดและนำเงินมาคืนผู้บริโภค



เจ้าหน้าที่เดินทางไปดำเนินการขอตัดถ่ายเอกสาร ณ สำนักงานที่ดิน ฯ เพื่อใช้ประกอบการยึด



## สคบ. ปลักดันผู้ประกอบการ จัดทำฉลากสินค้าถูกกฎหมาย

### กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านฉลาก

คงปฏิเสธไม่ได้ว่า ชีวิตประจำวันของผู้คนส่วนใหญ่คลุกคลีอยู่กับการจับจ่ายหาซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ อยู่ทุกวัน การเลือกหาสินค้านั้น จึงจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่จะต้องตรวจสอบข้อมูลบนฉลากให้รอบคอบก่อนตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า เมื่อพูดถึง “ฉลากของสินค้า” ทุกท่านที่เป็นผู้บริโภคคงไม่มีใครไม่รู้จักฉลากสินค้า เพราะฉลากของสินค้าจะช่วยทำให้ทราบถึงรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ไม่ว่าในเรื่องของส่วนประกอบ ปริมาณ นอกจากนี้รายละเอียดของฉลากสินค้ายังบอกให้ทราบถึงวิธีการเก็บรักษา การใช้งานได้อย่างถูกต้อง โดยหนึ่งในสิทธิที่สำคัญของผู้บริโภค ในการพิจารณาเลือกซื้อสินค้า คือ ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะได้รับข่าวสาร รวมทั้งคำพรรณนา คุณภาพที่ถูกต้อง และเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ และที่แก้ไขเพิ่มเติม จึงได้กำหนดให้ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะได้รับความคุ้มครองไว้ ๕ ประการ ดังนี้

๑. สิทธิที่จะได้รับข่าวสาร รวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ
๒. สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ
๓. สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ
๔. สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา
๕. สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย

โดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคฯ ได้กำหนดนิยามคำว่า “ฉลาก” หมายถึง รูป รอยประดิษฐ์ กระดาษหรือสิ่งใดที่ทำให้เกิดความเกี่ยวกับสินค้าซึ่งแสดงไว้ที่สินค้า หรือภาชนะบรรจุภัณฑ์ หรือหีบห่อ บรรจุสินค้า หรือสอดแทรก หรือรวมไว้กับสินค้า หรือภาชนะบรรจุ หรือหีบห่อบรรจุสินค้า และหมายความรวมถึงเอกสารหรือคู่มือสำหรับใช้ประกอบสินค้า ป้ายที่ติดตั้งหรือแสดงไว้ที่สินค้าหรือภาชนะบรรจุหรือหีบห่อบรรจุสินค้านั้น ซึ่งฉลากของสินค้า ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคฯ นั้น จะต้องระบุข้อความดังต่อไปนี้

- ชื่อประเภท หรือชนิดของสินค้าที่แสดงให้เห็นเข้าใจว่าสินค้านั้นคืออะไร ในกรณีที่เป็นสินค้าที่สั่งหรือนำเข้ามาเพื่อขาย จะต้องระบุประเทศที่ผลิตด้วย เช่น โทรทัศน์ หรือ คอมพิวเตอร์ ผลิตในประเทศญี่ปุ่น เป็นต้น
- ชื่อผู้ประกอบการ หรือเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนในประเทศไทยของผู้ผลิตเพื่อขายในประเทศไทย
- ชื่อผู้ประกอบการ หรือเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนในประเทศไทยของผู้สั่งหรือผู้นำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อขาย
- สถานที่ตั้งของผู้ผลิตเพื่อขาย หรือของผู้สั่งหรือผู้นำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อขาย
- ต้องแสดงขนาด หรือมิติ หรือปริมาตร หรือปริมาณ หรือน้ำหนักของสินค้าแล้วแต่กรณี เช่น น้ำหนัก ๒ กิโลกรัม หรือ ยาว ๕ นิ้ว หรือจำนวน ๑๐ ใบ หรือขนาดใหญ่พิเศษ เป็นต้น
- ต้องแสดงวิธีใช้ เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจว่าสินค้านั้นใช้เพื่อสิ่งใด เช่น ใช้ทำความสะอาดพื้นไม้ หรือ พื้นกระเบื้อง เป็นต้น

- ข้อเสนอในการใช้หรือข้อห้ามใช้ เพื่อความถูกต้องในการใช้ที่ให้ประโยชน์แก่ผู้บริโภค เช่น ห้ามใช้ของมีคมกับการแช่น้ำแข็งในตู้เย็น หรือควรเก็บสินค้าไว้ในที่ร่มและไม่เปียกชื้น เป็นต้น
- คำเตือน (ถ้ามี)
- วัน เดือน ปี ที่ผลิต หรือวัน เดือน ปีที่หมดอายุ หรือวัน เดือน ปี ที่ควรใช้ก่อน (ถ้ามี) เช่น ผลิตเมื่อ ๓๐ เมษายน ๒๕๖๒ หรือควรใช้ก่อน ๓๐ เมษายน ๒๕๖๔
- ราคา ต้องระบุหน่วยเป็นบาท และจะระบุเป็นเงินสกุลอื่นด้วยก็ได้

โดยสินค้าที่ควบคุมฉลากตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคฯ ได้แก่ สินค้าที่ผลิตเพื่อขายโดยโรงงานตามกฎหมายว่าด้วยโรงงาน (คือ ใช้แรงงานตั้งแต่ ๕๐ คน ขึ้นไป หรือใช้เครื่องจักรตั้งแต่ ๕๐ แรงม้าขึ้นไป) หรือเป็นสินค้าที่ส่งหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อขาย เป็นสินค้าที่ควบคุมฉลาก ซึ่งเป็นหน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจที่เป็นผู้ผลิต ผู้ส่งหรือผู้นำเข้าสินค้ามาในราชอาณาจักรเพื่อขาย ต้องจัดทำฉลากสินค้า และการแสดงข้อความบนฉลากสินค้านั้น ต้องใช้ข้อความที่ตรงต่อความเป็นจริงและไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้านั้นด้วย ในกรณีที่สินค้านั้นมีกฎหมายของหน่วยงานอื่นกำหนดเกี่ยวกับฉลากของสินค้าไว้แล้ว ก็ให้จัดทำฉลากสินค้าตามกฎหมายนั้น เช่น อาหารต้องจัดทำฉลากตามพระราชบัญญัติอาหาร เป็นต้น

การคุ้มครองผู้บริโภคด้านฉลากในปัจจุบันนี้ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญและมีการบังคับใช้กฎหมายอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งมีการบูรณาการร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในทุกระดับ โดยได้ออกประกาศคณะกรรมการว่าด้วยฉลากแล้ว จำนวน ๔๒ ฉบับ ครอบคลุมสินค้าประเภทต่าง ๆ ซึ่งในประกาศแต่ละฉบับจะกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจแสดงรายละเอียดและข้อมูลที่จำเป็นของสินค้าแต่ละประเภท และจากการลงพื้นที่ตรวจสอบฉลากของสินค้าพบว่า ผู้ประกอบการยังจัดทำฉลากของสินค้าไม่ถูกต้อง เช่น ระบุชื่อสินค้าไม่ถูกต้อง ไม่ระบุชื่อผู้ผลิตหรือผู้นำเข้า ไม่ระบุวัน เดือน ปี ที่ผลิต ไม่ระบุราคา ใช้ขนาดอักษรเล็ก ไม่สามารถเห็นและอ่านได้ชัดเจน และบางชนิดสินค้ามีการใช้ข้อความที่อวดอ้างสรรพคุณ และใช้ข้อความที่ไม่ตรงต่อความเป็นจริง ซึ่งการแสดงฉลากสินค้าดังกล่าวไม่เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน ๖ เดือน หรือปรับไม่เกิน ๑๐๐,๐๐๐ บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ กรณีเป็นผู้ผลิต ผู้ส่งหรือผู้นำเข้า ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน ๑ ปี หรือปรับไม่เกิน ๒๐๐,๐๐๐ บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

สำหรับการบังคับใช้กฎหมายความผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคด้านฉลากของสินค้า สคบ. จะเน้นการลงพื้นที่ตรวจสอบผู้ประกอบการตามสถานประกอบการ แหล่งผลิตสินค้า หรือโกดังเก็บสินค้าต่างๆ เพื่อติดตามผู้ประกอบการให้ปฏิบัติถูกต้องตามที่กฎหมายกำหนด และรณรงค์สร้างความรู้ให้ผู้ประกอบการจัดทำฉลากให้ถูกต้อง หากผู้ประกอบการรายใด มีข้อสงสัยเกี่ยวกับการจัดทำฉลากของตน สามารถยื่นคำขอความเห็นเกี่ยวกับการจัดทำฉลากของสินค้าต่อ สคบ. ตามระเบียบคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก เรื่อง การขอความเห็นและคำปรึกษาในการให้ความเห็นเกี่ยวกับฉลากของสินค้าที่ควบคุมฉลาก (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๓๖

จากการลงพื้นที่ติดตามตรวจสอบพฤติการณ์ของผู้ประกอบการดังกล่าว หากพบว่ามีการจัดทำฉลากสินค้าไม่ถูกต้อง จะดำเนินการตรวจยึดสินค้า ไปดำเนินคดีอาญาข้อหา ไม่จัดทำฉลาก หรือจัดทำฉลากไม่ถูกต้องและหากพบว่ามีการใช้ข้อความที่อวดอ้างสรรพคุณ หรือไม่ตรงต่อความเป็นจริงก็จะรวบรวมข้อเท็จจริงและพยานหลักฐานเสนอคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก พิจารณาใช้อำนาจตามมาตรา ๓๓ แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคฯ สั่งให้ผู้ประกอบธุรกิจเลิกใช้ข้อความหรือแก้ไขฉลากสินค้าให้ถูกต้อง โดยจะมีการแต่งตั้งคณะกรรมการพิจารณากลั่นกรองข้อความบนฉลาก ๑ คณะ ให้ทำหน้าที่พิจารณากลั่นกรองข้อเท็จจริงและข้อกฎหมาย

## ผลการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๓ ฝ่ายเฝ้าระวังและพิสูจน์สินค้าและบริการ

### กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านฉลาก ปีงบประมาณ ๒๕๖๓

๑. กิจกรรม “ลอยกระทงปลอดภัย : ประชาชนมีความสุข” วันที่ ๑๑ พฤศจิกายน ๒๕๖๒ ดำเนินการตรวจสอบและเฝ้าระวังอันตรายที่เกิดขึ้นในช่วงเทศกาลลอยกระทงประจำปี ๒๕๖๒ ณ บริเวณริมเขื่อนรัฐประชาพัฒนา อำเภอเมืองจังหวัดราชบุรี เพื่อตรวจสอบผู้ประกอบการที่จำหน่ายพลุ ประทัด ดอกไม้เพลิง และธรรงค์ประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคและผู้ประกอบการธุรกิจตระหนักถึงความเป็นอันตรายที่เกิดขึ้นจากการเล่นพลุ ประทัด ดอกไม้เพลิง



๒. กิจกรรม “สคบ.ห่วงใย ปลอดภัยปีใหม่จีน” วันที่ ๒๓ มกราคม ๒๕๖๓ ดำเนินการตรวจสอบและเฝ้าระวังการใช้สินค้าอุปโภคบริโภคและอันตรายจากการจุดประทัด ดอกไม้เพลิงที่เกิดขึ้นในช่วงเทศกาลตรุษจีน ณ ตลาดเล่งบ๊วยเอี้ยะ ถนนเยาวราช เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพฯ ทั้งนี้ เจ้าหน้าที่วิทยาศาสตร์ร่วมกับเจ้าหน้าที่สำนักอนามัยกรุงเทพฯ ได้ทำการทดสอบหาสารฟอร์มาลิน สารกันรา สารกันบูด และอื่น ๆ ที่ปนเปื้อนกับอาหารสดและของคองจากการสุ่มเก็บตัวอย่างจากร้านค้าในตลาด จำนวน ๑๗ ตัวอย่าง ซึ่งผลการทดสอบโดยชุด Testkit ไม่พบการปนเปื้อนดังกล่าวในอาหารแต่อย่างใด



๓. กิจกรรม “วาเลนไทน์สุขใจ ดอกไม้ไร้สารพิษ” วันที่ ๑๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๓ ลงพื้นที่ตรวจสอบการจำหน่ายดอกกุหลาบและดอกไม้ในเทศกาลวันวาเลนไทน์ เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับความปลอดภัยจากการเลือกซื้อดอกไม้และไม่ให้ผู้ประกอบการใช้สารฟอร์มาลินในการเก็บรักษาสภาพดอกไม้และการไม่ให้ผู้ประกอบการฉวยโอกาสขึ้นราคา ค่าดอกไม้ในเทศกาลวันวาเลนไทน์ ณ ตลาดไท โซนตลาดดอกไม้และสังฆภัณฑ์ อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ทั้งนี้ เจ้าหน้าที่วิทยาศาสตร์ได้ทำการทดสอบหาสารฟอร์มาลินที่ปนเปื้อนกับดอกไม้จากการสุ่มเก็บตัวอย่างจากร้านค้า จำนวน ๑๑ ร้าน ซึ่งผลการทดสอบโดยชุด Testkit ไม่พบการปนเปื้อนดังกล่าวแต่อย่างใด



๔. ฝ่ายเฝ้าระวังและพิสูจน์สินค้าและบริการ ได้ทำการประสานไปยังผู้แทนผู้ประกอบการให้บริการจัดส่งอาหารและพัสดุที่มาร่วมประชุมคณะกรรมการว่าด้วยความปลอดภัยของสินค้าและบริการในคราวประชุมครั้งที่ ๒/๒๕๖๓ เมื่อวันที่ ๒๐ มีนาคม ๒๕๖๓ ณ ห้องประชุม ๓๐๒ ชั้น ๓ ตึกบัญชาการ ๑ ทำเนียบรัฐบาลมีผู้แทนผู้ประกอบการจำนวนทั้งสิ้น ๑๗ ราย เข้าร่วมประชุมหารือ ซึ่งมีผู้ประกอบการบางรายได้ขอแก้ไขร่างปฎิญญาเพิ่มเติม พร้อมทั้งตอบรับที่จะเข้าร่วมพิธีมอบปฎิญญาความร่วมมือในการกำหนดมาตรการความปลอดภัยในการให้บริการสินค้าและพัสดุ ในวันที่ ๑๐ เมษายน ๒๕๖๓ เวลา ๐๙.๓๐ นาฬิกา ณ หน้าศูนย์ประชุมวายุภักษ์ โรงแรมเซนทรา บายเซ็นทรา ศูนย์ราชการแจ้งวัฒนะ โดยมีรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี (นายเทวัญ ลิปตพัลลภ) เป็นสักขีพยานในพิธีส่งมอบปฎิญญาดังกล่าวและแถลงข่าวต่อสื่อมวลชนต่อไป



๕. วันที่ ๑๗ เมษายน ๒๕๖๓ รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี (นายเทวัญ ลิปตพัลลภ) พร้อมด้วยที่ปรึกษา รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี (นายณัฐชัช ศรีรุ่งสุขพินิจ) รองเลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคและเจ้าหน้าที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ลงพื้นที่ตรวจสอบการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการจัดส่งอาหารและพัสดุตามปฎิญญาความปลอดภัยในการให้บริการจัดส่งอาหารและพัสดุ ณ ศูนย์กระจายสินค้าบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ สรุปผลการตรวจสอบพบว่า บริษัทฯ มีมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ ในการคัดกรองพนักงานโดยตรวจวัดอุณหภูมิ การล้างมือด้วยสบู่หรือแอลกอฮอล์สวมใส่หน้ากากอนามัย ทำความสะอาดยานพาหนะและบรรจุภัณฑ์ที่ใช้สำหรับการรับ - ส่งอาหารหรือพัสดุ และการเว้นระยะห่างที่ปลอดภัยระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการ เป็นไปตามกรอบความร่วมมือตามปฎิญญาร่วมกัน



๖. วันที่ ๒๐ เมษายน ๒๕๖๓ รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี (นายเทวัญ ลิปตพัลลภ) พร้อมด้วยที่ปรึกษา รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี (นายณัฏฐชัย ศรีรุ่งสุขพินิจ) รองเลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคและ เจ้าหน้าที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ลงพื้นที่ตรวจสอบการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการจัดส่งอาหารและพัสดุ ณ ร้านหมูทอดเจ๊จิง ถนนพระราม ๔ เขตคลองเตย ซึ่งเป็นร้านค้าที่ขายอาหารผ่านระบบส่งอาหารเดลิเวอรี่ สรุปผลการตรวจสอบพบว่า ร้านหมูทอดเจ๊จิง มีมาตรการความปลอดภัยให้แก่ลูกค้า ผู้ขายอาหารสวมถุงมือและหน้ากากอนามัย มีเจลแอลกอฮอล์สำหรับล้างมือให้บริการที่จุดรับอาหารและจุดชำระเงิน และมีการใช้ถาดรับชำระเงินสดจากลูกค้า แทนการรับจากมือโดยตรง รวมทั้งมีการแจกบัตรคิวและจัดเก้าอี้ให้ลูกค้าที่รอซื้ออาหารโดยเว้นระยะห่าง ๑ เมตร



๗. วันที่ ๒๑ เมษายน ๒๕๖๓ รองเลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (นายพิฆเนศ ต๊ะปวง) พร้อมด้วย เจ้าหน้าที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ลงพื้นที่ตรวจสอบการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการจัดส่งอาหารและพัสดุ ณ ตลาดเมืองทอง ๑ จำนวน ๓ ร้าน ได้แก่ ๑) ร้านจูนูซูชิ สาขา ๔ ๒) ร้านกาแฟคาเฟ่ อเมซอน ๓) ร้านส้มตำ ๒๐ จากการตรวจสอบผู้ให้บริการจัดส่งอาหาร พบว่าทุกร้านมีมาตรการความปลอดภัยให้แก่ลูกค้า ได้แก่ ผู้ขายอาหาร มีการสวมถุงมือและหน้ากากอนามัย มีเจลแอลกอฮอล์สำหรับล้างมือให้บริการ มีการตรวจวัดอุณหภูมิร่างกายก่อน เข้าร้านค้า มีสถานที่เก็บอาหารและสินค้าอย่างเป็นระเบียบ และมีมาตรการเว้นระยะห่างทางสังคม โดยการเข้าคิว ต่อแถวห่างกัน ๑ เมตร เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดและการติดต่อของเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙



๘. วันที่ ๒๙ เมษายน ๒๕๖๓ รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี (นายเทวัญ ลิปตพัลลภ) พร้อมด้วยที่ปรึกษา รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี (นายณัฏฐชัย ศรีรุ่งสุขพินิจ) เลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคและเจ้าหน้าที่ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ลงพื้นที่ตรวจสอบการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการจัดส่งอาหารและพัสดุตามปฎิญา ความปลอดภัยการให้บริการจัดส่งอาหารและพัสดุ ณ ร้านแมคโดนัลด์ สาขากาญจนาภิเษก-กัลปพฤกษ์ เขตบางแค กรุงเทพมหานคร สรุปผลการตรวจสอบพบว่า ร้านมีมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ มีการคัดกรอง พนักงานและผู้รับบริการโดยทำการตรวจวัดอุณหภูมิและล้างมือด้วยแอลกอฮอล์ ก่อนเข้าภายในร้านแมคโดนัลด์ และ ต้องสวมใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลาขณะอยู่ภายในร้าน พนักงานมีการทำความสะอาดยานพาหนะและบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ สำหรับการส่งอาหาร มีการใช้ถาดรับชำระเงินสดจากลูกค้าแทนการรับจากมือโดยตรง และมีการส่งเสริมการชำระค่าบริการ ทางดิจิทัล เพย์เมนต์ (Digital Payment) เพื่อลดการสัมผัสกันระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ เป็นไปตามกรอบ ความร่วมมือตามปฏิญญาร่วมกัน ต่อมา ได้ลงพื้นที่ตรวจสอบการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการจัดส่งอาหาร ณ ร้านคอบูอย่าง พระราม ๕ อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ซึ่งเป็นร้านค้าที่ขายอาหารผ่านระบบส่งอาหารเดลิเวอรี่ สรุปผลการตรวจสอบ พบว่า ร้านมีมาตรการความปลอดภัยให้แก่ลูกค้า มีการสวมหน้ากากอนามัยและถุงมือในขณะที่ปฏิบัติงาน ล้างมือก่อนผลิตอาหาร มีการกำหนดจุดให้ลูกค้าเว้นระยะสำหรับเข้าคิวสั่งอาหารและรับอาหาร และบริการเจลแอลกอฮอล์ให้บริการแก่ลูกค้า





๙. วันที่ ๘ พฤษภาคม ๒๕๖๓ รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี (นายเทวัญ ลิปตพัลลภ) พร้อมด้วยที่ปรึกษารัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี (นายณัฐรัชย์ ศรีรุ่งสุขพินิจ) รองเลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค และเจ้าหน้าที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคลงพื้นที่ตรวจสอบการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการจัดส่งอาหารและพัสดุ ณ ร้านเดอะ พิชซ่า คอมปะนี เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร สรุปผลการตรวจสอบพบว่า ร้านมีมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส โควิด-๒๐๑๙ มีการคัดกรองพนักงานและลูกค้าก่อนเข้าใช้บริการภายในร้าน โดยตรวจวัดอุณหภูมิร่างกาย มีจุดให้บริการเจลแอลกอฮอล์ พนักงานมีการสวมหน้ากากอนามัยและเฟซชิลด์ในขณะที่ปฏิบัติงาน มีการทำความสะอาดอุปกรณ์ภายในร้านด้วยแอลกอฮอล์ พนักงานจัดส่งอาหารมีการตรวจวัดอุณหภูมิร่างกายและทำความสะอาดมือทุกครั้ง รวมทั้งมีการเว้นระยะห่างเข้าคิวสั่งอาหารและกำหนดจุดนั่งรอ (Social Distancing) และส่งเสริมให้ผู้ใช้บริการชำระค่าอาหารผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (Digital Payment) เป็นไปตามกรอบความร่วมมือตามปฏิญญาร่วมกัน



๑๐. วันที่ ๒๐ กรกฎาคม ๒๕๖๓ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้ลงพื้นที่ตรวจสอบผลิตภัณฑ์เครื่องแยกกากน้ำอ้อย จำนวน ๒ แห่ง ได้แก่ บริษัท เซริท อินโนเวชั่น จำกัด และบริษัท ที ไอ พี อิมพอร์ต เอ็กซ์พอร์ต จำกัด เนื่องจากมีการใช้งานเครื่องแยกกากน้ำอ้อยมาใช้งานแล้วเกิดอุบัติเหตุเป็นจำนวนมาก จึงลงพื้นที่ตรวจสอบว่า สินค้าเครื่องแยกกากน้ำอ้อยดังกล่าว มีความเป็นอันตรายมากน้อยเพียงใด และมีการป้องกันอันตรายอย่างไรบ้าง การลงพื้นที่ตรวจสอบของบริษัททั้ง ๒ พบว่า ที่กล่องบรรจุภัณฑ์และที่ตัวสินค้ามีการระบุข้อควรระวัง คำเตือนเป็นภาษาต่างประเทศ พร้อมกับแสดงภาพตราสัญลักษณ์รูปมือเพื่อให้ระวังอันตรายไว้ที่ตัวสินค้า และมีการจัดทำคู่มือการใช้งานเป็นภาษาไทย หรือเป็นวิดีโอประกอบการใช้งาน ระบุคุณลักษณะของเครื่อง ชื่อประเภทสินค้า โครงสร้าง ตัวเครื่อง กำลังมอเตอร์ ราคา วิธีการใช้งานพร้อมขั้นตอนการใช้งาน ข้อเสนอแนะ การบำรุงรักษา และคำเตือน มอบไปพร้อมกับการขายให้กับผู้ซื้อและผลจากการตรวจสอบจะมานำเสนอต่อคณะกรรมการว่าด้วยความปลอดภัยของสินค้าและบริการ เพื่อพิจารณาควบคุมผลิตภัณฑ์ดังกล่าวให้มีการระบุรายละเอียดให้ครบถ้วนตามฉลาก ต่อไป



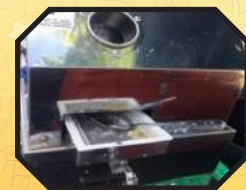
๑๑. วันที่ ๒๑ กรกฎาคม ๒๕๖๓ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้ลงพื้นที่ตรวจสอบผลิตภัณฑ์เครื่องแยกกากน้ำอ้อยจำนวน ๓ แห่ง ได้แก่ ร้านไอโฮเทค ๔๕ ร้านแมชชีน ๖๕ ซึ่งเป็นร้านในเครือเดียวกัน และร้านวิทวัส ส่วนใหญ่จะรับผลิตภัณฑ์เครื่องแยกกากน้ำอ้อยมาจากร้านฉั่วฮกเฮง ซึ่งเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่าย เพื่อนำผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมาดัดแปลงเพิ่มเติม โดยการใส่มอเตอร์สายพาน พร้อมทั้งจัดทำอุปกรณ์เสริมในส่วนของเขาตั้งพื้นมาจำหน่าย จากการตรวจสอบข้อมูลในเบื้องต้น พบว่า ที่กล่องบรรจุภัณฑ์และที่ตัวสินค้ามีการระบุข้อความระวาง คำเตือนเป็นภาษาต่างประเทศ พร้อมกับแสดงภาพตราสัญลักษณ์รูปมือเพื่อให้ระวังอันตรายไว้ที่ตัวสินค้า และระบุคุณลักษณะของเครื่อง ชื่อประเภทสินค้าโครงสร้างตัวเครื่อง กำลังมอเตอร์ ราคา วิธีการใช้งานพร้อมขั้นตอนการใช้งาน ข้อแนะนำการบำรุงรักษา และคำเตือนมอบไปพร้อมกับการขายให้กับผู้ซื้อ และผลจากการตรวจสอบจะแนะนำให้เสนอต่อคณะกรรมการว่าด้วยความปลอดภัยของสินค้าและบริการ เพื่อพิจารณาควบคุมผลิตภัณฑ์ดังกล่าวให้มีการระบุรายละเอียดให้ครบถ้วนตามฉลากต่อไป



๑๒. วันที่ ๑๐ สิงหาคม ๒๕๖๓ เวลา ๐๘.๓๐ น. เลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค มอบหมายให้ รองเลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (นายพิษเนศ ต๊ะปวง) และเจ้าหน้าที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ลงพื้นที่ตรวจสอบกระบวนการผลิตเครื่องแยกกากน้ำอ้อย ณ ร้านฉั่วฮกเฮง เขตคลองเตย กรุงเทพฯ สืบเนื่องจาก สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้ตรวจสอบข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต พบอุบัติเหตุที่เกิดจากการใช้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเป็นจำนวนมาก ซึ่งจากการลงพื้นที่ตรวจสอบพบว่า ผู้ประกอบธุรกิจจัดทำฉลากไม่ครบถ้วน ทั้งนี้เจ้าหน้าที่ได้ให้คำแนะนำการจัดทำฉลากเพื่อให้ปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง และผลจากการตรวจสอบจะแนะนำให้เสนอต่อคณะกรรมการว่าด้วยความปลอดภัยของสินค้าและบริการ เพื่อพิจารณาควบคุมผลิตภัณฑ์ดังกล่าวให้มีการระบุรายละเอียดให้ครบถ้วนตามฉลาก ต่อไป



๑๓. เมื่อวันที่ ๒๕ สิงหาคม ๒๕๖๓ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้ลงพื้นที่ตรวจสอบผลิตภัณฑ์เครื่องแยกกากน้ำอ้อย จำนวน ๒ แห่ง ได้แก่ บริเวณถนนสายไหม แขวงสายไหม เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร และบริเวณวัดหลักสี่ แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร โดยมีการติดตั้งแบตเตอรี่มาพร้อมกับตัวเครื่อง ลักษณะการออกแบบที่ใส่ลำอ้อย มีลักษณะแบบวงกลมและแบบสี่เหลี่ยม สามารถใส่ได้ครั้งละ ๑ ลำ ซึ่งจากการตรวจสอบตัวเครื่องมีการติดฉลากบนตัวเครื่อง ระบุรุ่น มีการแสดงตราสัญลักษณ์รูปมือห้าม และกำลังไฟ โดยได้รับแจ้งจากทั้ง ๒ แห่ง ว่า ยังไม่เคยได้รับอันตรายจากการใช้งานของเครื่องดังกล่าว



๑๔. วันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๓ เวลา ๑๐.๐๐ น. ดร. วีรพงศ์ ไชยเพิ่ม ประธานกรรมการว่าด้วยความปลอดภัยของสินค้าและบริการ นำเจ้าหน้าที่ สคบ. ลงพื้นที่ตรวจสอบกระบวนการ รับ-ส่ง สินค้านำเข้าประเภทแช่แข็ง ณ ศูนย์กระจายสินค้าคลังมหาชัย บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) จังหวัดสมุทรสาคร การลงพื้นที่เป็นการเฝ้าระวังตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ หรือ COVID-19 โดยการตรวจสอบกระบวนการ รับ-ส่ง การควบคุมคุณภาพสินค้าตั้งแต่ต้นทางให้แก่ผู้บริโภค จากการลงพื้นที่พบว่าทางคลังสินค้ามีมาตรการความปลอดภัย มีการตรวจสอบแหล่งที่มา มีวิธีการจัดเก็บสินค้าที่ได้มาตรฐาน ซึ่งได้รับความร่วมมือจากทางบริษัทเป็นอย่างดี



## ผลการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๓ ของฝ่ายรับเรื่องราวร้องทุกข์ กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านฉลาก

ในปีงบประมาณ ๒๕๖๓ กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านฉลาก ได้รับเรื่องร้องทุกข์จากผู้บริโภคจำนวน ๑,๓๔๗ ราย และได้มีการแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภคจนได้ข้อยุติ จำนวน ๑,๑๘๕ ราย ปัจจุบันยังอยู่ในระหว่างดำเนินการ จำนวน ๑๖๒ ราย จากสถิติและจากการตรวจสอบปรากฏว่าในปีงบประมาณ ๒๕๖๓ มีสถิติเรื่องร้องทุกข์ที่มีการร้องทุกข์จากผู้บริโภค เป็น ๑๐ อันดับแรก ที่มีการร้องทุกข์เข้ามาเป็นจำนวนมาก ดังนี้

### สถิติสิบอันดับแรกที่มีการร้องทุกข์จากผู้บริโภค กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านฉลาก

ลำดับที่	ประเภท	จำนวน
๑.	รถยนต์	๔๖๓
๒.	รถยนต์มือสอง	๑๖๑
๓.	สินค้าและบริการ	๘๘
๔.	เครื่องใช้ไฟฟ้า	๖๒
๕.	บริการขนส่ง	๖๐
๖.	ศูนย์บริการ	๕๒
๗.	ผู้ประกอบการทั่วไป	๔๖
๘.	อู่ซ่อมรถ	๔๔
๙.	เครื่องมือสื่อสาร	๔๓
๑๐.	สินค้าบริโภค	๔๐

## ผลการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๓ ของฝ่ายควบคุม กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านฉลาก

### อำนาจหน้าที่/ภารกิจ

#### ๑. ภารกิจด้านการตรวจสอบพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจ แบ่งได้ ๒ กรณี ดังนี้

๑.๑ การลงพื้นที่ตรวจสอบของพนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ เมื่อได้รับแจ้งเบาะแส หรือมีการร้องทุกข์ ขอให้ตรวจสอบฉลากสินค้า หรือดำเนินคดีตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒

๑.๒ การลงพื้นที่เพื่อตรวจสอบตามคำสั่ง ตามนโยบาย และการบูรณาการหรือสนธิกำลังร่วมกัน เมื่อได้รับประสานจากหน่วยงานราชการอื่น ให้ลงพื้นที่ตรวจสอบ หรือตรวจค้นสถานที่ผลิต สถานที่นำเข้าสินค้า

#### ๒. ภารกิจด้านการสอบสวนความผิดเกี่ยวกับการจัดทำฉลาก

ฝ่ายควบคุมมีอำนาจหน้าที่และภารกิจในการตรวจสอบสินค้าที่ควบคุมฉลากตามมาตรา ๓๐ และมาตรา ๓๑ แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ ซึ่งกำหนดให้สินค้าที่ผลิตเพื่อขาย หรือสินค้าที่สั่งหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อขายเป็นสินค้าควบคุมฉลาก

#### ๓. ภารกิจด้านการออกคำสั่งทางปกครอง

ตามมาตรา ๓๓ แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ กำหนดให้คณะกรรมการว่าด้วยฉลาก มีอำนาจสั่งให้ผู้ประกอบธุรกิจเลิกใช้ฉลาก หรือดำเนินการแก้ไขฉลาก หากปรากฏข้อเท็จจริงว่าฉลากสินค้านั้น มีการจัดทำไม่ถูกต้อง โดยพนักงานเจ้าหน้าที่จะเป็นผู้ดำเนินการสืบสวนสอบสวน และรวบรวมพยานหลักฐานเสนอต่อคณะกรรมการว่าด้วยฉลากพิจารณา

#### ๔. ภารกิจด้านการพัฒนากฎหมาย

ตามมาตรา ๓๐ วรรคสาม แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ กำหนดให้คณะกรรมการว่าด้วยฉลาก มีอำนาจกำหนดให้สินค้าใดเป็นสินค้าที่ควบคุมฉลากได้ ในกรณีนี้ที่ปรากฏว่า สินค้าที่อาจก่อให้เกิดอันตรายแก่สุขภาพร่างกาย หรือจิตใจเนื่องจากการใช้สินค้า หรือสภาพของสินค้า หรือสินค้าที่ประชาชนทั่วไปใช้ประจำ ซึ่งการกำหนดฉลากนั้นจะเป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภคในการทราบข้อเท็จจริงในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าได้

#### ๕. ภารกิจด้านการพิจารณารับคำขอความเห็นเกี่ยวกับการจัดทำฉลากสินค้า

ตามมาตรา ๓๔ แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจที่มีข้อสงสัยเกี่ยวกับการจัดทำฉลากสินค้าที่ดำเนินการมาถูกต้องหรือไม่ จึงมายื่นคำขอความเห็นการจัดทำฉลากสินค้าต่อคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก

๑. ลงพื้นที่ตรวจสอบฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์หน้ากากอนามัยในพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการ จังหวัดนนทบุรี จังหวัดปทุมธานี เพื่อติดตามตรวจสอบการจัดทำฉลากสินค้าสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคพบว่าส่วนใหญ่เป็นหน้ากากอนามัยที่ใช้ในทางการแพทย์ ป้องกันเชื้อโรค มีการจัดทำฉลากถูกต้องตามพระราชบัญญัติเครื่องมือแพทย์ พ.ศ. ๒๕๕๑ และไม่มีการกักตุนสินค้าตามที่ปรากฏเป็นข่าวแต่อย่างใด





๒. ลงพื้นที่ตรวจสอบฉลากสินค้าประเภทอาหารเสริมพืชและสารกำจัดวัชพืช ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จังหวัดสุพรรณบุรี จังหวัดอ่างทอง จังหวัดสิงห์บุรี จังหวัดชัยนาท และจังหวัดนครสวรรค์ พบว่ามีการจัดทำฉลากสินค้าไม่ถูกต้อง โดยไม่ระบุรายละเอียดชื่อผู้ประกอบการ ชื่อแนะนำ วัน เดือน ปีที่ผลิต ราคา และระบุชื่อประเภทสินค้าเป็นภาษาต่างประเทศ จึงได้ทำการตรวจยึดสินค้าไปตรวจสอบและสอบค่าให้การของผู้ขายไว้ประกอบการดำเนินคดี ปัจจุบันคดีอยู่ระหว่างขยายผลไปยังผู้ผลิต หากพบว่าเป็นความผิดจะได้ดำเนินการตามกฎหมายต่อไป



๓. ลงพื้นที่ตรวจสอบฉลากสินค้าตามคำร้องเรียนของผู้บริโภคสินค้าประเภททองรูปพรรณและกรอบพระเลี่ยมทองตามที่ได้รับร้องเรียน ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และจังหวัดชลบุรี จำนวน ๑๒ ร้าน พบว่ามีการจัดทำฉลากตามประกาศคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก ฉบับที่ ๖ (พ.ศ. ๒๕๔๔) ลงวันที่ ๒ เมษายน ๒๕๔๔ เรื่อง ให้ทองรูปพรรณเป็นสินค้าที่ควบคุมฉลาก และประกาศคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก ฉบับที่ ๑๓ ลงวันที่ ๑๖ กันยายน ๒๕๔๕ เรื่อง ให้ทองรูปพรรณเป็นสินค้าที่ควบคุมฉลาก (ฉบับที่ ๒) ถูกต้อง





๔. ลงพื้นที่ตรวจสอบฉลากสินค้าทั่วไป ได้แก่ สินค้าประเภทอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือ เครื่องใช้สำนักงาน เครื่องใช้ภายในบ้าน กระเป๋าของขวัญปีใหม่ เครื่องเชื่อมไฟฟ้า เสื้อผ้า ชุดสังฆทานและชุดไทยธรรม รถยนต์ใช้แล้ว และเครื่องทำน้ำอุ่นไฟฟ้าและเครื่องทำน้ำร้อนไฟฟ้า จำนวน ๕๓ แห่ง พบว่า มีการจัดทำฉลากสินค้าถูกต้อง และจัดทำฉลากสินค้าไม่ถูกต้อง เนื่องจากไม่ระบุขนาด วันเดือนปีที่ผลิต ค่าเตือน ราคา และระบุวิธีใช้ ข้อเสนอแนะในการใช้ตามคู่มือการใช้งานที่บรรจุในกล่องซึ่งเป็นภาษาต่างประเทศ โดยได้แนะนำให้ผู้ประกอบการจัดทำฉลากให้ถูกต้อง และมายื่นคำขอความเห็นต่อคณะกรรมการว่าด้วยฉลากต่อไป



๕. สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้จัดโครงการมอบตราสัญลักษณ์ผู้ผลิตที่มีมาตรฐานปริมาณความบริสุทธิ์ของทองรูปพรรณที่ ๙๖.๕% ในวันที่ ๑๖ กันยายน ๒๕๖๓ โดยมีเลขานุการรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี (ดร.ธนกร วังบุญคงชนะ) เป็นประธานในพิธีฯ พร้อมมอบใบประกาศเกียรติคุณให้กับผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตทองรูปพรรณจำนวน ๖๕ ราย





๖. ลงพื้นที่ตรวจสอบฉลากสินค้าทั่วไป ได้แก่ สินค้าประเภทอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือ กองคุ้มครองผู้บริโภค ด้านฉลากได้ดำเนินการส่งสำนวนคดีเปรียบเทียบความผิด โดยผู้ต้องหายินยอมให้เปรียบเทียบความผิด ให้กองกฎหมาย และคดีดำเนินการ จำนวน ๙ คดี

๗. คณะกรรมการว่าด้วยฉลากได้ดำเนินการออกคำสั่งทางปกครองห้ามผู้ประกอบการใช้ข้อความบนฉลาก จำนวน ๓ คดี

๘. คณะกรรมการว่าด้วยฉลากได้ดำเนินการให้ความเห็นชอบเกี่ยวกับฉลากของสินค้า จำนวน ๒๕ คำขอ

## ผลการดำเนินงานสำคัญของกองคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา ในรอบปี ๒๕๖๓

การคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา เป็นมาตรการหนึ่งของ “การคุ้มครองผู้บริโภค” ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.๒๕๒๒ ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๔๑ ในอันที่จะให้การคุ้มครองแก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับการได้รับข้อมูลข่าวสาร รวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้อง และเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ดังนั้น การโฆษณาเพื่อจำหน่าย สินค้าหรือให้บริการต่าง ๆ จึงต้องมีการใช้ถ้อยคำ หรือข้อความที่ไม่มีลักษณะไม่เป็นจริง หรือเป็นเท็จ เข้าใจผิดในสาระสำคัญของสินค้าหรือบริการ อาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อสังคมเป็นการส่วนรวมก่อให้เกิดการสนับสนุนไม่ว่าจะโดยตรงหรือโดยอ้อมที่ทำให้มีการกระทำความผิดกฎหมายหรือศีลธรรมอันดีหรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ ก่อให้เกิดความแตกแยกหรือความสามัคคีในหมู่ประชาชน และอย่างอื่นที่กฎหมายกำหนดไม่ว่าจะเกิดจากการที่ผู้โฆษณาจะใช้ วิธีการ หรือ การดำเนินการไม่ว่าจะเป็นการอ้างอิงรายงานผลการศึกษาวิจัยทางวิชาการ สถิติหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันไม่เป็นความจริงหรือเกินความจริงหรือไม่ก็ตาม พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ ได้กำหนดให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาขึ้นมาเพื่อทำหน้าที่ในการควบคุมดูแลการโฆษณาสินค้าหรือบริการ

## จะโฆษณาอย่างไรไม่ให้ผิดกฎหมาย

ในกรณีที่ผู้ประกอบการมีข้อสงสัยว่า การใช้ข้อความโฆษณาของตนจะเป็นการฝ่าฝืนตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ หรือไม่นั้น ผู้ประกอบการสามารถสร้างความมั่นใจได้โดยวิธีการ “ขอความเห็น” ต่อคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา เพื่อพิจารณาข้อความโฆษณาของตน ว่าฝ่าฝืนหรือไม่ ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวผู้ประกอบการต้องทำการยื่นคำขอตามแบบที่ คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณากำหนดไว้โดยมีขั้นตอน และการดำเนินการ ดังนี้

๑. เมื่อผู้ประกอบการได้ยื่นคำขอตามแบบที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณากำหนดไว้ คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา จะดำเนินการพิจารณาข้อความโฆษณา และแจ้งผลการพิจารณาให้ผู้ประกอบการทราบภายในระยะเวลาไม่เกิน ๓๐ วัน นับจากวันที่ได้ยื่นคำขอ

๒. ผู้ประกอบการที่ยื่นคำขอต้องชำระค่าขอความเห็นและค่าป่วยการในการให้ความเห็นใน อัตราค่าบริการกรณีภาพยนตร์หรือแถบบันทึกเสียงหรือภาพ ๑๐,๐๐๐ บาท (หนึ่งหมื่นบาทถ้วน) ต่อ ๑ เรื่อง หรือข้อความอย่างอื่นในอัตราหน้าแรก ๑๐,๐๐๐ บาท (หนึ่งหมื่นบาทถ้วน) หน้าถัดไปหน้าละ ๕,๐๐๐ บาท (ห้าพันบาทถ้วน) ซึ่งค่าป่วยการดังกล่าวสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจะนำส่งคลังเป็นรายได้ของแผ่นดิน

๓. การให้ความเห็นของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา ไม่ถือว่าเป็นการตัดอำนาจของ คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาที่จะพิจารณาวินิจฉัยข้อความโฆษณานั้นใหม่ หากมีเหตุอันสมควร

๔. การกระทำใดที่ผู้ประกอบการได้กระทำไปตามความเห็นของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา ไม่ให้ถือว่าเป็นการกระทำดังกล่าวเป็น “ความผิดทางอาญา”

## แนวทางการพิสูจน์เพื่อแสดงความจริงเกี่ยวกับข้อความโฆษณาทำอย่างไร

ข้อความโฆษณาของผู้ประกอบการในปัจจุบันได้มีการนำเสนอในรูปแบบ และวิธีการต่างๆ อย่างมากมาย ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอโดยกล่าวอ้างข้อมูลการวิจัย สถิติหรือตัวเลขต่าง ๆ เพื่อให้เป็นจุดขายหรือเป็นที่สนใจจากผู้บริโภค ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวอาจเป็นการกระทำที่เป็นการฝ่าฝืนต่อกฎหมายได้ตั้งนั้นในการตรวจสอบว่า “ข้อความโฆษณา” ที่ได้มีการเผยแพร่ออกมาสู่ผู้บริโภคนั้นเป็นจริงหรือไม่ จึงต้องมีการกำหนดกฎเกณฑ์หรือกรอบในการพิจารณาว่าผู้ประกอบการจะต้องมีหน้าที่ในการพิสูจน์ความเป็นจริงของข้อความโฆษณาดังกล่าวอย่างไร และเพื่อความเป็นธรรมต่อผู้บริโภคและผู้ประกอบการ คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาจึงได้มีการกำหนดแนวทางในการพิสูจน์เพื่อแสดงความจริงเกี่ยวกับข้อความโฆษณาไว้ดังนี้

๑. กรณีต้องมีการพิสูจน์ข้อความโฆษณา ผู้ประกอบการมีระยะเวลาในการพิสูจน์ข้อความโฆษณา ๓๐ วัน นับจากวันที่ได้รับหนังสือให้ผู้ประกอบการทำการพิสูจน์แต่หากมีเหตุสุดวิสัย หรือพฤติการณ์พิเศษอย่างอื่น ผู้ประกอบการสามารถที่จะขอขยายระยะเวลาในการพิสูจน์ได้ตามสมควร

๒. กรณีที่เป็นการพิสูจน์ข้อความโฆษณาที่มีลักษณะของการกล่าวอ้างอิงเกี่ยวกับสถิติ ตัวเลข รายงานทางวิชาการหรือรางวัลใด ๆ ที่มีอยู่แล้ว ผู้ประกอบการมีหน้าที่ต้องนำเอกสารหลักฐานมาแสดงต่อคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา และไม่สามารถที่จะขยายระยะเวลาในการพิสูจน์ได้ หากผู้ประกอบการไม่สามารถแสดงเอกสารหลักฐานได้ให้ถือว่าเป็น “ผู้ประกอบการสละสิทธิ์” ในการที่จะพิสูจน์เกี่ยวกับข้อความโฆษณาดังกล่าว

๓. ในระหว่างการพิจารณาของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา คณะกรรมการฯ มีอำนาจในการที่จะออกคำสั่งอย่างใดอย่างหนึ่งให้ผู้ประกอบการปฏิบัติตาม เช่น ให้ทำการแก้ไขข้อความโฆษณา ห้ามใช้ข้อความโฆษณาหรือวิธีการโฆษณานั้น ห้ามใช้ข้อความโฆษณาหรือให้โฆษณาแก้ไขความเข้าใจผิดของผู้บริโภค เป็นต้น



๔. สำหรับกรณีที่มีการใช้ข้อความโฆษณาที่มีลักษณะเป็นความผิดชัดเจน เช่น การโฆษณาข้อความที่ไม่ถูกต้องตามข้อกำหนดของกฎกระทรวงฉบับที่ ๓, ๔, ๕, ๖ และ ๗ คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาจะมอบหมายให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นผู้ดำเนินการ ในการแจ้งให้ผู้ประกอบธุรกิจทำการชี้แจงข้อเท็จจริง และนำเสนอเอกสารหลักฐานเพื่อพิสูจน์ความจริงตามระยะเวลาพอสมควร หากผู้ประกอบธุรกิจไม่ทำการชี้แจงภายในระยะเวลาดังกล่าว ให้ถือว่า “ผู้ประกอบธุรกิจสละสิทธิ์” ในการชี้แจงข้อเท็จจริง

### ข้อความอย่างไรที่มีลักษณะเป็นการยืนยันข้อเท็จจริงที่ยากแก่การพิสูจน์

ปัจจุบันการใช้ข้อความโฆษณาของผู้ประกอบธุรกิจจำนวนมากมักมีการใช้ข้อความที่มีลักษณะของการเปรียบเทียบคุณสมบัติของสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบธุรกิจว่า มีคุณสมบัติที่ดีกว่าสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบธุรกิจรายอื่น ๆ ในประเภทเดียวกันที่มีการจำหน่ายอยู่ในท้องตลาด โดยการอ้างอิงหรือยืนยันข้อเท็จจริงต่าง ๆ แม้ว่าจะสามารถพิสูจน์ได้เนื่องจากการผ่านการรับรอง หรือการตรวจสอบเอกสารหลักฐานอย่างถี่ถ้วนแล้วก็ตาม โดยข้อความโฆษณาที่มีลักษณะที่ทำให้เกิดความยากในการพิสูจน์ เช่น “แห่งแรก” “แห่งเดียว” “รายแรก” “ครั้งแรก” หรือ “๑๐๐%” เป็นต้น ดังนั้น คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา จึงเห็นว่า เพื่อเป็นการหลีกเลี่ยงข้อขัดแย้งเกี่ยวกับปัญหาการพิสูจน์การใช้ข้อความโฆษณาของผู้ประกอบธุรกิจ จึงได้มีการขอความร่วมมือจากผู้ประกอบ ธุรกิจที่ใช้ข้อความโฆษณา หลีกเลี่ยงการใช้ข้อความโฆษณาที่ใช้ถ้อยคำว่า “ที่สุด” “แห่งแรก” และ “๑๐๐%” อย่างไรก็ตามก็ดีคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาได้กำหนดแนวทางในการปฏิบัติให้แก่ผู้ประกอบธุรกิจที่มีความต้องการที่จะใช้ถ้อยคำดังกล่าว คือ

(๑) ต้องมีหลักฐานแสดงให้เห็นว่าข้อความโฆษณาดังกล่าวสามารถทำการโฆษณาได้ ในประเทศที่มีกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคที่เชื่อถือได้ เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศญี่ปุ่น ประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน หรือประเทศออสเตรเลีย เป็นต้น

(๒) มีหนังสือรับรองผลการตรวจสอบของส่วนราชการหรือหน่วยงานในประเทศไทย หรือของต่างประเทศ ที่เป็นส่วนราชการหรือหน่วยงานผู้ชำนาญการหรือมีอำนาจหน้าที่ตรวจสอบ เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่โฆษณานั้น ๆ หรือสถาบันที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณายอมรับ

### หากมีคำสั่งของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาจะอย่างไร

เมื่อผู้ประกอบธุรกิจที่มีการใช้ข้อความโฆษณาในการจำหน่ายสินค้าหรือบริการเพื่อชักชวน เชิญชวนให้ผู้บริโภคให้ความสนใจ และซื้อสินค้าหรือบริการดังกล่าว หากปรากฏว่า คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาได้มีการพิจารณาข้อความโฆษณาดังกล่าว พร้อมทั้งมีความเห็นว่า การใช้ข้อความโฆษณาดังกล่าวฝ่าฝืนกฎหมาย และมีคำสั่งเกี่ยวกับการใช้ข้อความโฆษณา ห้ามใช้ข้อความโฆษณาให้ทำการแก้ไขข้อความโฆษณา หรือให้ทำการโฆษณาแก้ไขความเข้าใจผิดของผู้บริโภค เป็นต้น ดังนั้น คำสั่งของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา จึงมีผลกระทบต่อผู้ประกอบธุรกิจเป็นอย่างมาก ในการดำเนินการประกอบธุรกิจ จึงมีการเปิดโอกาสให้แก่ผู้ประกอบธุรกิจในการอุทธรณ์คำสั่งดังกล่าวได้กล่าวคือ ผู้ที่มีสิทธิในการอุทธรณ์คำสั่งประกอบไปด้วย

- (๑) ผู้ทำการโฆษณา
- (๒) ผู้ประกอบกิจการโฆษณา
- (๓) เจ้าของสื่อโฆษณา

โดยการอุทธรณ์คำสั่งนั้น ผู้มีสิทธิอุทธรณ์จะต้องทำการอุทธรณ์คำสั่งต่อคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ภายใน ๑๐ วัน นับจากวันที่ผู้อุทธรณ์ได้รับคำสั่ง อย่างไรก็ตามการอุทธรณ์ดังกล่าวไม่ถือว่าเป็น “การทุลาการบังคับ” ตามคำสั่งของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา เว้นเสียแต่คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจะมีคำสั่งเป็นอย่างอื่น

## การดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ด้านโฆษณาในปี พ.ศ. ๒๕๖๓

### ๑. การดำเนินงานด้านการรับเรื่องร้องทุกข์

๑.๑ สถิติเรื่องร้องเรียน จำนวน ๑๐,๗๓๙ ราย

- เรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับสินค้าบริการทั่วไป เช่น เสริมความงาม ท่องเที่ยว บริการทั่วไป จำนวน ๕,๐๑๐ ราย ยุติเรื่อง ๒,๑๗๑ ราย อยู่ระหว่างการดำเนินการ จำนวน ๒,๘๓๙ ราย

- ศูนย์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน ๓,๙๕๖ ราย ยุติเรื่อง ๒,๗๐๓ ราย อยู่ระหว่างการดำเนินการ จำนวน ๑,๒๕๓ ราย

๑.๒ การดำเนินการของคณะกรรมการพิจารณาถ้อยแถลงเรื่องร้องทุกข์จากผู้บริโภคด้านโฆษณาและบริการ ได้พิจารณาเรื่องร้องทุกข์ที่เกี่ยวกับการโฆษณาและบริการ จำนวน ๒๘ ครั้ง มีมติเสนอคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อพิจารณาฟ้องดำเนินคดีแทนผู้บริโภค จำนวน ๒๖ เรื่อง และยุติเรื่องร้องเรียน จำนวน ๖๐ เรื่อง รวมทั้งสิ้น ๘๖ เรื่อง รวมจำนวนเงินทั้งสิ้น ๒,๐๔๒,๑๐๖.๖๖ บาท (สองล้านสี่หมื่นสองพันหนึ่งร้อยหกบาทหกสิบบาทหกสตางค์ถ้วน)

๑.๓ ตัวอย่างการฟ้องดำเนินคดีแทนผู้บริโภคที่ได้รับผลกระทบจากการซื้อสินค้าหรือการใช้บริการในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดต่อเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ (Covid 19) เช่น

๑) กรณีการได้รับความเสียหายจากการจองตั๋วโดยสารสายการบินของบริษัท สายการบินนกแอร์ จำกัด บริษัท ไทยไลอ้อน แอร์ จำกัด และบริษัท สายการบินนกสกาย จำกัด ผ่านเว็บไซต์ [www.traveloka.com](http://www.traveloka.com) ดำเนินการโดยบริษัท ทวีแอลเคเซอร์วิส จำกัด ซึ่งเป็นนิติบุคคลที่มีวัตถุประสงค์ ประกอบธุรกิจนำเที่ยวหรือท่องเที่ยว รวมทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการนำเที่ยวหรือท่องเที่ยวทุกชนิด เป็นตลาดกลางในการซื้อขายสินค้าหรือบริการโดยวิธีใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ผู้ร้องเรียนประมาณ ๒,๕๐๐ ราย รวมเป็นจำนวนเงินมากกว่า ๒๐ ล้านบาท

๒) กรณีการได้รับความเสียหายจากการซื้อทัวร์ท่องเที่ยวกับบริษัท ทราวานโก้ จำกัด ผู้ร้องเรียนประมาณ ๑๔ ราย มูลค่าความเสียหายประมาณ ๔๗๔,๔๓๒ บาท

๓) กรณีการได้รับความเสียหายจากการสมัครสมาชิก Be SNAPP Privilege Card กับบริษัท บีอิง் สมาร์ท จำกัด แต่ปรากฏว่าบริษัทฯ ไม่ปฏิบัติตามสัญญาที่ผู้ร้องจะได้รับสิทธิประโยชน์ตามสิทธิผู้ร้องเรียนประมาณ ๒๘ ราย มูลค่าความเสียหายประมาณ ๒,๘๗๑,๔๐๐ บาท

๔) กรณีการได้รับความเสียหายจากการซื้อบัตรงาน KNIVAL 2019 ดำเนินการโดยบริษัท ควีน เจ เอนท์ จำกัด โดยซื้อกับบริษัท ทิคเก็ตเมลอน จำกัด ผ่าน [www.ticketmelon.com](http://www.ticketmelon.com) ต่อมาบริษัท ควีน เจ เอนท์ จำกัด ประกาศยกเลิกการจัดงาน KNIVAL 2019 ผู้ร้องเรียนประมาณ ๘๕ ราย มูลค่าความเสียหายประมาณ ๕๐๒,๖๓๖ บาท

## ๒. การดำเนินงานด้านการตรวจสอบข้อความโฆษณา

## ๒.๑ สถิติการเฝ้าระวังตรวจสอบโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ

ลำดับที่	สื่อโฆษณา	การตรวจสอบ		
		ปฏิบัติถูกต้อง	ปฏิบัติไม่ถูกต้อง	รวม (ราย)
๑.	สื่ออินเทอร์เน็ต	๓๒๑	๒๕๕	๕๗๖
๒.	สื่อโทรทัศน์	๑๐๘	-	๑๐๘
๓.	สื่อป้ายโฆษณา	๓๒	๔๔	๗๖
๔.	แผ่นพับ/โบรชัวร์	๖๒๑	๑๘	๖๓๙
	รวม	๑,๐๘๒	๓๑๗	๑,๓๙๙

๒.๒ การดำเนินการของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา ได้ออกคำสั่งห้ามโฆษณาตามมาตรา ๒๗ แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ จำนวน ๑๐ คำสั่ง และนำเรื่องเสนอเปรียบเทียบคิดเป็นเงินจำนวนทั้งสิ้น ๑,๑๔๐,๐๐๐ บาท (หนึ่งล้านหนึ่งแสนสี่หมื่นบาทถ้วน) ประกอบกับพนักงานเจ้าหน้าที่ได้ตรวจพบการกระทำความผิดซึ่งผู้ประกอบการยินยอมให้เปรียบเทียบ จำนวน ๑๓ ราย คิดเป็นเงินจำนวนทั้งสิ้น ๑,๕๐๔,๐๐๐ บาท (หนึ่งล้านห้าแสนสี่พันบาทถ้วน) รวมจำนวนเงินทั้งสิ้น ๒,๖๔๕,๐๐๐ บาท (สองล้านหกแสนสี่หมื่นห้าพันบาทถ้วน)

๓. การบรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้ข้อความโฆษณาตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ และฉบับที่แก้ไขให้แก่ภาครัฐและภาคเอกชน



## ผลการดำเนินงานสำคัญของกองคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา ในรอบปี ๒๕๖๓

### กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา

กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา (กคส.) มีภารกิจและอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในด้านสัญญา ตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภค การแก้ไขปัญหาเรื่องร้องทุกข์จากผู้บริโภค ตลอดจนการกำกับดูแล ตรวจสอบผู้ประกอบการ และการดำเนินงานเกี่ยวกับงานเลขานุการของคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา ซึ่งเป็นคณะกรรมการเฉพาะเรื่อง คณะอนุกรรมการที่คณะกรรมการว่าด้วยสัญญาแต่งตั้ง และคณะอนุกรรมการที่คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคแต่งตั้ง ให้ดำเนินการเกี่ยวกับเรื่องร้องทุกข์ของผู้บริโภคในส่วนที่เกี่ยวกับสัญญา หลักฐานการรับเงิน สัญญารับประกันหรือสัญญา ค่าประกัน ตรวจสอบข้อความในสัญญา หลักฐานการรับเงิน สัญญารับประกันหรือสัญญา ค่าประกันตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภค และปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมาย

### ฝ่ายควบคุม กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา

ผลการปฏิบัติราชการของคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ ที่สำคัญมีรายละเอียด ดังนี้

#### ๑. พิจารณาประกาศคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา จำนวน ๑ เรื่อง ดังนี้

คณะกรรมการว่าด้วยสัญญา ได้พิจารณาจัดทำมาตรการเพื่อกำกับดูแล ควบคุม และอำนวยความสะดวก ความเป็นธรรมให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งปัจจุบันสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้รับเรื่องร้องทุกข์จากผู้บริโภคจำนวนมาก ที่ได้ทำสัญญาใช้บริการเสริมความงามกับสถานเสริมความงาม แต่ไม่ได้รับความเป็นธรรมจากการทำสัญญาดังกล่าว และไม่ปฏิบัติตามที่ตกลงกันไว้ ใช้ข้อสัญญาไม่เป็นธรรม มีข้อยกเว้นหรือจำกัดความรับผิด ซึ่งเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค เช่น ผู้ประกอบธุรกิจสงวนสิทธิที่จะไม่คืนเงินไม่ว่ากรณีใด ๆ ขอสงวนสิทธิในการเปลี่ยนแปลงค่าสมาชิกหรือค่าบริการตามที่เห็นสมควร ไม่ระบุวันเริ่มต้นหรือวันสิ้นสุด จากข้อเท็จจริงข้างต้นสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคพิจารณาแล้วเห็นว่า พฤติกรรมดังกล่าวเป็นการกระทำที่ไม่ถูกต้อง และเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค เพื่อให้มีความสอดคล้องกับสถานการณ์ และสภาพสังคมในปัจจุบัน อันเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการคุ้มครองผู้บริโภค คณะกรรมการว่าด้วยสัญญาจึงได้มีการพิจารณา ยก (ร่าง) ประกาศคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา เรื่อง ให้ธุรกิจการให้บริการเสริมความงามเป็นธุรกิจที่ควบคุมรายการในหลักฐานการรับเงิน พ.ศ... ขึ้น เพื่อเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคในมิติของการใช้บริการเสริมความงามกับสถานเสริมความงาม

ทั้งนี้ ก่อนการออกประกาศดังกล่าว กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญาจัดประชุมรับฟังความคิดเห็นเกี่ยวกับ (ร่าง) ประกาศคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา เรื่อง “ให้ธุรกิจการให้บริการเสริมความงามเป็นธุรกิจที่ควบคุมรายการในหลักฐานการรับเงิน พ.ศ...” ซึ่งได้รับความร่วมมือจากภาคส่วนต่าง ๆ เข้าร่วมรับฟังรายละเอียดเกี่ยวกับสาระสำคัญของ (ร่าง) ประกาศดังกล่าว โดยผู้เข้าร่วมประชุมสัมมนาฯ ประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน



ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา ผู้แทนกรมการปกครอง ผู้แทนกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ สมาคมเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค สมาพันธ์ชมรมคุ้มครองผู้บริโภค และตัวแทนภาคเอกชน ได้แก่ สมาคมสปาไทย สมาพันธ์สปาไทย และผู้แทนผู้ประกอบการที่ให้บริการเสริมความงาม เมื่อวันศุกร์ที่ ๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๓ ณ ห้องประชุม ๕ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งต่อมาได้มีประกาศคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา เรื่อง ให้ธุรกิจการให้บริการเสริมความงามเป็นธุรกิจที่ควบคุมรายการในหลักฐานการรับเงิน พ.ศ.๒๕๖๓” (ประกาศลงราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ ๑๓ มิถุนายน ๒๕๖๓) มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ ๑๒ กันยายน ๒๕๖๓

## ๒. การพิจารณาทบทวน ปรับปรุง ประกาศคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา

คณะกรรมการว่าด้วยสัญญา ได้พิจารณาจัดทำมาตรการเพื่อกำกับดูแล ควบคุม และอำนวยความสะดวกความเป็นธรรมให้แก่ผู้บริโภค ดังนี้

๑. ประกาศคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา เรื่อง ให้ธุรกิจการให้กู้ยืมเงินเพื่อผู้บริโภคของสถาบันการเงินเป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญา พ.ศ. ๒๕๕๔”

๒. ประกาศคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา เรื่อง ให้ธุรกิจขายห้องชุดเป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญา พ.ศ. ๒๕๕๓”

## ๓. การตรวจสอบผู้ประกอบการธุรกิจ

๑. ระหว่างวันที่ ๑๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๓ ถึงวันที่ ๒๕ มีนาคม ๒๕๖๓ กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญาได้ลงพื้นที่ตรวจสอบสัญญาจอร์แดนของผู้ประกอบการธุรกิจขายรถยนต์ที่มีการจองตามคณะกรรมการว่าด้วยสัญญาได้มีประกาศคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา เรื่อง ให้ธุรกิจการขายรถยนต์ที่มีการจองเป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญา พ.ศ. ๒๕๕๑ ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ ๑ ธันวาคม ๒๕๕๑ ณ สถานประกอบการของผู้ประกอบการธุรกิจ (โชว์รูม) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ทั้งสิ้น จำนวน ๑๖๘ แห่ง ได้แก่

- ๑) บริเวณถนนรามอินทรา จำนวน ๒๒ โชว์รูม
- ๒) บริเวณถนนแจ้งวัฒนะ-ราชพฤกษ์ จำนวน ๒๑ โชว์รูม
- ๓) บริเวณถนนวิภาวดีรังสิต-ตลาดไท จำนวน ๒๔ โชว์รูม
- ๔) บนถนนวิภาวดีรังสิต-ดินแดง จำนวน ๒๒ โชว์รูม
- ๕) บนถนนกาญจนาภิเษก และถนนตลิ่งชัน-สุพรรณบุรี จำนวน ๒๗ โชว์รูม
- ๖) บนถนนบางนา-ตราด จำนวน ๒๖ โชว์รูม
- ๗) บนถนนงามวงศ์วาน-รัตนาธิเบศร์ จำนวน ๑๒ โชว์รูม
- ๘) บนถนนพหลโยธิน จำนวน ๑๔ โชว์รูม



๒. ระหว่างวันที่ ๑๒ พฤษภาคม ๒๕๖๓ ถึงวันที่ ๒๙ พฤษภาคม ๒๕๖๓ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ได้มีหนังสือเชิญกรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันบริษัทผู้จำหน่ายรถยนต์ และกรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันบริษัทผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ มาพบพนักงานเจ้าหน้าที่ เพื่อให้ถ้อยคำและรับทราบแนวทางผลการตรวจสอบสัญญาฯ ตามประกาศคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา เรื่อง ให้ธุรกิจการขายรถยนต์ที่มีการจองเป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญา พ.ศ. ๒๕๕๑ ณ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

๓. กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา จัดทำโครงการตรวจสอบผู้ประกอบการขายรถยนต์ที่มีการจอง (จังหวัดสิงห์บุรี ปทุมธานี พระนครศรีอยุธยา และสุพรรณบุรี) โดยมีกำหนดลงพื้นที่ตรวจสอบระหว่างวันที่ ๑๙ - ๒๔ กรกฎาคม ๒๕๖๓ เพื่อให้ผู้ประกอบการขายรถยนต์ที่มีการจองปฏิบัติตามกฎหมายที่กำหนด จำนวนทั้งสิ้น จำนวน ๓๐ แห่ง



๔) วันที่ ๘ พฤษภาคม ๒๕๖๓ นายเทวัญ ลิปตพัลลภ รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี ในฐานะประธาน กรรมการคุ้มครองผู้บริโภค พร้อมด้วย พล.ต.ต.ประสิทธิ์ เฉลิมวุฒิศักดิ์ เลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค พร้อมเจ้าหน้าที่ สคบ. ลงพื้นที่ตรวจสอบผู้ประกอบการธุรกิจให้ธุรกิจให้เช่าอาคารเพื่ออยู่อาศัยที่มีมาตรการช่วยเหลือผู้บริโภค ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ (COVID-19) ณ หอพักสุขใจเพลส (Sookjai Place) บริเวณหลังมหาวิทยาลัยรามคำแหง เพื่อให้เป็นไปตามประกาศคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา เรื่อง ให้ธุรกิจให้เช่าอาคาร เพื่ออยู่อาศัยเป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญา พ.ศ. ๒๕๖๒

๕) กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา จัดทำโครงการลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) แนวทางการช่วยเหลือผู้บริโภคกรณีสถาบันการเงินไม่อนุมัติสินเชื่อเพื่อชำระค่าอสังหาริมทรัพย์ ในวันพุธที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๓ ณ ศูนย์ประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี โดยมีผู้ประกอบการด้านอสังหาริมทรัพย์ที่ให้ความสนใจเข้าร่วมลงนามในบันทึกข้อตกลงดังกล่าว จำนวน ๑๒ แห่ง ได้แก่ ๑. สมาคมอสังหาริมทรัพย์ไทย ๒. สมาคมอาคารชุดไทย ๓. สมาคมธุรกิจบ้านจัดสรร ๔. บริษัท พุกกา เรียวเอสเตท จำกัด (มหาชน) ๕. บริษัท แผ่นดินทอง พร็อพเพอร์ตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) ๖. บริษัท ลลิล พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) ๗. บริษัท แลนด์แอนด์เฮาส์ จำกัด (มหาชน) ๘. บริษัท เสนาดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) ๙. บริษัท ออริจิ้น พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) ๑๐. บริษัท กานดา พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด ๑๑. บริษัท จี แลนด์ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด ๑๒. บริษัท อินสไปร์ เรสซิเดนซ์ จำกัด



การจัดทำโครงการสัมมนาเพิ่มศักยภาพของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน เพื่อการดำเนินงานแก้ไขปัญหาให้แก่ผู้บริโภค ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค โดยกองคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา มีภารกิจภารกิจเกี่ยวกับการรับเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคด้านอสังหาริมทรัพย์ (บ้านจัดสรร อาคารชุด การจัดสรรที่ดิน นิติบุคคลบ้านจัดสรร-อาคารชุด) และการกำกับดูแล ตรวจสอบผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับการควบคุมสัญญา และหลักฐานการรับเงินที่คณะกรรมการว่าด้วยสัญญา กำหนดให้ธุรกิจใดธุรกิจหนึ่งเป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญาหรือควบคุมหลักฐานการรับเงิน เช่น บัตรเครดิต อาคารชุด ให้บริการซ่อมรถยนต์ ขายเป็นต้นแล้ว ธุรกิจเช่าซื้อรถยนต์และรถจักรยานยนต์ เป็นต้น ซึ่งในปีงบประมาณที่ผ่านมาผ่านเลขาธิการ คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค มีนโยบายที่จะผลักดันให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ดำเนินการตามแผนงาน/โครงการด้านการคุ้มครองผู้บริโภคภายใต้กรอบแนวทางของยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค รวมทั้งกำกับติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์และทบทวนปรับปรุงค่าเป้าหมาย

รวมถึงกลยุทธ์ให้สอดคล้องและเหมาะสมต่อการเปลี่ยนแปลงของบริบททางสังคม เพื่อให้สอดคล้องและเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ ๒๐ ปี แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ แผนปฏิรูปประเทศทั้ง ๑๑ ด้าน แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) และแผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

รวมถึงเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ของรัฐบาลกองคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา จัดทำโครงการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อทบทวนกระบวนการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญาให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนาศักยภาพ และเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา

รวมถึงพิจารณากระบวนการดำเนินการปฏิบัติงานตามภารกิจของกองคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา ให้มีความสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคและแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ และสามารถนำไปปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในระหว่างวันที่ ๒๒ - ๒๓ สิงหาคม ๒๕๖๓ ณ โรงแรมพินนาเคิล แกรนด์ จอมเทียน รีสอร์ท จังหวัดชลบุรี



### ฝ่ายรับเรื่องร้องทุกข์ กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา

ในปีงบประมาณ ๒๕๖๓ กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา ได้รับเรื่องร้องทุกข์จากผู้บริโภคจำนวน ๒,๐๙๘ ราย และได้มีการแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภคจนได้ข้อยุติ จำนวน ๑,๑๒๙ ราย ปัจจุบันยังอยู่ในระหว่างดำเนินการ จำนวน ๘๖๐ ราย

### ผลการดำเนินงานแก้ไขปัญหาเรื่องร้องทุกข์จากผู้บริโภคที่สำคัญ

กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา ได้รับเรื่องร้องทุกข์จากผู้บริโภค จำนวนกว่า ๑๐ ราย กรณีทำสัญญาจะซื้อจะขายห้องชุด ในโครงการ วิช ชิกเนเจอร์ ๒ มิตรทาวน์สยาม กับบริษัท สยามนิววิตร จำกัด ต่อมาบริษัทฯ ก่อสร้างไม่แล้วเสร็จตามสัญญา เนื่องจากในระหว่างบริษัทฯ ได้จัดทำรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม (EIA) กับส่วนราชการ มีการร้องเรียนไปยังหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องว่าโครงการไม่สามารถก่อสร้างได้ตามกฎหมาย ส่งผลให้แผนงานการก่อสร้างต้องปรับขยายเวลาการดำเนินการออกไปเท่ากับระยะเวลาที่เสียไปเพื่อการดำเนินการดังกล่าวเป็นระยะเวลาประมาณ ๒๔ เดือน นับแต่วันกำหนดการโอนกรรมสิทธิ์ห้องชุดที่จะซื้อจะขายที่ระบุไว้ในสัญญา ซึ่งไม่ใช่เหตุที่บริษัทฯ จะนำมาอ้างเพื่อขยายระยะเวลาได้ การกระทำดังกล่าวจึงเป็นการละเมิดสิทธิของผู้ร้อง ประกอบกับบริษัทฯ ยังประกอบธุรกิจขายห้องชุดให้แก่บุคคลเป็นการทั่วไป การดำเนินคดีแพ่งแก่บริษัทฯ แทนผู้ร้อง จึงเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคโดยรวม



ตามมาตรา ๓๙ แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.๒๕๒๒ เรื่องร้องทุกข์ดังกล่าว คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคใช้อำนาจตามมาตรา ๓๙ แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ มอบหมายให้เจ้าหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภคดำเนินคดีแพ่งแก่บริษัท สยามนิวตริ จำกัด โครงการ วิช ชิกเนเจอร์ ๒ มิตรทาวน์สยาม แทนผู้ร้องซึ่งเป็นผู้บริโภค เพื่อบังคับให้บริษัท สยามนิวตริ จำกัด คืนเงินให้แก่ผู้ร้อง พร้อมดอกเบี้ยตามสัญญา ทั้งนี้ ให้รวมถึงผู้บริโภครายอื่น ๆ ที่ร้องทุกข์ไว้แล้ว และที่จะมาร้องทุกข์เพิ่มเติมภายหลัง ซึ่งมีลักษณะเรื่องทำนองเดียวกัน โดยมีมูลค่าความเสียหายรวมเป็นเงินกว่า ๑๔ ล้านบาท



## ผลงานสำคัญของกองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง ในปีงบประมาณ ๒๕๖๓

### กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

#### ๑. ตรวจสอบธุรกิจที่อาจมีการฝ่าฝืนกฎหมายของ สคบ.

วันศุกร์ที่ ๑๓ มีนาคม ๒๕๖๓ เวลา ๑๔.๐๐ น. พล.ต.ต. ประสิทธิ์ เฉลิมวุฒิศักดิ์ เลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค มอบหมายให้นายเลิศศักดิ์ รักธรรม นิตกรชำนาญการพิเศษ นายณัชภัทร ขาวแก้ว นักสืบสวนสอบสวนชำนาญการพิเศษ พร้อมเจ้าหน้าที่ สคบ. ลงพื้นที่ตรวจสอบบริษัทย่านพระรามเก้า เบื้องต้นตรวจสอบรูปแบบธุรกิจและพฤติกรรมบริษัทที่อาจมีการฝ่าฝืนกฎหมายของ สคบ. ทั้งนี้จะนำข้อมูลมาประกอบพิจารณาเพื่อดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้องต่อไป



#### ๒. หาหรือแนวทางมาตรการควบคุมกำกับดูแลและส่งเสริมการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง

วันอังคารที่ ๑๗ มีนาคม ๒๕๖๓ พล.ต.ต. ประสิทธิ์ เฉลิมวุฒิศักดิ์ เลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค มอบหมายให้ นายเดชาวัต แจ่มชื่น ผู้อำนวยการกองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงจัดประชุมหาหรือแนวทางและมาตรการควบคุมกำกับดูแลและส่งเสริมการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงโดยเชิญหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ธนาคารแห่งประเทศไทย กรมสรรพากร กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (กองพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์) สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเข้าร่วมประชุม ณ ห้องประชุม ๕ สคบ.

### ๓. การประชาสัมพันธ์มาตรการป้องกันและควบคุมการระบาดของไวรัสโคโรนา (COVID-19)

กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค โดยกองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง ตระหนักถึงความสำคัญของสถานการณ์ COVID-19 จึงขอความร่วมมือผู้ประกอบการที่มีความประสงค์จะยื่นคำขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง รวมทั้งการติดต่อประสานงานในเรื่องอื่น ๆ ที่ไม่มีความจำเป็นเร่งด่วนหรือไม่ได้มีนัดหมายไว้ล่วงหน้า ให้เปลี่ยนช่องทางการติดต่อผ่านช่องทาง ดังนี้ กรณีการยื่นคำขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

๑) ผู้ประกอบการสามารถดาวน์โหลดคำขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงผ่านเว็บไซต์ [www.ocpb.go.th](http://www.ocpb.go.th) ส่งเอกสารทางไปรษณีย์ตามที่อยู่ สคบ. หรือยื่นคำขอออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ <https://biz.govchannel.go.th>

๒) กรณีการจัดส่งเอกสารเพิ่มเติมเพื่อประกอบการพิจารณารับจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง ติดต่อนัดหมายเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบได้ที่ ๐๒-๑๔๑-๓๔๒๐-๒๒ จัดส่งเอกสารทางไปรษณีย์ตามที่อยู่ สคบ. หรือยื่นคำขอออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ <https://biz.govchannel.go.th>

๓) กรณีการติดต่อประสานงานในเรื่องอื่น ๆ ให้ติดต่อโทรศัพท์หมายเลข ๐๒-๑๔๑-๓๔๒๐-๒๒ หรือ อีเมล [directsle@ocpb.mail.go.th](mailto:directsle@ocpb.mail.go.th)

๔) ส่งเอกสารทางไปรษณีย์ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง เลขที่ ๑๒๐ อาคารรัฐประศาสนภักดี ชั้น ๕ ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ ๘๐ พรรษาฯ ถนนแจ้งวัฒนะ แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ ๑๐๒๑๐

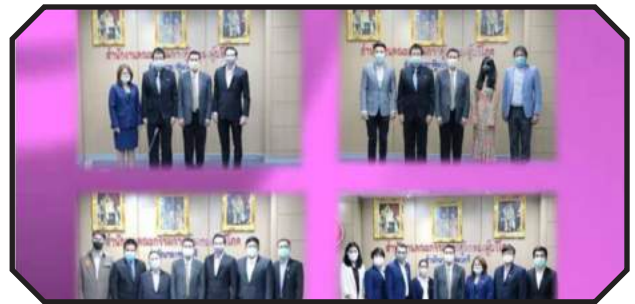
### ๔. สคบ. เข้มงวดตลาดออนไลน์ขายหน้ากากอนามัยราคาสูงเกิน

กรณีการแพร่ระบาดของโรคติดต่อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ (COVID-19) ได้แพร่ระบาดอย่างรวดเร็วไปยังหลายพื้นที่ ทำให้ราคาหน้ากากอนามัย แอลกอฮอล์ชนิดน้ำ มีการปรับราคาสูงขึ้น เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคอย่างมากและยังเป็นการฝ่าฝืน พ.ร.บ. ว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. ๒๕๔๒ และประกาศคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ ฉบับที่ ๑๐ พ.ศ. ๒๕๖๓ เรื่องการกำหนดราคาจำหน่ายและการแจ้งข้อมูลหน้ากากอนามัย นอกจากนี้ยังพบว่ามีจำหน่ายหน้ากากอนามัย แอลกอฮอล์ล้างมือชนิดเจล และชนิดน้ำที่ไม่ได้คุณภาพโดยมีแอลกอฮอล์เป็นส่วนประกอบต่ำกว่าร้อยละ ๗๐ รวมถึงแอลกอฮอล์ที่มีส่วนผสมของเมทานอล หรือ เมทิลแอลกอฮอล์ ซึ่งห้ามนำมาใช้กับร่างกายและอาจเกิดอันตรายถึงชีวิตได้

สคบ. โดยกองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง ซึ่งเป็นหน่วยงานที่อำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงเพื่อให้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงปฏิบัติ (ตามกฎหมายตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ.๒๕๔๕ (แก้ไขเพิ่มเติม) รวมทั้งกฎหมายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องโดยเคร่งครัด) จึงขอให้บริษัทฯ ตรวจสอบการตั้งราคาและการโฆษณาของร้านค้าในแพลตฟอร์มและดำเนินการถูกระเบียบของบริษัทฯ โดยถือให้เป็นมาตรการที่ต้องดำเนินการโดยทันที

### ๕. สคบ. หรือผู้ประกอบการรับมือธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงที่เปลี่ยนแปลง

วันอังคารที่ ๑๖ มิถุนายน ๒๕๖๓ เวลา ๑๐.๐๐ น. เลขานุการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมอบหมาย นายสุวิทย์ วิจิตรโสภาน ผู้อำนวยการสำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภค รักษาการแทนผู้อำนวยการ กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงเป็นประธานหารือรับฟังการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงที่มีการเปลี่ยนแปลงไป โดยนำเอารูปแบบการจ่ายผลตอบแทนธุรกิจขายตรงไปใช้กับการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง



**๖. สคบ. แอร์ลูกโซ่แบบออนไลน์ ไม่ใช้ธุรกิจขายตรง**  
 สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ได้รับเรื่องราวร้องเรียนจากประชาชนว่ามีการชักชวน ให้ร่วมลงทุนผ่านแอปพลิเคชัน โดยยิ่งชักชวนคนให้เข้ามาในระบบมาก ก็จะได้รับผลตอบแทนมากซึ่งผลตอบแทนดังกล่าว เกิดจากจำนวนสมาชิกใหม่ที่เพิ่มมากขึ้น เมื่อชักชวนคนให้เข้ามาในระบบแล้วผู้ที่เข้ามาในระบบจะต้องชำระค่าธรรมเนียม และเมื่อคนที่เข้ามาในระบบไปหาสมาชิกรายใหม่ให้มาสมัครได้ ก็จะได้รับผลตอบแทน ซึ่งในขณะนี้สำนักงานตำรวจแห่งชาติ โดยกองบังคับปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเศรษฐกิจ (ปอศ.) ได้กำลังจับตาและสืบสวนเพื่อดำเนินคดีตามกฎหมาย



**๗. สคบ. แอร์ลูกโซ่แบบออนไลน์ ไม่ใช้ธุรกิจขายตรง**  
 สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ได้รับเรื่องราวร้องเรียนจากประชาชนว่ามีการชักชวนให้ร่วมลงทุนผ่านแอปพลิเคชัน โดยยิ่งชักชวนคนให้เข้ามาในระบบมาก ก็จะได้รับผลตอบแทนมาก ซึ่งผลตอบแทนดังกล่าว เกิดจากจำนวนสมาชิกใหม่ที่เพิ่มมากขึ้น เมื่อชักชวนคนให้เข้ามาในระบบแล้วผู้ที่เข้ามาในระบบจะต้องชำระค่าธรรมเนียมและเมื่อคนที่เข้ามาในระบบไปหาสมาชิกรายใหม่ให้มาสมัครได้ก็จะได้รับผลตอบแทน ซึ่งในขณะนี้สำนักงานตำรวจแห่งชาติ โดยกองบังคับปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเศรษฐกิจ (ปอศ.) ได้กำลังจับตาและสืบสวนเพื่อดำเนินคดีตามกฎหมาย

สคบ. จึงขอเตือนประชาชนอย่าหลงเชื่อ ใช้สติในการวิเคราะห์อย่างรอบด้าน และความสมเหตุสมผลในการประกอบธุรกิจ ซึ่งพฤติกรรมหลอกลวงได้เปลี่ยนแปลงรูปแบบไปจากเดิมเป็นอย่างมากซึ่งในปัจจุบันรูปแบบการหลอกลวงให้ประชาชนร่วมลงทุนได้มีการนำสินค้าเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการโน้มน้าวใจหรือชักจูงใจให้ผู้ที่จะลงทุนเกิดความมั่นใจและเข้าร่วมลงทุน สคบ. ขอเตือนภัยแอร์ลูกโซ่รูปแบบใหม่ในรูปแบบออนไลน์ให้ประชาชนได้รับทราบเพื่อไม่ให้ตกเป็นเหยื่อของแอร์ลูกโซ่ ดังนี้

- ๑) การเก็บค่าสมัครสมาชิกจำนวนมาก เช่น ๑,๐๐๐ หรือ ๑,๕๐๐ บาท เพื่อเป็นค่าสมัครสมาชิก โดยหลังจากสมัครสมาชิกแล้วผู้สมัครจะมีชื่อเรียก เช่น VIP หรือ ชื่อเรียกเป็นตำแหน่งต่าง ๆ เป็นต้น
- ๒) บังคับให้สมัครสมาชิกร่วมลงทุนซื้อสินค้าเป็นแพคเกจ (Package) ที่กำหนดไว้ เช่น ซื้อแพคเกจที่มีราคาสูงก็จะได้รับตำแหน่งทางธุรกิจที่สูงขึ้น เป็นต้น

๓) คุณภาพสินค้าเมื่อเปรียบเทียบราคาที่จ่ายไปแล้ว ไม่สมเหตุสมผลกัน โดยสินค้าส่วนใหญ่มักจะเป็นสินค้านำเข้า แต่ไม่มีการจัดทำฉลากสินค้าเป็นภาษาไทย

๔) รายได้หลักหามาได้จากสมาชิกใหม่ หรือ ชักชวนสมาชิกใหม่ให้ร่วมลงทุน ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นกรณีของการที่ผู้แนะนำได้แนะนำสมาชิกใหม่ให้ระบบ และเมื่อสมาชิกใหม่ชำระค่าสมาชิกแล้วผู้แนะนำก็จะได้ค่าแนะนำจากการหาสมาชิก

๕) เน้นการหาสมาชิกใหม่ หรือ ชักชวนสมาชิกใหม่ให้เข้าร่วมเป็นเครือข่าย และเมื่อสมาชิกใหม่เข้าร่วมเป็นเครือข่ายแล้วจะได้แนะนำให้สมาชิกคนนั้น ไปหาสมาชิกใหม่ไปอีกเรื่อย ๆ โดยไม่สนใจการขายสินค้าไปยังผู้บริโภค

๖) การชักชวนมักจะแสดงรายได้ที่ได้รับจากการลงทุนจำนวนน้อย เช่น ๑,๕๐๐ บาทแต่ได้รับเป็นรายได้จำนวนมาก เช่น ๑,๐๐๐,๐๐๐ บาท เป็นต้น

๗) แอบอ้างบุคคลที่มีชื่อเสียงสร้างความน่าเชื่อถือ โดยใช้ภาพถ่ายหรือข้อมูลที่ทำแหล่งข้อมูลอ้างอิงอื่นไม่ได้

๘) แม่ทีมหรือผู้ที่มาชักชวนมักอ้างว่าตนเองอยู่ในวงการธุรกิจลักษณะนี้มานานและธุรกิจนี้ น่าเชื่อถือที่สุด โดยไม่ได้บอกเหตุผลและข้อมูลอย่างอื่น

#### ๘. การประชุมหารือการดำเนินการตามแผนพัฒนาระบบ BIZ PORTAL

วันจันทร์ที่ ๑๐ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๓ เลขานุการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค มอบหมายรองเลขานุการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (นายสุวิทย์ วิจิตรโสภาค) เป็นประธานการประชุมหารือการดำเนินการตามแผนระบบพัฒนา Biz Portal กับสำนักงาน ก.พ.ร. และธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ณ ห้องประชุม ๑ สคบ. เพื่อหาข้อมูลในเรื่องของการวางหลักประกันตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. ๒๕๔๕ และที่แก้ไขเพิ่มเติมการออกใบอนุญาตการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Doc/E-License) และการปรับปรุงและพัฒนาแบบฟอร์มอิเล็กทรอนิกส์



ทั้งนี้ เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชนและผู้ประกอบธุรกิจได้อย่างครบวงจร โดยไม่จำเป็นต้องเดินทางไปติดต่อยังหน่วยงานนั้น ๆ

#### ๙. สคบ. จับมือ ลาซาด้า ร่วมมือด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

วันศุกร์ที่ ๔ ตุลาคม ๒๕๖๒ พล.ต.ต.ประสิทธิ์ เฉลิมวุฒิศักดิ์ เลขานุการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นประธานประชุมหารือกับบริษัท ลาซาด้า จำกัด เพื่อหารือความร่วมมือระหว่างบริษัทและสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้การซื้อขายออนไลน์โดยบริษัท ลาซาด้า จำกัด จะมีการคัดกรองบริษัทหรือบุคคลผู้จำหน่ายสินค้ารวมทั้งตัวสินค้าต่าง ๆ ที่จำหน่ายผ่านช่องทางของบริษัท ลาซาด้า จำกัด ให้เป็นไปตามกฎหมายต่อไป



### ๑๐. ประกาศลงแอปพลิเคชันเฟสบุ๊ก

ประกาศลงแอปพลิเคชันเฟสบุ๊ก โดยแจ้งผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงว่า อย่าหลงเชื่อบุคคลที่แอบอ้างว่าสามารถอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการลดขั้นตอนการจดทะเบียนผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง (โดยแอบอ้างว่ามีการเรียกเก็บเงินจากเจ้าหน้าที่ของ สคบ.)

### ๑๑. ขายตรงรับมือได้ไม่ยากแล้ว

ขายตรง คือ การขายสินค้าหรือบริการโดยตัวแทนขายตรง หรือ ผู้จำหน่ายอิสระซึ่งนำสินค้าหรือบริการไปขายถึงตัวผู้บริโภค โดยบริษัทต้องมาจดทะเบียนเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงกับ สคบ.

- ขอคู่มือประชาชนและบัตรประจำตัวผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรง ซึ่งออกโดยบริษัทเจ้าของสินค้านั้นทุกครั้ง
- ผู้ขายต้องไม่รบกวนหรือทำความรำคาญ
- เรามีสหิทธิจะให้เข้ามาอยู่ที่อยู่ของเราหรือให้ออกไปเมื่อไรก็ได้เพราะผู้จำหน่ายจะต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าของสถานที่นั้นก่อน

**สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค**  
11 ต.ค. 2019 • ๑

อย่าหลงเชื่อ !!! บุคคลใดที่แอบอ้างว่าสามารถอำนวยความสะดวกต่างๆ... "ในการลดขั้นตอน" การจดทะเบียนผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง (โดยแอบอ้างว่ามีการเรียกเก็บเงินจากเจ้าหน้าที่ สคบ.)

#จดทะเบียนขายตรง #จดทะเบียนตลาดแบบตรง  
#ขายตรง #ตลาดแบบตรง #ไม่มีค่าใช้จ่าย  
#ยื่นออนไลน์ #เงื่อนไข #การจดทะเบียน

ดูข้อมูลการจดทะเบียนเพิ่มเติม website : [www.ocpb.go.th](http://www.ocpb.go.th)

**ขายตรง รับมือได้ ไม่น่ากลัว**

ขายตรง คือ การขายสินค้าหรือบริการโดยตัวแทนขายตรง หรือ ผู้จำหน่ายอิสระ ซึ่งนำสินค้าหรือบริการไปขายถึงตัวผู้บริโภค โดยบริษัทต้องมาจดทะเบียนเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงกับ สคบ.

ขอคู่มือประชาชนและบัตรประจำตัวผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรง ซึ่งออกโดยบริษัทเจ้าของสินค้านั้นทุกครั้ง

ผู้ขายต้องไม่รบกวนหรือทำความรำคาญ

เรามีสิทธิจะให้เข้ามาอยู่ที่อยู่ของเราหรือให้ออกไปเมื่อไรก็ได้เพราะผู้จำหน่ายจะต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าของสถานที่นั้นก่อน

**ความแตกต่างระหว่างขายตรงกับแชร์ลูกโซ่**

ขายตรง	แชร์ลูกโซ่
มีสินค้าและบริการที่ขายจริง	ไม่มีสินค้าและบริการที่ขายจริง
ขายสินค้าและบริการที่ขายจริง	ขายสินค้าและบริการที่ขายจริง
มีสินค้าและบริการที่ขายจริง	ไม่มีสินค้าและบริการที่ขายจริง
มีสินค้าและบริการที่ขายจริง	ไม่มีสินค้าและบริการที่ขายจริง
มีสินค้าและบริการที่ขายจริง	ไม่มีสินค้าและบริการที่ขายจริง
มีสินค้าและบริการที่ขายจริง	ไม่มีสินค้าและบริการที่ขายจริง

www.ocpb.go.th

### ๑๒. สคบ. แจ้งเตือนผู้ประกอบการธุรกิจให้จดทะเบียนตลาดแบบตรง ฝ่าฝืนดำเนินคดี

วันพุธที่ ๑๘ ธันวาคม ๒๕๖๒ เวลา ๐๙.๓๐ น. เลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค มอบหมายให้ นายเดชาวัต แจ้งชื่น ผู้อำนวยการกองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง เป็นประธานการพิจารณา รับจดทะเบียนผู้ประกอบการที่จำหน่ายสินค้าผ่านทางออนไลน์ ให้ดำเนินการยื่นจดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง ต่อนายทะเบียน ณ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค หรือ ยื่นผ่านทางเว็บไซต์ <https://biz.govchannel.go.th> ภายใน ๓๐ วัน หลังจากได้รับหนังสือแจ้งเตือน



### พิธีมอบประกาศนียบัตรผู้ผ่านการทดสอบสมรรถนะของบุคคลมาตรฐานวิชาชีพ สาขาธุรกิจค้าปลีก สาขาธุรกิจขายตรง

เมื่อวันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๓ กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค จัดพิธีมอบประกาศนียบัตรผู้ผ่านการทดสอบสมรรถนะของบุคคลมาตรฐานวิชาชีพ สาขาธุรกิจค้าปลีก สาขาธุรกิจขายตรง อาชีพผู้จำหน่ายอิสระ ชั้น ๔ ของสถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน) แก่ผู้ผ่านการทดสอบสมรรถนะของบุคคลมาตรฐานวิชาชีพฯ



**สรุปผลการจดทะเบียน แก้ไขเปลี่ยนแปลงเอกสาร  
และยกเลิกการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง  
ปีงบประมาณ ๒๕๖๓**

**ธุรกิจขายตรง**

ลำดับที่	ประเภท	จำนวน
๑.	ผู้ยื่นคำขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรง	๓๓๒
๒.	ผู้ยื่นคำขอแก้ไขเปลี่ยนแปลงเอกสารหลักฐานธุรกิจขายตรง	๑๖๒
๓.	ผู้ยื่นคำขอยกเลิกการประกอบธุรกิจขายตรง	๒
๔.	นายทะเบียนมีคำสั่งรับจดทะเบียนฯ	๒๔๐
๕.	นายทะเบียนมีคำสั่งรับทราบการแก้ไขเปลี่ยนแปลง	๗๘
๖.	นายทะเบียนมีคำสั่งรับทราบการยกเลิกการประกอบธุรกิจขายตรง	๑๑

**ธุรกิจตลาดแบบตรง**

ลำดับที่	ประเภท	จำนวน
๑.	ผู้ยื่นคำขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง	๑๑๓
๒.	ผู้ยื่นคำขอแก้ไขเปลี่ยนแปลงเอกสารหลักฐานธุรกิจตลาดแบบตรง	๒๑๒
๓.	ผู้ยื่นคำขอยกเลิกการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง	๑๐
๔.	นายทะเบียนมีคำสั่งรับจดทะเบียนฯ	๙๑
๕.	นายทะเบียนมีคำสั่งรับทราบการแก้ไขเปลี่ยนแปลง	๑๓๙
๖.	นายทะเบียนมีคำสั่งรับทราบการยกเลิกการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง	๙

## ผลงานสำคัญในรอบปี ๒๕๖๓ ของกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร

### กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร

กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร เป็นหน่วยงานเกี่ยวกับการพัฒนายุทธศาสตร์ระบบบริหารราชการและการพัฒนาระบบราชการภายในสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ดำเนินงานประสานงานเกี่ยวกับการพัฒนาระบบราชการร่วมกับส่วนราชการภายในและหน่วยงานกลางต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้ง ติดตาม ประเมินผล และจัดทำรายงานเกี่ยวกับการพัฒนาระบบราชการภายในสำนักงานฯ ซึ่งกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร มีภารกิจประกอบด้วย งานพัฒนาระบบบริหารราชการ และงานบริหารการเปลี่ยนแปลงและนวัตกรรม จากผลการดำเนินงานที่ผ่านมาในรอบปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ มีผลงานสำคัญดังต่อไปนี้

งานด้านกระบวนการหลัก และกระบวนการสนับสนุน และการจัดทำคู่มือปฏิบัติงาน (SOP) และข้อตกลงการให้บริการ (SLA)

การดำเนินการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงานตามกระบวนการหลักของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค จะแสดงให้เห็นถึงความชัดเจนของกระบวนการ และขั้นตอนระยะเวลาในการดำเนินการอย่างชัดเจน เป็นการสร้างความโปร่งใสในทุกขั้นตอนของการปฏิบัติงาน โดยกระบวนการดังกล่าวจะมีการกำหนดตัวชี้วัดในการควบคุมกำกับติดตามการดำเนินงาน รวมทั้งการนำนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้เพื่อเชื่อมโยงกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพ สะดวก รวดเร็วสามารถตอบสนองต่อประชาชน รวมทั้งการสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่บุคลากรเจ้าหน้าที่ในหน่วยงาน และการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สู่สาธารณะให้ประชาชนรับทราบ เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการอีกช่องทางหนึ่ง ซึ่งปัจจุบันสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีการประกาศใช้กระบวนการหลัก ๕ ระบบงาน แบ่งออกเป็น ๓๑ กระบวนการงาน

ในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ได้ดำเนินการจัดทำคู่มือปฏิบัติงาน จำนวน ๒ คู่มือ ได้แก่ ๑. คู่มือการปฏิบัติงานการยื่นคำขอและรับรองสมาคมและมูลนิธิ ๒. คู่มือการปฏิบัติงานการเปรียบเทียบความผิดตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ และพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. ๒๕๔๕ และเลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้อนุมัติให้จัดพิมพ์คู่มือการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องทั้งหมดในรูปแบบเอกสารเผยแพร่ (รูปเล่ม) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้การปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีแนวทางที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และเพื่อสร้างความโปร่งใสในการปฏิบัติงาน โดยการเปิดเผยขั้นตอนการปฏิบัติงานต่อสาธารณะเพื่อให้ประชาชนได้รับทราบถึงขั้นตอนการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่และระยะเวลาในการดำเนินการ





## งานด้านการบริหารจัดการความรู้ (KM Knowledge Management)

คณะทำงานบริหารจัดการความรู้ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้จัดกิจกรรมบริหารจัดการความรู้ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ จำนวน ๒ กิจกรรม ดังนี้

**กิจกรรมที่ ๑** การโต้วาที หัวข้อเรื่อง “การซื้อขายโดยตรงกับการซื้อขายออนไลน์แบบไหนดีกว่ากัน” มีทีมผู้สมัครจำนวน ๕ ทีม ได้แก่ ๑) ทีมหัวหน้าโรจน์ ๒) ทีมกว่าจะรวมเป็นทีม ๓) ทีมจอมวางแผน ๔) ทีม Big Brain ๕) ทีมโฆษณา



ซึ่งได้ดำเนินการจัดการแข่งขันการโต้วาที ในวันที่ ๒๒, ๒๔ มิถุนายน ๒๕๖๓ และวันที่ ๒ กรกฎาคม ๒๕๖๓ ซึ่งปรากฏผลการตัดสินดังนี้

- รางวัลชนะเลิศอันดับ ๑ ได้แก่ ทีม Big Brain
- รางวัลชนะเลิศอันดับ ๒ ได้แก่ ทีม กว่าจะรวมเป็นทีม
- รางวัลชนะเลิศอันดับ ๓ ได้แก่ ทีม จอมวางแผน
- รางวัลชมเชย ๒ รางวัล ได้แก่ ทีม โฆษณา และทีม หัวหน้าโรจน์

**กิจกรรมที่ ๒** การประกวดคลิปวิดีโอการเผยแพร่กิจกรรมความรู้ภารกิจของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค มีทีมผู้สมัครจำนวน ๔ ทีม ได้แก่ ๑) ถ้าเธอไม่รักทีมเขามารักทีมเราก็ได้นะ ๒) นี่ใคร! นี่ทีมดู่ยัย ๓) ตาลฟ้า FC ๔) Big Brain



กิจกรรมการประกวดคลิปวิดีโอ เมื่อสิ้นสุดระยะเวลาการส่งคลิปวิดีโอ ปรากฏว่ามีทีมผู้สมัครส่งคลิปวิดีโอ เข้าร่วมประกวด จำนวน ๒ ทีม โดยคณะกรรมการได้พิจารณาตัดสินรางวัล ดังนี้

- รางวัลชนะเลิศอันดับ ๑ ได้แก่ ทีม ถ้าเธอไม่รักทีมเขามารักทีมเราก็ได้นะ
- รางวัลชนะเลิศอันดับ ๒ ได้แก่ ทีม นี่ใคร? นี่ทีมดู่ยัย

จากการจัดกิจกรรมดังกล่าว ช่วยให้บุคลากรภายในสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ได้อย่างดีเยี่ยม และเป็นกิจกรรมที่ช่วยด้านความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคลากรภายในอันจะนำมาซึ่งความสามัคคีซึ่งจะทำให้การปฏิบัติงานมีความคล่องตัวยิ่งขึ้น

### งานแผนดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่องและรองรับภาวะฉุกเฉิน (BCP)

ด้วยมติคณะรัฐมนตรี ในคราวประชุมเมื่อวันที่ ๓๑ มีนาคม ๒๕๖๓ มีมติเห็นชอบในหลักการมาตรการเตรียมความพร้อมของหน่วยงานภาครัฐในการบริหารราชการและให้บริการประชาชนในสภาวะวิกฤต กำหนดให้ทุกหน่วยงานของรัฐดำเนินการทบทวนและปรับปรุงแผนการบริหารความพร้อมต่อสภาวะวิกฤต (Business Continuity Plan – BCP) ให้เป็นปัจจุบัน รวมทั้งสามารถรองรับกรณีเกิดโรคระบาดต่อเนื่องได้ เพื่อให้ระบบบริหารจัดการสามารถตอบสนองต่อปัญหาในการให้บริการแก่ประชาชนอย่างต่อเนื่องไม่สะดุดหยุดลงเมื่อเกิดสถานการณ์วิกฤต โดยมอบหมายให้สำนักงาน ก.พ.ร. เป็นหน่วยงานหลักในการดำเนินการดังกล่าว

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ได้จัดทำแผนดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่องหรือที่เรียกว่า “Business Continuity Plan (BCP)” ขึ้น เพื่อให้หน่วยงานสามารถดำเนินงานตามบทบาทภารกิจที่สำคัญและปฏิบัติงานในการให้บริการแก่ผู้รับบริการหรือผู้บริโภคได้อย่างต่อเนื่อง ไม่หยุดชะงัก โดยใช้รองรับกับสถานการณ์ กรณีเกิดสภาวะวิกฤตหรือเหตุการณ์ฉุกเฉินในพื้นที่สำนักงานของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วยเหตุการณ์ ดังต่อไปนี้

๑. เหตุการณ์อัคคีภัย
๒. เหตุการณ์อุทกภัย
๓. เหตุการณ์การชุมนุมประท้วง/จลาจล
๔. เหตุการณ์การก่อการร้ายหรือการก่อวินาศกรรม
๕. เหตุการณ์แผ่นดินไหว
๖. เหตุการณ์โรคระบาด

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลการดำเนินการบริหารความพร้อมต่อสภาวะวิกฤต โดยรวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานภายในที่เกี่ยวข้อง เพื่อประกอบการจัดทำแผนดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่องสำหรับการบริหารความพร้อมต่อสภาวะวิกฤต Business Continuity Plan (BCP) ประกอบกับการแต่งตั้งคณะทำงานบริหารความพร้อมต่อสภาวะวิกฤตของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีเลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นประธานคณะทำงาน เพื่อให้การบริหารความพร้อมต่อสภาวะวิกฤตขององค์กรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ บรรลุผลสัมฤทธิ์ตามแผนดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่องขององค์กรต่อไป โดยมีขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้

๑. วิเคราะห์ข้อมูลองค์กรต่อความเสี่ยงหรือภัยที่อาจเกิดขึ้นตามเหตุการณ์ ได้แก่ อัคคีภัย อุทกภัย การชุมนุมประท้วง/จลาจล การก่อการร้ายหรือการก่อวินาศกรรม แผ่นดินไหว โรคระบาด เป็นต้น






๒. วิเคราะห์ผลกระทบต่อทรัพยากรสำคัญในการดำเนินงานหรือการให้บริการของหน่วยงาน ๕ ด้าน ได้แก่ อาคาร/สถานที่ปฏิบัติงาน เครื่องมือและอุปกรณ์ ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ บุคลากร และผู้ให้บริการ/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

๓. กำหนดเกณฑ์ของผลกระทบต่อกระบวนการที่สำคัญ (Critical Process) ในระดับสูงมาก สูง ปานกลาง ต่ำ หรือไม่เป็นสาระสำคัญ

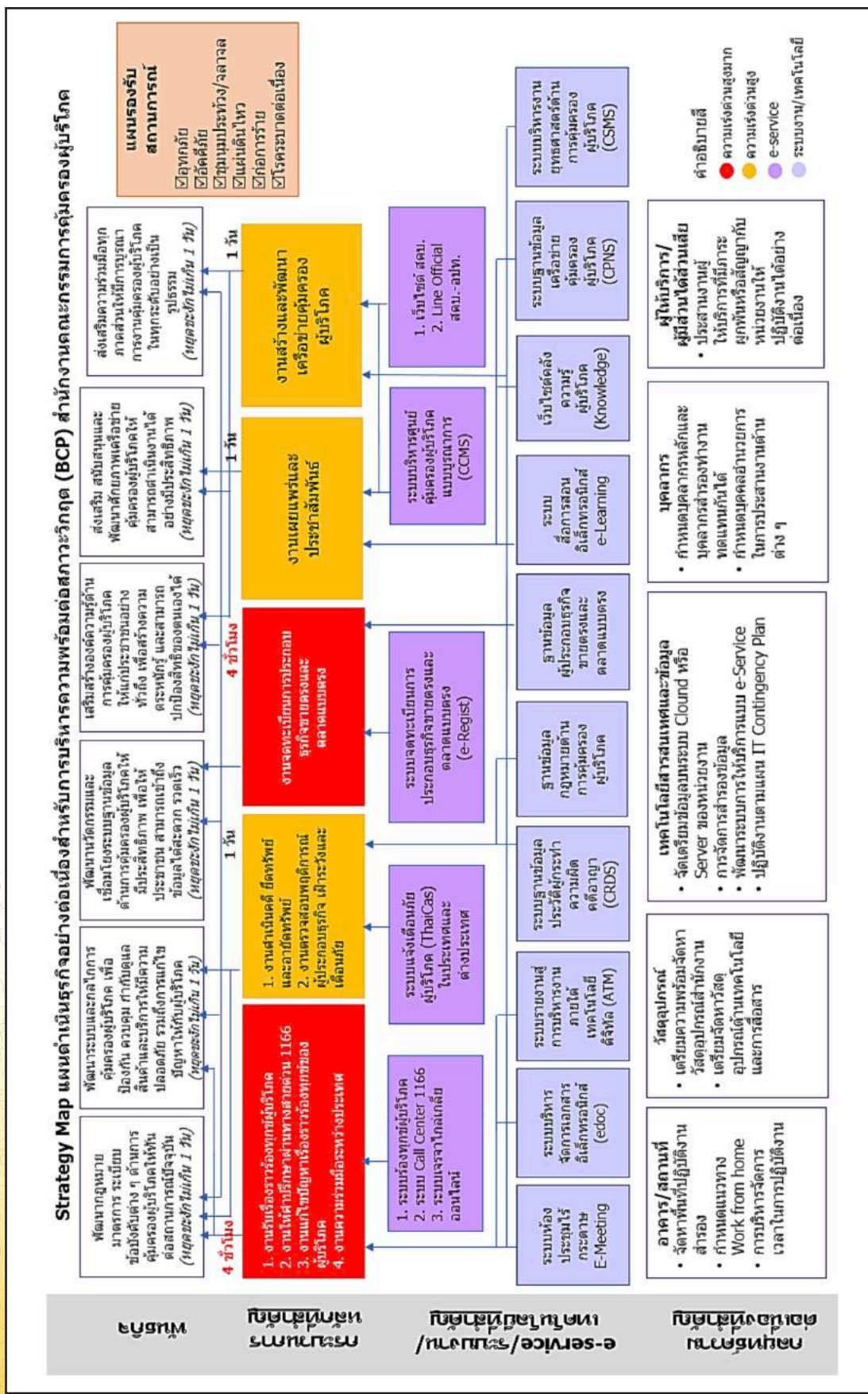
๔. กำหนดเกณฑ์ของผลกระทบต่อกระบวนการที่สำคัญ (Business Continuity Strategy) ได้มาซึ่งทรัพยากรที่จำเป็น เช่น การเช่า วิธีการได้มาซึ่งวัสดุอุปกรณ์ และวิธีการจัดเก็บข้อมูล เพื่อนำมาสนับสนุนในการแก้ไขปัญหาเมื่อเกิดสภาวะวิกฤต และนำไปปฏิบัติได้จริง

๕. กำหนดแนวทางการดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อเหตุการณ์และการกู้คืนกระบวนการในการปฏิบัติงาน (Checklist) เมื่อเกิดสภาวะวิกฤตที่จะต้องดำเนินการและแก้ไขปัญหา

ทั้งนี้ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ได้มีการกำหนดกลยุทธ์หรือแนวทางในการสร้างความต่อเนื่องของการปฏิบัติงาน เพื่อให้มั่นใจว่าแผนที่ได้จัดทำขึ้นสอดคล้องกับนโยบายขององค์กรและสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง เนื่องจากการเตรียมความพร้อมด้านทรัพยากรขององค์กรในสภาวะวิกฤต ในบางกรณีจำเป็นต้องใช้งบประมาณ อาทิ การสร้างระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสำรอง เพื่อให้สามารถสนับสนุนการทำงานในกรณีที่ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศหลักไม่สามารถใช้งานได้ ดังนั้น การกำหนดกลยุทธ์หรือแนวทางในการสร้างความต่อเนื่อง จำเป็นต้องมีทรัพยากรที่ต้องเตรียมพร้อมอย่างน้อย ๕ ด้าน ได้แก่ ด้านอาคาร/สถานที่ปฏิบัติงานหลัก ด้านวัสดุอุปกรณ์ที่สำคัญ/การจัดหาจัดส่งวัสดุอุปกรณ์ที่สำคัญ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและข้อมูลที่สำคัญ ด้านบุคลากร และด้านผู้ให้บริการที่สำคัญ/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยได้มีการกำหนดกลยุทธ์และแนวทางการบริหารความต่อเนื่องเป็นแนวทางในการจัดหาและบริหารจัดการทรัพยากรให้มีความพร้อมเมื่อเกิดสภาวะวิกฤต ซึ่งพิจารณาจากทรัพยากร ๕ ด้าน ดังนี้

ทรัพยากร		กลยุทธ์ความต่อเนื่อง
	(๑) อาคาร/สถานที่ปฏิบัติงานสำรอง	๑. กำหนดให้ใช้พื้นที่ปฏิบัติงานสำรอง โดยมีการสำรวจความเหมาะสมของสถานที่ ประสานงาน และเตรียมความพร้อมร่วมกับหน่วยงานเจ้าของพื้นที่ ๒. เข้าสถานที่ของเอกชนเป็นสถานที่ปฏิบัติงานสำรอง ๓. กำหนดแนวทางให้เจ้าหน้าที่สามารถปฏิบัติงานที่บ้านได้
	(๒) วัสดุอุปกรณ์ที่สำคัญ/การจัดหาจัดส่งวัสดุอุปกรณ์ที่สำคัญ	๑. จัดเตรียมเครื่องมือและอุปกรณ์สำรอง เพื่อใช้ในสภาวะวิกฤต ๒. ทำข้อตกลงหรือประสานงานกับหน่วยงานราชการหรือภาคเอกชน เพื่อขอยืมเครื่องมือและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องจำเป็นในการปฏิบัติงาน ๓. ดำเนินการจัดซื้อเครื่องและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องในการปฏิบัติงานผ่านกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างพิเศษ
	(๓) เทคโนโลยีสารสนเทศและข้อมูลที่สำคัญ	๑. ประสานงานกับหน่วยงานเทคโนโลยีเพื่อจัดเตรียมและให้มีระบบงานเทคโนโลยี หรือระบบสารสนเทศสำรอง เช่น ระบบร้องทุกข์ผู้บริโภคออนไลน์ ระบบใกล้เคียงออนไลน์ ระบบแจ้งเตือนภัยสินค้าและบริการที่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค ๒. กำหนดให้ใช้คอมพิวเตอร์แบบพกพาของเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานเป็นการชั่วคราว และกำหนดให้สรรหาวัสดุอุปกรณ์ที่มีอยู่ก่อนแล้วจึงสรรหาเพิ่มเติมจากภายนอก ๓. กำหนดให้จัดเก็บวัสดุ สิ้นเปลือง ในปริมาณที่เหมาะสมตามรอบการสั่งซื้อของหน่วยพัสดุ ๔. จัดหาหรือเตรียมพื้นที่ข้อมูลบนระบบ Cloud หรือ Server ของหน่วยงาน เพื่อให้เจ้าหน้าที่จัดเก็บข้อมูลและสามารถปฏิบัติงานนอกสำนักงานได้ หรือเคลื่อนย้ายเครื่อง Server ไปยังพื้นที่ปลอดภัยหรือพื้นที่ปฏิบัติงานสำรอง ในกรณีที่สามารถทำได้ ๕. พัฒนาระบบการให้บริการของหน่วยงานเป็น e-service
	(๔) บุคลากรหลัก	๑. กำหนดให้มีบุคลากรหลักและบุคลากรสำรอง ทำงานทดแทนกันได้ ในสภาวะวิกฤต ๒. กำหนดแนวทางและกลุ่มบุคลากรที่สามารถขอให้ช่วยปฏิบัติงานชั่วคราว จากหน่วยงานราชการอื่น ๆ ในสังกัด หรือส่วนกลาง
	(๕) ผู้ให้บริการที่สำคัญ/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	๑. กำหนดให้มีผู้ให้บริการสำรอง/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อเรียกใช้บริการได้ในสภาวะวิกฤต หากผู้ให้บริการไม่สามารถให้บริการได้ จะตรวจสอบไปยังผู้ให้บริการรายอื่นที่อาจสามารถให้บริการแทนได้ ๒. พิจารณากระจายความเสี่ยง โดยมีผู้ให้บริการ มากกว่า ๑ ราย สำหรับให้บริการแก่หน่วยงาน ๓. ให้บริการและติดต่อสื่อสารกับผู้รับบริการ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

และนำข้อมูลจากวิเคราะห์ดังกล่าวมาประกอบการจัดทำแผนรองรับภาวะฉุกเฉินและบริหารความต่อเนื่อง สำหรับการบริหารความพร้อมต่อสภาวะวิกฤต Business Continuity Plan ของหน่วยงานและแผนที่ยุทธศาสตร์ (BCP Strategy Map) และแผนรองรับสถานการณ์ ๖ กรณี โดยรายละเอียดดังนี้



## Infographic BCP



### การประชุมการพัฒนากระบวนการให้บริการภาครัฐแบบเบ็ดเสร็จทางอิเล็กทรอนิกส์ (Biz Portal)

สำนักงาน ก.พ.ร. ร่วมกับสำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน) และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้ร่วมกันพัฒนาระบบการให้บริการภาครัฐแบบเบ็ดเสร็จทางอิเล็กทรอนิกส์ (Biz Portal) อย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๐ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชนและผู้ประกอบการทั้งบุคคลธรรมดาและนิติบุคคล ในการขอรับบริการด้านการออกหนังสือรับรอง ใบอนุญาต และเอกสารต่าง ๆ แบบเบ็ดเสร็จตั้งแต่การยื่นคำขอและเอกสารประกอบ การชำระค่าธรรมเนียม และการออกใบอนุญาตผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์โดยได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานต่าง ๆ ในการร่วมพัฒนาเพื่อให้บริการใบอนุญาตของหน่วยงานผ่านระบบ Biz Portal

กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร ได้รับการประสานงานจากเจ้าหน้าที่สำนักงาน ก.พ.ร. ขอให้มีการจัดประชุมหารือเพื่อดำเนินการตามแผนพัฒนาระบบ Biz Portal ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ ในวันที่ ๑๐ สิงหาคม ๒๕๖๓ โดยเลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค มอบหมายรองเลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (นายสุวิทย์ วิจิตรโสภ) เป็นประธานการประชุมหารือการดำเนินการตามแผนพัฒนาระบบ Biz Portal กับเจ้าหน้าที่สำนักงาน ก.พ.ร. บริษัทเอกชนที่เป็นผู้ออกแบบ พัฒนา ทดสอบระบบ และเจ้าหน้าที่ธนาคารกรุงไทย ในการดำเนินการเกี่ยวกับการออกใบอนุญาตการประกอบธุรกิจขายตรง ณ ห้องประชุม ๑ สคบ. ซึ่งประกอบด้วยงาน ๓ ส่วนหลัก ได้แก่

๑. การวางหลักประกันตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. ๒๕๕๕
๒. การออกใบอนุญาตอิเล็กทรอนิกส์ (e-Doc/e-License)
๓. การปรับปรุงและพัฒนาแบบฟอร์มอิเล็กทรอนิกส์

แพลตฟอร์มกลางในการอนุมัติอนุญาตแบบเบ็ดเสร็จ (Biz Portal)  
ยกระดับฟังก์ชันหลักที่มีความสำคัญสูง ๖ ด้าน

๑. การค้นหาข้อมูล

- เชื่อมโยงลิงก์จากหน้าค้นหาข้อมูลธุรกิจไปกรมพัฒนาธุรกิจการค้า

๒. การเข้าสู่ระบบ  
และยืนยันตัวตน

- เชื่อมโยงระบบการยืนยันตัวตนทางอิเล็กทรอนิกส์กับผู้ให้บริการยืนยันตัวตน

๓. การยื่นคำขอ  
และการตรวจสอบ

- พัฒนาฟังก์ชันการลงลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์สำหรับผู้ประกอบการในขั้นตอนการยื่นคำขอ

๔. การชำระเงิน  
และออกใบเสร็จ

- พัฒนาฟังก์ชันการออก Bill Payment แบบอัตโนมัติเพื่อรองรับชำระเงินผ่านบัญชี

๕. การออก  
ใบอนุญาต

- พัฒนาระบบการออกใบอนุญาตแบบอิเล็กทรอนิกส์แบบอัตโนมัติบน Biz Portal

๖. ติดตาม  
สถานะ

- พัฒนาระบบแจ้งเตือนไปยังอีเมล Focal Point ของหน่วยงานทันทีในกรณีที่มีคำขอใหม่ (Email Notification)

## ผลการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ ของสำนักประสานและส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัด

### สำนักประสานและส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัด

สำนักประสานและส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัด ได้มีการจัดตั้งสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภคเขต ๑ - ๙ โดยมีเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประจำสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภคเขต ๑ - ๙ ทำหน้าที่ติดตาม รวบรวม สรุปผลการดำเนินงานในระดับจังหวัดและท้องถิ่น ประสานงานตามนโยบาย และดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคไปสู่การปฏิบัติในระดับจังหวัดและท้องถิ่น และสนับสนุนการดำเนินงานด้านการรับเรื่องราวร้องทุกข์ การพิจารณาถ้อยคำร้องทุกข์ การติดตามสอดส่องพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจ การเรียกเอกสารหรือข้อมูลที่เกี่ยวข้อง และการประสานงานกับส่วนราชการหรือหน่วยงานของรัฐที่มีอำนาจหน้าที่ในการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาค ซึ่งเป็นอำนาจหลักของคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัดได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และสามารถทำหน้าที่ในฐานะหน่วยงานหลักในการแก้ไขปัญหา เยียวยา ผู้บริโภคที่ถูกละเมิดสิทธิได้อย่างทั่วถึง รวดเร็ว และเป็นธรรมทั่วประเทศ โดยได้ดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการของสำนักประสานและส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัด ประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๓ (ตั้งแต่ ๑ ตุลาคม ๒๕๖๒ - ๓๐ กันยายน ๒๕๖๓) เขต ๑ - ๙ คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัดจังหวัดจันทบุรีรายงานผลการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ มีผลการดำเนินงานดังนี้

#### ๑. การรับเรื่องราวร้องทุกข์และการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องทุกข์ให้ผู้บริโภค

คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัดจันทบุรีได้รับเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภค จำนวนทั้งสิ้น ๒,๙๑๓ เรื่อง ๓,๐๕๒ ราย สรุปได้ดังนี้

- เดือนตุลาคม	จำนวน ๒๓๗ เรื่อง ๒๔๗ ราย	- เดือนเมษายน	จำนวน ๒๕๕ เรื่อง ๒๕๕ ราย
- เดือนพฤศจิกายน	จำนวน ๒๔๓ เรื่อง ๒๔๓ ราย	- เดือนพฤษภาคม	จำนวน ๒๔๓ เรื่อง ๒๕๙ ราย
- เดือนธันวาคม	จำนวน ๒๓๐ เรื่อง ๒๓๑ ราย	- เดือนมิถุนายน	จำนวน ๒๕๘ เรื่อง ๓๑๖ ราย
- เดือนมกราคม	จำนวน ๒๓๙ เรื่อง ๒๔๖ ราย	- เดือนกรกฎาคม	จำนวน ๒๒๔ เรื่อง ๒๓๑ ราย
- เดือนกุมภาพันธ์	จำนวน ๒๓๖ เรื่อง ๒๕๔ ราย	- เดือนสิงหาคม	จำนวน ๒๔๙ เรื่อง ๒๗๐ ราย
- เดือนมีนาคม	จำนวน ๒๒๙ เรื่อง ๒๒๙ ราย	- เดือนกันยายน	จำนวน ๒๗๐ เรื่อง ๒๗๑ ราย

๑.๑ ดำเนินการแก้ไขได้ข้อยุติ จำนวน ๒,๒๘๕ เรื่อง ๒,๓๖๑ ราย

๑.๒ อยู่ระหว่างดำเนินการ จำนวน ๖๒๘ เรื่อง ๖๙๑ ราย

โดยผู้บริโภคได้รับการชดเชยเยียวยา มีมูลค่าความเสียหาย จำนวนทั้งสิ้น ๒๓,๒๖๕,๑๖๓.๑๑ บาท (ยี่สิบสามล้านสองแสนหกหมื่นห้าพันหนึ่งร้อยหกสิบสามบาทสิบเอ็ดสตางค์)

#### ๒. การตรวจสอบผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อดำเนินคดี

คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด ได้ดำเนินการลงพื้นที่ตรวจสอบผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อดำเนินคดี จำนวนทั้งสิ้น ๘๓ ราย

- เดือนตุลาคม	จำนวน - ราย	- เดือนเมษายน	จำนวน ๒ ราย
- เดือนพฤศจิกายน	จำนวน ๒๐ ราย	- เดือนพฤษภาคม	จำนวน ๘ ราย



- เดือนธันวาคม	จำนวน ๒๐ ราย	- เดือนมิถุนายน	จำนวน ๑ ราย
- เดือนมกราคม	จำนวน - ราย	- เดือนกรกฎาคม	จำนวน - ราย
- เดือนกุมภาพันธ์	จำนวน ๑๕ ราย	- เดือนสิงหาคม	จำนวน - ราย
- เดือนมีนาคม	จำนวน ๑๗ ราย	- เดือนกันยายน	จำนวน - ราย

### ๓. การให้คำแนะนำผู้ประกอบการธุรกิจในการปฏิบัติให้ถูกต้องตามกฎหมาย

คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัดได้ดำเนินการลงพื้นที่เพื่อให้คำแนะนำผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อให้ปฏิบัติถูกต้องตามกฎหมายจำนวนทั้งสิ้น ๒,๖๗๔ ราย ดังนี้

- เดือนตุลาคม	จำนวน ๖๖ ราย	- เดือนเมษายน	จำนวน ๑๘๑ ราย
- เดือนพฤศจิกายน	จำนวน ๒๗๐ ราย	- เดือนพฤษภาคม	จำนวน ๙๗ ราย
- เดือนธันวาคม	จำนวน ๕๒๒ ราย	- เดือนมิถุนายน	จำนวน ๑๘๓ ราย
- เดือนมกราคม	จำนวน ๑๔๑ ราย	- เดือนกรกฎาคม	จำนวน ๒๐๐ ราย
- เดือนกุมภาพันธ์	จำนวน ๔๙๑ ราย	- เดือนสิงหาคม	จำนวน ๙๓ ราย
- เดือนมีนาคม	จำนวน ๓๒๙ ราย	- เดือนกันยายน	จำนวน ๑๐๑ ราย

### ๔. การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การคุ้มครองผู้บริโภค

คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด ได้ดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การคุ้มครองผู้บริโภคจำนวนทั้งสิ้น ๑,๖๕๖ ครั้ง

- เดือนตุลาคม	จำนวน ๙๔ ครั้ง	- เดือนเมษายน	จำนวน ๑๑๘ ครั้ง
- เดือนพฤศจิกายน	จำนวน ๑๕๓ ครั้ง	- เดือนพฤษภาคม	จำนวน ๑๑๘ ครั้ง
- เดือนธันวาคม	จำนวน ๑๙๐ ครั้ง	- เดือนมิถุนายน	จำนวน ๑๔๑ ครั้ง
- เดือนมกราคม	จำนวน ๑๕๓ ครั้ง	- เดือนกรกฎาคม	จำนวน ๑๔๓ ครั้ง
- เดือนกุมภาพันธ์	จำนวน ๑๕๔ ครั้ง	- เดือนสิงหาคม	จำนวน ๑๔๙ ครั้ง
- เดือนมีนาคม	จำนวน ๑๐๗ ครั้ง	- เดือนกันยายน	จำนวน ๑๓๖ ครั้ง

### ๕. การประชุมคณะกรรมการต่าง ๆ

จากการรายงานผลของการดำเนินงานของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด ๗๖ จังหวัด ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ มีการจัดประชุมคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด จำนวนทั้งสิ้น ๑๕๔ ครั้ง ได้แก่

๕.๑ การประชุมคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด จำนวน ๓๓ ครั้ง

๕.๒ การประชุมอนุกรรมการใกล้เคียงเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภค จำนวน ๑๐๖ ครั้ง

๕.๓ การดำเนินการจัดการประชุมคณะกรรมการผู้มีอำนาจเปรียบเทียบความผิดที่เกิดขึ้นในจังหวัดอื่นนอกจากกรุงเทพมหานคร จำนวน ๑๕ ครั้ง

## การดำเนินงานเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ แก่ประชาชนและเครือข่าย

### ฝ่ายเผยแพร่วิชาการและการพัฒนาเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค กองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นองค์กรภาครัฐที่เป็นหน่วยงานกลาง ในการดำเนินการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ทำหน้าที่หลักในการคุ้มครองผู้บริโภคที่ถูกละเมิดสิทธิ เป็นศูนย์กลางข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ตลอดจนมีบทบาทในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของเครือข่ายผู้บริโภค เพื่อให้การดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เกิดประสิทธิภาพและประโยชน์สูงสุด นอกจากนี้ ยังมีการบูรณาการกับหน่วยงานภาคส่วนอื่น ๆ อาทิ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สื่อสารมวลชน องค์กรพัฒนาเอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และภาคประชาสังคม ต่างเข้ามามีบทบาท และมีส่วนร่วมดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพิทักษ์และคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคในระดับต่าง ๆ มากขึ้น หลายหน่วยงานที่เข้ามาเป็นภาคีเครือข่ายสำคัญในการสร้างพื้นที่การรับเรื่องร้องเรียน ให้ข้อมูลข่าวสาร และช่วยเหลือผู้บริโภคเพื่อให้เกิดสังคมผู้บริโภคที่เข้มแข็ง

การดำเนินการกิจดังกล่าว มีกองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์รับหน้าที่ดำเนินงานซึ่งได้มีการวางแผนงานกิจกรรมด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่สำคัญ เพื่อกำเนินงานกับเครือข่ายภาคส่วนต่าง ๆ ได้แก่

๑) การส่งเสริมสนับสนุน สร้างและพัฒนาเครือข่ายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค โดยใช้กลไกภาคีเครือข่ายจากทุกภาคส่วนประกอบด้วย ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม สถานศึกษา โดยมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมในการทำงานและสร้างนวัตกรรม รวมทั้งการพัฒนาฐานข้อมูลเครือข่ายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อเป็นฐานข้อมูลในการบริหารจัดการผลการดำเนินงานของเครือข่ายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพ

๒) เผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีความหลากหลายทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ รวมถึงการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล โดยเน้นความรวดเร็ว โดยสื่อเผยแพร่มีรูปแบบที่หลากหลายทั้งบทความ อินโฟกราฟิก คลิปวิดีโอ ซึ่งข้อมูลเน้นความถูกต้องครบถ้วนเป็นปัจจุบัน เพื่อให้ผู้บริโภค ภาคีเครือข่าย ประชาชนทั่วไป สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย สะดวกต่อการใช้งานและเพื่อให้การใช้ประโยชน์แบบเปิดเผยข้อมูลสาธารณะที่เชื่อมโยงทุกภาคส่วนสามารถนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้ได้ สร้างช่องทางการใช้ระบบการสื่อสารที่ทันสมัยตามช่องทางที่มีหลากหลาย รวมทั้งให้ความสำคัญกับการบริหารการจัดการองค์ความรู้ (Knowledge Management) สร้างกระบวนการจัดความรู้และถ่ายทอดความรู้ อย่างเป็นระบบ มีการเชื่อมโยงองค์ความรู้กับองค์กรภายนอก เพื่อให้ประชาชนผู้บริโภคสามารถเรียนรู้องค์ความรู้ใหม่ ๆ ได้ตลอดเวลา

ในการดำเนินงานเพื่อตอบสนองภารกิจดังกล่าวได้มีการบูรณาการทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค ให้ร่วมกันขับเคลื่อนการดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรม มีการประสานความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ ภาคประชาสังคม ภาคเอกชน ภาคต่างประเทศ รวมไปถึงสถาบันการศึกษาเพื่อสนับสนุนให้เกิดการรวมตัวเป็นเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค รวมทั้งการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภค มีความรู้เท่าทันสังคมแห่งการบริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เพื่อให้เครือข่ายเกิดการรวมตัวอย่างเข้มแข็งและยั่งยืน โดยมีแนวทางดังนี้

- ๑) การสร้างเครือข่ายภาคประชาชน จัดตั้งเป็นชมรม สมาคมด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้ครอบคลุมทั่วประเทศ
- ๒) การพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคที่มีอยู่เดิมเพื่อให้สามารถนำความรู้ที่ได้รับไปเผยแพร่ต่อได้

- ๓) การสร้างเครือข่ายระดับเยาวชนในสถานศึกษา ตั้งแต่ระดับประถมศึกษาจนถึงระดับอุดมศึกษา
- ๔) พัฒนาอบรมให้ความรู้เพื่อสร้างผู้นำเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค หรือ อสคป.

โดยที่ผ่านมามีเครือข่ายได้มีการดำเนินกิจกรรมด้านคุ้มครองผู้บริโภคในมิติที่หลากหลาย ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค อาทิ

๑) กิจกรรมการเผยแพร่ความรู้ รมรงค์เกี่ยวกับสิทธิและการคุ้มครองผู้บริโภค โดยเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค จะทำหน้าที่ในการกระจายข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ต่าง ๆ ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคไปยังครอบครัว เพื่อน กลุ่มประชาชน ชุมชน เพื่อเผยแพร่ความรู้ แจ้งข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคและรักษาสิทธิที่พึงจะได้รับ และร้องเรียนเมื่อถูกละเมิดสิทธิ ตลอดจนเป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ให้ประชาชนรู้จัก ระวังตัวในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการให้ได้รับความปลอดภัยและเป็นธรรม



อสคป. ร่วมกับเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคเผยแพร่ความรู้ให้กับ เด็ก เยาวชนและผู้สูงอายุ



๒) การติดตามสอดส่องพฤติกรรมเอารัดเอาเปรียบของผู้ประกอบธุรกิจ โดยเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคจะทำหน้าที่เป็นหูเป็นตาคอยสอดส่องผู้ประกอบการที่อาจจะมีการละเมิดสิทธิผู้บริโภคในด้านต่าง ๆ สินค้าที่เป็นอันตราย เป็นต้น มีการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการตรวจสอบข้อเท็จจริงและดำเนินการตามที่เห็นสมควร สินค้าที่ไม่ได้คุณภาพมาตรฐาน เป็นต้นว่า น้ำมันปลอมปน สินค้าเลียนแบบ สินค้าที่ไม่เป็นธรรม ขายสินค้าเกินราคา สินค้าที่มีปริมาณไม่ตรงตามตราชั่ง ตวง วัด ซึ่งหากมีการพบผู้ประกอบการที่ละเมิดสิทธิผู้บริโภคก็จะประสานมายัง สคป. เพื่อที่จะดำเนินการต่อไป



อสคป. ร่วมกับเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค ลงพื้นที่ติดตามสอดส่องผู้ประกอบการ ตามร้านค้าชุมชน

๓) การให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และรับเรื่องร้องทุกข์ โดยเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค จะทำหน้าที่คอยให้คำปรึกษาแนะนำแก่ประชาชน รวมถึงรับเรื่องร้องทุกข์จากผู้บริโภค ในส่วนของ “การรับเรื่องและให้คำปรึกษาแก่ผู้บริโภคที่มาร้องเรียนกับ สคบ.” ได้จัดสถานที่ให้สมาพันธ์ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคกรุงเทพมหานคร รับเรื่อง ณ ศูนย์รับเรื่องร้องทุกข์ผู้บริโภค รวมทั้ง สคบ. มอบหมายให้สมาพันธ์ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคกรุงเทพมหานคร รับเรื่องร้องทุกข์ให้คำปรึกษาและไกล่เกลี่ยเบื้องต้น ณ สำนักงานเขตทั้ง ๕๐ เขต ทั่วกรุงเทพมหานคร รวมถึงสำนักงานที่ตั้งในชุมชนของสมาชิกชมรมคุ้มครองผู้บริโภคกรุงเทพมหานครอีกด้วย



เครือข่ายมีการให้คำปรึกษา และรับเรื่องร้องทุกข์ให้กับประชาชน ณ ศูนย์รับเรื่องร้องทุกข์ผู้บริโภค สคบ.



สมาพันธ์ชมรมคุ้มครองผู้บริโภคกรุงเทพมหานคร รับเรื่องร้องทุกข์ให้คำปรึกษาและไกล่เกลี่ยเบื้องต้น ณ สำนักงานเขตทั้ง ๕๐ เขตทั่วกรุงเทพมหานคร

๔) กิจกรรมด้านวิชาการและเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค การแลกเปลี่ยนข้อมูล/เชื่อมโยงข้อมูล เพื่อที่จะได้ดำเนินการช่วยเหลือผู้บริโภคได้ตรงกับปัญหาและความต้องการ ตลอดจนผู้บริโภคเกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความปลอดภัยและอันตรายที่อาจได้รับจากสินค้าหรือบริการ เพื่อจะได้สามารถคุ้มครองตนเองในเบื้องต้น



## ภาพรวมเครือข่าย

ปีงบประมาณ ๒๕๖๓ กองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ โดยฝ่ายเผยแพร่วิชาการและพัฒนาเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค มีการประสานความร่วมมือเพื่อบูรณาการงานคุ้มครองผู้บริโภคกับภาคส่วนต่าง ๆ ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ ภาคประชาสังคม ภาคเอกชน รวมไปถึงสถานศึกษา โดยมีจำนวนดังนี้

- ๑) เครือข่ายภาครัฐ จำนวน ๘๔ เครือข่าย
- ๒) เครือข่ายภาคเอกชน จำนวน ๒๙๐ เครือข่าย
- ๓) เครือข่ายภาคประชาสังคม จำนวน ๓๗๖ เครือข่าย (เพิ่มขึ้นในปี ๒๕๖๓ จำนวน ๕๐ เครือข่าย)
- ๔) เครือข่ายภาคสถานศึกษา จำนวน ๑๗ เครือข่าย (มหาวิทยาลัยที่ MOU)
- ๕) เครือข่าย อสคป. ๓๒๐ คน

ทั้งนี้ ในปีงบประมาณ ๒๕๖๓ กองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ โดยฝ่ายเผยแพร่วิชาการและพัฒนาเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค ได้มีการดำเนินงานเพื่อสร้างและพัฒนาเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคผ่านโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ ดังนี้

๑. กิจกรรมส่งเสริมความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในผู้สูงอายุ ภายใต้โครงการ “รณรงค์และสร้างความตระหนัก ๓๑ มกราคม ๒๕๖๓ โดยมีนายณัฏฐชัย ศรีรุ่งสุขพินิจ ที่ปรึกษารัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี (นายเทวัญ ลิปตพัลลภ) เป็นประธานในพิธีเปิดและบรรยายพิเศษ เรื่อง “ความสำคัญของเครือข่ายภาคประชาชนต่อการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค” พร้อมด้วย พลตำรวจตรี ประสิทธิ์ เฉลิมวุฒิศักดิ์ เลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค นายชำนาญวิทย์ เตรัตน์ ผู้ว่าราชการจังหวัดสิงห์บุรี นายพิมเนต ต๊ะปวง รองเลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาการดำเนินงานด้านเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งเสริมให้เกิดความตระหนักรู้และการมีส่วนร่วมในเรื่องการคุ้มครองบริโภคในสังคมเกี่ยวกับปัญหาสถานการณ์ของการบริโภคสินค้าและบริการ ในการนี้ได้รับความร่วมมือจากหลายองค์กรที่เกี่ยวข้อง อาทิ กองทุนประกันชีวิต กองทุนประกันวินาศภัย สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย สมาพันธ์ชมรมคุ้มครองผู้บริโภค และจังหวัดสิงห์บุรี บูรณาการการทำงานเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อประชาชนที่มาร่วมกิจกรรมในวันนี้ประมาณ ๕๐๐ คน ณ หอประชุมที่ว่าการอำเภอพรหมบุรี จังหวัดสิงห์บุรี



อบรมให้ความรู้และส่งเสริมความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในผู้สูงอายุ

๒. กิจกรรมกำกับ ติดตาม และประเมินผลการดำเนินงานของเครือข่าย และจัดทำแผนพัฒนาเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค ภายใต้โครงการพัฒนาองค์ความรู้เพื่อเสริมสร้างเครือข่ายขับเคลื่อนการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งจัดขึ้นในวันที่ ๑๕ กรกฎาคม ๒๕๖๓ โดยเลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค มอบรองเลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (นายพิฆเนศ ต๊ะปวง) เป็นประธานเปิดโครงการพัฒนาองค์ความรู้ เพื่อเสริมสร้างเครือข่ายขับเคลื่อนการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคฯ พร้อมมอบประกาศเกียรติคุณฯ ให้อาสาสมัคร ที่ทำงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จำนวน ๔ ท่าน และร่วมเสวนาในหัวข้อ “ยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค สู่แนวทางการพัฒนาเครือข่าย นโยบายทิศทาง สู่แนวทางการสร้างความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน” มีกิจกรรมการแบ่งกลุ่มจัดทำแผนเครือข่ายประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๔ และคู่มือการปฏิบัติงาน ซึ่งการจัดโครงการครั้งนี้มีผู้เข้าร่วมประมาณ ๑๓๐ คน ณ โรงแรมทีเค พาเลส แอนด์ คอนเวนชัน ถนนแจ้งวัฒนะ กรุงเทพฯ



ผู้เข้าร่วมอบรมฯ ระดมความคิดจัดทำแผนเครือข่ายประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๔



การมอบประกาศเกียรติคุณฯ ให้อาสาสมัครที่ทำงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

๓. กิจกรรม “คลินิก สคบ.” ภายใต้โครงการรณรงค์และสร้างความตระหนักให้แก่องค์กรผู้บริโภค องค์กรสิ่งแวดล้อม และภาคธุรกิจ ในแนวทางของการบริโภคอย่างยั่งยืน เป็นการบูรณาการร่วมกันของเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคภาครัฐและภาคประชาชน ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) กองทุนประกันชีวิต กองทุนประกันวินาศภัย สำนักงานอามัย กรุงเทพมหานคร กรมคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพ กระทรวงยุติธรรม และสมาพันธ์ชมรมคุ้มครองผู้บริโภค กรุงเทพมหานคร จัดนิทรรศการ ให้คำแนะนำ/ปรึกษา และการบรรยายให้ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคตลอดจนกฎหมายเบื้องต้นที่เป็นประโยชน์แก่ประชาชน ในการลงพื้นที่แต่ละครั้งเพื่อเป็นวิทยากรบรรยายให้ความรู้ และร่วมจัดนิทรรศการ จำนวน ๔ ครั้ง ได้แก่

ครั้งที่ ๑ วันที่ ๑๔ มกราคม ๒๕๖๓ เขตหนองแขม กรุงเทพฯ ผู้เข้าร่วม จำนวน ๒๑๖ คน

ครั้งที่ ๒ วันที่ ๒๓ มกราคม ๒๕๖๓ เขตบางแค กรุงเทพฯ ผู้เข้าร่วม จำนวน ๑๑๑ คน

ครั้งที่ ๓ วันที่ ๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๓ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ ผู้เข้าร่วม จำนวน ๑๗๖ คน

ครั้งที่ ๔ วันที่ ๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๓ เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ ผู้เข้าร่วม จำนวน ๑๒๒ คน



สคบ. ลงพื้นที่บรรยายแลกเปลี่ยนความรู้ จัดนิทรรศการ แก่ประชาชนในชุมชนเขตต่าง ๆ ร่วมกับภาคีเครือข่าย

๔. กิจกรรมพัฒนาศักยภาพเครือข่ายอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค (อสคบ. รุ่นที่ ๒) ภายใต้โครงการพัฒนาองค์ความรู้ ซึ่งจัดอบรมในวันที่ ๒๐ สิงหาคม ๒๕๖๓ โดยมีพลตำรวจตรี ประสิทธิ์ เฉลิมวุฒิศักดิ์ เลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นประธานพิธีเปิดโครงการ โดยกิจกรรมดังกล่าวเป็นการพัฒนาความรู้เพื่อเสริมสร้างเครือข่ายขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค (อสคบ. รุ่นที่ ๒) ณ โรงแรมทีเค พาเลส แอนด์ คอนเวนชั่น ถนนแจ้งวัฒนะ กรุงเทพฯ



๕. กิจกรรมสร้างเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคในสถานศึกษาด้านการคุ้มครองผู้บริโภคซึ่งจัดให้มีพิธีลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในสถานศึกษา ระหว่าง สคบ. กับคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม โดยมีพลตำรวจตรี ประสิทธิ์ เฉลิมวุฒิศักดิ์ เลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ดร. รัชนีพร พุคยาภรณ์ พุกกะมาน อธิการบดี มหาวิทยาลัยศรีปทุม ลงนามในพิธีลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือด้านการคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อบูรณาการด้านการคุ้มครองผู้บริโภคระหว่าง สคบ. ร่วมกับมหาวิทยาลัยศรีปทุม และส่งเสริมให้สถาบันการศึกษาเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ อีกทั้งมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในสถาบันการศึกษา เมื่อวันที่ ๒๐ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๓ ณ มหาวิทยาลัยศรีปทุม กรุงเทพฯ



๖. กิจกรรมสนับสนุนเครือข่ายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค การลงพื้นที่ศึกษาดูงานและเยี่ยมชมเครือข่ายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ศูนย์สิทธิผู้บริโภคซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีศักยภาพในการดำเนินงานด้านการช่วยเหลือประชาชนในการคุ้มครองผู้บริโภค อีกทั้งสนับสนุนการเผยแพร่การดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของศูนย์สิทธิผู้บริโภคจำนวน ๓ แห่ง ดังนี้

- ๑) ศูนย์สิทธิผู้บริโภคเขตดอนเมือง
- ๒) ศูนย์สิทธิผู้บริโภคเขตหลักสี่
- ๓) ศูนย์สิทธิผู้บริโภคเขตบางเขน



๗. กิจกรรมการมอบโล่ประกาศเกียรติคุณผู้ทำคุณประโยชน์ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เนื่องใน “วันสถาปนาสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ๒๕๖๓” โดยมี นายเทวัญ ลิปตพัลลภ รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี ในฐานะประธานกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นประธานในพิธีเปิดงาน พร้อมด้วย พลตำรวจตรี ประสิทธิ์ เฉลิมวุฒิศักดิ์ เลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ณ สคบ. ศูนย์ราชการฯ ถนนแจ้งวัฒนะ กรุงเทพฯ จัดให้มีการมอบโล่ประกาศเกียรติคุณผู้ทำคุณประโยชน์ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จำนวน ๒๘ ราย เพื่อแสดงถึงการให้ความสำคัญในการยกย่องคุณงามความดีของบุคคลและหน่วยงานที่ทำความประโยชน์ให้กับสังคม ในส่วนของการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค เนื่องในวันคุ้มครองผู้บริโภคไทยจัดทุกวันที่ ๓๐ เมษายน ของทุกปี



๘. กิจกรรมจัดจ้างผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในภาพรวมระดับประเทศ ภายใต้โครงการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในภาพรวมระดับประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทภารกิจ ข้อมูลความรู้ การเตือนภัยเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ถือเป็นภารกิจสำคัญ เพื่อให้ประชาชนผู้บริโภคเกิดความตระหนักเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภค โดยการสื่อสารผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ซึ่งเป็นสื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในรูปแบบที่สวยงาม ทันสมัยและเข้าใจง่าย ซึ่งเป็นการจัดจ้างผลิตหนังสือ สคบ. สาร (วารสารราย ๓ เดือน) ๔ ฉบับ จำนวน ๘,๐๐๐ เล่ม หนังสือรายงานประจำปี จำนวน ๒๐๐ เล่ม หนังสือ Are You Ready? จำนวน ๕,๐๐๐ เล่ม สมุดภาพอินโฟกราฟิกด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จำนวน ๕,๐๐๐ เล่ม ซึ่งมีการเผยแพร่ให้แก่หน่วยงานราชการทั่วประเทศ เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคภาครัฐ/ภาคเอกชน/ภาคประชาชน สำนักงานเขต ประชาชนทั่วไป เป็นต้น

สคบ. สาร สื่อสิ่งพิมพ์ที่มีการเผยแพร่ความรู้ทางเว็บไซต์ และเฟสบุ๊ก สคบ.

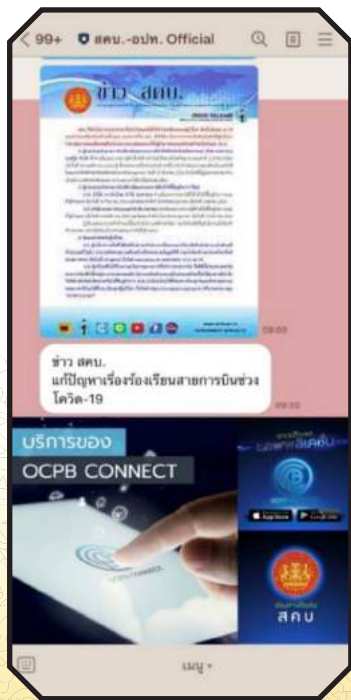




๙. การเผยแพร่องค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคข้อมูลข่าวสาร บทความ อินโฟกราฟิก เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคที่ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ เพื่อประโยชน์ในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ ผ่านช่องทางที่หลากหลาย เช่น สคบ. สาร สื่อสิ่งพิมพ์ เว็บไซต์ [www.ocpb.go.th](http://www.ocpb.go.th) สื่อโซเชียล เฟสบุ๊กสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ไลน์บิสสิเนส (LINE Business) หรือไลน์ อปท. และขณะนี้ ปัจจุบัน สคบ. ได้มีการพัฒนาช่องทางการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยผ่านช่องทางแอปพลิเคชัน OCPB Connect ให้บริการประชาชนด้านคุ้มครองเครือข่ายผู้บริโภคที่ได้รับรวบรวมข้อมูลจากหลากหลายหน่วยงานเพื่อเผยแพร่ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคสำหรับประชาชนทั่วไป และกลุ่มเครือข่ายองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในการให้ข้อมูล ข่าวสาร ความรู้แก่ผู้บริโภค



ข้อมูลข่าวสารอินโฟกราฟิก เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคที่ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์



ไลน์บิสสิเนส (LINE Business) หรือไลน์ อปท. ช่องทางการสื่อสารข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

๑๐. การประชุมคณะทำงานโฆษก และรองโฆษกสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค และคณะทำงานตรวจสอบและวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในงบประมาณ ปี พ.ศ. ๒๕๖๓ มีการประชุมทั้งสิ้นจำนวน ๑๓ ครั้ง ซึ่งในการประชุมแต่ละครั้งจะนำข่าว สคบ. ที่มีผลกระทบกับประชาชนในวงกว้าง ข่าวในเฟสบุ๊กข่าวทั่วไป นำเสนอสถิติการรับเรื่องร้องทุกข์ และข่าวจากหน่วยงานอื่น ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) กรมการค้าภายใน สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจ ประกันภัย (คปภ.) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานประกันสังคม (สปส.) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจ และสังคม กรมอนามัย และกรมการขนส่งทางบก

### การประชุมคณะทำงานโฆษก



ซึ่งทีมโฆษก ได้จัดทำคลิปวิดีโอและอินโฟกราฟิกเพื่อให้ความรู้และเตือนภัยกับผู้บริโภคในเรื่องต่าง ๆ ก่อนถึง ช่วงวันสำคัญหรือเทศกาลสำคัญและประเด็นการละเมิดสิทธิด้านการซื้อขายออนไลน์ เนื่องจากเกิดผลกระทบต่อผู้บริโภค เป็นจำนวนมาก และได้ผลิตและเผยแพร่คลิปวิดีโอให้ความรู้ และเตือนภัยให้กับผู้บริโภค โดยจะเน้นในประเด็นที่น่าสนใจ การแจ้งเตือนภัยและการให้คำแนะนำในเรื่องที่กำลังส่งผลกระทบต่อสังคม

สรุปผลงานทีมโฆษก สคบ. ในการผลิตและเผยแพร่คลิปวิดีโอให้ความรู้ และเตือนภัยให้กับผู้บริโภค รวมทั้ง รายการสรุปข่าว สคบ. “สคบ. นิวส์ทอล์ค” สรุปได้ดังนี้

คลิปวิดีโอ	วันที่โพสต์	คนที่เข้ามาดู	จำนวนการมีส่วนร่วม
๑) ดอกกุหลาบ...จะแพงไปไหน	๑๔ ก.พ. ๒๕๖๓	๒๙๑	๗๙
๒) สคบ. นิวส์ทอล์ค EP.1 (ตอน ๑/๔)	๘ พ.ค. ๒๕๖๓	๓๓๘	๘๘
๓) สคบ. นิวส์ทอล์ค EP.1 (ตอน ๒/๔ )	๘ พ.ค. ๒๕๖๓	๑๒๗	๓๔
๔) สคบ. นิวส์ทอล์ค EP.1 (ตอน ๓/๔)	๘ พ.ค. ๒๕๖๓	๔๙๗	๑๐๑
๕) สคบ. นิวส์ทอล์ค EP.1 (ตอน ๔/๔)	๘ พ.ค. ๒๕๖๓	๒๘๘	๔๘
๖) สคบ. นิวส์ทอล์ค EP.2 (ตอน ๑/๔)	๒๙ พ.ค. ๒๕๖๓	๑๔๗	๔๓
๗) สคบ. นิวส์ทอล์ค EP.2 (ตอน ๒/๔)	๒๙ พ.ค. ๒๕๖๓	๑๓๖	๔๗
๘) สคบ. นิวส์ทอล์ค EP.2 (ตอน ๓/๔)	๒๙ พ.ค. ๒๕๖๓	๒๘๐	๙๐
๙) สคบ. นิวส์ทอล์ค EP.2 (ตอน ๔/๔)	๒๙ พ.ค. ๒๕๖๓	๑๘๑	๓๒

คลิปวิดีโอ	วันที่โพสต์	คนที่เข้ามาดู	จำนวนการมีส่วนร่วม
๑๐) สคบ. นิวส์ทอล์ค EP.3 (ตอน ๑/๓)	๖ ส.ค. ๒๕๖๓	๑๓๙	๔๗
๑๑) สคบ. นิวส์ทอล์ค EP.3 (ตอน ๒/๓)	๖ ส.ค. ๒๕๖๓	๘๔	๒๓
๑๒) สคบ. นิวส์ทอล์ค EP.3 (ตอน ๓/๓)	๖ ส.ค. ๒๕๖๓	๒๑๐	๔๖
๑๓) สคบ. นิวส์ทอล์ค EP.4 (ตอน ๑/๓)	๒๖ ส.ค. ๒๕๖๓	๒๑๖	๖๓
๑๔) สคบ. นิวส์ทอล์ค EP.4 (ตอน ๒/๓)	๒๖ ส.ค. ๒๕๖๓	๑๖๘	๒๙
๑๕) สคบ. นิวส์ทอล์ค EP.4 (ตอน ๓/๓)	๒๖ ส.ค. ๒๕๖๓	๒๑๘	๓๔

การผลิตอินโฟกราฟิกให้ความรู้ และเตือนภัยให้กับผู้บริโภค สรุปได้ดังนี้

คลิปวิดีโอ	วันที่โพสต์	คนที่เข้ามาดู	จำนวนการมีส่วนร่วม
๑) สถิติการให้บริการรับเรื่องร้องทุกข์ สคบ. เดือนมกราคม ๒๕๖๓	๑๖ มี.ค. ๒๕๖๓	๑,๙๒๕	๘๒
๒) สถิติการให้บริการรับเรื่องร้องทุกข์ สคบ. เดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๖๓	๑๖ มี.ค. ๒๕๖๓	๑,๘๘๒	๖๕
๓) ช่วงวิกฤต Covid-19 ระบาด โปรดดูจลาจล วันผลิต วันหมดอายุ ให้ดี	๒๐ มี.ค. ๒๕๖๓	๒,๙๒๕	๑๑๕
๔) การประชุมทีมโฆษก ครั้งที่ ๓/๒๕๖๓	๙ เม.ย. ๒๕๖๓	๓,๑๒๒	๒๐๓
๕) สถิติการให้คำปรึกษาทางสายด่วน สคบ. ๑๑๖๖ เดือนมกราคม ๒๕๖๓	๑๔ เม.ย. ๒๕๖๓	๒,๓๔๗	
๖) สถิติการให้คำปรึกษาทางสายด่วน สคบ. ๑๑๖๖ เดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๖๓	๑๔ เม.ย. ๒๕๖๓	๒,๐๑๑	๕๘
๗) สถิติการให้คำปรึกษาทางสายด่วน สคบ. ๑๑๖๖ เดือนมีนาคม ๒๕๖๓	๑๔ เม.ย. ๒๕๖๓	๔,๔๖๙	๕๒๙
๘) สั่งอาหารออนไลน์ (Delivery) อย่างไร ให้ปลอดภัยจากโควิด-19	๑๔ เม.ย. ๒๕๖๓	๒,๕๒๕	๘๖
๙) สั่งพัสดุออนไลน์ (Delivery) ปลอดภัย ห่างไกล “โควิด-19”	๑๔ เม.ย. ๒๕๖๓	๕,๔๑๖	๑๖๕
๑๐) ๙ ข้อ ปฏิบัติ “รถเร่ขายอาหาร” สร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภค ช่วงโควิด-19	๑๔ เม.ย. ๒๕๖๓	๒,๙๑๗	๘๙
๑๑) โควิด-19 ระบาด เตือนผู้บริโภค เช็คราคาทองก่อนขาย	๒๔ เม.ย. ๒๕๖๓	๓,๙๐๐	๒๑๖

คลิปวิดีโอ	วันที่โพสต์	คนที่เข้ามาดู	จำนวนการมีส่วนร่วม
๑๒) การคิดค่าบริการจัดส่งอาหาร สำหรับ “ธุรกิจจำหน่ายอาหาร และมีบริการจัดส่ง” ช่วงโควิด-19 ทุกบริษัทไม่ปรับขึ้น บางรายลดราคาหรือมีโปรโมชั่น	๒๗ เม.ย. ๒๕๖๓	๓,๗๐๘	๒๒๓
๑๓) การคิดค่าบริการจัดส่งอาหาร สำหรับ “ธุรกิจให้บริการจัดส่งอาหาร” ช่วงโควิด-19 ทุกบริษัทไม่ปรับขึ้น บางรายลดราคาหรือมีโปรโมชั่น	๒๗ เม.ย. ๒๕๖๓	๒,๓๐๗	๙๓
๑๔) การคิดค่าบริการจัดส่งอาหาร สำหรับ “ธุรกิจให้บริการจัดส่งพัสดุ” ช่วงโควิด-19 ทุกบริษัทไม่ปรับขึ้น บางรายลดราคาหรือมีโปรโมชั่น	๒๗ เม.ย. ๒๕๖๓	๑,๙๐๐	๖๗
๑๕) การประชุมทีมโฆษก ครั้งที่ ๔/๒๕๖๓	๒๘ เม.ย. ๒๕๖๓	๒,๙๘๐	๑๒๗
๑๖) สถิติการให้คำปรึกษาทางสายด่วน สคบ. ๑๑๖๖ ไตรมาส ๑/๒๕๖๓ (มกราคม – มีนาคม)	๑๔ พ.ค. ๒๕๖๓	๒,๑๙๐	๖๐
๑๗) สถิติการให้คำปรึกษาทางสายด่วน สคบ. ๑๑๖๖ เดือน เมษายน ๒๕๖๓	๑๔ พ.ค. ๒๕๖๓	๓,๔๘๘	๑๖๘
๑๘) การประชุมทีมโฆษก ครั้งที่ ๕/๒๕๖๓	๒๘ พ.ค. ๒๕๖๓	๒,๐๔๑	๖๐
๑๙) สถิติการให้คำปรึกษาทางสายด่วน สคบ. ๑๑๖๖ เดือน พฤษภาคม ๒๕๖๓	๑๐ มิ.ย. ๒๕๖๓	๑,๗๘๔	๖๗
๒๐) สถิติการรับเรื่องร้องทุกข์ เดือน พฤษภาคม ๒๕๖๓	๑ ก.ค. ๒๕๖๓	๒,๒๔๓	๙๕
๒๑) การประชุมทีมโฆษก ครั้งที่ ๖/๒๕๖๓	๒๒ ก.ค. ๒๕๖๓	๑,๕๕๒	๖๘
๒๒) ให้สัมภาษณ์เพื่อเผยแพร่ในวารสาร Plastics Foresight	๑๓ ส.ค. ๒๕๖๓	๑,๔๓๐	๔๔
๒๓) การประชุมทีมโฆษก ครั้งที่ ๗/๒๕๖๓	๒๕ ส.ค. ๒๕๖๓	๑,๓๔๘	๕๐
๒๔) Press Release ข่าวที่ ๕๒/๒๕๖๓ ๒๖ สิงหาคม ๒๕๖๓ “ผู้ร้องเรียน จะกระโดดตึกที่ สคบ. เหตุโดนไล่ออกจากแพลตฟอร์ม”	๒๖ ส.ค. ๒๕๖๓	๑,๕๖๒	๑๑๔
๒๕) สถิติการให้คำปรึกษาทางสายด่วน สคบ. ๑๑๖๖ เดือน กรกฎาคม ๒๕๖๓	๒ ก.ย. ๒๕๖๓	๒,๓๙๕	๑๑๖
๒๖) เรื่องแบบนี้...แจ้งที่ไหน?	๑๖ ก.ย. ๒๕๖๓	๒,๘๗๕	๒๓๖
๒๗) การประชุมทีมโฆษก ครั้งที่ ๘/๒๕๖๓	๓๐ ก.ย. ๒๕๖๓	๗๓๘	๓๗

๑๑. การจัดส่งข่าวและบทความข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เผยแพร่ไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หน่วยงานราชการ กระทรวง ทบวง กรม ๒๐ หน่วยงาน ผู้ว่าราชการจังหวัด ๗๖ จังหวัด สำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร ๕๐ เขต สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย (กศน.) สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา ทั่วประเทศจำนวน ๘,๗๔๘ แห่ง เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้รับข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคและเผยแพร่ความรู้ให้กับเยาวชนและประชาชนได้อย่างทั่วถึง

เป้าหมายการพัฒนาเครือข่ายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคสู่อนาคต สิ่งสำคัญในการดึงเอาพลังของภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งภาคเอกชน ประชาสังคม ชุมชนท้องถิ่น ร่วมขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีความเข้มแข็ง โดยการสนับสนุนการรวมตัวของประชาชนในการร่วมคิดร่วมทำเพื่อส่วนรวม การกระจายอำนาจและความรับผิดชอบไปสู่กลไกการบริหารราชการแผ่นดินในระดับท้องถิ่น การดำเนินงานประสานกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง สร้างเวทีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันของผู้บริโภคและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ร่วมวางแผนงานหรือนโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับจังหวัด ซึ่งต้องเป็นนโยบายที่เกิดจากกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน

ทั้งนี้ ในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ สคบ. ได้พัฒนาช่องทางการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้ดีขึ้น โดยนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อศึกษาข้อมูล เช่น ช่องทาง OCPB Connect แอปพลิเคชันให้บริการประชาชนด้านคุ้มครองผู้บริโภค ที่ได้รวบรวมข้อมูลจากหลากหลายหน่วยงานให้สามารถเรียกดู เข้าถึงและตรวจสอบข้อมูลผู้ประกอบการ การขึ้นทะเบียนจดทะเบียนการประกอบธุรกิจ ประกอบอาชีพ เรียกดูและเข้าถึงข้อมูล การเตือนภัยสินค้า บริการ องค์กรความรู้ ข่าวสาร รวมทั้งการวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และยังตรวจสอบการบริการ เช่น การรับเรื่องร้องทุกข์ การไกล่เกลี่ยออนไลน์ ประกอบด้วย ๔ หมวด ได้แก่

หมวดที่ ๑ ตรวจสอบผู้ประกอบการขึ้นทะเบียนประกอบวิชาชีพ

หมวดที่ ๒ เตือนภัยสินค้า องค์กรความรู้ และข่าวสาร

หมวดที่ ๓ วิเคราะห์ด้านคุ้มครองผู้บริโภค

หมวดที่ ๔ บริการ และคุ้มครองผู้บริโภค

โดยแอปพลิเคชันเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคสามารถเข้าไปค้นหาข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภค การแจ้งเตือนภัยกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งมีการนำเสนอข้อมูลที่เป็นจริง ถูกต้อง ทันสมัย และประชาชนสามารถเข้าถึงได้ นอกจากนี้ ยังมีช่องทางไลน์ แอปพลิเคชัน สคบ.-อปท. ซึ่งเป็นช่องทางการสื่อสารข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภค รวมไปถึงการตอบปัญหา การให้คำแนะนำแก่เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ระหว่าง สคบ. และ อปท. ทั่วประเทศ ในส่วนของเครือข่ายต่าง ๆ ได้มีการจัดทำระบบฐานข้อมูลเครือข่าย เพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับเครือข่าย อาทิ ข้อมูลการติดต่อ ข้อมูลชื่อเครือข่าย ข้อมูลการพัฒนาศักยภาพเครือข่าย ข้อมูลการดำเนินกิจกรรมของเครือข่าย ซึ่งข้อมูลดังกล่าวจะนำมาใช้ในการประมวลผลเพื่อจัดกิจกรรมโครงการต่าง ๆ ในการเสริมสร้างศักยภาพของเครือข่ายต่อไป

## สรุปผลการดำเนินงานเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓

### ฝ่ายประชาสัมพันธ์

ลำดับที่	แผนงาน/โครงการที่จัดทำ	จำนวน
<b>๑</b>	<b>การผลิตเพื่อการประชาสัมพันธ์</b>	<b>๖๓ ข่าว</b>
<b>๑.๑</b>	<b>ข่าวประชาสัมพันธ์</b>	<b>๓๕ ข่าว</b>
	ข่าวประชาสัมพันธ์กิจกรรม	๓๙ ข่าว
	ข่าวประชาสัมพันธ์แจ้งเตือน	๔ เรื่อง
	บทความ	๕ เรื่อง
	ข้อความประชาสัมพันธ์ (ตัววิ่ง)	๓๖๘ เรื่อง
<b>๑.๒</b>	<b>การผลิต infographic</b>	<b>๓๙๒ เรื่อง</b>
	Infographic ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	๑๗๖ เรื่อง
	การผลิตภาพข่าวกิจกรรม/ Infographic ข่าว	๖๓ เรื่อง
<b>๑.๓</b>	<b>สื่อวีดิทัศน์/การผลิตสื่อบทข่าว</b>	<b>๖๓ เรื่อง</b>
<b>๑.๔</b>	<b>บทความด้านการคุ้มครองผู้บริโภค</b>	<b>๕๕ เรื่อง</b>
	อสังหาริมทรัพย์	๒ เรื่อง
	สถานเสริมความงาม	๔ เรื่อง
	กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค	๑๐ เรื่อง
	สินค้าอุปโภค/บริโภค	๒๔ เรื่อง
	ซื้อ-ขายสินค้าออนไลน์	๗ เรื่อง
	อื่นๆ	๗ เรื่อง
<b>๑.๕</b>	<b>บอร์ดประชาสัมพันธ์/ภาพกิจกรรม/งานออกแบบศิลปกรรม</b>	<b>๒๙๑ เรื่อง</b>
	บอร์ดประชาสัมพันธ์/ภาพกิจกรรม	๑๑๗ เรื่อง
	งานออกแบบศิลปกรรม	๑๓๔ เรื่อง
<b>๑.๖</b>	<b>การตรวจข่าว</b>	<b>๕๗๕ ข่าว</b>
	ข่าวประจำวัน	๕๗๓ ข่าว
	การวิเคราะห์ข่าว	๒ ข่าว

ลำดับที่	แผนงาน/โครงการที่จัดทำ	จำนวน
๑.๗	ประสานสื่อ	๔๐ ครั้ง
๑.๘	ลงพื้นที่ทำข่าว	๑๙๐ ครั้ง
๑.๙	แถลงข่าว	๑๔ ครั้ง
๑.๑๐	สัมภาษณ์	๑๕ ครั้ง

## ฝ่ายเผยแพร่วิชาการและการพัฒนาเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค

ลำดับที่	แผนงาน/โครงการที่จัดทำ	จำนวน
๒	การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	
๒.๑	การเผยแพร่ทางโซเชียล	๑,๙๓๗ เรื่อง
	LINE @ สคบ. (official)	๓๕๙ เรื่อง
	เผยแพร่ทางไลน์สื่อมวลชน สคบ.	๑๓๑ เรื่อง
	การเผยแพร่ทาง www.ocpb.go.th	๓๖๘ เรื่อง
	การเผยแพร่ทาง Facebook	๕๗๑ เรื่อง
	การเผยแพร่ทาง G-New	๖๔ เรื่อง
	การเผยแพร่ทาง Youtube	๔๕ เรื่อง
	การเผยแพร่ทางกลุ่ม สคบ. ไลน์	๑๕๔ เรื่อง
	การให้คำปรึกษาด้านการคุ้มครองผู้บริโภคทางสื่อออนไลน์	๔๐ ราย
	บทความให้ความรู้	๕๒ เรื่อง
	Infographic	๑๑๖ เรื่อง
	การเผยแพร่สื่อวีดิทัศน์ (คลิปสั้น)	๒๙ เรื่อง
	การเผยแพร่ทาง www.pantip.com	๘ เรื่อง
๒.๒	สื่อสิ่งพิมพ์	๖๓ เรื่อง
	หนังสือพิมพ์เส้นทางนักขาย	๑๙ เรื่อง
	หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ คอลัมน์ แก้ไขปัญหาผู้บริโภคโดย สคบ.	๓๗ เรื่อง
	นิตยสารแคตตาล็อกเซเว่น	๗ เรื่อง

ลำดับที่	แผนงาน/โครงการที่จัดทำ	จำนวน
๒.๓	การเผยแพร่สื่อด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	๑๐,๕๓๑ เล่ม/เรื่อง
	สคบ. การคุ้มครองผู้บริโภค	๑๖๒ เล่ม
	วารสาร สคบ.	๓,๙๙๙ เล่ม
	เพิ่มภูมิการบริโภค	๐ เล่ม
	Are you ready ?	๐ เล่ม
	หนังสือรายงานประจำปี	๑๕๐ เล่ม
	โปสเตอร์ (๕ แผ่น/กระบอกร)	๐ แผ่น
	แผ่นพับ	๖,๒๒๐ แผ่น
	ซีดี เผยแพร่ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	๐ แผ่น
๒.๔	การจัดส่งข่าว/บทความ/ข้อมูลด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	๔,๙๙๗ เรื่อง
๒.๕	วิทยากรบรรยายให้ความรู้	๑๙ ครั้ง
๒.๖	การจัดประชุมสัมมนา	๒๐ ครั้ง
๒.๗	การจัดนิทรรศการเผยแพร่ความรู้	๒๔ ครั้ง
๓	งานศูนย์ข้อมูลข่าวสารทางราชการ	
๓.๑	การนำเข้าข้อมูลข่าวสารทางราชการ ทางระบบอิเล็กทรอนิกส์	๒๘๒ รายการ
๓.๒	การบริหารจัดการศูนย์ข้อมูลข่าวสาร	๑๕ รายการ
๓.๓	การให้บริการศูนย์ข้อมูลข่าวสาร	๐ รายการ



# งบประมาณรายจ่าย ประจำปี ๒๕๖๓



## สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

### งบแสดงฐานะการเงิน

ณ วันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๓

(หน่วย : บาท)

	หมายเหตุ	๒๕๖๓	๒๕๖๒
<b>สินทรัพย์</b>			
สินทรัพย์หมุนเวียน			
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	๕	๖๙,๙๑๕,๖๒๓.๙๔	๕๙,๕๓๒,๖๖๙.๘๐
ลูกหนี้อื่นระยะสั้น	๖	๗,๖๕๖,๖๘๓.๙๔	๘,๗๓๕,๑๖๕.๕๖
วัสดุคงเหลือ		๒,๔๕๕,๑๓๕.๘๐	๒,๑๖๒,๑๔๙.๗๙
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน		๘๐,๐๒๗,๔๔๓.๖๘	๗๐,๔๒๙,๙๘๕.๑๕
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน			
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์	๗	๑๒,๓๔๕,๘๔๔.๒๕	๑๕,๔๐๔,๖๒๓.๐๔
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน	๘	๒๑,๒๘๘,๕๔๓.๒๓	๗,๙๘๕,๗๓๗.๓๑
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน		๓๓,๖๓๔,๓๗๘.๔๘	๒๓,๓๙๐,๓๖๐.๓๕
<b>รวมสินทรัพย์</b>		<b>๑๑๓,๖๖๑,๘๒๒.๑๖</b>	<b>๙๓,๘๒๐,๓๔๕.๕๐</b>

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของรายงานการเงินนี้

## สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

## งบแสดงฐานะการเงิน

ณ วันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๓

(หน่วย : บาท)

	หมายเหตุ	๒๕๖๓	๒๕๖๒
<b>หนี้สิน</b>			
หนี้สินหมุนเวียน			
เจ้าหนี้การค้า		๑๓,๔๐๒,๕๑๑.๗๕	๘,๒๘๒,๐๔๔.๖๘
เจ้าหนี้อื่นระยะสั้น	๙	๙๖๑,๐๙๖.๑๖	๑,๓๑๕,๗๗๙.๗๓
เงินรับฝากระยะสั้น		๙๙๗,๒๕๗.๘๔	๔๔๙,๕๐๓.๐๐
รวมหนี้สินหมุนเวียน		๑๕,๓๖๐,๘๖๕.๗๕	๑๐,๐๔๗,๓๒๗.๔๑
หนี้สินไม่หมุนเวียน			
รายได้รอการรับรู้ระยะยาว	๑๐	๑,๐๒๔,๓๗๘.๒๑	๓๘๙,๕๙๕.๑๑
เงินอุดหนุนระยะยาว		๗๕๐,๐๐๐.๐๐	๗๕๐,๐๐๐.๐๐
เงินรับฝากอื่นระยะยาว	๑๑	๓๑,๔๑๕,๖๘๗.๒๒	๓๒,๐๕๒,๗๐๒.๔๓
เงินประกันอื่นระยะยาว	๑๒	๓๖,๐๖๐,๐๕๑.๓๑	๒๕,๙๐๘,๔๘๑.๗๑
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน		๖๘,๕๕๐,๑๑๖.๗๔	๕๙,๑๐๐,๗๗๙.๒๕
<b>รวมหนี้สิน</b>		<b>๘๔,๖๑๐,๙๘๒.๔๙</b>	<b>๖๙,๑๔๘,๑๐๖.๖๖</b>
<b>สินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน</b>		<b>๒๙,๐๕๐,๘๓๙.๖๗</b>	<b>๒๔,๖๗๒,๒๓๘.๘๔</b>
<b>สินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน</b>			
ทุน		๑๐,๖๑๒,๓๓๘.๘๓	๑๐,๖๑๒,๓๓๘.๘๓
รายได้สูง/(ต่ำ)ค่าใช้จ่ายสะสม		๑๘,๔๓๘,๕๐๐.๘๔	๑๔,๐๕๙,๙๐๐.๐๑
<b>รวมสินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน</b>		<b>๒๙,๐๕๐,๘๓๙.๖๗</b>	<b>๒๔,๖๗๒,๒๓๘.๘๔</b>

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของรายงานการเงินนี้

## สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

### งบแสดงฐานะการเงิน

ณ วันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๓

(หน่วย : บาท)

	ทุน	รายได้สูง/(ต่ำ) กว่าค่าใช้จ่ายสะสม	รวมสินทรัพย์สุทธิ/ ส่วนทุน
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๑	๑๐,๖๑๒,๓๓๘.๘๓	๑๕,๐๗๔,๓๖๘.๗๕	๒๕,๖๘๖,๗๐๗.๕๘
การเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน สำหรับปี ๒๕๖๒			
รายได้สูง/(ต่ำ)กว่าค่าใช้จ่ายสำหรับงวด	-	(๑,๐๑๔,๔๖๘.๗๔)	(๑,๐๑๔,๔๖๘.๗๔)
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๒	๑๐,๖๑๒,๓๓๘.๘๓	๑๔,๐๕๙,๘๐๐.๐๑	๒๔,๖๗๒,๒๓๘.๘๔
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๒	๑๐,๖๑๒,๓๓๘.๘๓	๑๔,๐๕๙,๘๐๐.๐๑	๒๔,๖๗๒,๒๓๘.๘๔
การเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน สำหรับปี ๒๕๖๓			
รายได้สูง/(ต่ำ)กว่าค่าใช้จ่ายสำหรับงวด	-	๔,๓๗๘,๖๐๐.๘๓	๔,๓๗๘,๖๐๐.๘๓
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๓	๑๐,๖๑๒,๓๓๘.๘๓	๑๘,๔๓๘,๔๐๐.๘๔	๒๙,๐๕๐,๗๓๙.๖๗

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของรายงานการเงินนี้

## สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

### งบแสดงฐานะการเงิน

ณ วันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๓

#### หมายเหตุ

#### สารบัญ

๑. ข้อมูลทั่วไป
๒. เกณฑ์การจัดทำรายงานการเงิน
๓. มาตรฐานการบัญชีภาครัฐและนโยบายการบัญชีภาครัฐฉบับใหม่ และมาตรฐานการบัญชีภาครัฐและนโยบายการบัญชีภาครัฐที่ปรับปรุงใหม่
๔. สรุปนโยบายการบัญชีที่สำคัญ
๕. เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด
๖. ลูกหนี้อื่นระยะสั้น
๗. ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์
๘. สินทรัพย์ไม่มีตัวตน
๙. เจ้าหนี้อื่นระยะสั้น
๑๐. รายได้รอการรับรู้ระยะยาว
๑๑. เงินรับฝากอื่นระยะยาว
๑๒. เงินประกันอื่นระยะยาว
๑๓. รายได้จากงบประมาณ
๑๔. ค่าใช้จ่ายบุคลากร
๑๕. ค่าบ้ำเห็นจบ้านาญ
๑๖. ค่าใช้สอย
๑๗. ค่าวัสดุ
๑๘. ค่าสาธารณูปโภค
๑๙. ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย
๒๐. ภาระผูกพัน

## สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

### งบแสดงฐานะการเงิน

ณ วันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๓

#### หมายเหตุ ๑ ข้อมูลทั่วไป

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) เป็นหน่วยงานซึ่งมีฐานะเทียบเท่ากรม สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี ตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ และแก้ไขเพิ่มเติม โดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๔๑ ทำหน้าที่หลักในการคุ้มครองผู้บริโภคที่ถูกละเมิดสิทธิด้านการบริโภค

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคอาคารรัฐประศาสนภักดี (อาคารบี) ชั้น ๕ ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ ๘๐ พรรษา ๕ ธันวาคม ๒๕๕๐ ถนนแจ้งวัฒนะ แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ ๑๐๒๑๐

ในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ หน่วยงานได้รับการจัดสรรงบประมาณรายจ่ายประจำปี จำนวน ๒๓๒,๐๙๔,๔๐๐ บาท (ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๒ จำนวน ๒๑๙,๒๘๐,๘๐๐ บาท) โดยแยกเป็น

#### ๑. แผนงานบุคลากรภาครัฐ (ด้านการปรับสมดุล และพัฒนาระบบบริหารจัดการภาครัฐ)

จำนวน ๘๒,๗๑๖,๙๐๐ บาท

#### ๒. แผนงานพื้นฐานด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบบริหารจัดการภาครัฐ

ผลผลิต : การอำนวยความสะดวกบังคับใช้กฎหมายและคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค จำนวน ๑๒๗,๐๔๐,๓๐๐ บาท

#### ๓. แผนงานยุทธศาสตร์สร้างหลักประกันสังคม

ผลผลิต : โครงการส่งเสริมประสิทธิภาพด้านการคุ้มครอง จำนวน ๔,๔๖๙,๒๐๐ บาท

#### ๔. แผนงานยุทธศาสตร์พัฒนาบริการประชาชนและการพัฒนาประสิทธิภาพภาครัฐ

ผลผลิต : โครงการการพัฒนาระบบข้อมูลเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค จำนวน ๑๗,๘๖๘,๐๐๐ บาท

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นหน่วยงานที่อยู่ภายใต้การควบคุมของรัฐบาลในภาพรวม ให้หน่วยงานเป็นผู้รับผิดชอบในการบริหารจัดการเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและเงินนอกงบประมาณ ซึ่งเป็นเงินที่หน่วยงานฝากไว้กับกระทรวงการคลังภายใต้ข้อกำหนดตามกฎหมาย

#### หมายเหตุ ๒ เกณฑ์การจัดทำรายงานการเงิน

รายงานการเงินของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคฉบับนี้ จัดทำขึ้นตามพระราชบัญญัติวินัยการเงินการคลังของรัฐ พ.ศ. ๒๕๖๑ รายการที่ปรากฏในรายงานการเงินฉบับนี้เป็นไปตามมาตรฐานการบัญชีภาครัฐและนโยบายการบัญชีภาครัฐที่กระทรวงการคลังกำหนด ซึ่งรวมถึงหลักการและนโยบายการบัญชีภาครัฐ มาตรฐานการบัญชีภาครัฐ และนโยบายการบัญชีภาครัฐ โดยรูปแบบการนำเสนอรายงานการเงินเป็นไปตามหนังสือกรมบัญชีกลางที่ กค ๐๔๑๐.๓/ว ๓๕๗ ลงวันที่ ๑๕ สิงหาคม ๒๕๖๑ เรื่อง รูปแบบการนำเสนอรายงานการเงินของหน่วยงานของรัฐ

รายงานการเงินนี้จัดทำขึ้นโดยใช้เกณฑ์ราคาทุนเดิม เว้นแต่จะได้เปิดเผยเป็นอย่างอื่นในนโยบายการบัญชี

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งถือเป็นหน่วยงานที่เสนอรายงานตามมาตรฐานการบัญชีภาครัฐ รวมรายการบัญชีที่เกิดขึ้นทุกรายการ ไม่ว่าจะรายการดังกล่าวจะเกิดจากเงินงบประมาณและเงินนอกงบประมาณทุกประเภท ที่หน่วยงานมีอำนาจในการบริหารจัดการตามกฎหมาย รายการที่ปรากฏในรายงานการเงิน รวมถึง สินทรัพย์ หนี้สิน รายได้

และค่าใช้จ่าย ซึ่งเป็นของรัฐบาล ภายในขอบเขตอำนาจหน้าที่ตามกฎหมาย และรวมถึงองค์ประกอบของรายงานการเงิน ซึ่งอยู่ภายใต้การควบคุมของหน่วยงานที่ใช้เพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานของหน่วยงานเอง

### หมายเหตุ ๓ มาตรฐานการบัญชีภาครัฐ และนโยบายการบัญชีภาครัฐฉบับใหม่ และมาตรฐานการบัญชีภาครัฐ และนโยบายการบัญชีภาครัฐที่ปรับปรุงใหม่

มาตรฐานการบัญชีภาครัฐ และนโยบายการบัญชีภาครัฐที่มีผลบังคับใช้ในงวดอนาคต

ถือปฏิบัติกับรายงานการเงิน สำหรับรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มในหรือหลังวันที่ ๑ ตุลาคม ๒๕๖๓ เป็นต้นไป

- มาตรฐานการบัญชีภาครัฐ ฉบับที่ ๒๓ เรื่อง รายได้จากรายการไม่แลกเปลี่ยน

ฝ่ายบริหารเชื่อว่ามาตรฐานการบัญชีภาครัฐและนโยบายการบัญชีภาครัฐฉบับใหม่ข้างต้น จะไม่มีผลกระทบต่อรายงานการเงินในงวดที่นำมาถือปฏิบัติ

### หมายเหตุ ๔ สรุปนโยบายการบัญชีที่สำคัญ

#### ๔.๑ เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด

- เงินสด หมายถึงเงินสดในมือ เช็ค ดราฟต์ และธนาคัติ หน่วยงานจะรับรู้เงินสดและเงินฝากธนาคาร ในราคาตามมูลค่าที่ตราไว้ และแสดงรายการดังกล่าวไว้ในเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดในงบแสดงฐานะการเงิน

- เงินทรองราชการ คือ เงินที่หน่วยงานได้รับจากรัฐบาลเพื่อตรงจ่ายเป็นค่าใช้จ่ายปลีกย่อย ในการดำเนินงานของหน่วยงานตามวงเงินที่ได้รับอนุมัติ การใช้จ่ายเงินทรองราชการจะบันทึกควบคุมโดยทะเบียนยอดบัญชี เงินทรองราชการจะเป็นยอดคงที่ตามวงเงินที่ได้รับอนุมัติ เมื่อหน่วยงานใช้จ่ายเงินทรองราชการแล้ว จะรวบรวมหลักฐานการจ่ายเพื่อเบิกเงินงบประมาณมาใช้เงินทรองราชการรับจากคลัง และให้แสดงรายการเงินทรองราชการในเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดในงบแสดงฐานะการเงิน

- เงินฝากคลัง หมายถึง เงินนอกงบประมาณที่หน่วยงานฝากไว้กับกระทรวงการคลัง หน่วยงานจะรับรู้เงินฝากคลังในราคาตามมูลค่าที่ตราไว้ โดยแสดงรายการเงินฝากคลังในเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดในงบแสดงฐานะการเงิน

#### ๔.๒ ลูกหนี้อื่นระยะสั้น

ลูกหนี้เงินยืม หมายถึง ลูกหนี้ภายในหน่วยงานกรณีให้ข้าราชการ พนักงาน หรือเจ้าหน้าที่ยืมเงินไปใช้จ่าย ในการปฏิบัติงานโดยไม่มีดอกเบี้ย เช่น ลูกหนี้เงินงบประมาณ ลูกหนี้เงินนอกงบประมาณ แสดงตามมูลค่าที่จะได้รับ โดยไม่ตั้งบัญชีค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ

#### ๔.๓ วัสดุคงเหลือ

วัสดุคงเหลือ หมายถึง สินทรัพย์ที่หน่วยงานมีไว้เพื่อใช้ในการดำเนินงานตามปกติ โดยทั่วไปมีมูลค่าไม่สูง และไม่มีลักษณะคงทนถาวร หน่วยงานวัดมูลค่าวัสดุคงเหลือในราคาทุนตามวิธีเข้าก่อนออกก่อน

#### ๔.๔ ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์

- อาคารและสิ่งปลูกสร้าง รวมทั้งส่วนปรับปรุงอาคาร แสดงมูลค่าสุทธิตามบัญชีที่เกิดจากราคาทุนหักค่าเสื่อมราคาสะสม

- หน่วยงานรับรู้รายการอุปกรณ์ เฉพาะรายการที่มีมูลค่าขั้นต่ำต่อหน่วยหรือต่อชุด ตั้งแต่ ๑๐,๐๐๐ บาท ขึ้นไป ยกเว้นรายการที่ได้มาก่อนปี ๒๕๖๓ รับรู้เป็นอุปกรณ์เมื่อมูลค่าขั้นต่ำตั้งแต่ ๕,๐๐๐ บาท ขึ้นไป

- ส่วนประกอบของรายการอาคาร และอุปกรณ์แต่ละรายการที่มีรูปแบบและอายุการให้ประโยชน์ที่แตกต่างกัน และมีต้นทุนที่มีนัยสำคัญจะบันทึกส่วนประกอบนั้นแยกต่างหากหากจากกัน

- ต้นทุนที่เกิดขึ้นในภายหลัง ต้นทุนในการเปลี่ยนแปลงส่วนประกอบจะรับรู้เป็นส่วนหนึ่งของมูลค่าตามบัญชีของรายการอาคาร และอุปกรณ์ เมื่อมีความเป็นไปได้ค่อนข้างแน่ที่หน่วยงานจะได้รับประโยชน์เชิงเศรษฐกิจในอนาคตหรือศักยภาพในการให้บริการเพิ่มขึ้นจากรายการนั้น และสามารถวัดมูลค่าต้นทุนของรายการนั้นได้อย่างน่าเชื่อถือ และตัดมูลค่าของชิ้นส่วนที่ถูกเปลี่ยนแทนออกจากบัญชีด้วยมูลค่าตามบัญชี ส่วนต้นทุนที่เกิดขึ้นในการซ่อมบำรุงอาคารและอุปกรณ์ที่เกิดขึ้นเป็นประจำจะรับรู้เป็นค่าใช้จ่ายเมื่อเกิดขึ้น

#### ๔.๕ สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

สินทรัพย์ไม่มีตัวตน ได้แก่ ต้นทุนที่เกี่ยวข้องโดยตรงในการพัฒนาโปรแกรมคอมพิวเตอร์รวมถึงระบบงานต่าง ๆ และต้นทุนเว็บไซต์ ทั้งที่ได้มาจากการจัดซื้อ และการจ้างพัฒนาขึ้น โดยหน่วยงานมีสิทธิ์ควบคุมการใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์นั้น และคาดว่าจะได้รับประโยชน์เชิงเศรษฐกิจหรือศักยภาพในการให้บริการจากสินทรัพย์นั้นเกินกว่าหนึ่งปี หน่วยงานแสดงรายการสินทรัพย์ไม่มีตัวตนตามราคาทุนหักค่าตัดจำหน่ายสะสม

#### ๔.๖ เจ้าหนี้

ภาระผูกพันที่หน่วยงานมีต่อบุคคลภายนอก จะรับรู้เจ้าหนี้เมื่อได้ตรวจรับสินค้าหรือบริการจากผู้ขายหรือคู่สัญญาแล้ว โดยยังไม่ได้ชำระเงินแก่ผู้ขาย

#### ๔.๗ ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย

รับรู้เมื่อเกิดค่าใช้จ่ายแล้วในรอบระยะเวลาบัญชีปัจจุบัน แต่ยังไม่ได้มีการชำระเงิน

#### ๔.๘ รายได้รอการรับรู้ระยะยาว

- รายได้รอการรับรู้ รับรู้เมื่อได้รับบริจาคหรือได้รับความช่วยเหลือเป็นเงินหรือสินทรัพย์ และได้รับอนุญาตให้เก็บไว้เพื่อดำเนินงาน

- เงินที่ได้รับไม่ได้ระบุวัตถุประสงค์ หรือสินทรัพย์ที่ได้รับที่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ส่วนราชการภายในรอบระยะเวลาบัญชี ให้บันทึกเป็นรายได้ทั้งจำนวน

- เงินที่ได้รับระบุวัตถุประสงค์ หรือสินทรัพย์ที่ได้รับที่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ส่วนราชการมากกว่าหนึ่งรอบระยะเวลาบัญชีให้บันทึกเป็นหนี้สิน และทยอยรับรู้เป็นรายได้อย่างสมเหตุสมผลตลอดเวลาเพื่อจับคู่รายได้ และค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง

#### ๔.๙ ทุน

รับรู้เมื่อเริ่มปฏิบัติตามระบบบัญชีเกณฑ์คงค้าง ซึ่งเกิดจากผลต่างระหว่างสินทรัพย์และหนี้สิน

#### ๔.๑๐ ภาระผูกพัน

เป็นรายการหรือเหตุการณ์ทางบัญชีที่เป็นสัญญาหรือข้อผูกมัดที่เป็นนัยสำคัญแต่ยังไม่สามารถระบุจำนวนได้อย่างถูกต้อง

#### ๔.๑๑ การรับรู้รายได้

- รายได้จากเงินงบประมาณ รับรู้เมื่อได้รับอนุมัติคำขอเบิกเงินจากกรมบัญชีกลาง

- รายได้เงินนอกงบประมาณ รับรู้เมื่อเกิดรายได้



- รายได้แผ่นดิน รับรู้เมื่อได้รับเงิน และแยกแสดงเป็นรายการต่างหากจากรายได้และค่าใช้จ่ายจากกิจกรรมปกติของหน่วยงาน ในรายงานรายได้แผ่นดิน

#### ๔.๑๒ ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย

ค่าเสื่อมราคابันฑิกเป็นค่าใช้จ่ายในงบแสดงผลการดำเนินงานทางการเงิน คำนวณโดยวิธีเส้นตรงตามอายุการให้ประโยชน์โดยประมาณเป็นไปตามที่กรมบัญชีกลางกำหนด ดังนี้

อายุการใช้งาน (ปี)

อุปกรณ์

๒ - ๑๒

ค่าตัดจำหน่ายสินทรัพย์ไม่มีตัวตนบันฑิกเป็นค่าใช้จ่ายในงบแสดงผลการดำเนินงานทางการเงิน คำนวณโดยวิธีเส้นตรงตามอายุการให้ประโยชน์โดยประมาณ ๓ - ๒๐ ปี

#### หมายเหตุ ๕ เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด

(หน่วย : บาท)		
	๒๕๖๓	๒๕๖๒
เงินฝากสถาบันการเงิน	๖๘,๑๖๘,๓๖๖.๑๐	๕๘,๓๓๓,๑๖๖.๘๐
เงินฝากคลัง	๙๙๗,๒๕๗.๘๔	๔๔๙,๕๐๓.๐๐
เงินทรองราชการ	๗๕๐,๐๐๐.๐๐	๗๕๐,๐๐๐.๐๐
<b>รวม เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด</b>	<b>๖๙,๙๑๕,๖๒๓.๙๔</b>	<b>๕๙,๕๓๒,๖๖๙.๘๐</b>
<b>เงินฝากสถาบันการเงิน ประกอบด้วย</b>		
เงินฝากธนาคารในงบประมาณ	๖๙๒,๖๒๗.๕๗	๓๗๑,๙๘๒.๖๖
เงินฝากธนาคารเงินนอกงบประมาณ		
- เงินตามคำพิพากษา (กระแสรายวัน) (หมายเหตุ๑๑)	๓๑,๔๑๕,๖๘๗.๒๒	๓๒,๐๕๒,๗๐๒.๔๓
- เงินหลักประกันของผู้ประกอบการจดทะเบียนธุรกิจ ขายตรงและตลาดแบบตรง (ออมทรัพย์) (หมายเหตุ ๑๒)	๓๖,๐๖๐,๐๕๑.๓๑	๒๕,๙๐๘,๔๘๑.๗๑
รวม เงินฝากธนาคารเงินนอกงบประมาณ	๖๗,๔๗๕,๗๓๘.๕๓	๕๗,๙๖๑,๑๘๔.๑๔
<b>รวม เงินฝากสถาบันการเงิน</b>	<b>๖๘,๑๖๘,๓๖๖.๑๐</b>	<b>๕๘,๓๓๓,๑๖๖.๘๐</b>

เงินฝากคลัง จำนวน ๙๙๗,๒๕๗.๘๔ บาท ซึ่งแสดงอยู่ในเงินฝากคลังข้างต้นเป็นเงินนอกงบประมาณที่มีข้อจำกัดในการใช้จ่ายเพื่อจ่ายต่อไปให้บุคคลหรือหน่วยงานอื่นตามวัตถุประสงค์ที่ระบุไว้ในกฎหมายอันเป็นที่มาของเงินฝากคลั้มนั้น หน่วยงานไม่สามารถนำไปใช้จ่ายเพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานของหน่วยงานตามปกติได้แต่มีหน้าที่ถือไว้เพื่อจ่ายตามวัตถุประสงค์ของเงินฝากคลั้

**หมายเหตุ ๕ เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด (ต่อ)**

เงินทศรองราชการ จำนวน ๗๕๐,๐๐๐.๐๐ บาท เป็นเงินสดที่หน่วยงานมีไว้เพื่อใช้จ่ายเป็นค่าใช้จ่ายปลีกย่อยในสำนักงานตามวงเงินที่ได้รับอนุมัติจากกระทรวงการคลัง และได้ถือปฏิบัติตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยเงินทศรองราชการ พ.ศ. ๒๕๖๒ ซึ่งจะต้องส่งคืนคลังเมื่อหมดความจำเป็นในการใช้จ่ายยอดคงเหลือสิ้นปีประกอบเงินสด ๕๗,๑๑๐.๑๒ บาท และเงินฝากธนาคาร ๖๙๒,๘๘๙.๘๘ บาท

**หมายเหตุ ๖ ลูกหนี้อื่นระยะสั้น**

(หน่วย : บาท)		
	๒๕๖๓	๒๕๖๒
ลูกหนี้เงินมัดจำและเงินประกัน	๔๑๑,๖๔๒.๐๐	๔๑๑,๖๔๒.๐๐
ลูกหนี้เงินยืมในงบประมาณ	๒,๕๙๕,๔๕๗.๐๐	๓,๐๕๘,๔๕๕.๐๐
ค้างรับจากกรมบัญชีกลาง	๔,๖๔๙,๕๘๔.๙๔	๕,๒๖๕,๐๖๘.๕๖
<b>รวม ลูกหนี้อื่นระยะสั้น</b>	<b>๗,๖๕๖,๖๘๓.๙๔</b>	<b>๘,๗๓๕,๑๖๕.๕๖</b>

ลูกหนี้เงินยืม ณ วันสิ้นปี แยกตามอายุหนี้ ดังนี้

(หน่วย : บาท)				
ลูกหนี้เงินยืม	ยังไม่ถึงกำหนดชำระและการส่งใช้ใบสำคัญ	ถึงกำหนดชำระและการส่งใช้ใบสำคัญ	เกินกำหนดชำระและการส่งใช้ใบสำคัญ	รวม
๒๕๖๓	๒,๒๕๔,๖๕๗.๐๐	๔๑๑,๖๔๒.๐๐	๓๒๓,๘๐๐.๐๐	๒,๕๙๕,๔๕๗.๐๐
๒๕๖๒	๒,๗๙๘,๑๓๕.๐๐	-	๒๖๐,๓๒๐.๐๐	๓,๐๕๘,๔๕๕.๐๐

## หมายเหตุ ๗ ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์

(หน่วย : บาท)				
	ยอดคงเหลือ	เพิ่ม	ลด	ยอดคงเหลือ
	ณ ๑ ต.ค. ๒๕๖๑	ระหว่างปี	ระหว่างปี	ณ ๓๐ ก.ย. ๒๕๖๒
<b>ราคาทุน</b>				
ส่วนปรับปรุงอาคาร	๓,๒๒๔,๐๘๙.๒๐	-	-	๓,๒๒๔,๐๘๙.๒๐
<b>รวม อาคาร และสิ่งปลูกสร้าง</b>	<b>๓,๒๒๔,๐๘๙.๒๐</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>๓,๒๒๔,๐๘๙.๒๐</b>
ครุภัณฑ์สำนักงาน	๙,๒๔๗,๕๙๘.๙๗	๙๖๑,๘๐๑.๘๒	๒๖,๙๐๐.๐๐	๑๐,๑๘๒,๕๐๐.๗๙
ครุภัณฑ์ไฟฟ้าและวิทยุ	๑,๑๓๒,๓๖๓.๑๙	-	-	๑,๑๓๒,๓๖๓.๑๙
ครุภัณฑ์โฆษณาและ เผยแพร่	๕,๑๕๕,๕๗๙.๑๘	๓๐,๐๖๗.๐๐	-	๕,๑๘๕,๖๔๖.๑๘
ครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์	๓๒,๘๔๔,๒๕๔.๘๑	๒,๘๘๓,๙๗๒.๑๐	๓๔,๔๓๔.๐๕	๓๕,๖๙๓,๗๙๒.๘๖
ครุภัณฑ์งานบ้าน งานครัว	๕๑,๕๔๗.๖๕	-	-	๕๑,๕๔๗.๖๕
ครุภัณฑ์วิทยาศาสตร์ และการแพทย์	๔๑,๐๐๐.๐๐	-	-	๔๑,๐๐๐.๐๐
<b>รวม ครุภัณฑ์</b>	<b>๔๘,๔๗๒,๓๔๓.๘๐</b>	<b>๓,๘๗๕,๘๔๐.๙๒</b>	<b>๖๑,๓๓๔.๐๕</b>	<b>๕๒,๒๖๘,๘๕๐.๖๗</b>
<b>รวม ที่ดิน อาคารและ อุปกรณ์</b>	<b>๕๑,๖๙๖,๔๓๓.๐๐</b>	<b>๓,๘๗๕,๘๔๐.๙๒</b>	<b>๖๑,๓๓๔.๐๕</b>	<b>๕๕,๕๑๐,๙๓๙.๘๗</b>
<b>ค่าเสื่อมราคาสะสม</b>				
ส่วนปรับปรุงอาคาร	๖๕๗,๘๘๖.๘๐	๑๘๔,๒๓๖.๗๙	-	๘๔๒,๑๒๓.๕๙
<b>รวม คสส.-อาคาร และสิ่งปลูกสร้าง</b>	<b>๖๕๗,๘๘๖.๘๐</b>	<b>๑๘๔,๒๓๖.๗๙</b>	<b>-</b>	<b>๘๔๒,๑๒๓.๕๙</b>
ครุภัณฑ์สำนักงาน	๖,๙๑๕,๙๖๔.๙๗	๑,๒๐๔,๖๕๒.๒๔	๒๖,๘๙๙.๐๐	๘,๐๙๓,๗๑๖.๒๑
ครุภัณฑ์ไฟฟ้าและวิทยุ	๑,๐๗๕,๑๖๒.๔๖	๑๙,๒๑๒.๖๙	-	๑,๐๙๔,๓๗๕.๑๕
ครุภัณฑ์โฆษณาและ เผยแพร่	๓,๙๔๔,๔๘๕.๙๘	๔๗๕,๗๗๓.๔๐	-	๔,๔๒๐,๒๕๙.๓๘

หมายเหตุ ๗ ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ (ต่อ)

(หน่วย : บาท)				
	ยอดคงเหลือ	เพิ่ม	ลด	ยอดคงเหลือ
	ณ ๑ ต.ค. ๒๕๖๑	ระหว่างปี	ระหว่างปี	ณ ๓๐ ก.ย. ๒๕๖๒
<b>ราคาทุน</b>				
ครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์	๒๙,๓๖๖,๕๘๕.๔๖	๑,๘๗๘,๙๗๗.๕๓	๓๔,๔๓๒.๐๕	๓๑,๒๑๑,๑๓๐.๙๔
ครุภัณฑ์งานบ้าน งานครัว	๔๙,๑๖๕.๓๙	๒,๓๗๗.๒๖	-	๕๑,๕๔๒.๖๕
ครุภัณฑ์วิทยาศาสตร์ และการแพทย์	๗๑๘.๙๐	๘,๒๐๐.๐๐	-	๘,๙๑๘.๙๐
รวม ค่าเสื่อมราคา สะสม - อุปกรณ์	๔๑,๓๕๒,๐๘๓.๑๖	๓,๕๘๙,๑๙๓.๑๒	๖๑,๓๓๑.๐๕	๔๔,๘๗๙,๙๔๕.๒๓
<b>รวม ค่าเสื่อมราคาสะสม</b>	<b>๔๒,๐๐๙,๙๖๙.๙๖</b>	<b>๓,๗๗๓,๔๒๙.๙๑</b>	<b>๖๑,๓๓๑.๐๕</b>	<b>๔๕,๗๖๒,๐๖๘.๘๒</b>
<b>งานระหว่างก่อสร้าง</b>	<b>๕,๗๑๘,๑๖๐.๐๐</b>	<b>๑๑,๐๔๐,๗๓๓.๒๐</b>	<b>๑๔,๒๐๑,๙๒๐.๐๐</b>	<b>๒,๕๕๖,๙๗๓.๒๐</b>
<b>ที่ดิน อาคาร และ อุปกรณ์ - สุทธิ</b>	<b>๑๕,๔๐๔,๖๒๓.๐๔</b>			<b>๑๒,๓๔๕,๘๔๔.๒๕</b>
ส่วนปรับปรุงอาคาร	๓,๑๔๘,๘๖๘.๒๐	๗๕,๒๒๑.๐๐	-	๓,๒๒๔,๐๘๙.๒๐
<b>รวมอาคาร และสิ่งปลูกสร้าง</b>	<b>๓,๑๔๘,๘๖๘.๒๐</b>	<b>๗๕,๒๒๑.๐๐</b>	<b>-</b>	<b>๓,๒๒๔,๐๘๙.๒๐</b>
ครุภัณฑ์สำนักงาน	๙,๕๔๒,๘๑๓.๕๘	๑๔๗,๐๔๐.๙๐	๔๔๒,๒๕๕.๕๑	๙,๒๔๗,๕๙๘.๙๙
ครุภัณฑ์ไฟฟ้าและวิทยุ	๑,๖๓๐,๙๔๔.๑๙	๔๖,๐๖๓.๕๐	๕๔๔,๖๔๔.๕๐	๑,๑๓๒,๓๖๓.๑๙
ครุภัณฑ์โฆษณาและ เผยแพร่	๘,๕๖๕,๒๒๔.๕๙	๓๙๕,๕๖๖.๗๐	๓,๘๐๕,๒๑๒.๑๑	๕,๑๕๕,๕๗๘.๑๘
ครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์	๔๗,๑๑๔,๓๒๘.๔๐	๑,๕๓๔,๓๐๒.๐๐	๑๕,๘๐๔,๓๗๕.๕๙	๓๒,๘๔๔,๒๕๘.๘๑
ครุภัณฑ์งานบ้าน งานครัว	๗๒,๑๐๘.๖๕	-	๒๐,๕๖๑.๐๐	๕๑,๕๔๗.๖๕
ครุภัณฑ์วิทยาศาสตร์ และการแพทย์	-	๔๑,๐๐๐.๐๐	-	๔๑,๐๐๐.๐๐

## หมายเหตุ ๗ ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ (ต่อ)

(หน่วย : บาท)				
	ยอดคงเหลือ	เพิ่ม	ลด	ยอดคงเหลือ
	ณ ๑ ต.ค. ๒๕๖๑	ระหว่างปี	ระหว่างปี	ณ ๓๐ ก.ย. ๒๕๖๒
<b>ราคาทุน</b>				
รวม ครุภัณฑ์	๖๖,๙๒๕,๔๑๙.๔๑	๒,๖๑๓,๙๗๓.๑๐	๒๐,๖๑๗,๐๔๘.๗๑	๔๘,๙๒๒,๓๔๓.๘๐
รวม ที่ดิน อาคารและ อุปกรณ์	๗๐,๐๗๔,๒๘๗.๖๑	๒,๒๓๙,๑๙๔.๑๐	๒๐,๖๑๗,๐๔๘.๗๑	๕๑,๖๙๖,๔๓๓.๐๐
<b>ค่าเสื่อมราคาสะสม</b>				
ส่วนปรับปรุงอาคาร	๔๘๘,๔๐๕.๖๙	๑๖๙,๔๘๑.๑๑	-	๖๕๗,๘๘๖.๘๐
รวม คสส.-อาคาร และสิ่งปลูกสร้าง	๔๘๘,๔๐๕.๖๙	๑๖๙,๔๘๑.๑๑	-	๖๕๗,๘๘๖.๘๐
ครุภัณฑ์สำนักงาน	๖,๑๗๖,๗๗๙.๐๐	๑,๑๘๑,๔๐๓.๔๘	๔๔๒,๒๑๗.๕๑	๖,๙๑๕,๙๖๔.๙๗
ครุภัณฑ์ไฟฟ้าและวิทยุ	๑,๖๐๐,๙๙๓.๒๑	๑๘,๘๐๘.๗๕	๕๔๔,๖๓๙.๕๐	๑,๐๗๕,๑๖๒.๔๖
ครุภัณฑ์โฆษณาและ เผยแพร่	๗,๒๒๘,๕๓๗.๗๖	๕๒๑,๑๑๙.๓๓	๓,๘๐๕,๑๗๑.๑๑	๓,๙๔๔,๔๘๕.๙๘
ครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์	๔๒,๓๓๕,๐๕๑.๘๙	๒,๘๓๕,๗๒๗.๑๖	๑๕,๘๐๔,๑๙๓.๕๙	๒๙,๓๖๖,๕๘๕.๔๖
ครุภัณฑ์งานบ้าน งานครัว	๖๖,๐๒๙.๔๑	๓,๖๙๕.๙๘	๒๐,๕๖๐.๐๐	๔๙,๑๖๕.๓๙
ครุภัณฑ์วิทยาศาสตร์ และการแพทย์	-	๗๑๘.๙๐	-	๗๑๘.๙๐
รวม ค่าเสื่อมราคา สะสม - อุปกรณ์	๕๗,๔๐๗,๓๑๙.๒๗	๔,๕๖๑,๔๗๓.๖๐	๒๐,๖๑๖,๗๘๑.๗๑	๔๑,๓๕๒,๐๘๓.๑๖
รวม ค่าเสื่อมราคาสะสม	๕๗,๘๙๕,๗๙๖.๙๖	๔,๗๓๐,๙๕๔.๗๑	๒๐,๖๑๖,๗๘๑.๗๑	๔๒,๐๐๙,๙๖๙.๙๖
งานระหว่างก่อสร้าง	-	๖,๖๒๑,๒๖๐.๐๐	๙๐๓,๑๐๐.๐๐	๕,๗๑๘,๑๖๐.๐๐
<b>ที่ดิน อาคาร และ อุปกรณ์ - สุทธิ</b>	<b>๑๒,๑๗๘,๔๙๐.๖๕</b>			<b>๑๕,๔๐๔,๖๒๓.๐๔</b>

หมายเหตุ ๘ สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

(หน่วย : บาท)				
	ยอดคงเหลือ	เพิ่ม	ลด	ยอดคงเหลือ
	ณ ๑ ต.ค. ๒๕๖๒	ระหว่างปี	ระหว่างปี	ณ ๓๐ ก.ย. ๒๕๖๓
<b>ราคาทุน</b>				
โปรแกรมคอมพิวเตอร์	๓๖,๒๗๘,๓๐๗.๒๓	๑๗,๓๗๓,๖๗๒.๖๘	๑๐,๐๐๐.๐๐	๕๓,๖๕๑,๙๗๙.๙๑
สินทรัพย์ไม่มีตัวตนอื่น	๓,๔๔๘,๕๐๐.๐๐	-	-	๓,๔๔๘,๕๐๐.๐๐
<b>รวม สินทรัพย์ไม่มีตัวตน</b>	<b>๓๙,๗๒๖,๘๐๗.๒๓</b>	<b>๑๗,๓๗๓,๖๗๒.๖๘</b>	<b>๑๐,๐๐๐.๐๐</b>	<b>๕๗,๐๙๐,๙๗๙.๙๑</b>
<b>ค่าตัดจำหน่ายสะสม</b>				
โปรแกรมคอมพิวเตอร์	๒๘,๒๙๒,๕๗๐.๙๒	๔,๐๗๐,๘๗๔.๗๖	๙,๙๙๙.๐๐	๓๒,๓๕๓,๔๔๖.๖๘
สินทรัพย์ไม่มีตัวตนอื่น	๓,๔๔๘,๔๙๙.๐๐	-	-	๓,๔๔๘,๔๙๙.๐๐
<b>รวม ค่าตัดจำหน่ายสะสม</b>	<b>๓๑,๗๔๑,๐๖๙.๙๒</b>	<b>๔,๐๗๐,๘๗๔.๗๖</b>	<b>๙,๙๙๙.๐๐</b>	<b>๓๕,๘๐๑,๙๔๕.๖๘</b>
<b>สินทรัพย์ไม่มีตัวตน - สุทธิ</b>	<b>๗,๙๘๕,๗๓๗.๓๑</b>			<b>๒๑,๒๘๘,๕๔๓.๒๓</b>
(หน่วย : บาท)				
	ยอดคงเหลือ	เพิ่ม	ลด	ยอดคงเหลือ
	ณ ๑ ต.ค. ๒๕๖๒	ระหว่างปี	ระหว่างปี	ณ ๓๐ ก.ย. ๒๕๖๓
<b>ราคาทุน</b>				
โปรแกรมคอมพิวเตอร์	๔๔,๘๙๖,๙๐๐.๒๓	๗๐๑,๕๐๐.๐๐	๙,๓๒๐,๐๙๓.๐๐	๓๖,๒๗๘,๓๐๗.๒๓
สินทรัพย์ไม่มีตัวตนอื่น	๓,๔๔๘,๕๐๐.๐๐	-	-	๓,๔๔๘,๕๐๐.๐๐
<b>รวม สินทรัพย์ไม่มีตัวตน</b>	<b>๔๘,๓๔๕,๔๐๐.๒๓</b>	<b>๗๐๑,๕๐๐.๐๐</b>	<b>๙,๓๒๐,๐๙๓.๐๐</b>	<b>๓๙,๗๒๖,๘๐๗.๒๓</b>
<b>ค่าตัดจำหน่ายสะสม</b>				
โปรแกรมคอมพิวเตอร์	๓๒,๙๒๓,๔๐๓.๙๓	๔,๖๘๙,๒๕๖.๙๙	๙,๓๒๐,๐๙๐.๐๐	๒๘,๒๙๒,๕๗๐.๙๒
สินทรัพย์ไม่มีตัวตนอื่น	๓,๔๔๘,๔๙๙.๐๐	-	-	๓,๔๔๘,๔๙๙.๐๐
<b>รวม ค่าตัดจำหน่ายสะสม</b>	<b>๓๖,๓๗๑,๙๐๒.๙๓</b>	<b>๔,๖๘๙,๒๕๖.๙๙</b>	<b>๙,๓๒๐,๐๙๐.๐๐</b>	<b>๓๑,๗๔๑,๐๖๙.๙๒</b>
<b>สินทรัพย์ไม่มีตัวตน - สุทธิ</b>	<b>๑๑,๙๗๓,๔๙๗.๓๐</b>			<b>๗,๙๘๕,๗๓๗.๓๑</b>

## หมายเหตุ ๙ เจ้าหนี้อื่นระยะสั้น

	(หน่วย : บาท)	
	๒๕๖๓	๒๕๖๒
เจ้าหนี้อื่น - หน่วยงานภาครัฐ	๒๖๐,๙๙๕.๐๐	๒๖๒,๓๐๙.๐๐
ค่าสาธารณูปโภคค้างจ่าย	๓๒๗,๔๗๕.๕๐	๓๖๗,๑๘๐.๐๗
ใบสำคัญค้างจ่าย	๓๗๒,๖๒๕.๖๖	๖๘๖,๒๙๐.๖๖
<b>รวม เจ้าหนี้อื่นระยะสั้น</b>	<b>๙๖๑,๐๙๖.๑๖</b>	<b>๑,๓๑๕,๗๗๙.๗๓</b>

## หมายเหตุ ๑๐ รายได้รอการรับรู้ระยะยาว

	(หน่วย : บาท)	
	๒๕๖๓	๒๕๖๒
ยอดยกมา	๓๘๙,๕๙๕.๑๑	๕๒๘,๔๖๕.๙๘
<b>บวก</b> รับรู้รายได้จากการรับบริจาค	๙๗๔,๖๕๐.๐๐	๑๔๑,๕๔๑.๙๒
<b>หัก</b> รับรู้รายได้จากการรับบริจาค	(๓๓๙,๘๖๕.๙๐)	(๒๘๐,๔๐๔.๗๙)
ค่าจำหน่ายสินทรัพย์และปิดค่าเสื่อมราคาสะสม	(๑.๐๐)	(๘.๐๐)
<b>รวม รายได้รอการรับรู้ระยะยาว</b>	<b>๑,๐๒๔,๓๗๘.๒๑</b>	<b>๓๘๙,๕๙๕.๑๑</b>

## หมายเหตุ ๑๑ เงินรับฝากอื่นระยะยาว

เงินรับฝากอื่นระยะยาว จำนวน ๓๑,๔๑๕,๖๘๗.๒๒ บาท เป็นเงินตามคำพิพากษาที่ได้รับจากศาลและสำนักงานบังคับคดีเมื่อคดีถึงที่สุดอันเนื่องจากหน่วยงานดำเนินคดีแทนผู้บริโภค ซึ่งถือเป็นหนี้สินที่หน่วยงานจะต้องดำเนินการเฉลี่ยและจ่ายคืนให้แก่ผู้บริโภคในคดีทุกราย ไม่สามารถใช้จ่ายเพื่อประโยชน์ของหน่วยงานเองได้

## หมายเหตุ ๑๒ เงินประกันอื่นระยะยาว

เงินประกันอื่นระยะยาว จำนวน ๓๖,๐๖๐,๐๕๑.๓๑ บาท เป็นเงินวางหลักประกันของผู้ประกอบการจดทะเบียนขายตรงและตลาดแบบตรง ซึ่งหน่วยงานเรียกเก็บไว้เพื่อเป็นหลักประกันการปฏิบัติอย่างหนึ่งอย่างใด ซึ่งตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. ๒๕๔๕ และที่แก้ไขเพิ่มเติม กำหนดให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เปิดบัญชีเงินฝากธนาคารประเภทออมทรัพย์แยกเป็นแต่ละบัญชีเพื่อประโยชน์ของผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงหรือผู้ประกอบการจัดตลาดแบบตรงแต่ละราย ดอกผลที่เกิดจากบัญชีเงินฝากนี้ให้ตกเป็นของผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงหรือตลาดแบบตรงที่วางหลักประกัน การเบิกจ่ายเงินจากบัญชีเงินฝากเป็นอำนาจของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

## หมายเหตุ ๑๓ รายได้จากงบประมาณ

(หน่วย : บาท)		
	๒๕๖๓	๒๕๖๒
รายได้จากงบประมาณปีปัจจุบัน		
รายได้จากงบบุคลากร	๘๐,๒๕๓,๙๓๒.๖๙	๗๓,๘๔๖,๗๗๘.๓๙
รายได้จากงบดำเนินงาน	๔๕,๑๒๖,๐๕๖.๖๙	๕๐,๓๘๙,๔๘๗.๓๖
รายได้จากงบลงทุน	๑,๒๑๗,๗๗๓.๒๐	๖,๒๗๔,๑๕๘.๑๖
รายได้จากงบรายจ่ายอื่น	๕๙,๘๗๒,๕๘๘.๓๙	๖๕,๙๖๗,๔๗๓.๑๔
รายได้จากงบกลาง	๒๑,๙๘๘,๓๔๙.๔๖	๒๐,๓๘๕,๗๐๐.๑๐
หัก เบิกเกินส่งคืนเงินงบประมาณ	(๒,๒๘๒,๒๔๕.๖๗)	(๓,๖๔๙,๒๐๒.๙๖)
<b>รวม รายได้จากงบประมาณปีปัจจุบัน-สุทธิ</b>	<b>๒๐๖,๑๗๖,๔๕๔.๗๖</b>	<b>๒๑๓,๒๑๔,๓๙๔.๑๙</b>
รายได้จากงบประมาณปีก่อน ๆ (เงินกันไว้เบิกเหลือเมื่อปีเบิกจ่ายปีปัจจุบัน)		
รายได้จากงบดำเนินงาน	๕,๔๕๔,๗๓๒.๖๐	๕,๒๖๗,๗๖๗.๔๔
รายได้จากงบลงทุน	๙,๙๙๐,๑๕๐.๑๐	๒,๒๖๓,๙๒๗.๑๘
รายได้จากงบรายจ่ายอื่น	๒,๒๖๘,๒๗๗.๖๔	๗,๔๖๖,๒๗๙.๑๒
รายได้จากงบกลาง	๘๐๕,๑๕๒.๗๓	๓,๓๘๙,๖๕๒.๔๐
<b>รวม รายได้จากงบประมาณปีก่อน ๆ</b>	<b>๑๘,๕๑๘,๓๑๓.๐๗</b>	<b>๑๘,๓๙๖,๖๒๖.๑๔</b>
<b>รวม รายได้จากงบประมาณปี</b>	<b>๒๒๔,๖๙๔,๗๖๗.๘๓</b>	<b>๒๓๑,๖๐๒,๐๒๐.๓๓</b>



## หมายเหตุ ๑๔ ค่าใช้จ่ายบุคลากร

(หน่วย : บาท)		
	๒๕๖๓	๒๕๖๒
เงินเดือน	๕๐,๕๕๗,๒๓๔.๔๒	๔๘,๒๐๒,๒๑๒.๗๖
ค่าล่วงเวลา	๒,๑๐๕,๕๘๐.๐๐	๒,๑๙๙,๑๐๕.๐๐
เงินตอบแทนพิเศษของผู้ได้รับเงินเต็มขั้น	๒๗,๕๓๒.๘๐	๒๗,๕๓๒.๘๐
เงินค่าตอบแทนพนักงานราชการ	๒๙,๑๘๗,๑๐๒.๖๐	๒๗,๕๓๓,๐๕๕.๑๐
เงินค่าครองชีพ	๒๑,๖๐๐.๐๐	๒๗,๕๘๐.๐๐
ค่าจ้าง	๔๙๕,๗๒๐.๐๐	๔๗๐,๑๖๐.๐๐
เงินช่วยค่ารักษาพยาบาลประเภทผู้ป่วยนอก - รพ.รัฐ	๓,๕๕๑,๘๑๔.๔๙	๓,๑๘๘,๐๒๙.๕๓
เงินช่วยค่ารักษาพยาบาลประเภทผู้ป่วยใน - รพ.รัฐ	๑,๖๑๒,๕๑๗.๙๕	๙๙๑,๕๓๗.๙๗
เงินช่วยค่ารักษาพยาบาลประเภทผู้ป่วยนอก - รพ.เอกชน	๙๐,๐๐๐.๐๐	๑๒,๐๐๐.๐๐
เงินช่วยค่ารักษาพยาบาลประเภทผู้ป่วยใน - รพ.เอกชน	๕๑,๓๗๓.๙๗	-
เงินช่วยการศึกษาบุตร	๑๙๐,๖๒๘.๒๕	๑๖๘,๗๗๘.๒๕
เงินช่วยเหลือพิเศษกรณีเสียชีวิต	๕๔,๑๕๐.๐๐	-
เงินชดเชยสมาชิก กบข.	๘๑๙,๐๔๓.๕๘	๗๘๖,๕๒๙.๕๘
เงินสมทบ กบข.	๑,๒๒๘,๕๖๕.๓๙	๑,๑๗๙,๗๙๔.๓๖
เงินสมทบ กสจ.	๑๔,๘๗๑.๖๐	๑๔,๑๐๔.๘๐
เงินสมทบกองทุนประกันสังคม	๙๔๘,๗๓๗.๐๐	๑,๐๑๔,๗๘๐.๐๐
เงินสมทบกองทุนเงินทดแทน	๕๕,๒๓๐.๐๐	๓๙,๙๒๙.๐๐
ค่าเช่าบ้าน	๔๒๗,๒๐๐.๐๐	๔๗๙,๔๕๓.๑๖
ค่าตอบแทนเหมาจ่ายแทนการจัดการศพประจำตำแหน่ง	๗๖๘,๕๒๖.๖๗	๙๔๐,๔๐๐.๐๐
<b>รวม ค่าใช้จ่ายบุคลากร</b>	<b>๙๒,๒๐๗,๔๒๘.๗๒</b>	<b>๘๗,๓๑๔,๙๘๒.๓๑</b>

หมายเหตุ ๑๕ ค่าบำเหน็จบำนาญ

	(หน่วย : บาท)	
	๒๕๖๓	๒๕๖๒
บำนาญปกติ	๑๑,๒๓๑,๘๑๘.๔๕	๑๐,๗๔๔,๕๙๙.๘๔
เงินบำเหน็จดำรงชีพ	๘๘๐,๓๒๔.๐๐	๑,๑๐๐,๐๐๐.๐๐
เงินบำเหน็จตกทอด	๒๘,๒๒๖.๔๐	-
เงินช่วยเหลือรายเดือนผู้รับเบี้ยหวัดบำนาญ	๙,๐๒๘.๘๐	๙,๐๒๘.๘๐
เงินช่วยค่าครองชีพผู้รับเบี้ยหวัดบำนาญ	๖๕๙,๑๙๗.๔๔	๖๕๔,๐๗๗.๔๔
ค่ารักษาพยาบาลผู้ป่วยนอก - รพ.รัฐ - เบี้ยหวัด/ บำนาญ	๑,๒๓๗,๑๘๔.๕๕	๑,๑๑๘,๗๘๑.๕๘
ค่ารักษาพยาบาลผู้ป่วยใน - รพ.รัฐ - เบี้ยหวัด/ บำนาญ	๓๒๘,๘๐๙.๔๙	๒๒๐,๖๖๔.๘๘
ค่ารักษาพยาบาลผู้ป่วยใน-รพ.เอกชน-เบี้ยหวัด/ บำนาญ	-	๓๙,๔๐๖.๑๒
เงินช่วยการศึกษาบุตร	-	๒๕,๕๐๐.๐๐
<b>รวม ค่าบำเหน็จบำนาญ</b>	<b>๑๔,๓๗๔,๕๘๙.๑๓</b>	<b>๑๓,๙๑๒,๐๕๘.๖๖</b>

## หมายเหตุ ๑๖ ค่าใช้สอย

(หน่วย : บาท)		
	๒๕๖๓	๒๕๖๒
ค่าใช้จ่ายด้านการฝึกอบรม - ในประเทศ	๒,๗๗๙,๒๘๐.๖๐	๕,๓๘๕,๕๓๗.๙๕
ค่าใช้จ่ายด้านการฝึกอบรม - ต่างประเทศ	๑๐๑,๙๔๘.๐๐	๘,๖๙๒.๐๐
ค่าใช้จ่ายด้านการฝึกอบรม - บุคคลภายนอก	๕,๓๔๗,๕๙๔.๘๖	๘,๓๐๔,๔๑๓.๐๘
ค่าใช้จ่ายเดินทางไปราชการ - ในประเทศ	๑,๕๔๑,๔๒๖.๑๔	๓,๗๘๒,๑๔๗.๙๑
ค่าใช้จ่ายเดินทางไปราชการ - ต่างประเทศ	๒๗๔,๑๘๔.๘๖	๑๒๒,๒๘๒.๕๐
ค่าซ่อมแซมและบำรุงรักษา	๑๒,๗๘๖.๕๐	๘,๗๒๒.๕๐
ค่าจ้างเหมาบริการ	๕๘,๗๑๗,๙๒๕.๙๔	๖๒,๔๖๐,๘๘๙.๑๖
ค่าธรรมเนียม	๑๒๑,๙๐๔.๖๖	๑๕๒,๔๐๓.๐๐
ค่าจ้างที่ปรึกษา	-	๒,๔๐๘,๐๐๐.๐๐
ค่าใช้จ่ายในการประชุม	๑๐,๐๑๕,๖๕๙.๐๐	๗,๖๖๙,๓๐๐.๐๐
ค่าเช่า	๗,๕๑๔,๖๖๕.๖๓	๗,๐๗๕,๕๐๕.๘๔
ค่าใช้จ่ายผลึกส่งเป็นรายได้แผ่นดิน	๖๗๗,๖๘๕.๑๐	๕๕๔,๑๘๐.๔๐
ค่าประชาสัมพันธ์	๒,๒๗๐,๒๐๓.๒๕	๕,๘๙๘,๖๒๐.๙๒
ค่าใช้สอยอื่น ๆ	๔,๘๐๐,๕๖๙.๖๐	๔,๘๒๒,๘๖๑.๖๐
<b>รวม ค่าใช้สอย</b>	<b>๙๔,๒๐๒,๘๓๔.๑๔</b>	<b>๑๐๘,๖๕๓,๕๕๖.๘๖</b>

## หมายเหตุ ๑๗ ค่าวัสดุ

(หน่วย : บาท)		
	๒๕๖๓	๒๕๖๒
ค่าวัสดุ	๒,๕๓๐,๒๑๗.๐๐	๓,๕๑๑,๗๘๗.๘๑
ค่าเชื้อเพลิง	๒๔๒,๗๗๙.๐๐	๓๕๔,๖๘๖.๙๐
ค่าครุภัณฑ์มูลค่าน้อยกว่าเกณฑ์	๓๕๘,๕๘๐.๕๐	๒๖๕,๐๓๕.๒๖
<b>รวม ค่าวัสดุ</b>	<b>๓,๑๓๑,๕๗๖.๕๐</b>	<b>๔,๑๓๑,๕๐๙.๙๗</b>

## หมายเหตุ ๑๘ ค่าสาธารณูปโภค

(หน่วย : บาท)		
	๒๕๖๓	๒๕๖๒
ค่าไฟฟ้า	๔,๒๙๓,๓๔๓.๒๐	๔,๖๔๙,๒๑๒.๔๖
ค่าน้ำประปา	๖,๓๕๕.๘๐	๖,๓๕๕.๘๐
ค่าโทรศัพท์	๙๕๕,๘๙๙.๓๔	๙๕๖,๐๔๖.๑๘
ค่าบริการสื่อสารและโทรคมนาคม	๒,๕๑๑,๔๕๘.๔๐	๒,๕๘๘,๒๘๖.๐๐
<b>รวม ค่าสาธารณูปโภค</b>	<b>๗,๗๖๗,๐๕๖.๗๔</b>	<b>๘,๑๙๙,๙๐๐.๔๔</b>

## หมายเหตุ ๑๙ ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย

	(หน่วย : บาท)	
	๒๕๖๓	๒๕๖๒
ค่าเสื่อมราคา - ส่วนปรับปรุงอาคาร	๑๘๔,๒๓๖.๗๙	๑๖๙,๔๘๑.๑๑
ค่าเสื่อมราคา - ครุภัณฑ์สำนักงาน	๑,๒๐๔,๖๕๒.๒๔	๑,๑๘๑,๔๐๓.๔๘
ค่าเสื่อมราคา - ครุภัณฑ์ไฟฟ้าและวิทยุ	๑๙,๒๑๒.๖๙	๑๘,๘๐๘.๗๕
ค่าเสื่อมราคา - ครุภัณฑ์โฆษณาและเผยแพร่	๔๗๕,๗๗๓.๔๐	๕๒๑,๑๑๙.๓๓
ค่าเสื่อมราคา - ครุภัณฑ์วิทยาศาสตร์และการแพทย์	๘,๒๐๐.๐๐	๗๑๘.๙๐
ค่าเสื่อมราคา - อุปกรณ์คอมพิวเตอร์	๑,๘๗๘,๙๗๗.๕๓	๒,๘๓๕,๗๒๗.๑๖
ค่าเสื่อมราคา - ครุภัณฑ์งานบ้านงานครัว	๒,๓๗๗.๒๖	๓,๖๙๕.๙๘
ค่าตัดจำหน่าย - โปรแกรมคอมพิวเตอร์	๔,๐๗๐,๘๗๔.๗๖	๔,๖๘๙,๒๕๖.๙๙
<b>รวม ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย</b>	<b>๗,๘๔๔,๓๐๔.๖๗</b>	<b>๙,๔๒๐,๒๑๑.๗๐</b>

**หมายเหตุ ๒๐ ภาระผูกพัน**

**- ภาระผูกพันตามสัญญาเช่าดำเนินงาน**

หน่วยงานในฐานะผู้เช่ามีจำนวนเงินขั้นต่ำที่ต้องจ่ายในอนาคตตามสัญญาเช่าดำเนินงานที่ไม่สามารถยกเลิกได้ ณ วันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๓ ดังนี้

(หน่วย : บาท)	
ไม่เกิน ๑ ปี	๓,๖๙๐,๖๒๐.๖๔
เกิน ๑ ปี แต่ไม่เกิน ๕ ปี	๗,๓๘๑,๒๔๑.๕๒

**- ภาระผูกพันตามสัญญาจ้างเหมาบริการ**

หน่วยงานมีภาระผูกพันตามสัญญาจ้างเหมาบริการต่าง ๆ กำหนดชำระภายใน ๑ ปี เป็นจำนวนรวม ๔,๓๘๖,๐๐๐ บาท

**- ภาระผูกพันตามสัญญาจัดซื้อจัดจ้างพัสดุและบริการอื่น ๆ**

หน่วยงานมีภาระผูกพันตามสัญญาจัดซื้อจัดจ้างพัสดุและบริการอื่น ๆ กำหนดชำระภายใน ๑ ปี เป็นจำนวนรวม ๔,๓๘๖,๐๐๐ บาท

**สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค**  
**รายงานรายได้แผ่นดิน**  
**สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๓**

(หน่วย : บาท)		
รายได้แผ่นดินที่จัดเก็บ	๒๕๖๓	๒๕๖๒
รายได้แผ่นดิน - นอกจากภาษี		
รายได้จากการขายสินค้าและบริการ	๑,๔๐๐.๐๐	๙๖,๒๐๐.๐๐
รายได้ดอกเบี้ยเงินฝากที่สถาบันการเงิน	๒,๐๖๕.๕๙	๑,๒๓๒.๙๖
รายได้อื่น		
รายได้จากค่าปรับเปรียบเทียบคดี	๔,๖๐๕,๐๐๐.๐๐	๓,๘๕๖,๐๐๐.๐๐
รายได้เงินชดใช้จากการผิดสัญญาการศึกษาและดูงาน	๓๑๖,๕๖๖.๕๒	-
รายได้จากค่าปรับอื่น	๗๒๗,๕๖๗.๐๐	๙๑๖,๐๑๖.๘๔
รายได้เงินเหลือจ่าย	๗๓๓,๐๒๐.๒๗	๗๒๐,๐๙๔.๒๓
รายได้ที่ไม่ใช่ภาษีอื่น	๓๗๔,๘๐๐.๐๐	๑๓๔,๕๖๔.๐๐
<b>รวมรายได้แผ่นดินที่จัดเก็บ</b>	<b>๖,๘๐๕,๔๓๘.๓๘</b>	<b>๕,๗๒๔,๑๐๘.๐๓</b>
<b>หัก</b> รายได้แผ่นดินถอนคืนจากคลัง	<b>๔,๘๖๐.๐๐</b>	<b>-</b>
<b>รายได้แผ่นดินจัดเก็บสุทธิ</b>	<b>๖,๘๐๐,๕๗๘.๓๘</b>	<b>๕,๗๒๔,๑๐๘.๐๓</b>
<b>รายได้แผ่นดินนำส่งคลัง</b>	<b>๖,๘๐๐,๕๗๘.๓๘</b>	<b>๕,๗๒๔,๑๐๘.๐๓</b>
<b>รวม ค่าใช้จ่ายอื่น</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

## ที่ปรึกษา

๑. พลตำรวจตรีประสิทธิ์ เฉลิมวุฒิศักดิ์  
เลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
๒. นายพิษเนศ ตีปะปาง  
รองเลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
๓. พันตำรวจเอกประทีป เจริญศิลป์  
เลขาธิการกรม
๔. นายสุวิทย์ วิจิตรโสภา  
ผู้อำนวยการสำนักแผนและการพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภค
๕. นางสาวทรงศิริ จุมพล  
ผู้อำนวยการกองกฎหมายและคดี
๖. นายศรัณย์ รัชแผ้ว  
ผู้อำนวยการกองคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา
๗. นายฐิตินันท์ สิงหา  
ผู้อำนวยการกองคุ้มครองผู้บริโภคด้านฉลาก
๘. นายอุฬาร จิวเจริญ  
ผู้อำนวยการกองคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา
๙. นางอัญญา บุญสุวรรณ  
ผู้อำนวยการกองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง
๑๐. นายจิตติภัทร์ บุญสม  
ผู้อำนวยการกองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์
๑๑. นางสาวจรัสศรี ผดุงผล  
ผู้อำนวยการกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร

## คณะผู้จัดทำ

๑. นายมานะ บุญส่ง  
นักสืบสวนสอบสวนชำนาญการพิเศษ
๒. นายณัฐภัทร ขาวแก้ว  
นักสืบสวนสอบสวนชำนาญการพิเศษ
๓. นายภูมินทร์ เล็กมณี  
นักสืบสวนสอบสวนชำนาญการพิเศษ
๔. นายพัศกร ทัพมงคล  
นิติกรชำนาญการพิเศษ
๕. นางสาววิสุณีย์ คงขำ  
นักสืบสวนสอบสวนชำนาญการ
๖. นายณรงค์ สัจจอรดี  
นักสืบสวนสอบสวนชำนาญการ
๗. นางสาวปาริฉัตร เขยโชติ  
นักสืบสวนสอบสวนชำนาญการ
๘. นายชินภัทร จำปาเงิน  
นักสืบสวนสอบสวนชำนาญการ
๙. นางจรัสศรี ธนธิพันธ์  
นักทรัพยากรบุคคลชำนาญการ
๑๐. นางสาวจารวีร์ สะสมทรัพย์  
เจ้าหน้าที่สืบสวนสอบสวน
๑๑. นางสาวชลลดา บุญจันทร์  
นักวิชาการเงินและบัญชีชำนาญการ
๑๒. นายธชชนัน วงศ์ปิ่น  
นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ
๑๓. นางสาวธันตดา คงหาดงาม  
นักวิเคราะห์นโยบายและแผนปฏิบัติการ
๑๔. นายธนา เนื่องจำนงค์  
นักวิเคราะห์นโยบายและแผน
๑๕. นางสาวสิริพันธ์ เศรษฐวิชัย  
นักสืบสวนสอบสวนปฏิบัติการ
๑๖. นางสาวเบญญาภา เมธาวราพร  
นักวิชาการเผยแพร่ชำนาญการพิเศษ
๑๗. นายธีระ หงสกุล  
นักวิชาการเผยแพร่ชำนาญการ
๑๘. นางสาวนิศานารถ ก่อลาภกิจกุล  
นักวิชาการเผยแพร่ชำนาญการ
๑๙. นางสาวดวงรัตน์ จันทร์  
นักประชาสัมพันธ์
๒๐. นายภาสวิชัย แก้วกัลยา  
นักประชาสัมพันธ์
๒๑. นางสาวกุลิศรา บุบผา  
นักวิชาการเผยแพร่
๒๒. นางสาวจิรัชญา หล่ายสอง  
นักวิชาการเผยแพร่
๒๓. นายศรัณ กัมแพงนิล  
นักวิชาการเผยแพร่
๒๔. นางสาวชุติกัญจน์ นุชนารถ  
นักวิชาการเผยแพร่

พิมพ์ที่ : โรงพิมพ์ รุ่งแสงทอง พรินติ้ง จำกัด 99 ม.1 ต.เสาธงหิน อ.บางใหญ่ จ.นนทบุรี 11140