



สำนักงานนายกรัฐมนตรี
สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

เอกสารประกอบการชี้แจง

เสนอ

คณะกรรมการวิสามัญพิจารณาศึกษา
ร่างพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ

พ.ศ. 2569

วุฒิสภา



สารบัญ

	หน้า
1. รายนามผู้ชี้แจง	1
2. วิสัยทัศน์ พันธกิจ โครงสร้างหน่วยงาน การดำเนินการกิจหน้าที่และอำนาจตามกฎหมายจัดตั้งหน่วยงาน และการบูรณาการหรือประสานภารกิจในมิติด้านอื่น	2
3. ภาพรวมงบประมาณของหน่วยรับงบประมาณ 3 ปีย้อนหลัง (ปีงบประมาณ พ.ศ. 2567-2569) ตามแบบ สว.69-01 (กรม/หน่วยงาน)	7
4. ภาพรวมแผนงาน ผลผลิต/โครงการ และโครงการที่สำคัญ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 ตามแบบ สว.69-02 (กรม/หน่วยงาน)	9
5. ผลการเบิกจ่ายและผลการดำเนินงานในปีงบประมาณ พ.ศ. 2567-2568 ตามแบบ สว.69-03 (กรม/หน่วยงาน)	21
6. การดำเนินการตามข้อสังเกตของคณะกรรมการวิสามัญพิจารณาศึกษาร่างพระราชบัญญัติงบประมาณ รายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 วุฒิสภา ตามแบบ สว.69-04 (กรม/หน่วยงาน)	30

1. รายนามผู้ชี้แจง

ส่วนราชการ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

ลำดับ	ชื่อ - สกุล	ตำแหน่ง
1.	นายรณรงค์ พูลพิพัฒน์	เลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
2.	นางสาวทรงศิริ จุมพล	รองเลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
3.	นายฐิตินันท์ สิงหา	รองเลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
4.	นายศุภกิตต์ มะลิ	เลขานุการกรม
5.	นายศรัณย์ รักษ์เผ่า	ผู้อำนวยการกองนโยบายและยุทธศาสตร์ การคุ้มครองผู้บริโภค
6.	นายพัสกร ทัพมงคล	ผู้อำนวยการกองกฎหมายและคดี

ผู้ประสานงาน

1.	นางสาวสิริพันธุ์ เศรษฐวนิชย์	นักวิเคราะห์นโยบายและแผน ชำนาญการ 08 9109 9151
2.	นางสาวธันดดา คงหาดงาม	นักวิเคราะห์นโยบายและแผน ชำนาญการ 08 8708 9163

2. วิสัยทัศน์ พันธกิจ โครงสร้างหน่วยงาน การดำเนินการกิจหน้าที่และอำนาจตามกฎหมายจัดตั้ง หน่วยงาน และการบูรณาการหรือประสานภารกิจในมิติด้านอื่น

วิสัยทัศน์

องค์กรหลักในการบูรณาการและขับเคลื่อนกลไกด้านการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างเสมอภาคและเป็นธรรม

พันธกิจ

1. พัฒนากฎหมายมาตรการตลอดจนระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน
2. พัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อป้องกันควบคุม/กำกับดูแลสินค้าและบริการให้มีความปลอดภัยรวมถึงการแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. พัฒนานวัตกรรมและเชื่อมโยงระบบฐานข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพเพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว
4. เสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคให้แก่ประชาชนอย่างทั่วถึง เพื่อสร้างความตระหนักรู้ และสามารถปกป้องสิทธิของตนได้
5. ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาศักยภาพเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคให้สามารถดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ
6. ส่งเสริมความร่วมมือทุกภาคส่วนให้มีการบูรณาการงานคุ้มครองผู้บริโภคในทุกระดับอย่างเป็นรูปธรรม

โครงสร้างของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค



ภารกิจตามกฎหมายจัดตั้งหน่วยงาน

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีภารกิจเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค โดยการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจในการรักษาสิทธิประโยชน์ของตนเองให้ได้รับความปลอดภัยและความเป็นธรรมจากการซื้อขายและการทำสัญญากับผู้ประกอบการธุรกิจ รวมทั้งได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหายจากการละเมิดตามกฎหมาย โดยให้มีอำนาจหน้าที่ ดังนี้

1. ดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภค กฎหมายว่าด้วยการขายตรงและตลาดแบบตรง และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง
2. เสนอแนะการกำหนดนโยบายและมาตรการในการคุ้มครองผู้บริโภคต่อคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคและคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง
3. ดำเนินการเกี่ยวกับงานเลขานุการของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง คณะกรรมการเฉพาะเรื่อง และคณะอนุกรรมการตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคและกฎหมายว่าด้วยการขายตรงและตลาดแบบตรง
4. เป็นศูนย์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค
5. ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค หรือตามที่นายกรัฐมนตรี รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรีหรือคณะรัฐมนตรีมอบหมาย

การบูรณาการหรือประสานภารกิจในมิติด้านอื่น

การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566 - 2570)

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) เป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566 - 2570) ร่วมกับ 21 หน่วยงาน โดยเป็นแผนระดับ 3 ที่ใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศ ซึ่งมีมติเห็นชอบจากคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เมื่อวันที่ 16 สิงหาคม 2565 มีเป้าหมายเพื่อการขับเคลื่อนกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศให้มีประสิทธิภาพผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลที่ทันสมัย รวมถึงการเสริมสร้างองค์ความรู้สู่การเป็นผู้บริโภคที่ชาญฉลาด (Smart Consumer) สามารถรับมือกับสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยมุ่งเน้นการบูรณาการการทำงานจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนแผนดังกล่าวให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้เพื่อผลลัพธ์การคุ้มครองผู้บริโภคที่มีความยั่งยืน ทัวถึงและเป็นธรรม

(1) เนื้อหาที่สำคัญสรุปได้ดังนี้

วัตถุประสงค์: “การบูรณาการด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศที่มีประสิทธิภาพและทันสมัย”

เป้าหมาย: “ผู้บริโภคได้รับการคุ้มครองอย่างเป็นธรรมและทั่วถึง”

ตัวชี้วัดระดับแผน: “ระดับความเชื่อมั่นของประชาชนต่อกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศ”

ประเด็น (ยุทธศาสตร์) และแนวทางการพัฒนา (กลยุทธ์):

ประเด็นที่ 1 สร้างความเป็นธรรมด้านการคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีเป้าหมายเพื่อการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศร่วมกับภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วนมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ผู้บริโภคและผู้ประกอบธุรกิจได้รับความเป็นธรรมอย่างเสมอภาค

ประเด็นที่ 2 ลดความเหลื่อมล้ำด้านการคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีเป้าหมายเพื่อผู้บริโภคสามารถเข้าถึงบริการต่าง ๆ ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในทุกพื้นที่ พร้อมทั้งมีความตระหนักในสิทธิและหน้าที่ รวมถึงมีองค์ความรู้ที่เท่าทันต่อสถานการณ์เพื่อการเป็นผู้บริโภคที่ชาญฉลาด (Smart Consumer)

(2) การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566 -2570)

1. คณะอนุกรรมการบริหารแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566 - 2570) มีอำนาจหน้าที่ในการจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและแนวทางการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคที่สอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล ยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บทฯ และแผนระดับอื่นที่เกี่ยวข้อง สนับสนุนการจัดทำ ทบทวน ปรับปรุงแผนยุทธศาสตร์ฯ การเร่งรัด กำกับ ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานฯ การแต่งตั้งคณะทำงานขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคให้เกิดประสิทธิภาพ และดำเนินการอื่นใดตามที่คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมอบหมาย

2. คณะทำงานขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566 - 2570) มีอำนาจหน้าที่ในการศึกษา วิเคราะห์ กำหนดวิธีการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ฯ ไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม การจัดทำข้อเสนอโครงการสำคัญในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ฯ การรวบรวมข้อมูล ติดตามและประเมินผลสัมฤทธิ์ การทบทวน แก้ไข ปรับปรุงแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคให้สอดคล้องและเหมาะสมต่อบริบททางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ การประสานและสนับสนุนให้การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคบรรลุเป้าหมายตามที่กำหนด และจัดทำรายงานและข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพต่อคณะกรรมการบริหารแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566 - 2570) รวมถึงดำเนินการอื่นใดตามที่คณะกรรมการบริหารแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566 - 2570)) มอบหมาย

(3) หน่วยงานภายใต้ “แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566 -2570)”

จำนวน 21 หน่วยงาน

สำนักงานปลัดกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์	กรมการขนส่งทางบก
สำนักงานปลัดกระทรวงคมนาคม	กรมการค้าภายใน
สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย	กรมการท่องเที่ยว
สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ	กรมคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพ
สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี	กรมประชาสัมพันธ์
สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา	กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
สำนักงาน กสทช.	กรมวิชาการเกษตร
สำนักงาน คปภ.	กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น
สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์	กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม	กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ
สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ	

ทั้งนี้ การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566 - 2570) จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วนในการบูรณาการงานคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศทุกมิติอย่างเป็นรูปธรรม รวมถึงความพร้อมและประสิทธิภาพของการเป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนแผนฉบับดังกล่าว การติดตามและประเมินผลสัมฤทธิ์ของแผนให้สามารถบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับการคุ้มครองอย่างเป็นธรรมและทั่วถึง

ภาพรวมงบประมาณของหน่วยรับงบประมาณ 3 ปีย้อนหลัง
(ปีงบประมาณ พ.ศ. 2567-2569)

.....

ชื่อหน่วยงาน (ระดับกรมหรือเทียบเท่า) สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

1. จำแนกตามลักษณะรายจ่าย

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

รายการ	ปี 2567 (1)	ปี 2568 (2)	ปี 2569 (3)	เปรียบเทียบ (2) และ (3)	
				เพิ่มขึ้น/ลดลง	ร้อยละ
รวมทั้งสิ้น					
1.1 รายจ่ายประจำ	205.8759	241.8674	242.5831	0.7157	0.30
1.2 รายจ่ายลงทุน	36.9863	55.9023	60.1797	4.2774	7.65

2. จำแนกตามงบรายจ่าย

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

รายการ	ปี 2567 (1)	ปี 2568 (2)	ปี 2569 (3)	เปรียบเทียบ (2) และ (3)	
				เพิ่มขึ้น/ลดลง	ร้อยละ
รวมทั้งสิ้น					
2.1 งบบุคลากร	95.2802	98.5742	96.8377	1.7365	1.76
2.2 งบดำเนินงาน	51.4820	61.8677	58.5636	3.3041	5.34
2.3 งบลงทุน	29.1863	42.5672	48.0441	5.4769	12.87
2.4 งบเงินอุดหนุน	-	-	-	-	-
2.5 งบรายจ่ายอื่น	66.9137	94.7606	99.3174	4.5568	4.81

3. เงินนอกงบประมาณของหน่วยรับงบประมาณ

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

รายการ	ปี 2567 (1)	ปี 2568 (2)	ปี 2569 (3)	เปรียบเทียบ (2) และ (3)	
				เพิ่มขึ้น/ลดลง	ร้อยละ
3.1 เงินนอกงบประมาณสะสมคงเหลือยกมา					
3.2 รายได้ประเภทเงินนอกงบประมาณ					
3.3 รวมเงินนอกงบประมาณทั้งสิ้น (3.1+3.2)					
3.4 นำไปสมทบกับงบประมาณ					
(1) งบบุคลากร					
(2) งบดำเนินงาน					
(3) งบลงทุน					

รายการ	ปี 2567 (1)	ปี 2568 (2)	ปี 2569 (3)	เปรียบเทียบ (2) และ (3)	
				เพิ่มขึ้น/ลดลง	ร้อยละ
(4) งบเงินอุดหนุน					
(5) งบรายจ่ายอื่น					
3.5 คงเหลือหลังหักเงินนำไปสมทบกับงบประมาณ (3.3-3.4)					
3.6 แผนการใช้จ่ายอื่น					
(1) ภารกิจพื้นฐาน					
- รายจ่ายประจำ					
- รายจ่ายลงทุน					
(2) ภารกิจเพื่อการพัฒนา					
- รายจ่ายประจำ					
- รายจ่ายลงทุน					
3.7 คงเหลือ (3.5-3.6)					

หมายเหตุ : วงเงินที่นำไปสมทบตามแนวทางการจัดทำงานงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 ตามฐานข้อมูลสำนักงานงบประมาณ และ/หรือ เอกสารงบประมาณ

4. งบประมาณตามยุทธศาสตร์การจัดสรรงบประมาณ จำแนกตามกลุ่มแผนงาน 3 ปีย้อนหลัง

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

ประเภทงบประมาณรายจ่าย - แผนงาน		ปี 2567 (1)	ปี 2568 (2)	ปี 2569 (3)	เปรียบเทียบ (2) และ (3)	
					เพิ่มขึ้น/ (ลดลง)	ร้อยละ
รวมทั้งสิ้น		242.8622	297.7697	302.7628	4.9931	1.68
4.1	แผนงานพื้นฐาน	41.5594	67.5767	50.7392	16.8375	24.92
	แผนงานพื้นฐานด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ	41.5594	67.5767	50.7392	16.8375	24.92
4.2	แผนงานยุทธศาสตร์	101.2060	127.7022	150.2881	22.5859	17.69
	(1) แผนงานยุทธศาสตร์สร้างหลักประกันทางสังคม	75.2272	103.8800	105.1931	1.3131	1.26
	(2) แผนงานยุทธศาสตร์พัฒนาบริการประชาชนและพัฒนาประสิทธิภาพภาครัฐ	25.9788	23.8222	45.0950	21.2728	89.30
4.3	แผนงานบูรณาการ	2.8059	2.0000	3.1243	1.1243	56.22
	(1) แผนงานบูรณาการรัฐบาลดิจิทัล	0.2459	-	0.3211	0.3211	100
	(2) แผนงานบูรณาการต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบ	-	-	2.8032	2.8032	100
	(3) แผนงานบูรณาการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับสังคมสูงวัย	2.5600	2.0000	-	-	-
4.4	แผนงานบุคลากรภาครัฐ	97.2909	100.4908	98.6112	1.8796	1.87
4.5	รายการค่าดำเนินการภาครัฐ	-	-	-		

ภาพรวมแผนงาน ผลผลิต/โครงการ และโครงการที่สำคัญ

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569

.....

ชื่อหน่วยงาน สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

1. ภาพรวมแผนงาน ผลผลิต/โครงการ จำแนกตามงบรายจ่าย

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

แผนงาน – ผลผลิต/โครงการ (ทุกแผนงาน)	งบบุคลากร					งบดำเนินงาน					งบลงทุน			งบอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวมทั้งสิ้น
	เงินเดือน	ค่าจ้างประจำ	ค่าจ้างชั่วคราว	ค่าตอบแทนพนักงานฯ	รวม	ค่าตอบแทน	ค่าใช้สอย	ค่าวัสดุ	ค่าสาธารณูปโภค	รวม	ค่าครุภัณฑ์	ที่ดินและสิ่งก่อสร้าง	รวม			
1. แผนงานยุทธศาสตร์สร้างหลักประกันทางสังคม						9.0000									96.1931	105.1931
โครงการที่ 1 โครงการส่งเสริมประสิทธิภาพด้านการคุ้มครองผู้บริโภค						9.0000									96.1931	105.1931
2. แผนงานยุทธศาสตร์พัฒนาบริการประชาชนและการพัฒนาประสิทธิภาพภาครัฐ											45.0950					45.0950
โครงการที่ 1 โครงการพัฒนาระบบข้อมูลเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค											45.0950					45.0950
3. แผนงานบูรณาการรัฐบาลดิจิทัล															0.3211	0.3211
โครงการที่ 1 โครงการยกระดับทักษะบุคลากรภาครัฐเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของประเทศ															0.3211	0.3211
4. แผนงานบูรณาการต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบ															2.8032	2.8032

แผนงาน – ผลผลิต/โครงการ (ทุกแผนงาน)	งบบุคลากร					งบดำเนินงาน					งบลงทุน			งบอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวมทั้งสิ้น
	เงินเดือน	ค่าจ้างประจำ	ค่าจ้างชั่วคราว	ค่าตอบแทนพนักงานฯ	รวม	ค่าตอบแทน	ค่าใช้สอย	ค่าวัสดุ	ค่าสาธารณูปโภค	รวม	ค่าครุภัณฑ์	ที่ดินและสิ่งก่อสร้าง	รวม			
โครงการที่ 1 โครงการ สคบ. ต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบ ในทุกรูปแบบ															2.8032	2.8032
5. แผนงานพื้นฐานด้านการปรับ สมดุลและการพัฒนาระบบบริหาร จัดการภาครัฐ						3.1186	32.6567	2.5372	9.4776	47.7901	2.9491		2.9491			50.7392
ผลผลิตที่ 1 การอำนวยความสะดวก ใช้กฎหมายและคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค						3.1186	32.6567	2.5372	9.4776	47.7901	2.9491		2.9491			50.7392
6. แผนงานบุคลากรภาครัฐ	54.1658	0.6297		42.0422	96.8377	0.3720	1.4015			1.7735						98.6112

- คำชี้แจง :
1. ให้กรม/หน่วยงาน ระบุข้อมูลทุกแผนงานที่ได้รับจัดสรรงบประมาณ
 2. ให้ระบุข้อมูลเฉพาะผลผลิต/โครงการ ที่อยู่ในแผน ทุกโครงการ โดยไม่ต้องลงรายละเอียดถึงกิจกรรม
 3. เฉพาะ “แผนงานพื้นฐาน” และ “แผนงานบุคลากรภาครัฐ” ให้ระบุเฉพาะภาพรวมตัวเลขงบประมาณ ไม่ต้องระบุรายละเอียด ผลผลิต/โครงการ กิจกรรม
 4. ใช้ฐานข้อมูลตามคำของบประมาณ แบบ สก.ป.1009 (หน่วยงาน) : คู่มือปฏิบัติการจัดทำคำของบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 และ/หรือ เอกสารงบประมาณเล่มขาวคาดแดง

2. โครงการที่สำคัญ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

แผนงาน – ผลผลิต/โครงการ – กิจกรรม – ตัวชี้วัด (ยกเว้นแผนงานบุคคลากรภาครัฐ)	งบประมาณ 2569	งบรายจ่าย	ลักษณะการดำเนินการ	ที่มา/ความต้องการโครงการ	สถานที่ดำเนินการ/สถานภาพ ปัจจุบัน (ณ วันจัดทำคำขอ)	ผลสัมฤทธิ์ที่คาดว่าจะได้รับ จากการใช้จ่ายงบประมาณ
1. แผนงานยุทธศาสตร์สร้างหลักประกันทางสังคม ผลผลิต/โครงการ/กิจกรรมการส่งเสริมประสิทธิภาพด้าน การคุ้มครองผู้บริโภค ตัวชี้วัด : เชิงปริมาณ : ความสำเร็จของการพัฒนา ปรับปรุง แก้ไขกฎหมายเพื่อการปฏิรูปด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เชิงปริมาณ : จำนวนแนวทาง/มาตรการความร่วมมือ ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศ เชิงคุณภาพ : ระดับความสำเร็จของการขับเคลื่อน การคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น เชิงคุณภาพ : ร้อยละการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของประชาชน เชิงคุณภาพ : ร้อยละความสำเร็จในการขับเคลื่อน แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566 – 2570)						
1) การเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองสิทธิ ผู้บริโภคแก่ประชาชน (ประกอบด้วย 7 โครงการย่อย)	9.1696	งบรายจ่ายอื่น	ดำเนินการแล้วเสร็จใน ปีงบประมาณ (โครงการปี เดียว)	ที่มา : นโยบายรัฐบาลในการสร้างความเป็น ธรรมในการคุ้มครองพิทักษ์สิทธิประชาชน สิทธิ ผู้บริโภค, แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566-2570), แผนปฏิบัติ ราชการ ระยะ 5 ปี (พ.ศ.2566-2570) สภาพปัญหา/ความต้องการ: สคบ.เผชิญ ปัญหาการร้องทุกข์ผู้บริโภคเกินสามหมื่นเรื่อง ต่อปีจากการที่ประชาชนยังไม่รู้สิทธิตนและไม่ เข้าใจบทบาทของหน่วยงาน ข้อมูลการคุ้มครอง ผู้บริโภคยังสื่อสารได้จำกัดและไม่ทั่วถึง สะท้อน ความต้องการเร่งด่วนในการสร้างกลไกเผยแพร่	สถานที่ดำเนินการ : กรุงเทพมหานครและทั่ว ประเทศ สถานะ : พร้อมดำเนินการทันที	ผลสัมฤทธิ์ที่คาดว่าจะได้รับ : ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจใน สิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภค รวมถึงตระหนักและรู้จักปกป้อง สิทธิของตนตามที่กฎหมายได้ บัญญัติไว้ สามารถเลือกซื้อสินค้า และบริการได้อย่างปลอดภัยและ เป็นธรรม

แผนงาน – ผลผลิต/โครงการ – กิจกรรม – ตัวชี้วัด (ยกเว้นแผนงานบุคคลากรภาครัฐ)	งบประมาณ 2569	งบรายจ่าย	ลักษณะการดำเนินการ	ที่มา/ความต้องการโครงการ	สถานที่ดำเนินการ/สถานภาพ ปัจจุบัน (ณ วันจัดทำคำขอ)	ผลสัมฤทธิ์ที่คาดว่าจะได้รับ จากการใช้จ่ายงบประมาณ
				ข้อมูลให้ครอบคลุม เข้าถึงง่าย และทัน สถานการณ์ เพื่อให้ประชาชนรู้เท่าทัน ปกป้อง สิทธิได้อย่างเป็นธรรม ความจำเป็นเร่งด่วน : มีความจำเป็นเร่งด่วน มากที่สุด เนื่องจากหากไม่เร่งดำเนินการอาจ นำไปสู่การละเมิดสิทธิอย่างต่อเนื่อง ความ เสียหายทางเศรษฐกิจและสังคมในวงกว้าง และ ลดความเชื่อมั่นในระบบรัฐ		
2) การพัฒนาความร่วมมือการคุ้มครองผู้บริโภคระหว่าง ประเทศ	7.5000	งบรายจ่ายอื่น	ดำเนินการแล้วเสร็จใน ปีงบประมาณ (โครงการปี เดียว)	ที่มา : นโยบายรัฐบาลในการสร้างความเป็น ธรรมในการคุ้มครองพิทักษ์สิทธิประชาชน สิทธิ ผู้บริโภค, แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566-2570), แผนปฏิบัติ ราชการ ระยะ 5 ปี (พ.ศ.2566-2570) สภาพปัญหา/ความต้องการ : ข้อจำกัดของ กฎหมายไทยในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจาก การซื้อขายข้ามพรมแดน โดยไม่สามารถบังคับ ใช้กับบริษัทต่างประเทศได้ ส่งผลให้ผู้บริโภค ไทยที่ได้รับความเสียหายจากการซื้อสินค้าหรือ บริการจากต่างประเทศไม่สามารถเข้าถึง กระบวนการเยียวยาอย่างมีประสิทธิภาพ ปัจจุบัน สคบ. มีบทบาทในการรับเรื่องร้องทุกข์ แต่ยังขาดกลไกและกรอบความร่วมมือระหว่าง ประเทศที่เข้มแข็ง ซึ่งจำเป็นต่อการยกระดับ มาตรฐานการคุ้มครองผู้บริโภคไทยในบริบท เศรษฐกิจดิจิทัลและการค้าโลก ความจำเป็นเร่งด่วน : มีความจำเป็นเร่งด่วน มากที่สุด เนื่องจากพฤติกรรมการซื้อขาย ระหว่างประเทศเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว หากไม่มี	สถานที่ดำเนินการ : กรุงเทพมหานครและทั่ว ประเทศ สถานะ : พร้อมดำเนินการ ทันที	ผลสัมฤทธิ์ที่คาดว่าจะได้รับ : ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจใน สิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภค รวมถึงตระหนักและรู้จักปกป้อง สิทธิของตนตามที่กฎหมายได้ บัญญัติไว้ สามารถเลือกซื้อสินค้า และบริการได้อย่างปลอดภัยและ เป็นธรรม

แผนงาน – ผลผลิต/โครงการ – กิจกรรม – ตัวชี้วัด (ยกเว้นแผนงานบุคคลากรภาครัฐ)	งบประมาณ 2569	งบรายจ่าย	ลักษณะการดำเนินการ	ที่มา/ความต้องการโครงการ	สถานที่ดำเนินการ/สถานภาพ ปัจจุบัน (ณ วันจัดทำคำขอ)	ผลสัมฤทธิ์ที่คาดว่าจะได้รับ จากการใช้จ่ายงบประมาณ
				การดำเนินการ อาจเกิดความเสียหายต่อ ผู้บริโภคและต้นทุนความเชื่อมั่นในระบบ เศรษฐกิจไทย ส่งผลต่อขีดความสามารถในการ แข่งขันของประเทศในระยะยาว		
3) การแก้ไขปัญหาด้านการคุ้มครองผู้บริโภคเชิงบูรณา การประเด็นสินค้าออนไลน์	5.9981	งบรายจ่ายอื่น	ดำเนินการแล้วเสร็จใน ปีงบประมาณ (โครงการปี เดียว)	ที่มา : นโยบายรัฐบาลในการสร้างความเป็น ธรรมในการคุ้มครองพิทักษ์สิทธิประชาชน สิทธิ ผู้บริโภค, แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566-2570), แผนปฏิบัติ ราชการ ระยะ 5 ปี (พ.ศ.2566-2570) สภาพปัญหา/ความต้องการ: ปัจจุบัน ผู้ค้า ออนไลน์จำนวนมากยังไม่ได้จดทะเบียนธุรกิจ ตามที่กฎหมายกำหนด ส่งผลให้การติดตาม ตรวจสอบ และดำเนินการเมื่อเกิดข้อร้องเรียน เป็นไปอย่างยากลำบาก ผู้บริโภคได้รับการ คุ้มครองไม่เต็มที่ อีกทั้งยังส่งผลกระทบต่อ รายได้รัฐและความโปร่งใสทางเศรษฐกิจดิจิทัล ความจำเป็นในการดำเนินโครงการจึงอยู่ที่การ สร้างระบบกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพและ บูรณาการความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่ เกี่ยวข้อง เพื่อแก้ไขปัญหาอย่างเป็นรูปธรรม และยั่งยืน ความจำเป็นเร่งด่วน : มีความจำเป็นเร่งด่วน มากที่สุด เนื่องจากจะส่งผลให้ผู้บริโภคได้รับ ความเสียหายจากการขาดการคุ้มครองทาง กฎหมาย และกระทบต่อความเชื่อมั่นในระบบ เศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศ	สถานที่ดำเนินการ : กรุงเทพมหานครและ 5 ภูมิภาค สถานะ : พร้อมดำเนินการ ทันที	ผลสัมฤทธิ์ที่คาดว่าจะได้รับ : ประชาชนจะได้รับการคุ้มครอง สิทธิผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ เท่าทันต่อสถานการณ์การซื้อขาย สินค้าออนไลน์ ลดความเสี่ยงจาก การถูกหลอกลวงหรือได้รับสินค้า ที่ไม่มีคุณภาพ และได้รับการที่ เป็นธรรมตามหลักเกณฑ์ทาง กฎหมาย

แผนงาน – ผลผลิต/โครงการ – กิจกรรม – ตัวชี้วัด (ยกเว้นแผนงานบุคคลากรภาครัฐ)	งบประมาณ 2569	งบรายจ่าย	ลักษณะการดำเนินการ	ที่มา/ความต้องการโครงการ	สถานที่ดำเนินการ/สถานภาพ ปัจจุบัน (ณ วันจัดทำคำขอ)	ผลสัมฤทธิ์ที่คาดว่าจะได้รับ จากการใช้จ่ายงบประมาณ
4) การคุ้มครองผู้บริโภคเชิงบูรณาการ ประเด็นการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ และการบริการดิจิทัล	5.9670	งบรายจ่ายอื่น	ดำเนินการแล้วเสร็จในปีงบประมาณ (โครงการปีเดียว)	ที่มา : นโยบายรัฐบาลในการสร้างความเป็นธรรมในการคุ้มครองพิทักษ์สิทธิประชาชน สิทธิผู้บริโภค, แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566-2570), แผนปฏิบัติราชการ ระยะ 5 ปี (พ.ศ.2566-2570) สภาพปัญหา/ความต้องการ: การเติบโตของธุรกรรมและบริการดิจิทัลสร้างช่องว่างในการคุ้มครองผู้บริโภคที่ยังไม่เท่าทัน ทำให้เกิดความเสี่ยงในการละเมิดสิทธิ จำเป็นต้องเร่งพัฒนากลไกบูรณาการระหว่างหน่วยงานเพื่อวางแนวทางป้องกันและแก้ไขอย่างเป็นระบบเพื่อวางแนวทางป้องกันและแก้ไขปัญหาอย่างเป็นระบบ โดยเน้นความรับผิดชอบของผู้ประกอบการและการยุติธรรมแก่ผู้บริโภคในยุคดิจิทัลอย่างยั่งยืน ความจำเป็นเร่งด่วน : มีความจำเป็นเร่งด่วนมากที่สุด เนื่องจาก ความเสี่ยงในการละเมิดสิทธิและผลกระทบต่อประชาชนมีแนวโน้มรุนแรงขึ้น หากไม่เร่งดำเนินการจะส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในระบบเศรษฐกิจดิจิทัลและความยุติธรรมทางสังคมโดยรวม	สถานที่ดำเนินการ : กรุงเทพมหานครและ 5 ภูมิภาค สถานะ : พร้อมดำเนินการทันที	ผลสัมฤทธิ์ที่คาดว่าจะได้รับ : ประชาชนจะได้รับการคุ้มครองสิทธิอย่างรอบด้านจากธุรกรรมทางการเงินและบริการดิจิทัล พร้อมกลไกป้องกันและแก้ไขปัญหที่เป็นธรรมและทันสถานการณ์ ส่งเสริมความมั่นใจในการใช้บริการดิจิทัล
5) การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ประเด็นสินค้าชำรุดบกพร่อง	5.0000	งบรายจ่ายอื่น	ดำเนินการแล้วเสร็จในปีงบประมาณ (โครงการปีเดียว)	ที่มา : นโยบายรัฐบาลในการสร้างความเป็นธรรมในการคุ้มครองพิทักษ์สิทธิประชาชน สิทธิผู้บริโภค, แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566-2570), แผนปฏิบัติราชการ ระยะ 5 ปี (พ.ศ.2566-2570) สภาพปัญหา/ความต้องการ: ผู้บริโภคเผชิญปัญหาค่าใช้จ่ายในการซ่อมสินค้าอิเล็กทรอนิกส์	สถานที่ดำเนินการ : กรุงเทพมหานครและ 5 ภูมิภาค สถานะ : พร้อมดำเนินการทันที	ผลสัมฤทธิ์ที่คาดว่าจะได้รับ : ประชาชนสามารถเลือกซื้อสินค้าและบริการได้อย่างปลอดภัยและเป็นธรรม และเพิ่มทางเลือกในการดูแลรักษาสินค้าอย่างยั่งยืน ส่งเสริมการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ซ่อมได้ง่ายและลดการสร้างขยะ

แผนงาน – ผลผลิต/โครงการ – กิจกรรม – ตัวชี้วัด (ยกเว้นแผนงานบุคคลากรภาครัฐ)	งบประมาณ 2569	งบรายจ่าย	ลักษณะการดำเนินการ	ที่มา/ความต้องการโครงการ	สถานที่ดำเนินการ/สถานภาพ ปัจจุบัน (ณ วันจัดทำคำขอ)	ผลสัมฤทธิ์ที่คาดว่าจะได้รับ จากการใช้จ่ายงบประมาณ
				ที่สูงและขาดทางเลือกซ่อมที่เข้าถึงได้ โดยเฉพาะเมื่อสินค้าหมดระยะรับประกัน ซึ่งส่วนหนึ่งเกิดจากการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ซับซ้อนและเปลี่ยนชิ้นส่วนได้ยาก ส่งผลให้ผู้บริโภคเลือกซื้อใหม่แทนการซ่อม นำไปสู่ปัญหาขยะอิเล็กทรอนิกส์และการผูกขาดการซ่อมโดยผู้ผลิต การพัฒนานโยบาย “สิทธิที่จะซ่อม” จึงเป็นแนวทางสำคัญในการส่งเสริมการเข้าถึงทางเลือกซ่อมที่เป็นธรรมและยั่งยืนทั้งด้านเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม ความจำเป็นเร่งด่วน : มีความจำเป็นเร่งด่วนมากที่สุด เนื่องจากส่งผลโดยตรงต่อผู้บริโภคในการลดภาระค่าใช้จ่ายและลดปริมาณขยะอิเล็กทรอนิกส์ หากไม่มีมาตรการรองรับ อาจเกิดผลกระทบรุนแรงทั้งด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และความเป็นธรรมในตลาดสินค้าอิเล็กทรอนิกส์และบริการซ่อมแซม		อิเล็กทรอนิกส์ พร้อมสร้างความ เป็นธรรมในการเข้าถึงบริการ ซ่อมและใช้ทรัพยากรอย่างมี ประสิทธิภาพ
6) การยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับภูมิภาค	2.3100	งบรายจ่ายอื่น	ดำเนินการแล้วเสร็จใน ปีงบประมาณ (โครงการปีเดียว)	ที่มา : นโยบายรัฐบาลในการสร้างความเป็นธรรมในการคุ้มครองพิทักษ์สิทธิประชาชน สิทธิผู้บริโภค, แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566-2570), แผนปฏิบัติราชการ ระยะ 5 ปี (พ.ศ.2566-2570) สภาพปัญหา/ความต้องการ: การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในระดับพื้นที่ยังขาดเอกภาพ ขาดความเข้าใจในบทบาทใหม่ตามกฎหมาย และระเบียบที่ปรับปรุง ส่งผลให้การจัดการ ร้องเรียนและการติดตามผลขาดประสิทธิภาพ จึงต้องเสริมศักยภาพบุคลากร และสร้างระบบ	สถานที่ดำเนินการ : กรุงเทพมหานคร และ 9 เขต สถานะ : พร้อมดำเนินการทันที	ผลสัมฤทธิ์ที่คาดว่าจะได้รับ : ประชาชนสามารถเข้าถึงการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และเท่าเทียม ลดช่องว่างในการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนจากสินค้าและบริการที่ไม่เป็นธรรม พร้อมส่งเสริมความรู้ด้านสิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภค เพื่อการตัดสินใจอย่างมีข้อมูลและมีประสิทธิภาพ

แผนงาน – ผลผลิต/โครงการ – กิจกรรม – ตัวชี้วัด (ยกเว้นแผนงานบุคคลากรภาครัฐ)	งบประมาณ 2569	งบรายจ่าย	ลักษณะการดำเนินการ	ที่มา/ความต้องการโครงการ	สถานที่ดำเนินการ/สถานภาพ ปัจจุบัน (ณ วันจัดทำคำขอ)	ผลสัมฤทธิ์ที่คาดว่าจะได้รับ จากการใช้จ่ายงบประมาณ
				การทำงานที่เชื่อมโยงการทำงานระหว่าง ส่วนกลาง ภูมิภาค และท้องถิ่น เพื่อขับเคลื่อน ภารกิจคุ้มครองผู้บริโภคอย่างเป็นรูปธรรม ความจำเป็นเร่งด่วน : มีความจำเป็นเร่งด่วน มากที่สุด เนื่องจากการดำเนินงานคุ้มครอง ผู้บริโภคระดับพื้นที่ยังขาดความเชื่อมโยงและ ประสิทธิภาพ ส่งผลให้ประชาชนขาดช่องทาง เข้าถึงสิทธิอย่างทั่วถึง หากไม่เร่งดำเนินการจะ เกิดช่องว่างในการบังคับใช้กฎหมายและลด ความเชื่อมั่นต่อภาครัฐอย่างมีนัยสำคัญ		
7) การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ การคุ้มครองผู้บริโภค	2.2300	งบรายจ่ายอื่น	ดำเนินการแล้วเสร็จใน ปีงบประมาณ (โครงการปี เดียว)	ที่มา : นโยบายรัฐบาลในการสร้างความเป็น ธรรมในการคุ้มครองพิทักษ์สิทธิประชาชน สิทธิ ผู้บริโภค, แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566-2570), แผนปฏิบัติ ราชการ ระยะ 5 ปี (พ.ศ.2566-2570) สภาพปัญหา/ความต้องการ: แผนยุทธศาสตร์ การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566– 2570) เป็นแผนระดับที่ 3 รวมกับ 21 หน่วยงาน โดยมี สคบ. เป็นหน่วยงานหลักใน การขับเคลื่อนแผนดังกล่าว ซึ่งแผนดังกล่าวต้อง มีการแปลงแนวทางยุทธศาสตร์สู่การปฏิบัติได้ อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นรูปธรรม และต้อง มีการข้อมูลเชิงวิเคราะห์ที่รองรับการดำเนินงาน อย่างทันสมัยและสอดคล้องกับสถานการณ์ ปัจจุบัน รวมถึงความจำเป็นในการบูรณาการ การทำงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้เป็น ระบบและทิศทางเดียวกัน ตอบสนองความ ต้องการของผู้บริโภคอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม	สถานที่ดำเนินการ : กรุงเทพมหานครและ 5 ภูมิภาค สถานะ : พร้อมดำเนินการ ทันที	ผลสัมฤทธิ์ที่คาดว่าจะได้รับ : ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจใน สิทธิและหน้าที่ของผู้บริโภค รวมถึงตระหนักและรู้จักปกป้อง สิทธิของตนตามที่กฎหมายได้ บัญญัติไว้ สามารถเลือกซื้อสินค้า และบริการได้อย่างปลอดภัยและเป็นธรรม

แผนงาน – ผลผลิต/โครงการ – กิจกรรม – ตัวชี้วัด (ยกเว้นแผนงานบุคคลากรภาครัฐ)	งบประมาณ 2569	งบรายจ่าย	ลักษณะการดำเนินการ	ที่มา/ความต้องการโครงการ	สถานที่ดำเนินการ/สถานภาพ ปัจจุบัน (ณ วันจัดทำคำขอ)	ผลสัมฤทธิ์ที่คาดว่าจะได้รับ จากการใช้จ่ายงบประมาณ
				ความจำเป็นเร่งด่วน : มีความจำเป็นเร่งด่วนมากที่สุด เนื่องจากหากไม่ดำเนินการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ฯ อย่างมีประสิทธิภาพ อาจส่งผลให้กลไกการคุ้มครองผู้บริโภคล่าช้า ไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของบริบททางเศรษฐกิจและเทคโนโลยี ส่งผลกระทบต่อสิทธิ ความเป็นธรรม และความปลอดภัยของผู้บริโภคอย่างกว้างขวาง และต่อเนื่อง		
2. แผนงานยุทธศาสตร์พัฒนาบริการประชาชนและการพัฒนาประสิทธิภาพภาครัฐ ผลผลิต/โครงการ/กิจกรรมส่งเสริมประสิทธิภาพด้านการพัฒนาระบบข้อมูลเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ตัวชี้วัด : เชิงปริมาณ : จำนวนระบบการคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนาและเชื่อมโยงการบริหารภาครัฐดิจิทัล เชิงคุณภาพ : ร้อยละความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ						
8) การพัฒนาระบบดิจิทัลการให้บริการเชื่อมโยงข้อมูลการคุ้มครองผู้บริโภคสู่ท้องถิ่น	26.5737	งบลงทุน	ดำเนินการแล้วเสร็จในปีงบประมาณ (โครงการปีเดียว)	ที่มา : นโยบายรัฐบาลในการปรับปรุงการทำงานให้เป็นรัฐบาลดิจิทัล ทำให้ประชาชนได้รับความสะดวกมากขึ้น, แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566-2570), แผนปฏิบัติราชการ ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570) สภาพปัญหา/ความต้องการ: ปัจจุบันการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในระดับท้องถิ่นยังขาดความคล่องตัว เนื่องจากใช้ระบบเอกสาร และขาดการเชื่อมโยงข้อมูลกลาง ส่งผลให้เกิดความล่าช้าและไม่สามารถวิเคราะห์หรือกำหนดนโยบายเชิงรุกได้อย่างมีประสิทธิภาพ อปท. ยัง	สถานที่ดำเนินการ : กรุงเทพมหานครและ เทศบาล 2,472 แห่ง องค์การบริหารส่วนตำบล 5,329 แห่ง และเมืองพัทยา สถานะ : พร้อมดำเนินการทันที / จัดทำร่างขอบเขตงานราคากลาง และใบเสนอราคาเรียบร้อยแล้ว/พร้อมดำเนินการทันที	ผลสัมฤทธิ์ที่คาดว่าจะได้รับ : การคุ้มครองผู้บริโภคในระดับภูมิภาค มีกลไกเชื่อมโยงระหว่างส่วนกลาง ภูมิภาค และท้องถิ่นให้ทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ เสริมศักยภาพคณะอนุกรรมการและเจ้าหน้าที่ในการบังคับใช้กฎหมายอย่างถูกต้องและเข้มงวด เพิ่มการมีส่วนร่วมของภาคธุรกิจและประชาชนในการรับรู้สิทธิและเข้าถึงระบบคุ้มครองอย่างทั่วถึง ส่งผลให้เกิดระบบคุ้มครองผู้บริโภค

แผนงาน – ผลผลิต/โครงการ – กิจกรรม – ตัวชี้วัด (ยกเว้นแผนงานบุคคลารภาครัฐ)	งบประมาณ 2569	งบรายจ่าย	ลักษณะการดำเนินการ	ที่มา/ความต้องการโครงการ	สถานที่ดำเนินการ/สถานภาพ ปัจจุบัน (ณ วันจัดทำคำขอ)	ผลสัมฤทธิ์ที่คาดว่าจะได้รับ จากการใช้จ่ายงบประมาณ
				ขาดเครื่องมือดิจิทัลในการบริหารจัดการภารกิจตามอำนาจหน้าที่ที่ได้รับโอน จึงมีความจำเป็นต้องพัฒนาระบบบริการดิจิทัลที่เชื่อมโยงข้อมูลแบบไร้รอยต่อ ระหว่างท้องถิ่น จังหวัด และส่วนกลาง เพื่อสนับสนุนภารกิจที่ใกล้ชิดประชาชนที่สุด ความจำเป็นเร่งด่วน : มีความจำเป็นเร่งด่วนมากที่สุด เนื่องจากยังขาดระบบดิจิทัลรองรับภารกิจที่ถ่ายโอน ส่งผลให้ประชาชนไม่ได้รับการคุ้มครองสิทธิอย่างทั่วถึงและทันเวลา หากไม่ดำเนินการโดยเร็ว อาจเกิดความเสียหายเชิงระบบจากข้อมูลไม่เชื่อมโยง ความล่าช้าในการแก้ไขเรื่องร้องเรียน และลดความเชื่อมั่นต่อการทำงานของภาครัฐในระดับพื้นที่		ที่เป็นธรรม ยั่งยืน และตอบสนองต่อบริบทพื้นที่
9) การยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคด้วยระบบดิจิทัลและเทคโนโลยี สู่อุตสาหกรรมของ Smart Consumer	9.7717	งบลงทุน	ดำเนินการแล้วเสร็จในปีงบประมาณ (โครงการปีเดียว)	ที่มา : นโยบายรัฐบาลในการปรับปรุงการทำงานให้เป็นรัฐบาลดิจิทัล ทำให้ประชาชนได้รับความสะดวกมากขึ้น, แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566-2570), แผนปฏิบัติราชการ ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570) สภาพปัญหา/ความต้องการ: ประชาชนยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภค และช่องทางปกป้องตนเองจากการถูกเอาเปรียบ ทั้งนี้มีต้นเหตุมาจากการเข้าถึงข้อมูลที่กระจัดกระจาย ไม่ทันสถานการณ์ และขาดการส่งเสริมเชิงระบบในสถานศึกษาและชุมชน ส่งผลให้การบริโภคขาดความรอบคอบและความมั่นใจ จำเป็นต้องมีมาตรการเชิงรุกเพื่อ	สถานที่ดำเนินการ : กรุงเทพมหานครและทั่วประเทศ สถานะ : พร้อมดำเนินการทันที / จัดทำร่างขอบเขตงานราคากลาง และใบเสนอราคาเรียบร้อยแล้ว/พร้อมดำเนินการทันที	ผลสัมฤทธิ์ที่คาดว่าจะได้รับ : ผู้บริโภคได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและช่องทางร้องเรียนที่มีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ประชาชนสามารถตัดสินใจบริโภคอย่างรอบคอบและปกป้องตนเองจากการถูกเอาเปรียบ นอกจากนี้ยังเกิดการสร้างเครือข่ายความรู้ในชุมชนและการมีส่วนร่วมเชิงนโยบายอย่างเป็นระบบ

แผนงาน – ผลผลิต/โครงการ – กิจกรรม – ตัวชี้วัด (ยกเว้นแผนงานบุคคลากรภาครัฐ)	งบประมาณ 2569	งบรายจ่าย	ลักษณะการดำเนินการ	ที่มา/ความต้องการโครงการ	สถานที่ดำเนินการ/สถานภาพ ปัจจุบัน (ณ วันจัดทำคำขอ)	ผลสัมฤทธิ์ที่คาดว่าจะได้รับ จากการใช้จ่ายงบประมาณ
				พัฒนาความรู้และเครื่องมือคุ้มครองสิทธิอย่างเป็นรูปธรรมและทั่วถึง ความจำเป็นเร่งด่วน : มีความจำเป็นเร่งด่วนมากที่สุด เนื่องจากประชาชนจำนวนมากยังขาดความรู้ที่จำเป็นในการปกป้องตนเองจากการถูกเอาเปรียบ โดยเฉพาะกลุ่มเปราะบาง หากไม่เร่งพัฒนาเครื่องมือและระบบสนับสนุนอย่างเป็นรูปธรรม จะส่งผลให้เกิดการสูญเสียทางเศรษฐกิจ การละเมิดสิทธิอย่างต่อเนื่อง และลดทอนความเชื่อมั่นต่อภาครัฐในระยะยาว		
10) การพัฒนาระบบบริการตรวจสอบความถูกต้องข้อมูลสินค้า (OCPB DataSure)	8.7496	งบลงทุน	ดำเนินการแล้วเสร็จในปีงบประมาณ (โครงการปีเดียว)	ที่มา : นโยบายรัฐบาลในการปรับปรุงการทำงานให้เป็นรัฐบาลดิจิทัล ทำให้ประชาชนได้รับความสะดวกมากขึ้น, แผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566-2570), แผนปฏิบัติราชการ ระยะ 5 ปี (พ.ศ.2566-2570) สภาพปัญหา/ความต้องการ: ผู้บริโภคเผชิญความไม่มั่นใจในข้อมูลสินค้าออนไลน์และฉลากสินค้าหน้าร้านที่อ่านยาก รวมถึงสัญญาที่ไม่เป็นธรรม ทำให้ต้องการแก้ไขปัญหานี้โดยการพัฒนาระบบ OCPB DataSure เพื่อเพิ่มความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือของข้อมูล และช่วยให้ผู้บริโภคเข้าถึงข้อมูลผลิตภัณฑ์ได้อย่างถูกต้องและมั่นใจ ความจำเป็นเร่งด่วน : มีความจำเป็นเร่งด่วนมากที่สุด เนื่องจากแก้ไขปัญหาความไม่มั่นใจของผู้บริโภคต่อข้อมูลสินค้าและบริการออนไลน์ รวมถึงสัญญาที่ไม่เป็นธรรม หากไม่ดำเนินการจะกระทบต่อสิทธิผู้บริโภคในการเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการ เป็นธรรม และน่าเชื่อถือ	สถานที่ดำเนินการ : กรุงเทพมหานครและทั่วประเทศ สถานะ : พร้อมดำเนินการทันที /จัดทำร่างขอบเขตงานราคากลาง และใบเสนอราคาเรียบร้อยแล้ว/พร้อมดำเนินการทันที	ผลสัมฤทธิ์ที่คาดว่าจะได้รับ : ประชาชนเข้าถึงบริการคุ้มครองสิทธิได้อย่างรวดเร็ว โปร่งใส และเป็นธรรม เสริมสร้างความเชื่อมั่นในระบบการคุ้มครองผู้บริโภค ระดับประเทศ พร้อมมีข้อมูลรองรับการแก้ไขปัญหาและวางนโยบายอย่างแม่นยำ

คำชี้แจง : ให้ กรม/หน่วยงาน ยกตัวอย่างโครงการ/กิจกรรม ที่เป็นรายการสำคัญ ๆ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 ดังนี้

1. ให้ยกตัวอย่างโครงการสำคัญ ๆ ที่เห็นควรนำเสนอ จำนวน 10-15 โครงการ
2. โครงการดังกล่าวจะต้องเป็นโครงการที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ สนับสนุนส่งเสริมหรือพัฒนาความเป็นอยู่ของประชาชน การแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น การเตรียมการวางแผนเพื่อรองรับปัญหาที่อาจเกิดขึ้น การป้องกันบรรเทาสาธารณภัย หรือการบริหารจัดการภัยพิบัติต่าง ๆ (ภัยที่กระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติ-ภัยทางเศรษฐกิจ-ภัยทางสังคม-ภัยความมั่นคง) เป็นต้น โดยเน้นความสอดคล้องตามกลุ่มภารกิจของกระทรวงนั้น ๆ เป็นหลัก ได้แก่ กระทรวงด้านความมั่นคง กระทรวงด้านเศรษฐกิจ และกระทรวงด้านสังคม หรือบูรณาการประสานการสนับสนุนกลุ่มภารกิจในมิติด้านอื่นตามขอบเขตหน้าที่และอำนาจที่เกี่ยวข้อง
3. สำหรับหน่วยงานอื่นที่ไม่สังกัดกระทรวงให้ยกตัวอย่างโครงการตามภารกิจของหน่วยงาน
4. ให้เรียงลำดับโครงการจากวงเงินงบประมาณมากไปหาน้อย

ผลการเบิกจ่ายและผลการดำเนินงานในปีงบประมาณ พ.ศ. 2567-2568

.....

ชื่อหน่วยงาน สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

1. ภาพรวมผลการเบิกจ่ายงบประมาณ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

ประเภทรายจ่าย	วงเงินตาม พ.ร.บ. (1)	วงเงินหลังโอนเปลี่ยนแปลง (2)	ผลการเบิกจ่าย		ผลการใช้จ่าย	
			จำนวน (3)	ร้อยละ (4) = (3)/(2)*100	จำนวน (5)	ร้อยละ (6) = (5)/(2)*100
รวม	297.7697	297.7697	116.1246	38.9981	116.1246	38.9981
รายจ่ายประจำ	241.8674	241.5890	115.7194	47.8993	115.7194	47.8993
รายจ่ายลงทุน	55.9023	56.1807	0.4052	0.7212	0.4052	0.7212

หมายเหตุ : ให้ใช้ผลการเบิกจ่าย ณ วันที่ 30 เมษายน 2568 และคำนวณร้อยละจากวงเงินงบประมาณหลังโอนเปลี่ยนแปลง

2. การกักเงินไว้เบิกเหลือเมื่อปี งบประมาณ 2567

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

ผลผลิต/โครงการ กิจกรรม	งบประมาณปี 2567					คำชี้แจง
	เงินกักไว้เบิกเหลือเมื่อปี	เบิกจ่าย	ร้อยละ	คงเหลือ	ร้อยละ	
รวม	38.2915	12.4127	32.42			
1. ผลผลิตที่ 1 การอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภค ผู้บริโภคร กิจกรรม การให้บริการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	6.7329	6.7329	100	-	-	- รายการที่เป็นรายจ่ายประจำ ปัจจุบันดำเนินการเบิกจ่ายเสร็จสิ้นแล้ว
2. โครงการที่ 1 โครงการส่งเสริมประสิทธิภาพด้านการคุ้มครอง ผู้บริโภคร กิจกรรม ส่งเสริมประสิทธิภาพด้านการคุ้มครองผู้บริโภค	2.8778	2.8778	100	-	-	- รายการค่าใช้จ่ายการดำเนินโครงการ ภายใต้แผนงานยุทธศาสตร์สร้างหลักประกันทางสังคม ปัจจุบันดำเนินการเสร็จสิ้นแล้ว
3. โครงการที่ 2 โครงการ “Smart Consumer”	0.8490	0.8490	100	-	-	- ครบกำหนดตามสัญญาเดือนตุลาคม 2567

ผลผลิต/โครงการ กิจกรรม	งบประมาณปี 2567					คำชี้แจง
	เงินกันไว้เบิกเหลือในปี	เบิกจ่าย	ร้อยละ	คงเหลือ	ร้อยละ	
กิจกรรม บูรณาการความร่วมมือด้านการคุ้มครองผู้บริโภค สูการเป็น “Young Smart Consumer” 4. โครงการที่ 3 โครงการแก้ไขปัญหาด้านการคุ้มครองผู้บริโภคเชิง บูรณาการประเด็นการโฆษณาสินค้าหรือบริการ กิจกรรม การแก้ไขปัญหาด้านการคุ้มครองผู้บริโภคเชิงบูรณา การประเด็นการโฆษณาสินค้าหรือบริการ	1.4000	1.4000	100	-	-	- ครบกำหนดตามสัญญาเดือนพฤศจิกายน 2567
5. โครงการที่ 1 โครงการสร้างและพัฒนาเครือข่ายด้านการ คุ้มครองผู้บริโภค กิจกรรม การสร้างเครือข่ายอาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภคสูงวัย	0.5530	0.5530	100	-	-	- ครบกำหนดตามสัญญาเดือนตุลาคม 2567
6. โครงการที่ 1 โครงการการพัฒนาระบบข้อมูลเพื่อการคุ้มครอง ผู้บริโภค กิจกรรม ส่งเสริมประสิทธิภาพด้านการพัฒนาระบบข้อมูล เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค	25.9788	-	-	-	-	สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ได้ดำเนินการขอทำความตกลงกับสำนักงบประมาณ โอนเปลี่ยนแปลงรายการงบประมาณรายจ่าย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 แผนงานยุทธศาสตร์ พัฒนาบริการประชาชนและการพัฒนาประสิทธิภาพ ภาครัฐ งบลงทุน รายการการพัฒนาแพลตฟอร์ม ดิจิทัลการให้บริการร้องทุกข์ออนไลน์สู่ท้องถิ่น วงเงินงบประมาณ 25,978,800 บาท (ยี่สิบห้าล้าน เก้าแสนเจ็ดหมื่นแปดพันแปดร้อยบาทถ้วน) เพื่อ นำไปดำเนินการสำหรับรายการใหม่ โดยพิจารณา ปรับลดงบประมาณ จำนวน 365,200 บาท (สามแสน หกหมื่นห้าพันสองร้อยบาทถ้วน) ได้รับอนุมัติการ โอนเปลี่ยนแปลงรายการงบประมาณฯ วงเงินทั้งสิ้น 25,613,600 บาท (ยี่สิบห้าล้านหกแสนหนึ่งหมื่นสาม พันหกร้อยบาทถ้วน) ได้แก่

ผลผลิต/โครงการ กิจกรรม	งบประมาณปี 2567					คำชี้แจง
	เงินกันไว้เบิกเหลือในปี	เบิกจ่าย	ร้อยละ	คงเหลือ	ร้อยละ	
						1. งานมหกรรมสิทธิผู้บริโภคยุคดิจิทัล จำนวน 20,612,600 บาท (ยี่สิบล้านหกแสนหนึ่งหมื่นสองพันหกร้อยบาทถ้วน) 2. การสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค จำนวน 5,001,000 บาท (ห้าล้านหนึ่งพันบาทถ้วน) เนื่องจากไม่สามารถกันเงินงบประมาณตามกระบวนการของกรมบัญชีกลางได้ตามกำหนด เป็นเหตุให้เงินงบประมาณรายการดังกล่าวพักตกไป

3. ผลการดำเนินงานในปีงบประมาณ พ.ศ. 2567-2568 ปัญหาอุปสรรค และแนวทางแก้ไข

3.1 ผลสำเร็จและประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการในปีงบประมาณ พ.ศ. 2567-2568

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

ลำดับ	ชื่อ โครงการ-กิจกรรม	งบประมาณ	พื้นที่ดำเนินการ	ผลสำเร็จและประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ
1.	โครงการแก้ไขปัญหาด้านการคุ้มครองผู้บริโภคเชิงบูรณาการ ประเด็นการโฆษณาสินค้าหรือบริการ (2567)	2,350,000	กรุงเทพมหานคร ชลบุรี อุทยานนครปฐม และทั่วประเทศ	ผลสำเร็จ: 1. แนวทางการแก้ไขปัญหาด้านการคุ้มครองผู้บริโภคเชิงบูรณาการ “ประเด็นการโฆษณาสินค้าหรือบริการ” 2. ร้อยละความรู้ความเข้าใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมเสริมสร้างพลังชุมชนรู้เท่าทันโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 71.52 3. สื่อประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิผู้บริโภค สื่อวีดิทัศน์ 15 คลิป และสื่ออินโฟกราฟิก 35 เรื่อง โดยมียอดการเข้าถึง (Reach) รวมทั้งสิ้น 792,361 Reach 4. การประกวดสื่อสร้างสรรค์เพื่อรณรงค์ให้ผู้บริโภคเสพโฆษณาอย่างมีสติ รวม 41 ผลงาน โดยผลงานชนะการประกวด จำนวน ๑๐ ผลงาน ประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ:

ลำดับ	ชื่อ โครงการ-กิจกรรม	งบประมาณ	พื้นที่ดำเนินการ	ผลสำเร็จและประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ
				หน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคมีการบูรณาการจัดทำแนวทางการแก้ไขปัญหา ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคเชิงบูรณาการ “ประเด็นการโฆษณาสินค้าหรือบริการ” ที่สามารถดำเนินการร่วมกันได้อย่างเป็นรูปธรรม ตลอดจนประชาชนสามารถปกป้องตนเองไม่ให้โดนละเมิดสิทธิในประเด็นโฆษณาและเผยแพร่พร้อมให้ปรึกษาแก่คนในชุมชนเบื้องต้นได้ รวมถึงมีความตื่นตัวและมีการใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบในการชมโฆษณาอย่างมีสติ
2.	โครงการ "Smart Consumer" (2567)	875,000	กรุงเทพมหานคร ชลบุรี	ผลสำเร็จ: 1. ผู้เข้าร่วมค่าย Young Smart Consumer จำนวน 150 คน 3 มหาลัย 2. ประกวดผลงานที่เป็นลักษณะของผู้บริโภคที่ชาญฉลาด (Smart Consumer) ระดับนักศึกษา รวม 35 ผลงาน โดยผลงานชนะเลิศการประกวด จำนวน 8 ผลงาน 3. จัดตั้งชมรมคุ้มครองผู้บริโภคในสถานศึกษาต้นแบบ จำนวน 3 มหาลัย มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตชลบุรี, สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ และสถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิค 4. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ Smart Consumer คิดเป็นร้อยละ 83.78 ประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ: ยกระดับการรับรู้สิทธิและหน้าที่ของประชาชนในฐานะผู้บริโภค ผ่านสื่อสร้างสรรค์และกิจกรรมนำโดยเยาวชน ส่งเสริมทักษะการป้องกันตนเองและการใช้ช่องทางร้องเรียนที่มีประสิทธิภาพ ขยายเครือข่ายการเรียนรู้ระดับชุมชนในสถานศึกษา และสร้างต้นแบบชมรมในสถานศึกษา มีความพร้อมต่อการเป็น Smart Consumer
3.	โครงการยกระดับความคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคในสังคมผู้สูงอายุ (2568/ดำเนินการเสร็จสิ้นแล้ว)	2,000,000	เชียงราย อุบลราชธานี สงขลา นครนายก ปทุมธานี	ผลสำเร็จ: 1. ผู้เข้าร่วมโครงการยกระดับความคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคในสังคมผู้สูงอายุ จำนวน 899 คน 5 จังหวัด 2. ผู้เข้าร่วมมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประกาศคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา เรื่อง ให้ธุรกิจการให้บริการดูแลเด็ก สูงอายุ คนทุพพลภาพ และผู้ป่วยตามสถานที่อยู่อาศัยเป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญา พ.ศ. 2559 คิดเป็นร้อยละ 82.94

ลำดับ	ชื่อ โครงการ-กิจกรรม	งบประมาณ	พื้นที่ดำเนินการ	ผลสำเร็จและประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ
				3. รณรงค์และลงพื้นที่ตรวจสอบผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการดูแลผู้สูงอายุตามสถานที่อยู่อาศัย ประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ: กลุ่มเปราะบางทางสังคม โดยเฉพาะผู้สูงอายุได้รับโอกาสและการคุ้มครองทางสังคม ในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคและสิทธิมนุษยชนอย่างเป็นรูปธรรม ผู้บริโภคและผู้ประกอบการธุรกิจมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประกาศคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา เรื่อง ให้ธุรกิจการให้บริการดูแลเด็ก สูงอายุ คนทุพพลภาพ และผู้ป่วยตามสถานที่อยู่อาศัยเป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญา พ.ศ. 2559
4.	โครงการยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับภูมิภาค (2568/อยู่ระหว่างดำเนินการ)	2,590,000	กรุงเทพมหานคร สงขลา อุบลราชธานี นครราชสีมา เชียงใหม่ สุราษฎร์ธานี ประจวบคีรีขันธ์	ผลสำเร็จ: -อยู่ระหว่างดำเนินการ- 1. เสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพการปฏิบัติงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับภูมิภาค และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ให้สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ 2. มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และรับฟังความคิดเห็น เพื่อพัฒนาการขับเคลื่อนการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาค และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 3. การนิเทศ ติดตามเร่งรัดและประเมินผลการดำเนินงานในส่วนภูมิภาค ให้มีประสิทธิภาพ ประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ: การคุ้มครองผู้บริโภคมีกลไกเชิงพื้นที่ที่เชื่อมโยงระหว่างส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และท้องถิ่นอย่างมีประสิทธิภาพ โดยยกระดับความสามารถของคณะกรรมการและเจ้าหน้าที่ในการปฏิบัติงานตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคอย่างถูกต้อง เข้มงวด ผู้ประกอบการธุรกิจในพื้นที่ปฏิบัติถูกต้องตามกฎหมาย รวมถึงประชาชนสามารถเข้าถึงระบบการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างสะดวก ทัวถึง และเป็นธรรม นำไปสู่ระบบคุ้มครองผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพ อย่างเป็นรูปธรรมในระดับพื้นที่

5.	โครงการ OCPB's Law Enforcement : เสริมสร้างประสิทธิภาพการบังคับใช้ กฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค (2568/อยู่ระหว่างดำเนินการ)	2,210,000	กรุงเทพมหานคร นครปฐม เชียงใหม่ลำพูน นครพนม สกลนคร อุดรธานี เพชรบุรี นครราชสีมา บุรีรัมย์ อุบลราชธานี ภูเก็ต ฉะเชิงเทรา ระยอง	ผลสำเร็จ: -อยู่ระหว่างดำเนินการ- 1. สคบ. มีแผนการบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 2. สคบ. มีการตรวจสอบพฤติการณ์ผู้ประกอบการธุรกิจตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยเป็นไปในแนวทางและมาตรฐานเดียวกัน 3. ข้อเสนอแนะหรือแนวทางในการบังคับใช้กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคที่สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบัน 4. ผู้ประกอบธุรกิจปฏิบัติตามกฎหมายได้อย่างถูกต้อง และผู้บริโภคได้รับการคุ้มครองสิทธิตามกฎหมายอย่างเป็นธรรม ประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ: พนักงานเจ้าหน้าที่ในฐานะผู้บังคับใช้กฎหมายมีแนวทางในการลงพื้นที่ตรวจสอบผู้ประกอบการ พร้อมทั้งมีความรู้ความเข้าใจและทักษะในการบังคับใช้กฎหมายที่เป็นมาตรฐาน รวมถึงมีการบังคับใช้กฎหมายที่เข้มงวดมากยิ่งขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการเกิดความตระหนักและมีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคมากขึ้น ส่งผลให้ประชาชนในฐานะผู้บริโภคได้รับความเป็นธรรมและมีความเชื่อมั่นต่อกลไกการคุ้มครองบริโภค
6.	โครงการพัฒนาความร่วมมือการ คุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศ (2568/อยู่ระหว่างดำเนินการ)	8,900,000	สาธารณรัฐฝรั่งเศส ราชอาณาจักรเบล เยียม สหพันธรัฐสวิส สาธารณรัฐ อินโดนีเซีย สหพันธรัฐมาเลเซีย ญี่ปุ่น สาธารณรัฐเกาหลี สิงคโปร์	ผลสำเร็จ: -อยู่ระหว่างดำเนินการ- สคบ. ดำเนินการเสริมสร้างความตกลงร่วมมือในกระบวนการระงับข้อพิพาทของผู้บริโภค การเยียวยาผู้บริโภคข้ามแดน และการจัดการความปลอดภัยของสินค้าระหว่างประเทศคู่เจรจาระดับทวิภาคี พร้อมทั้งขับเคลื่อนความร่วมมือด้านการคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศ ที่ดำเนินการแล้วได้แก่ 1. การประชุมคณะกรรมการนโยบายผู้บริโภคภายใต้โครงการ เพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (OECD) ครั้งที่ 1 2. การประชุมของคณะกรรมการสิทธิการสหภาพยุโรปว่าด้วยความปลอดภัยของสินค้าและการคุ้มครองผู้บริโภค ภายใต้ชื่อ “สัปดาห์ความปลอดภัยของสินค้าสากล” 3. การประชุมผู้เชี่ยวชาญเฉพาะกิจด้านความปลอดภัยของสินค้า (Ad Hoc Expert Meeting on Consumer Product Safety)

				4. การประชุมทวิภาคีด้านการคุ้มครองผู้บริโภคไทย-สิงคโปร์ ครั้งที่ ๒ และพิธีลงนาม MoU 5. การเจรจาความตกลงการค้าเสรีอาเซียน-แคนาดา (ACFTA) 6. การประชุมเชิงปฏิบัติการภายใต้คณะกรรมการอาเซียนด้านการคุ้มครองผู้บริโภค 7. การประชุมเจรจาความตกลงการค้าเสรีระหว่างไทยกับสหภาพยุโรป รอบที่ 5 8. การประชุมคณะกรรมการอาเซียนด้านการคุ้มครองผู้บริโภค (ASEAN Committee on Consumer Protection Meeting : ACCP Meeting) ครั้งที่ 30 และการประชุมคู่ขนานที่เกี่ยวข้อง (Back to Back Meeting) รวมถึงการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ: ประเทศไทยมีกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศที่เข้มแข็ง โดยมีกระบวนการรับข้อพิพาทของผู้บริโภค การเยียวยาผู้บริโภคข้ามแดน และการจัดการความปลอดภัยของสินค้าระหว่างประเทศที่มีประสิทธิภาพ ผู้บริโภคไทยได้รับการคุ้มครองอย่างทั่วถึงเท่าเทียมระดับสากล
7.	โครงการ "OCPB's APPROVED" (2568/อยู่ระหว่างดำเนินการ)	2,876,000	กรุงเทพมหานคร - ภาคใต้: สงขลา ตรัง ภูเก็ต พังงา สุราษฎร์ธานี - ภาคเหนือ: เชียงราย พะเยา เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน ลำพูน - ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ: ขอนแก่น อุดรธานี สกลนคร มุกดาหาร ร้อยเอ็ด - ภาคกลาง: นครสวรรค์ อุทัยธานี ชัยนาท กาญจนบุรี สุพรรณบุรี	ผลสำเร็จ: -อยู่ระหว่างดำเนินการ- 1. แก้ไขปัญหาการละเมิดสิทธิผู้บริโภคระดับมหภาค หรือปัญหาที่มีผู้บริโภคได้รับความเสียหายเป็นจำนวนมาก 2. สร้างความเป็นธรรมและป้องกันการละเมิดสิทธิผู้บริโภคในส่วนภูมิภาค 3. สร้างความตระหนักรู้และสร้างภูมิคุ้มกันให้กับผู้บริโภคให้มีความชาญฉลาดในการเลือกซื้อสินค้าหรือใช้บริการ 4. สร้างความเชื่อมั่นต่อกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคของ สคบ. ประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ: ผู้บริโภคได้รับความเป็นธรรมและสามารถแก้ไขปัญหาเรื่องร้องทุกข์ได้อย่างรวดเร็ว และสะดวกมากยิ่งขึ้น จากกลไกการลงพื้นที่ให้ความรู้และรณรงค์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภค รวมถึงการตรวจสอบพฤติการณ์ของผู้ประกอบธุรกิจ และการยกระดับกลไกการไกล่เกลี่ยผู้บริโภคระดับมหภาค ทำให้ประชาชนเกิดความตื่นตัวและตระหนักในสิทธิผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อกลไกคุ้มครองผู้บริโภคของ สคบ. มากยิ่งขึ้น อันจะส่งผลดีต่อสภาพเศรษฐกิจของประเทศ

คำชี้แจง : ให้นำหน่วยรับงบประมาณยกตัวอย่างการดำเนินโครงการที่ดำเนินการในปีงบประมาณ พ.ศ. 2567-2568 และเห็นว่าเป็นโครงการสำคัญที่ควรนำเสนอ

3.2 ปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไข (ข้อมูลปีงบประมาณ 2567-2568)

ลำดับ	ปัญหา-อุปสรรค	แนวทางแก้ไข
.....	1) ด้านการใช้จ่ายงบประมาณ เนื่องจากการปรับแผนการดำเนินงาน และเปลี่ยนแนวทางของการดำเนินโครงการต่างๆ ประกอบกับงบลงทุน ค่าปรับปรุงอาคารสำนักงาน ยังไม่สามารถดำเนินการได้ เนื่องจากได้รับส่งมอบจัดสรรพื้นที่ไม่เป็นไปตามแผนที่กำหนด 2) ด้านการดำเนินงาน 2.1 การเข้าถึงข้อมูลและความรู้ของผู้บริโภค - ผู้บริโภคจำนวนมากยังขาดความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภคของตนเอง - ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่โปร่งใสและเชื่อถือได้ยังเผยแพร่ไปไม่เพียงพอ - การเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ยังไม่ทั่วถึง โดยเฉพาะในกลุ่มที่มีข้อจำกัดด้านเทคโนโลยี 2.2 ปัญหาด้านการบังคับใช้กฎหมาย - การพัฒนากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคมีขั้นตอนในการดำเนินการที่ใช้ระยะเวลานาน จึงอาจทำให้ไม่ครอบคลุมและทันต่อสถานการณ์ใหม่ - การบังคับใช้กฎหมายที่ยังอาจจะมีช่องโหว่ที่ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจหลีกเลี่ยงได้ เช่น การเปลี่ยนหรือเพิ่มเงื่อนไขในข้อสัญญาให้เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจโดยไม่คำนึงถึงความเป็นธรรมต่อผู้บริโภค 2.3. ผลกระทบจากเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง - การค้าออนไลน์ทำให้เกิดความท้าทายใหม่ เช่น การหลอกลวงทางอินเทอร์เน็ต	สคบ. ได้มีมาตรการในการติดตาม เร่งรัดการดำเนินงาน และการใช้จ่ายงบประมาณให้เป็นไปตามแผนที่กำหนด - การให้ความรู้และสร้างความตระหนักแก่ผู้บริโภคผ่านช่องทางประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย - ให้ความรู้เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าออนไลน์ - ส่งเสริมการใช้แหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ เช่น เว็บไซต์ของหน่วยงานรัฐหรือองค์กรผู้บริโภค - ให้คำแนะนำเกี่ยวกับวิธีตรวจสอบความน่าเชื่อถือของผู้ขายและแพลตฟอร์มออนไลน์ - ปรับปรุงกฎหมายให้ครอบคลุมธุรกรรมออนไลน์ เช่น การกำหนดมาตรฐานสินค้าดิจิทัลและบริการออนไลน์ - บังคับใช้มาตรการ "สงติ" ที่ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถปฏิเสธสินค้าที่ไม่ตรงปกและได้รับเงินคืนภายใน 15 วัน - สร้างเครือข่ายในการบังคับใช้กฎหมายเพิ่มมากขึ้น/ สื่อสารกฎหมายของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคให้ผู้ประกอบการธุรกิจเกิดความตระหนักเพื่อรักษาความเป็นธรรม - เพิ่มการมีส่วนร่วมของผู้บริโภค และให้ความรู้เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคและวิธีการป้องกันตนเองจากการถูกเอาเปรียบ - ส่งเสริมการใช้แหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือให้กับประชาชน เช่น เว็บไซต์ของหน่วยงานรัฐ

ลำดับ	ปัญหา-อุปสรรค	แนวทางแก้ไข
	- เทคโนโลยีใหม่ ๆ อาจมีผลกระทบต่อสิทธิของผู้บริโภคที่กฎหมายยังไม่รองรับ - ผู้บริโภคบางกลุ่มยังขาดความรู้ในการป้องกันตนเองจากภัยคุกคามทางดิจิทัล 2.4. ปัญหาด้านการคุ้มครองผู้บริโภคระหว่างประเทศ - ความแตกต่างของกฎหมายและมาตรฐานการคุ้มครอง ซึ่งแต่ละประเทศมีกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคที่แตกต่างกันทำให้เกิดช่องว่างในการบังคับใช้กฎหมาย - ข้อจำกัดในการร้องทุกข์และระงับข้อพิพาทผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าหรือใช้บริการจากต่างประเทศมักพบปัญหาในการร้องทุกข์ เนื่องจากไม่มีช่องทางที่ชัดเจน - การระงับข้อพิพาทข้ามพรมแดนยังมีข้อจำกัด เช่น ความแตกต่างของระบบกฎหมายและภาษา - มาตรฐานสินค้าและบริการอาจไม่สอดคล้องกัน ส่งผลให้ผู้บริโภคได้รับสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน	- กำหนดมาตรฐานสำหรับแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ เช่น การเปิดเผยข้อมูลผู้ขายและเงื่อนไขการคืนสินค้า - สร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานรัฐและแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อพัฒนามาตรฐานการคุ้มครองผู้บริโภค - พัฒนาคือความร่วมมือระหว่างประเทศ เช่น การลงนามในข้อตกลงระหว่างหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภคของแต่ละประเทศ เพื่อช่วยเหลือผู้บริโภคที่ประสบปัญหาข้ามพรมแดน - ปรับปรุงกลไกการระงับข้อพิพาท โดยใช้ระบบออนไลน์ที่ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถร้องเรียนและติดตามผลได้ง่ายขึ้น - กำหนดมาตรฐานสากล เพื่อให้สินค้าหรือบริการที่จำหน่ายในหลายประเทศมีมาตรฐานเดียวกัน

การดำเนินการตามข้อสังเกตของคณะกรรมการวิสามัญพิจารณาศึกษา
ร่างพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 วุฒิสภา

.....

ชื่อหน่วยงาน สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

ประเด็นข้อสังเกต	การดำเนินการ
ประเด็นข้อสังเกต ข้อ 7.2.2 (5)	
1. ควรหาแนวทางหรือมาตรการป้องกันผู้บริโภคจากภัยคุกคามทางไซเบอร์และสินค้าด้อยคุณภาพหรือไม่ได้มาตรฐานจากต่างประเทศ รวมทั้งการโฆษณาเกินจริง เพื่อไม่ให้ผู้บริโภคตกเป็นเหยื่อจากการขายสินค้าไม่ตรงกับความเป็นจริง ซึ่งไม่สามารถเอาผิดกับผู้ประกอบธุรกิจเหล่านั้นได้	จากข้อสังเกตของคณะกรรมการวิสามัญพิจารณาศึกษาร่างพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปี พ.ศ. 2568 วุฒิสภา เกี่ยวกับการหาแนวทางหรือมาตรการป้องกันผู้บริโภคจากภัยคุกคามทางไซเบอร์และสินค้าด้อยคุณภาพหรือไม่ได้มาตรฐานจากต่างประเทศ รวมทั้งการโฆษณาเกินจริง ซึ่งเป็นปัญหาการหลอกลวงประชาชนผ่านทางออนไลน์ การเสนอจำหน่ายสินค้าไม่ตรงกับของจริง สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) รับเรื่องลักษณะนี้เพิ่มมากขึ้นทุกปี โดยจะมีให้เห็นตามภาพข่าวหลากหลายประเด็นตามที่ปรากฏในสื่อต่างๆ อาทิเช่น ชื้อของไม่ได้ของ ชื้อของไม่ตรงปก ชื้อของไม่ได้คุณภาพ มีการผูกบัญชีในการซื้อสินค้า การกดจองบัตรคอนเสิร์ต เป็นต้น รวมถึงการโฆษณาเกินจริง และเมื่อเกิดเหตุไม่สามารถดำเนินการให้ผู้ประกอบธุรกิจรับผิดชอบได้ หากพิจารณาจากกรณีตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่า ปัญหาเกี่ยวกับการซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์ พอจะแบ่งลักษณะปัญหาออกได้ 2 ลักษณะ กล่าวคือ 1. ลักษณะที่เป็นความผิดทางแพ่ง จะเป็นการผิดสัญญาซื้อขายสินค้าและบริการกันจริงๆ ไม่ได้มีลักษณะหรือพฤติกรรมในทางทุจริต แต่เป็นเรื่องการละเมิดสิทธิในการซื้อสินค้าและบริการเป็นสำคัญ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ในฐานะหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ในการแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภค ทั้งในด้านการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องทุกข์ บูรณาการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ความรู้ให้แก่ผู้บริโภค 2. ลักษณะที่เป็นความผิดทางอาญา จะมีพฤติกรรมในทางทุจริต มีเจตนาหลอกลวง ฉ้อโกง เช่น รับชำระเงินแล้วไม่ส่งสินค้าหรือสินค้าไม่เป็นไปตามที่ตกลง (ไม่ตรงปก) เป็นต้น หากกรณีเป็น

ประเด็นข้อสังเกต	การดำเนินการ
	ลักษณะนี้อันเป็นที่เข้าใจว่าถูกมิฉฉาชีพหลอกแล้ว กรณีดังกล่าวจึงไม่ใช่ข้อพิพาทระหว่างผู้บริโภครกับผู้ประกอบการธุรกิจในการบริโภคสินค้าและบริการ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) จึงต้องส่งเรื่องในลักษณะดังกล่าวนี้ไปยังสำนักงานตำรวจแห่งชาติ และกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม เพื่อดำเนินการตามอำนาจหน้าที่ต่อไป ดังนั้น จากกรณีเกี่ยวกับปัญหาการซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ดังกล่าวข้างต้น รวมถึงการหลอกให้ลงทุนหรือการหลอกจากแก๊งคอลเซ็นเตอร์ สคบ. มีแนวทางและวิธีการแก้ไข ดังนี้ 2.1 กรณีเรื่องร้องทุกข์ สคบ. มีอำนาจหน้าที่ในการรับเรื่องราวร้องทุกข์ รวบรวมข้อเท็จจริง เปรียบเทียบ และพิจารณาดำเนินคดีแทนผู้บริโภค หากเป็นการละเมิดสิทธิผู้บริโภค 2.2 ตรวจสอบการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของผู้ประกอบการธุรกิจว่าเป็นเท็จจริงหรือเกินจริง หรือไม่ 2.3 ตรวจสอบเรื่องฉลากสินค้าว่าถูกต้องตามที่กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคกำหนด หรือไม่ 2.4 มาตรการเกี่ยวกับการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องของหน่วยงานต่างๆ 2.5 บูรณาการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการกำกับดูแล หรือดำเนินการตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการธุรกิจ 2.6 การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูล ความรู้ ในช่องทางต่างๆ แก่ผู้บริโภค 2.7 จัดทำแผนงาน กิจกรรม โครงการ ในการแก้ไขปัญหา ในการซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ 2.8 หากเป็นกรณีที่มีลักษณะหรือพฤติกรรมในทางทุจริต มีเจตนาหลอกลวง ฉ้อโกง/ฉ้อโกงประชาชน สคบ. ต้องส่งเรื่องไปยังสำนักงานตำรวจแห่งชาติ และกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมเพื่อดำเนินการตามอำนาจหน้าที่ต่อไป
2. ควรยกระดับการดำเนินงานและเพิ่มอัตรากำลังคนในการสนับสนุนการปฏิบัติหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภคเพื่อให้การคุ้มครองผู้บริโภคเกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการมุ่งเน้นภารกิจการคุ้มครองผู้บริโภคในต่างจังหวัดหรือภูมิภาคให้มากขึ้น เพื่อสามารถช่วยเหลือประชาชนได้อย่างทั่วถึงทุกพื้นที่	จากข้อสังเกตของคณะกรรมการสิทธิการวิสามัญพิจารณาศึกษาร่างพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปี พ.ศ. 2568 วุฒิสภาในเรื่องยกระดับการดำเนินงานและเพิ่มอัตรากำลังคนในการสนับสนุนการปฏิบัติหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภค และมุ่งเน้นภารกิจ

ประเด็นข้อสังเกต	การดำเนินการ
	คุ้มครองผู้บริโภคในต่างจังหวัดหรือภูมิภาคให้มากขึ้น เพื่อสามารถช่วยเหลือผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึงทุกพื้นที่ คณะกรรมการฯ ได้มีข้อสอบถามผลการดำเนินการจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ว่าจะมีมาตรการแก้ไขปัญหในเรื่องนี้อย่างไร สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ขอเรียนว่า สคบ. ในฐานะหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ในการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการซื้อสินค้าและบริการให้แก่ผู้บริโภค ทั้งในด้านการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องทุกข์ การออกกฎหมายเพื่อควบคุมการประกอบธุรกิจ การบังคับใช้กฎหมายต่างๆ บูรณาการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ความรู้ให้แก่ผู้บริโภค เนื่องจากภารกิจที่ สคบ. มีอำนาจหน้าที่ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ในการคุ้มครองทางกฎหมาย การบริการประชาชนให้ได้รับความเป็นธรรมจากการซื้อสินค้าและบริการ ไม่ได้มีการจำกัดเขตอำนาจในการดำเนินการไว้ จึงทำให้มีข้อจำกัดในเรื่องอัตรากำลังและงบประมาณ ซึ่ง สคบ. มีบุคลากรผู้ปฏิบัติงานเพียง 487 คน ที่จะปฏิบัติงานตามอำนาจหน้าที่ให้แก่ประชาชน ผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วและทั่วถึง จึงจำเป็นต้องใช้กลไกการบริหารในระดับจังหวัดในรูปแบบการแต่งตั้งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด ซึ่งมีผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นประธานอนุกรรมการฯ ในการดำเนินการขับเคลื่อนงานคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อให้เกิดการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับจังหวัด ทั้งในเรื่องการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องทุกข์ การบังคับใช้กฎหมาย และการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ โดยการปฏิบัติภารกิจหน้าที่ดังกล่าวได้ทำงานร่วมกับกระทรวงมหาดไทยผ่านศูนย์ดำรงธรรมในจังหวัดต่างๆ เพื่อให้เกิดความทั่วถึงในการคุ้มครองกับผู้บริโภคในระดับจังหวัด แต่อย่างไรก็ตาม การดำเนินการดังกล่าวยังไม่เพียงพอต่อการให้การคุ้มครองผู้บริโภคในระดับพื้นที่ จึงได้นำเรื่องการกระจายอำนาจการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นตามแผนการกระจายอำนาจ (ฉบับที่ 2) มาใช้ เพื่อให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นดำเนินการงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในเชิงพื้นที่ได้รวดเร็ว ทั่วถึง และเป็นธรรม ส่งผลให้เป็นไปตามนโยบายรัฐบาลในการที่จะมุ่งแก้ไขปัญหาให้แก่ประชาชนผู้บริโภคที่ถูกจากข้อสังเกต

ประเด็นข้อสังเกต	การดำเนินการ
	ของคณะกรรมการสิทธิการวิสามัญพิจารณาศึกษาร่างพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปี พ.ศ. 2568 วุฒิสภา ในเรื่องยกระดับการดำเนินงานและเพิ่มอัตรากำลังคนในการสนับสนุนการปฏิบัติหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภค และมุ่งเน้นภารกิจการคุ้มครองผู้บริโภคในต่างจังหวัดหรือภูมิภาคให้มากขึ้น เพื่อสามารถช่วยเหลือผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึงทุกพื้นที่ คณะกรรมการฯ ได้มีข้อสอบถามผลการดำเนินการจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ว่าจะมีมาตรการแก้ไขปัญหานี้หรือไม่ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ขอเรียนว่า สคบ. ในฐานะหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ในการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการซื้อสินค้าและบริการให้แก่ผู้บริโภค ทั้งในด้านการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องทุกข์ การออกกฎหมายเพื่อควบคุมการประกอบธุรกิจ การบังคับใช้กฎหมายต่างๆ บูรณาการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ความรู้ให้แก่ผู้บริโภค เนื่องจากภารกิจที่ สคบ. มีอำนาจหน้าที่ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ในการคุ้มครองทางกฎหมาย การบริการประชาชนให้ได้รับความเป็นธรรมจากการซื้อสินค้าและบริการ ไม่ได้มีการจำกัดเขตอำนาจในการดำเนินการไว้ จึงทำให้มีข้อจำกัดในเรื่องอัตรากำลังและงบประมาณ ซึ่ง สคบ. มีบุคลากรผู้ปฏิบัติงานเพียง 487 คน ที่จะปฏิบัติงานตามอำนาจหน้าที่ให้แก่ประชาชนผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วและทั่วถึง จึงจำเป็นต้องใช้กลไกการบริหารในระดับจังหวัดในรูปแบบการแต่งตั้งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด ซึ่งมีผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นประธานอนุกรรมการฯ ในการดำเนินการขับเคลื่อนงานคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อให้เกิดการคุ้มครองผู้บริโภคในระดับจังหวัด ทั้งในเรื่องการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องทุกข์ การบังคับใช้กฎหมาย และการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ โดยการปฏิบัติภารกิจหน้าที่ ดังกล่าวได้ทำงานร่วมกับกระทรวงมหาดไทยผ่านศูนย์ดำรงธรรมในจังหวัดต่างๆ เพื่อให้เกิดความทั่วถึงในการคุ้มครองกับผู้บริโภคในระดับจังหวัด แต่อย่างไรก็ตาม การดำเนินการดังกล่าวยังไม่เพียงพอต่อการให้การคุ้มครองผู้บริโภคในระดับพื้นที่ จึงได้มีนำเรื่องการกระจายอำนาจการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ประเด็นข้อสังเกต	การดำเนินการ
	ตามแผนการกระจายอำนาจ (ฉบับที่ 2) มาใช้ เพื่อให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นดำเนินการงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในเชิงพื้นที่ได้รวดเร็ว ทัวถึง และเป็นธรรม ส่งผลให้เป็นไปตามนโยบายรัฐบาลในการที่จะมุ่งแก้ไขปัญหาให้แก่ประชาชนผู้บริโภคที่ถูก
3. ควรให้ความสำคัญต่อการตรวจจับและดำเนินคดีแก่ผู้ประกอบการที่ติดเครื่องหมายรับรองฮาลาล ปลอม หรือทำการหลอกลวงว่าได้รับการรับรองเครื่องหมายฮาลาล ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคโดยเฉพาะผู้บริโภคมุสลิมอย่างร้ายแรง ทำให้ขาดความมั่นใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีเครื่องหมายฮาลาล	จากข้อสังเกตของคณะกรรมการสิทธิการวิสามัญพิจารณาศึกษาร่างพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปี พ.ศ. 2568 วุฒิสภาเกี่ยวกับการให้ความสำคัญต่อการตรวจจับและดำเนินคดีแก่ผู้ประกอบการที่ติดเครื่องหมายรับรองฮาลาลปลอม หรือทำการหลอกลวงว่าได้รับการรับรองเครื่องหมายฮาลาล คณะกรรมการฯ ได้มีข้อสอบถามผลการดำเนินการจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ว่าจะมีมาตรการแก้ไขปัญหาในเรื่องนี้อย่างไร สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ขอเรียนว่า สคบ. ในฐานะหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ในการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการซื้อสินค้าและบริการให้แก่ผู้บริโภค ทั้งในด้านการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องทุกข์การออกกฎหมายเพื่อควบคุมการประกอบธุรกิจการบังคับใช้กฎหมายต่างๆ บูรณาการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องรวมถึงการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ความรู้ให้แก่ผู้บริโภค อันเป็นการสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่บุคคลทั่วไปและบุคลากรของรัฐในด้านการให้ความคุ้มครองผู้บริโภค โดยพอสรุปอำนาจหน้าที่ได้ ดังนี้ 1. กรณีเรื่องร้องทุกข์ สคบ. มีอำนาจหน้าที่ในการรับเรื่องราวร้องทุกข์ รวบรวมข้อเท็จจริง เจาะจาลูกเลี้ยว และพิจารณาดำเนินคดีแทนผู้บริโภค หากเป็นการละเมิดสิทธิผู้บริโภค 2. มาตรการในการเยียวยาความเสียหายให้แก่ผู้บริโภค จากการถูกละเมิดสิทธิ ตามมาตรา 39 หรือมาตรา 39/1 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 3. ตรวจสอบเรื่องฉลากสินค้าว่าถูกต้องตามที่กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคกำหนด หรือไม่ 4. มาตรการเกี่ยวกับการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องของหน่วยงานต่างๆ 5. บูรณาการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการวางแผนยุทธศาสตร์ กำกับดูแล หรือดำเนินการตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบธุรกิจ ซึ่งปัจจุบัน สคบ. ได้มีการบูรณาการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคจำนวน 21 หน่วยงาน

ประเด็นข้อสังเกต	การดำเนินการ
	6. การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูล ความรู้ ในช่องทางต่างๆ แก่ผู้บริโภค ทั้งนี้ ตามมาตรา 21 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้กำหนดเรื่องอำนาจหน้าที่ในการดำเนินการพอสรุปได้ว่า หากกรณีมีกฎหมายเฉพาะของหน่วยงานในการกำกับดูแลประชาชนผู้บริโภคอยู่แล้วให้หน่วยงานนั้นเป็นผู้ดำเนินการตามกฎหมายในเรื่องนั้นก่อน ซึ่งในเรื่องเครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย การขออนุญาตใช้เครื่องหมายฮาลาลและหนังสือรับรองการผลิตอาหารฮาลาล ผู้ผลิตจะต้องติดต่อหน่วยงานที่รับผิดชอบคือ “สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย (สกอท)” จึงเป็นหน้าที่ของหน่วยงานดังกล่าวในการกำกับดูแลผู้ประกอบการประกอบกิจการที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล รวมถึงกรณีที่เป็นเรื่องเกี่ยวกับการขออนุญาต หรือคุณภาพของผลิตภัณฑ์อาหารต่างๆ อยู่ในความรับผิดชอบของสำนักงานอาหารและยา (อย.) แต่เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภค สคบ. จะได้ประสานความร่วมมือในส่วนที่เกี่ยวข้องในเรื่องดังกล่าวต่อไป



รายงานการพิจารณาศึกษาร่างพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่าย

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 วุฒิสภา