

**สรุปผลการดำเนินงาน  
มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค  
ปี 2563**



## สารบัญ

สรุปผลการดำเนินงาน ศูนย์พิทักษ์สิทธิสำหรับผู้บริโภค มูลนิธิสำหรับผู้บริโภค ประจำปี 2563	1 – 3
สรุปผลการดำเนินงาน ฝ่ายสนับสนุนองค์กรผู้บริโภคและพัฒนานโยบาย	
มูลนิธิสำหรับผู้บริโภค ปี 2563	4 – 12
สรุปผลการดำเนินงาน ฝ่ายเผยแพร่ (ฉลาดซื้อ) มูลนิธิสำหรับผู้บริโภค ปี 2563	13 – 20
สรุปผลการดำเนินงานของฝ่ายสื่อสารสาธารณะ มูลนิธิสำหรับผู้บริโภค ปี 2563	21 - 31

## การดำเนินงานของศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค ประจำปี 2563

ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค เป็นหน่วยสนับสนุนการแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคให้ได้รับการคุ้มครองสิทธิอันพึงมีพึงได้ของตนเอง โดยทำหน้าที่ให้ข้อมูล คำแนะนำ วิธีการ แนวทางในการแก้ไขปัญหา ตัวอย่างรูปธรรมในการแก้ไขปัญหา การให้ความช่วยเหลือ การเจรจาไกล่เกลี่ยที่เกี่ยวข้อง และการสนับสนุนการฟ้องคดีของผู้บริโภค ตลอดจนการฟ้องคดีสาธารณะเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ปัญหาของผู้บริโภคในรอบปี 2563 ที่ผ่านมามีหลากหลายประเด็นที่ผู้บริโภคถูกเอาเปรียบ และร้องเรียนมายังมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค จำนวน 1,294 ราย ดังนี้

1. **ปัญหาด้านการเงินการธนาคาร** จำนวน 309 ราย ได้แก่ปัญหาการการผิดนัดชำระค่าเช่าซื้อรถยนต์ บัตรเครดิต และสินเชื่อส่วนบุคคล ,
2. **ปัญหาสินค้าและบริการทั่วไป** จำนวน 422 ราย เรื่องร้องเรียนคือ ปัญหาการซื้อสินค้าออนไลน์ รถยนต์ชำรุดบกพร่อง, การยกเลิกสัญญาจองและขอเงินคืน บริษัททัวร์ไม่คืนเงิน ปัญหาธุรกิจเสริมความงาม
3. **ปัญหาด้านอสังหาริมทรัพย์** จำนวน 80 ราย ซึ่งส่วนมากเป็นปัญหาเรื่อง อาคารชุดและบ้านจัดสรรที่ชำรุดจากการสร้างไม่ได้มาตรฐานภายหลังการโอนกรรมสิทธิ์ การก่อสร้างไม่ตรงแบบ
4. **ปัญหาสื่อและโทรคมนาคม** จำนวน 20 ราย ปัญหาที่ร้องเรียนมากได้แก่เรื่อง การติดตั้งเสาสัญญาณโทรศัพท์ในชุมชน ผู้ประกอบการกล่องรับทีวีดิจิตอลเลิกกิจการ
5. **ปัญหาบริการสาธารณะ** จำนวน 345 ราย ปัญหาสายการบินยกเลิกเที่ยวบินแล้วไม่คืนเงิน อุบัติเหตุรถโดยสารที่ทำให้ผู้โดยสาร ได้รับความเสียหาย สูญเสียชีวิต และทรัพย์สิน ปัญหา ค่าไฟฟ้าแพง
6. **ปัญหาบริการสุขภาพและสาธารณสุข** จำนวน 27 ราย ได้แก่ การสอบถามเรื่องสิทธิ การรักษาผิดพลาดทำให้ผู้ป่วยได้รับความเสียหาย การใช้สิทธิถูกฉ้อโกง เป็นต้น
7. **ปัญหาอาหาร ยา เครื่องสำอาง** จำนวน 66 ราย ปัญหา โฆษณาเกินจริง เครื่องสำอางไม่ปลอดภัย เป็นต้น
8. **ปัญหาด้านอื่น ๆ** จำนวน 25 ราย ได้แก่ ปัญหาประสบอุบัติเหตุ การขอรับเงินชดเชยจากคุณกรณี

### ช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน

ร้องเรียนผ่านทางโทรศัพท์ เป็นช่องทางที่ผู้บริโภคใช้ในการร้องเรียนมากที่สุดเนื่องจากสะดวกรวดเร็วเสียค่าใช้จ่ายไม่มาก ทั้งนี้ส่วนใหญ่จะขอคำปรึกษาประเด็นปัญหาเรื่องหนี้บัตรเครดิตและสินเชื่อ

ร้องเรียนผ่านจดหมายเข้ามาด้วยตนเองและอีเมล จะเป็นเคสร้องเรียนที่มีเอกสารแนบเรื่องร้องเรียนจำนวนมาก จึงใช้ช่องทางนี้

ร้องเรียนผ่านทางเว็บไซต์ ในรอบปี 2563 มีเรื่องร้องเรียนผ่านเว็บไซต์เพิ่มขึ้น

ร้องเรียนผ่านFacebook จะเป็นลักษณะเข้ามาแจ้งเรื่องไว้ในกล่องข้อความเพื่อให้ช่วยดำเนินการ ซึ่งเจ้าหน้าที่จะเข้าไปตอบเรื่องร้องเรียน แต่หากจะมีการร้องเรียนเพิ่มเติมจะแนะนำให้โทรศัพท์เข้ามาที่มูลนิธิฯ หรือให้ส่งทางอีเมล [complaint@consumerthai.org](mailto:complaint@consumerthai.org)

### การแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภค ปี 2563

ศูนย์พิทักษ์สิทธิฯ ได้ดำเนินการช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาให้แก่ผู้บริโภคจนยุติการดำเนินการไปจำนวน 1,062 เรื่อง คิดเป็น 82 % ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเรื่องร้องเรียนในหมวดการเงินการธนาคาร โดย ส่วน 18 % เป็นเรื่องร้องเรียนที่อยู่ระหว่างการดำเนินการแก้ไขปัญหาในขั้นตอนต่างๆ ได้แก่ การติดตามผู้ร้องเพื่อสอบถามข้อเท็จจริงเพิ่มเติม ติดตามเอกสารที่เกี่ยวข้องเพื่อดำเนินการช่วยเหลือ ออกจดหมายสอบถามรายละเอียด แจ้งเรื่องต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ดำเนินการตรวจสอบและแก้ไขปัญหา ติดตามการดำเนินการถึงหน่วยงานต่างๆ ออกจดหมายเพื่อเชิญเจรจาไกล่เกลี่ยถึงคู่กรณี ซึ่งในปี 2563 มีคดีที่ดำเนินการต่อเนื่องตั้งแต่ก่อนปี 2555 จนถึงปัจจุบัน รวม 15 คดี และคดีที่รับช่วยเหลือปี 2563 จำนวน 51 คดี รวมคดีที่อยู่ระหว่างการดำเนินการ 66 คดี คดีที่ผู้บริโภคขอความช่วยเหลือ ได้แก่ คดีที่ธนาคารฟ้องผู้บริโภคให้ชำระหนี้

### ผลการดำเนินการของศูนย์พิทักษ์สิทธิฯ

1. การให้ความเห็นและจัดทำข้อเสนอในการแก้ไขปัญหาผู้บริโภคต่อหน่วยงานรัฐ
  - 1.1 สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองในการแก้ไขประกาศคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา
    - ความคิดเห็นเกี่ยวกับ (ร่าง) ประกาศคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา เรื่อง ให้ธุรกิจการให้บริการเสริมความงามเป็นธุรกิจที่ควบคุมรายการในหลักฐานการรับเงิน พ.ศ. ....
  - 1.2 กระทรวงคมนาคมและสำนักงานกรมการbinพลเรือน
    - จัดทำข้อเสนอแนะในการคุ้มครองผู้บริโภคกรณีสายการบินยกเลิกเที่ยวบินจากสถานการณ์โควิด-19
  - 1.3 ธนาคารแห่งประเทศไทย
    - ความเห็นเรื่องการปรับปรุงการเรียกเก็บอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมของสถาบันการเงิน
    - จัดทำข้อเสนอต่อการแก้ไขปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการเงินการธนาคาร

2. การเข้าไปมีส่วนร่วมในการทำงานกับองค์กรและหน่วยงานรัฐ
  - 2.1 เป็นคณะกรรมการกำกับการทวงถามหนี้กรุงเทพมหานคร
  - 2.2 เป็นตัวแทนมูลนิธิฯ ในการเข้าร่วม เป็นแนวร่วมการเงินที่เป็นธรรมประเทศไทย
  - 2.3 ทำงานร่วมกับธนาคารแห่งประเทศไทยในการรวบรวมปัญหาผู้บริโภครายไตรมาสส่งให้ธนาคารแห่งประเทศไทย เพื่อแก้ไขปัญหาในระดับนโยบาย
3. การรวมกลุ่มผู้บริโภคที่เกิดปัญหาแบบเดียวกัน เช่น กลุ่มผู้เสียหายจากการซื้อรถยนต์ เป็นต้น
4. การทำงานเผยแพร่ประเด็นที่มีผลกระทบต่อผู้บริโภคในวงกว้างให้เป็นข่าว ทำให้มีผู้เสียหายในกรณีเดียวกันเกิดความตื่นตัว และการใช้สื่อเป็นช่องทางจัดการปัญหาให้กับผู้บริโภคในเชิงนโยบายเพื่อแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคเป็นการมีส่วนร่วม เช่น การแถลงข่าวปัญหาผู้บริโภคที่ซื้อตัวสายการบินยกเลิกแล้วยังไม่ได้เงินคืน เป็นต้น

#### โครงการ: การฝึกอบรมเยาวชนเรื่องความเท่าทันทางการเงิน

โดย ศูนย์พิทักษ์สิทธิ

มูลนิธิเพื่อผู้บริโภคจัดทำโครงการเยาวชนเท่าทันทางการเงิน ตั้งแต่ปี 2562 โดย เน้นการฝึกอบรม และการจัดทำสื่อเผยแพร่ โดยเนื้อหาหลักสูตรเป็นแนวทางข้อมูลความรู้ทางการเงิน และการผลิตสื่อวิดีโอ เพื่อให้ความรู้ทางการเงินกับเยาวชน ในปี 2563 มูลนิธิฯ ได้ผลิตสื่อ คลิปวิดีโอ ให้ความรู้เรื่องการเงิน และจัดฝึกอบรมให้แก่โรงเรียนตามภูมิภาค

## สรุปผลการดำเนินงานปี 2563

### ฝ่ายสนับสนุนองค์กรผู้บริโภคและพัฒนานโยบาย

---

ปี 2563 ฝ่ายสนับสนุนองค์กรผู้บริโภคและพัฒนานโยบาย ได้ดำเนินการตามกรอบวิสัยทัศน์ และยุทธศาสตร์มูลนิธิเพื่อผู้บริโภคใน 3 ยุทธศาสตร์หลัก คือ 1) พัฒนาศักยภาพผู้บริโภคและเครือข่ายองค์กรผู้บริโภค 2) พัฒนาและขับเคลื่อนนโยบายคุ้มครองผู้บริโภค 3) พัฒนาการพึ่งตนเองอย่างยั่งยืน โดยการทำงานผ่าน 5 โครงการหลัก ดังนี้

#### 1.โครงการพัฒนาประสิทธิภาพกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อลดปัจจัยเสี่ยงด้านสุขภาพ

เป็นโครงการที่ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) เริ่มโครงการตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2561 ถึง 31 สิงหาคม 2563 โดยมีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ 1) เพื่อสนับสนุนและสร้างความเข้มแข็งเครือข่ายองค์กรผู้บริโภค ในการเฝ้าระวังและแก้ไขปัญหาปัจจัยเสี่ยงด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพระดับประเทศและระบบออนไลน์และ 2) เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมศักยภาพให้องค์กรผู้บริโภคสามารถคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

#### ผลการดำเนินงานในการขับเคลื่อนนโยบายที่สร้างผลกระทบไปสู่การพัฒนาที่สำคัญมีดังนี้

1. มีการทำบันทึกข้อตกลงตามแนวทางธุรกิจที่ดีในการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ สร้างความร่วมมือกับหน่วยงานรัฐ และผู้ประกอบการตลาดออนไลน์เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภค รวมทั้งเกิดการพัฒนาระบบคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และระบบความปลอดภัยทางการเงินแก่ผู้บริโภค โดยคณะกรรมการองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชน (คอบช.) สมาคมสหพันธ์องค์กรผู้บริโภค (สสอบ.) และมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค (มพบ.) ร่วมกับ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.) หรือ ETDA กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย บริษัท เซ็นทรัล เจดี คอมเมิร์ซ จำกัด บริษัท แอลเอ็นดับเบิลยู จำกัด และ บริษัท บิวตี้ นิสต้า จำกัด ร่วมกันลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ(MOU) เรื่อง “การคุ้มครองผู้บริโภคในการซื้อขายสินค้าและบริการในตลาดออนไลน์” โดยมีสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ(สสส.) และผู้แทนหน่วยงานรัฐ อาทิ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเทคโนโลยีร่วมลงนามเป็นพยาน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค

ป้องกันปัญหาการขายสินค้าและบริการในระบบออนไลน์ รวมถึงการโฆษณาทางออนไลน์ที่กระทบต่อสิทธิของผู้บริโภค และเพื่อให้เกิดการพัฒนาระบบคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และระบบความปลอดภัยทางการเงินแก่ผู้บริโภค ทั้งนี้ บันทึกข้อตกลงความร่วมมือ(MOU) จะมีอายุ 3 ปี และจะมีการประเมินผลร่วมกันทุก 6 เดือน โดยทางมูลนิธิเพื่อผู้บริโภคได้พัฒนาแบบติดตาม MOU เพื่อให้เกิดการติดตามให้เป็นไปตามข้อตกลง ซึ่งหลังจากการทำ MOU เกิดความร่วมมือจากผู้ประกอบการตลาดออนไลน์ คือสมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะมีการพัฒนาโปรแกรมให้สามารถเชื่อมโยงข้อมูลของเว็บไซต์ตลาดออนไลน์กับฐานข้อมูลของหน่วยงาน เช่น เลขสารบบของ อย. ทำให้เมื่อผู้ประกอบการกรอกซื้อสินค้าเพื่อจะขาย สามารถดึงเลขจดแจ้งมาได้

2. มีกลไกสภาผู้บริโภคประเทศ สร้างการมีส่วนร่วมขององค์กรผู้บริโภคทั่วประเทศเพื่อขับเคลื่อนงานนโยบายคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับภาคส่วนต่างๆ โดยมีการจัดประชุมสภาผู้บริโภค เพื่อเปิดพื้นที่ให้ผู้บริโภคได้ร่วมแลกเปลี่ยนประสบการณ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เสนอแนะ และมีส่วนร่วมขับเคลื่อนประเด็นคุ้มครองผู้บริโภคที่สำคัญระดับประเทศ คือ ปัญหายกยกลโกงบนออนไลน์ โดยมีการจัดสภาผู้บริโภคระดับประเทศ (24 มิ.ย 2563) ภายใต้หัวข้อ “รวมพลังผู้บริโภค สู้ภัยกลโกงออนไลน์” โดย คุณพุทธิพงษ์ ปุณณกันต์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมเป็นประธานเปิดงานและร่วมปาฐกถาพิเศษ ในหัวข้อ ‘นโยบายรัฐกับการคุ้มครองผู้บริโภคในการซื้อขายออนไลน์’ ในงานมีการเสวนาผ่านระบบประชุมออนไลน์ ในหัวข้อ “บทเรียนการคุ้มครองผู้บริโภคจากการซื้อขายออนไลน์ในต่างประเทศ” ได้ตัวแทนจากหลากหลายประเทศ ทั้ง Dr. Johanes Widijantoro จากประเทศอินโดนีเซีย Atty. Victorio Mario A. Dimagiba จากประเทศฟิลิปปินส์ Mr. Wilfred Ang Zhong Xin จากประเทศสิงคโปร์ Mr. Baskaran Sithamparam จากประเทศมาเลเซีย และตัวแทนองค์กรผู้บริโภคจากประเทศไทย คุณสารี อ๋องสมหวัง เลขาธิการมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค ร่วมแลกเปลี่ยนปัญหาและเสนอแนวทางการแก้ไข ในงานได้มีการประชาสัมพันธ์ถึงข้อตกลงความร่วมมือ ( MOU ) ที่มูลนิธิเพื่อผู้บริโภคทำกับผู้ประกอบการออนไลน์ โดยผลจากสภาผู้บริโภคนี้ ทำให้ได้แนวทางและข้อเสนอแนะที่สำคัญซึ่งสามารถนำไปพัฒนาทำงานคุ้มครองผู้บริโภคออนไลน์ร่วมกันในอนาคต ได้แก่

- การจัดทำระบบดึงข้อมูลเพื่อผู้บริโภค ทำหน้าที่เก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคในออนไลน์โดยใช้ระบบปัญญาประดิษฐ์ และประมวลผลเพื่อให้ทราบปัญหาสำคัญที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภคอย่างเป็นปัจจุบัน และเผยแพร่ข้อมูลเพื่อให้ผู้บริโภคปกป้องสิทธิตนเองได้ พร้อมทั้งทำให้เกิดระบบรับเรื่องร้องเรียนทางออนไลน์สามารถจัดการปัญหาที่รวดเร็วขึ้น
- ผลักดันให้รัฐเร่งออกกฎหมายความรับผิดในความชำรุดบกพร่องของสินค้าหรือ Lemon Law ที่ครอบคลุมไปยังสินค้าต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการคุ้มครองผู้บริโภคโดยเฉพาะการซื้อขายผ่านระบบออนไลน์

- รัฐต้องสนับสนุนการรวมกลุ่มผู้บริโภคในการให้ความรู้ รวมถึงยกระดับการเฝ้าระวัง ต้องมีการอำนวยความสะดวกในทีเดียวด้วย เช่น ระบบรายงานผลการจัดการปัญหาในออนไลน์ การให้เครดิตร้านค้าโดยผู้ซื้อหรือผู้บริโภค เพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภค
- รัฐควรบังคับใช้กฎหมายกำกับคนในการขึ้นทะเบียนคนขายออนไลน์และต้องตรวจสอบได้

## 2. โครงการพัฒนาองค์กรผู้บริโภคคุณภาพเพื่อลดปัจจัยเสี่ยงด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ กรุงเทพมหานคร

เป็นโครงการที่ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) เริ่มโครงการตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2561 ถึง 31 สิงหาคม 2563 โดยมีวัตถุประสงค์ 3 ประการคือ 1) เพื่อพัฒนาศักยภาพกลไกโซนและองค์กรผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครให้เป็นองค์กรที่มีคุณภาพ 2) เพื่อพัฒนาองค์กรผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภคให้สามารถสร้างความเข้มแข็งระบบเฝ้าระวังและแก้ไขปัญหาปัจจัยเสี่ยงทางสุขภาพด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพในระดับพื้นที่และระบบออนไลน์ 3) เพื่อสร้างความร่วมมือและขับเคลื่อนร่วมกับองค์กรภาคีเครือข่าย ในการพัฒนาสภาผู้บริโภค ให้เป็นกลไกการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคที่สำคัญ

### ผลการดำเนินงานในการขับเคลื่อนนโยบายที่สร้างผลกระทบไปสู่การพัฒนาที่สำคัญมีดังนี้

1. มีอาสาสมัครจำนวน 35 คน มีความรู้ความสามารถในการสื่อสารงานคุ้มครองผู้บริโภคผ่านช่องทาง เฟซบุ๊ก กลุ่มเครือข่ายศูนย์สิทธิผู้บริโภคททท. อาสาสมัครผู้บริโภคจะนำข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ผลงานของศูนย์สิทธิ และงานรณรงค์ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคต่างๆ ของภาคีเครือข่าย เช่น การรณรงค์แบนสารเคมีอันตราย 3 สาร ช่วง work from home (covid-19 )
2. ศูนย์สิทธิผู้บริโภคบางพื้นที่สามารถพัฒนาองค์กรให้เป็นที่รู้จักในพื้นที่ตัวเองได้ เช่น ศูนย์หลักสี่ ที่สามารถจับมือกับสำนักงานเขตในเรื่องตู้น้ำดื่มได้ ศูนย์หนองจอก สามารถช่วยเหลือผู้ที่ได้รับผลกระทบด้านที่อยู่อาศัยจากหน่วยงานรัฐ เพื่อให้ได้รับการเยียวยาร่วมกับกรมการสาธารณสุข.กรมการพัฒนากองเมือง สื่อสารมวลชนและการมีส่วนร่วมของประชาชน ศูนย์เขตคลองสามวา จัดแจ้งเป็นสมาชิกสภาองค์กรชุมชนเขต เพื่อขับเคลื่อนงานคุ้มครองผู้บริโภค
3. การมีกลไกการเฝ้าระวังและแก้ไขปัญหาปัจจัยเสี่ยงทางสุขภาพด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ และการคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีการเฝ้าระวังโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ ผ่านตลาดออนไลน์ 6 เว็บไซต์ พบผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เข้าข่ายผิดกฎหมาย 150 ผลิตภัณฑ์ มีเรื่องร้องเรียนทั้งหมด 451 เรื่อง ร้อยละ 80 เป็นเรื่องร้องเรียนการโฆษณาเข้าข่ายผิดกฎหมาย การเฝ้าระวัง ผลิตภัณฑ์สุขภาพตลาดออนไลน์ สามารถสื่อสารต่อตัวตลาดออนไลน์ ให้ดำเนินการนำ



สินค้าที่โฆษณาผิดกฎหมายออกจากระบบได้ เช่นเว็บไซต์LAZADA.SHopee มีการส่งหนังสือตอบกลับและในผลิต 6ลงจากตลาด เช่นศูนย์ธนบุรี สะพานสูง คลองสามวา บางกอกใหญ่ ราษฎร์บูรณะ เป็นต้น

4. พัฒนากลไก “สภาผู้บริโภค” ให้เกิดขึ้นในพื้นที่กทม. เพื่อผลักดันให้เกิดสภาองค์กรผู้บริโภคที่มาจากความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในการคุ้มครองผู้บริโภค เน้นในบทบาทขององค์กรผู้บริโภคร่วมกันผลักดันให้เกิดสภาองค์กรผู้บริโภคแห่งชาติ ตามกฎหมาย พรบ. การจัดตั้งสภาองค์กรผู้บริโภค และการนำเสนอแนวความคิดที่อยากเปลี่ยนแปลงกรุงเทพฯ ต่อว่า ที่ผู้ลงสมัครรับเลือกตั้งผู้ว่ากทม. เช่นการจัดบริการขนส่งสาธารณะให้กับคนกรุงเทพฯ

### 3. โครงการพัฒนาระบบการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคเพื่อลดปัจจัยเสี่ยงด้านสุขภาพ

เป็นโครงการที่ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) เริ่มโครงการตั้งแต่วันที่ 1 พ.ย 2563 ถึง 30 เม.ย 2565 โดยมีวัตถุประสงค์ 4 ประการด้วยกันคือ 1) เพื่อพัฒนานวัตกรรมระบบการคุ้มครองผู้บริโภคออนไลน์ 2) เพื่อสนับสนุนการบังคับใช้กฎหมายให้มีประสิทธิภาพที่ปลอดภัยเพิ่มขึ้น 3) เพื่อพัฒนาศักยภาพขององค์กรผู้บริโภคชั้นสูงให้เป็นต้นแบบในการเรียนรู้ 4) เพื่อพัฒนาศักยภาพองค์กรผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

#### ผลการดำเนินงานในการขับเคลื่อนนโยบายที่สร้างผลกระทบไปสู่การพัฒนาที่สำคัญมีดังนี้

1. พัฒนาระบบดึงข้อมูลเพื่อผู้บริโภค เพื่อให้เกิดนวัตกรรมระบบการคุ้มครองผู้บริโภคออนไลน์ สร้างความเท่าทันและส่งเสริมผู้บริโภคนำใช้ข้อมูลเพื่อปกป้องสิทธิของตนเอง โดยมูลนิธิฯ ร่วมกับ change fusion ซึ่งในเบื้องต้นได้พัฒนาระบบดึงข้อมูลเพื่อรวบรวมข้อมูลปัญหาผู้บริโภคจากโซเชียล มีเดียเพื่อนำมาวิเคราะห์ ใช้แก้ปัญหาผู้บริโภค และจัดทำนโยบาย ซึ่งได้มีการทดสอบระบบ Social listening ดึงข้อมูลปัญหาผู้บริโภคเกี่ยวกับการซื้อสินค้าในระบบออนไลน์ผ่านการชำระเงินปลายทาง พบว่ามีผู้บริโภคเจอปัญหาดังกล่าวจำนวนมาก โดยเฉพาะถูกฉ้อโกง ได้สินค้าไม่ตรงกับที่สั่งซื้อ มูลนิธิฯจึงได้นำข้อมูลดังกล่าว รวบรวมและวิเคราะห์ให้พัฒนาข้อเสนอ แนวปฏิบัติที่ดีของตลาดออนไลน์ในการมีระบบตรวจสอบสินค้าก่อนชำระเงิน และจัดเวทีการสนทนากลุ่ม (Focus Group) กับตลาดออนไลน์และหน่วยงานรัฐ เพื่อสร้างความร่วมมือในการคุ้มครองผู้บริโภคออนไลน์ เมื่อวันที่ 15 มีนาคม 2564 เนื่องในวันสิทธิผู้บริโภคสากล

2. มีงานศึกษาการปฏิบัติตามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) การคุ้มครองผู้บริโภคในการซื้อขายสินค้าและบริการในตลาดออนไลน์ โดยผลศึกษาพบว่าตลาดออนไลน์ได้ดำเนินการเป็นไปตามบันทึกข้อตกลง (MOU) และได้ใช้ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะของงานศึกษามาต่อยอด สร้างโอกาสในการทำงานคุ้มครองผู้บริโภคออนไลน์ต่อเนื่องกับ

ผู้ประกอบการตลาดออนไลน์และพัฒนาเป็นมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคของหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้รับความร่วมมือจากสามฝ่ายได้แก่ องค์กรผู้บริโภค หน่วยงานรัฐ และผู้ประกอบการ ซึ่งได้มีการลงนามไปเมื่อวันที่ 19 กันยายน 2562 และต่อมามูลนิธิเพื่อผู้บริโภคได้ร่วมกับสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพดำเนินการปรับปรุงโดยใช้หลักการหรือแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภคด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของ OECD Consumer Protection in e-commerce Recommendation 2016, หลักการสำคัญเกี่ยวกับความรับผิดชอบและหน้าที่ของผู้ให้บริการตลาดออนไลน์ (อีมาร์เก็ตเพลส) ของ ASEAN Coordinating Committee on Electronic Commerce (ACCEC) Guideline on Accountabilities and Responsibilities of e-marketplace Providers 2019, และ ASEAN Committee on Consumer Protection (ACCP) ว่าด้วยเรื่อง ASEAN Online Business Code of Conduct 2020 อีกทั้งยังได้มีการรับฟังความคิดเห็นจากภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ เอกชน และองค์กรผู้บริโภค

3. มีแผนพัฒนาองค์กรผู้บริโภคพื้นที่ กทม.ให้ผ่านการรับจดทะเบียน ออกผ.3 จากสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี จำนวน 26 องค์กร

#### 4. โครงการขับเคลื่อนการเข้าถึงบริการขนส่งมวลชนสาธารณะที่ปลอดภัยและเป็นธรรม

เป็นโครงการที่ได้รับทุนสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ที่พัฒนาการดำเนินงานจากโครงการสร้างความเข้มแข็งเครือข่ายความปลอดภัยทางถนนเพื่อรถโดยสารสาธารณะปลอดภัย เป็นความร่วมมือในการพัฒนาโครงการร่วมกันระหว่างมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค และเครือข่ายองค์กรผู้บริโภค 6 ภาค ประกอบด้วย ภาคเหนือ ภาคอีสาน ภาคใต้ ภาคตะวันตก และภาคกลาง ในรูปแบบการขอสนับสนุนการจัดทำโครงการของแต่ละภูมิภาค เพื่อพัฒนาการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการเข้าถึงบริการขนส่งมวลชนสาธารณะที่ปลอดภัยเป็นธรรมและรถโดยสารสาธารณะปลอดภัย เริ่มโครงการตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2562 ถึง 31 มีนาคม 2563 โดยมีวัตถุประสงค์ 3 ประการคือ 1) ส่งเสริมกลไกความร่วมมือการพัฒนาความปลอดภัยและการเข้าถึงบริการขนส่งมวลชนสาธารณะที่ปลอดภัยและเป็นธรรม 2) สร้างความตระหนักรู้ผู้บริโภคและความเข้มแข็งกลไกคุ้มครองสิทธิเพื่อรถโดยสารปลอดภัย 3) พัฒนาระบบบริการขนส่งที่ปลอดภัยและเป็นธรรมโดยการมีส่วนร่วม

#### ผลการดำเนินงานในการขับเคลื่อนนโยบายที่สร้างผลกระทบไปสู่การพัฒนาที่สำคัญมีดังนี้

1. เกิดตัวอย่างการเรียนรู้การดำเนินการด้านคดีรถโดยสารสาธารณะของเครือข่ายองค์กรผู้บริโภคในพื้นที่ระดับภาค ร่วมกับคณะทำงานมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค จากกรณีอุบัติเหตุรถตู้โดยสารประจำทาง เส้นทางจันทบุรี – กรุงเทพฯ เสียหลักพุ่งชน

รถกระบะจนเกิดเพลิงลุกไหม้รถทั้งสองคัน เป็นเหตุให้มีผู้เสียชีวิตรวมมากถึง 25 คน โดยผลของคดีนี้ถือว่าเป็นมติใหม่ของการพิจารณาคดีและคำพิพากษาที่นำรูปแบบการคำนวณค่าเสียหายเชิงลงโทษกรณีผู้ประกอบการขนส่งที่ประมาทเลินเล่ออย่างร้ายแรง ที่จากเดิมกำหนดจำนวนเงินเพิ่มจากความเสียหายที่เกิดกับผู้บริโภคแต่ละราย เป็นการกำหนดค่าเสียหายเพื่อการลงโทษจะต้องกำหนดเพิ่มขึ้นจากจำนวนค่าเสียหายที่แท้โดยภาพรวม โดยกำหนดความเสียหายเพิ่มเสียใหม่โดยให้กำหนดเพิ่มขึ้นอีกกึ่งหนึ่งของค่าเสียหายที่กำหนดให้แทน ซึ่งถือเป็นบรรทัดฐานการพิจารณาคดีของศาลอุทธรณ์ภาค 2 ที่คณะทำงานจะต้องนำไปประเดิมนี้ไปขยายเพื่อให้เกิดประโยชน์กับผู้บริโภคเป็นการทั่วไป และกรณีอุบัติเหตุรถโดยสารประจำทางบริษัทประหยัดทัวร์เสียหลักพลิกคว่ำตกร่องกลาง ถนนพหลโยธินช่วงอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี มีผู้เสียชีวิต 6 คน เจ็บมากกว่า 50 คน และกรณีอุบัติเหตุรถโดยสารประจำทางชนท้ายรถพ่วงจอดริมทางที่ชัยนาท มีผู้บาดเจ็บ 8 คน และบาดเจ็บอาการสาหัส 2 คน ซึ่งเครือข่ายผู้บริโภคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคกลางได้ร่วมกันเรียนรู้การลงพื้นที่ การสอบข้อเท็จจริงผู้ประสบเหตุ เพื่อสังเคราะห์ข้อมูล บทเรียนการทำงาน และแนวทางปฏิบัติสำหรับการนำไปพัฒนาองค์ความรู้ในการดำเนินการต่อไปได้ในอนาคต

2. ผลักดันข้อเสนอด้านความปลอดภัยของผู้บริโภค และคัดค้านมติคณะกรรมการควบคุมขนส่งทางบกกลางต่อรัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคม กรณีอนุญาตให้รถตู้โดยสารหมวด 1 และหมวด 4 ที่มีอายุการใช้งานเกิน 10 ปี ให้สามารถวิ่งในกรุงเทพและปริมณฑล โดยขยายเวลาอีก 180 วัน ซึ่งในระหว่างนี้หากรถตู้โดยสารคันใดครบอายุการใช้งานสามารถเปลี่ยนเป็นรถไมโครบัส หรือจะเปลี่ยนรถตู้โดยสารใหม่ได้ตามความสมัครใจ ก่อนหน้านั้นคณะกรรมการควบคุมขนส่งทางบกกลาง เคยมีมติให้ยุติการใช้รถตู้โดยสารในการขนส่งสาธารณะประจำทางมาแล้ว ซึ่งกระทรวงคมนาคมเห็นชอบข้อเสนอของภาคประชาชนในประเด็นการกำหนดส่วนแบ่งค่าปรับ การแจ้งเบาะแส หรือร้องเรียนผู้กระทำความผิด ด้วยการกำหนดส่วนแบ่งเงินค่าปรับการกระทำความผิดจากพนักงานขับรถ และผู้ประกอบการรถโดยสารไม่ปลอดภัยที่มีการตรวจสอบและลงโทษตามกฎหมายโดยได้ออกระเบียบกรมการขนส่งทางบก ว่าด้วยหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการจ่ายสินบนรางวัลและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2562 มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 9 ธันวาคม 2562 ให้ประชาชนสามารถส่งพฤติการณ์การกระทำความผิด ตามพระราชบัญญัติรถยนต์ พ.ศ. 2522 และพระราชบัญญัติการขนส่งทางบก พ.ศ. 2522 ซึ่งครอบคลุมการกระทำความผิดของรถโดยสารสาธารณะประเภทต่าง ๆ ทุกประเภท ซึ่งถือว่าเป็นการผลักดันข้อเสนอเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคที่หน่วยงานนำไปปรับใช้ได้

3. ผนึกความปลอดภัยทางถนน กิจกรรมหยุดซึ่ง...มาวิ่งกันเถอะ ที่จัดขึ้นในวันที่ 17 พฤศจิกายน 2562 “วันโลกรำลึกถึงผู้สูญเสียจากอุบัติเหตุทางถนน” (World Day of Remembrance for Road Traffic Victims) โดยการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายภาคประชาชน หน่วยงานภาครัฐ องค์กรด้านความปลอดภัยทางถนน และประชาชนทั่วประเทศ เพื่อ

รณรงค์ให้ประชาชนและทุกภาคส่วนเห็นถึงความสำคัญของความปลอดภัยทางถนน และจัดตั้งกองทุนเพื่อช่วยเหลือประสบอุบัติเหตุทางถนนขึ้น โดยกิจกรรมครั้งนี้ยังสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนที่เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในกิจกรรมมากกว่า 3,000 คน ในพื้นที่ส่วนบางกะเจ้า รวมถึงมีการจัดกิจกรรมในพื้นที่ 16 จังหวัดทั่วประเทศ ประกอบด้วย สมุทรปราการ พะเยา เชียงใหม่ ลำปาง พิจิตร ขอนแก่น ภูเก็ต พระนครศรีอยุธยา สมุทรสงคราม สมุทรสาคร สุพรรณบุรี ประจวบคีรีขันธ์ กาญจนบุรี เพชรบุรี นครปฐม และราชบุรี ที่ทุกคนสามารถร่วมเป็นส่วนหนึ่งของโลกในการรำลึกผู้สูญเสียจากอุบัติเหตุทางถนน และร่วมสนับสนุนการจัดตั้งกองทุนเพื่อช่วยเหลือผู้เสียหายในครั้งนี้อย่างเต็มที่ โดยมีทุนตั้งต้นจากการจัดกิจกรรมรณรงค์ในครั้งนี้จำนวน 400,000 บาท ซึ่งได้มีการวางแผนในการทำงานร่วมกันกับภาคีเครือข่ายในการทำงานให้ความรู้ผู้บริโภคด้านสิทธิในรูปแบบคณะทำงาน

## 5. โครงการขับเคลื่อนการเข้าถึงและพัฒนาระบบขนส่งมวลชนที่ปลอดภัยและเป็นธรรม

เป็นโครงการต่อเนื่องที่ได้รับทุนสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) เริ่มโครงการตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2563 ถึง 30 มกราคม 2565 โดยมีวัตถุประสงค์ 3 ประการด้วยกัน 1) สร้างความเข้มแข็งกลไกและความร่วมมือเพื่อพัฒนาระบบขนส่งมวลชนที่ปลอดภัยและเป็นธรรม 2) สนับสนุนการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค 3) พัฒนาคุณภาพบริการและผลักดันนโยบายระบบขนส่งมวลชนที่ปลอดภัยและเป็นธรรมในกรุงเทพมหานคร ผลการดำเนินงานในการขับเคลื่อนนโยบายที่สร้างผลกระทบไปสู่การพัฒนาที่สำคัญมีดังนี้

1. ประเด็นการคัดค้านกฎกระทรวงตามการขอและการออกใบอนุญาตขับรถ และการต่ออายุใบอนุญาตขับรถ พ.ศ. 2563 ที่เอื้อให้เยาวชนอายุไม่ถึง 18 ปี บริบูรณ์สามารถเข้าถึงรถจักรยานยนต์ขนาดใหญ่ หรือ บิ๊กไบค์ ผ่านการจัดเวทีสาธารณะ “เยาวชนกับบิ๊กไบค์ในกฎกระทรวงใหม่...ได้หรือเสีย” ร่วมกับเครือข่ายพัฒนาคุณภาพชีวิต เมื่อวันที่ 11 พฤศจิกายน 2563 โดยมีข้อเสนอต่อรัฐ ด้วยการกำหนดนิยามรถจักรยานยนต์ขนาดใหญ่ และกำหนดเกณฑ์อายุสำหรับผู้ขอใบอนุญาตขับรถจักรยานยนต์ให้สอดคล้องกับขนาดกำลังเครื่องยนต์ (CC) เช่น ผู้ขอใบอนุญาตบิ๊กไบค์ ควรมีอายุไม่ต่ำกว่า 22 ปี และไม่ควรถือให้ผู้ขอใบอนุญาตชั่วคราวมีสิทธิขับรถบิ๊กไบค์ได้ รวมถึงกำหนดประเภทใบอนุญาตจักรยานยนต์ในแต่ละขนาดเครื่องยนต์หรือขนาดความจุของกระบอกสูบให้เหมาะสมกับปัจจุบัน เช่น 110cc+ 250cc+ หรือ 400 cc+ ขึ้นไปตั้งนั้น

2. ประเด็นปัญหาการต่อสัญญาสัมปทานโครงการเดินรถไฟฟ้าสายสีเขียว ถึงประเด็นความไม่โปร่งใสขัดต่อกฎหมายไม่เปิดเผยรายละเอียดสัญญาสัมปทาน ค่าโดยสารแพงเกินไปเป็นภาระของผู้บริโภค เรงรับขยายสัญญาสัมปทานให้เอกชนสร้างภาระผูกพันต่อรัฐและประชาชนส่วนรวมต่อเนื่องนานถึง 38 ปี โดยมูลนิธิฯ มีบทบาทสำคัญในการรณรงค์ร่วมกับภาคี

เครือข่าย และยื่นข้อเสนอต่อนายกรัฐมนตรีเพื่อขอให้มีคำสั่งชะลอการขยายสัญญาสัมปทาน และให้กรุงเทพมหานครหยุดการเก็บค่าโดยสารรถไฟฟ้า 104 บาท ซึ่งผลจากการขับเคลื่อนอย่างต่อเนื่องในทุกช่องทาง ทำให้เป็นส่วนหนึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจต่อการออกประกาศเลื่อนการจัดเก็บค่าโดยสารรถไฟฟ้าสายสีเขียว 104 บาท ของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร แต่อย่างไรก็ดีปัญหาการต่อสัญญาสัมปทานและการกำหนดราคาค่าโดยสารรถไฟฟ้านั้นยังไม่มีข้อยุติเนื่องจากกรุงเทพมหานครยังยืนยันการต่อสัญญาสัมปทานให้กับเอกชน โดยไม่ให้ความร่วมมือกับทุกฝ่ายในการแสดงต้นทุนรายได้ ตลอดจนหลักคิดราคาค่าโดยสาร จึงเป็นเหตุผลสำคัญที่มูลนิธิเพื่อผู้บริโภคและสภาองค์กรของผู้บริโภคยังมีเป้าหมายในการขับเคลื่อนงานขนส่งมวลชนทุกคนขึ้นได้ผ่านประเด็นการคัดค้านการต่อสัญญารถไฟฟ้าสายสีเขียวที่จะขึ้นราคาค่าโดยสารกับผู้บริโภคโดยไม่เป็นธรรมต่อจนกว่าปัญหานี้จะมีข้อยุติที่เป็นธรรมสำหรับผู้บริโภค

3. พัฒนามาตรการคุ้มครองผู้บริโภคที่เสียหายจากอุบัติเหตุทางถนน และรื้อโดยสาธารณะ การให้ความรู้กับผู้บริโภคที่ได้รับความเสียหาย รวมกลุ่มผู้เสียหายจากบริการขนส่งมวลชนและอุบัติเหตุทางถนน ควบคู่ไปกับการศึกษาจัดการความรู้และวิเคราะห์รูปแบบการชดเชยเยียวยาตามกฎหมาย รวมถึงจัดทำแผนการสรุปบทเรียนคำพิพากษาเผยแพร่ให้เป็นที่รับรู้ของสาธารณะมากขึ้น เพื่อยกระดับมาตรฐานการชดเชยเยียวยาความเสียหายให้ผู้บริโภคตามสิทธิผู้บริโภคแห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และจัดทำข้อมูลปฏิรูปกระบวนการยุติธรรม กระบวนการเจรจาไกล่เกลี่ยมาตรฐานการชดเชยเยียวยา และการคุ้มครองผู้บริโภคในคดีผู้บริโภคตามพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551

4. สร้างความตื่นตัวและส่งเสริมการมีส่วนร่วมกับเยาวชนของโรงเรียนและสถานศึกษานำร่องในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 10 โรงเรียน เพื่อให้เกิดเยาวชนนักคุ้มครองสิทธิเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีความรู้เท่าทันประเด็นการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค และการเข้าถึงบริการขนส่งมวลชนที่ปลอดภัยเป็นธรรม และพัฒนาแกนนำเยาวชนสู่การเป็นนักคุ้มครองสิทธิด้านสุขภาพ และส่งเสริมให้เยาวชนมีส่วนร่วมในการเปลี่ยนแปลงสังคมเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในประเด็นงานขนส่งมวลชนที่ปลอดภัยเป็นธรรม และเป็นการสร้างภาคีเครือข่ายเยาวชนในระดับพื้นที่โดยการมีส่วนร่วมเพื่อสร้างพื้นที่ปฏิบัติการการเคลื่อนไหวโดยพลังคนรุ่นใหม่

5. จัดทำบทเรียนการจัดการรถรับส่งนักเรียนปลอดภัย ที่เป็นผลผลิตจากการดำเนินการของเครือข่ายองค์กรผู้บริโภค โดยมุ่งเน้นการถอดระบบการจัดการรถรับส่งนักเรียนเป็น “คู่มือการจัดการรถรับส่งนักเรียนปลอดภัย” เพื่อเป็นเครื่องมือกระบวนการในการขับเคลื่อนระบบการจัดการรถรับส่งนักเรียน และพัฒนาการบริหารจัดการให้สอดคล้องกับปัญหา และขยับจุดจัดการให้ลงไปถึงแก่นของปัญหาในแต่ละโรงเรียนและชุมชน ตลอดจนสนับสนุนการพัฒนาโรงเรียนต้นแบบสู่การเป็นแหล่งเรียนรู้ ขยายผลการพัฒนารูปแบบการจัดการรถรับส่งนักเรียนที่ปลอดภัย โดยความร่วมมือกับองค์กรผู้บริโภคและภาคีที่เกี่ยวข้อง

6. จัดทำข้อมูลมาตรฐานอุปกรณ์ความปลอดภัยรถยนต์ส่วนบุคคลที่ถือเป็นสิ่งสำคัญที่สุดสำหรับการใช้รถใช้ถนน โดยความร่วมมือกับศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ (MTEC) ในการออกแบบการสำรวจอุปกรณ์ความปลอดภัยตามระดับมาตรฐานของรถยนต์ เพื่อให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ถูกนำมาใช้กับรถยนต์โดยเฉพาะในเรื่องของมาตรฐานอุปกรณ์ความปลอดภัย

7. สื่อสารสาธารณะและรณรงค์เผยแพร่ความรู้การคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค การเข้าถึงและระบบขนส่งมวลชนที่ปลอดภัยเป็นธรรมในยุคดิจิทัลภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโคโรนาไวรัส (โควิด-19) ผ่านรายการ “ฉันทคือผู้บริโภค” เผยแพร่ผ่านระบบออนไลน์เพจมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค ออกอากาศทุกวันศุกร์เริ่มตอนแรกวันที่ 3 กรกฎาคม 2563 เป็นต้นมา โดยรายการมุ่งเน้นการให้ข้อมูลกับผู้บริโภคในทุกประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคและขนส่งมวลชนที่ปลอดภัยเป็นธรรม เพื่อให้เกิดการตื่นตัวของผู้บริโภคสังคมวงกว้าง และสื่อสารเผยแพร่ข้อมูลที่เท่าทันต่อสถานการณ์เด่นประเด็นร้อนในปัจจุบันเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคผ่านเพจรถโดยสารปลอดภัย นิตยสารฉลาดซื้อออนไลน์ และรายการเวทีความคิดคลื่น 96.5



5	ฉบับที่ 231 พฤษภาคม	10 ปีผ่านไป มหากาพย์ ‘สังคมไทย ไร้รอยเหิน’ ยังไม่จบ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ลิปติกสีแดง</li> <li>- ยาฆ่าหญ้า ไกลโฟเซต อันตรายที่ไกลตัว?</li> <li>- ผลทดสอบโลหะหนักในปลาหูนากระป๋อง</li> </ul>
6	ฉบับที่ 232 มิถุนายน	ซังน้ำหนัก CPTPP สิ่งที่เราจะได้และ สิ่งที่เราจะสูญเสีย	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไมโครเวฟพร้อมกริล</li> <li>- สารกันบูดและปริมาณไขมัน ในสลัดครีม</li> <li>- ผลิตภัณฑ์กันยุงชนิดปลอดภัยจาก DEET</li> </ul>
7	ฉบับที่ 233 กรกฎาคม	ถอดบทเรียนการรักษาโควิด-19 ใน ไทย	<ul style="list-style-type: none"> <li>- หูฟังบลูทูธ</li> <li>- ปริมาณวิตามินซีในเครื่องดื่มผสมวิตามินซี</li> <li>- เปรียบเทียบฉลากแป้งเด็ก</li> </ul>
8	ฉบับที่ 234 สิงหาคม	‘โควิด-19’ ภาพสะท้อนการจัดการ ชยะติดเชื้อของไทย	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลทดสอบโลหะหนัก ปลาซาร์ดีนในซอส มะเขือเทศ</li> <li>- ปริมาณเนื้อผลไม้ในแยมสตอร์วเบอร์รี่</li> <li>- ผลทดสอบที่นึ่งนึ่งสำหรับเด็ก</li> </ul>
9	ฉบับที่ 235 กันยายน	เป็นไปได้ไหม เก็บภาษีเกลือ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลทดสอบพาราควอตในน้ำปูหรือน้ำปู</li> <li>- ผลทดสอบการตกค้างของสารเคมีทางการเกษตร ในปลาสดตากแห้ง</li> <li>- ผลทดสอบเครื่องทำกาแฟ</li> </ul>
10	ฉบับที่ 236 ตุลาคม	ห้างค้าปลีกใส่ใจคุณแค่ไหน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลทดสอบวัตถุกันเสียในผลิตภัณฑ์หมวย</li> <li>- ผลทดสอบยาปฏิชีวนะในปลาหมึกและเนื้อ ไก่ชำแหละ</li> <li>- หุ่นยนต์ตัดหญ้า</li> </ul>
11	ฉบับที่ 237 พฤศจิกายน	ทำความรู้จัก ‘สภาองค์กรของผู้บริโภค’ เป็นปากและเป็นเสียงให้ ผู้บริโภค	<ul style="list-style-type: none"> <li>- แท็บเล็ต 2020</li> <li>- เปรียบเทียบผลิตภัณฑ์น้ำมันถั่วเหลือง 2020</li> <li>- ผลทดสอบวัตถุเจือปนอาหารผลิตภัณฑ์ไส้กรอกแดง</li> </ul>



12	ฉบับที่ 238 ธันวาคม	มัธยมผลทดสอบอาหาร 2 ปีรวด คน "ฉลาดซื้อ" ต้องอ่าน	- กระเป๋าเดินทาง - ปริมาณวิตามินซีในเครื่องดื่มผสมวิตามินซี - สารกันบูดในหมูหมัก (หมูกระทะ) จังหวัด ขอนแก่น
----	---------------------	---	--

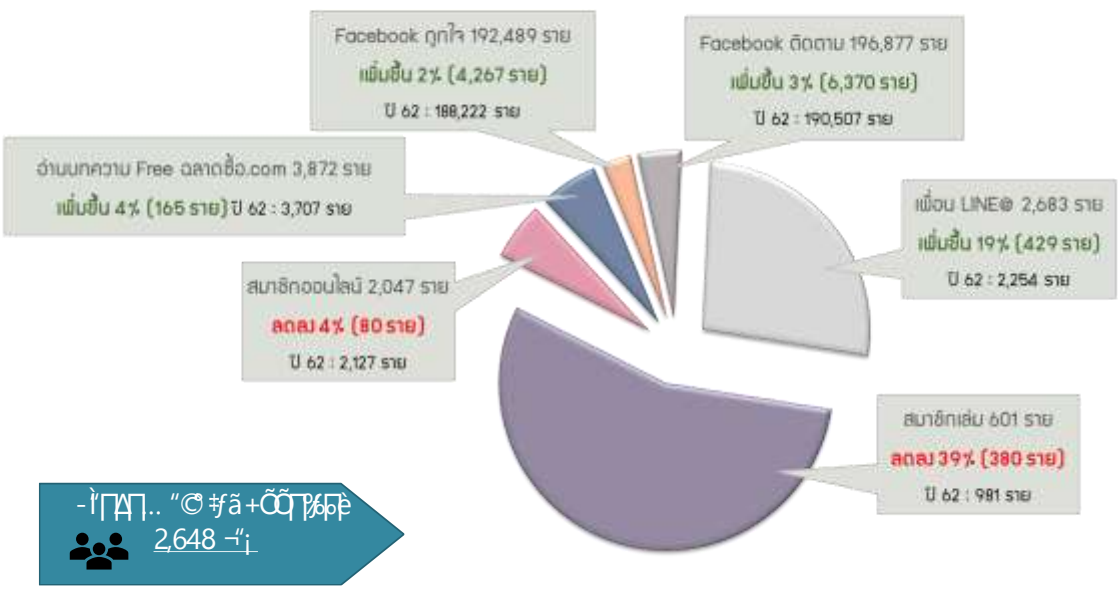
www.ฉลาดซื้อ.com

บทความที่มีผู้เข้าชมมากที่สุด : ข้อมูล ณ วันที่ 2 เมษายน 2563

ที่	เรื่อง	จำนวนผู้เข้าชม
1	ฉบับที่ 225 เปรียบเทียบประสิทธิภาพเครื่องฟอกอากาศ	140,841
2	ฉบับที่ 181 สารในโรลออนเสียบมะเร็งเต้านมจริงหรือ?	77,881
3	ฉบับที่ 220 ผลทดสอบปริมาณพลังงาน น้ำตาล และข้อมูลโภชนาการอื่น ๆ ในเครื่องดื่ม “ ชานมไข่มุก ”	26,449
4	ฉบับ 203 อะฟลาทอกซินเอ็มวัน ในนมรสธรรมชาติและนมโรงเรียน	25,291
5	ฉบับที่ 209 การตกค้างของยาปฏิชีวนะในอกไก่และตับไก่สด	22,352
6	ฉบับที่ ศาลยกฟ้องคดีบัตรเครดิต เหตุเอาเปรียบผู้บริโภค	19,493
7	ฉบับที่ 196 มาส่องดูสารเคมีในโฟมล้างหน้ากัน	17,958
8	ฉบับที่ 199 ซ็อกโกแลตปนเปื้อนสารแคดเมียม ตะกั่ว ภัยแฝงที่ต้องระวัง	16,790
9	ฉบับที่ 193 สารอาหารในนมถั่วเหลืองพร้อมดื่ม	12,157
10	ฉบับที่ 204 ไขมันทรานส์ ในเครื่องดื่มปรุงสำเร็จชนิดผง	11,144



ข้อมูลสมาชิกและการเผยแพร่ผ่านสื่อโซเชียล



**โครงการสนับสนุนระบบเฝ้าระวังสินค้าและบริการเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ด้านสุขภาพ**  
**ภาพรวมโครงการเฝ้าระวังสินค้าและบริการด้านสุขภาพ (มิถุนายน 2560- สิงหาคม 2562)**

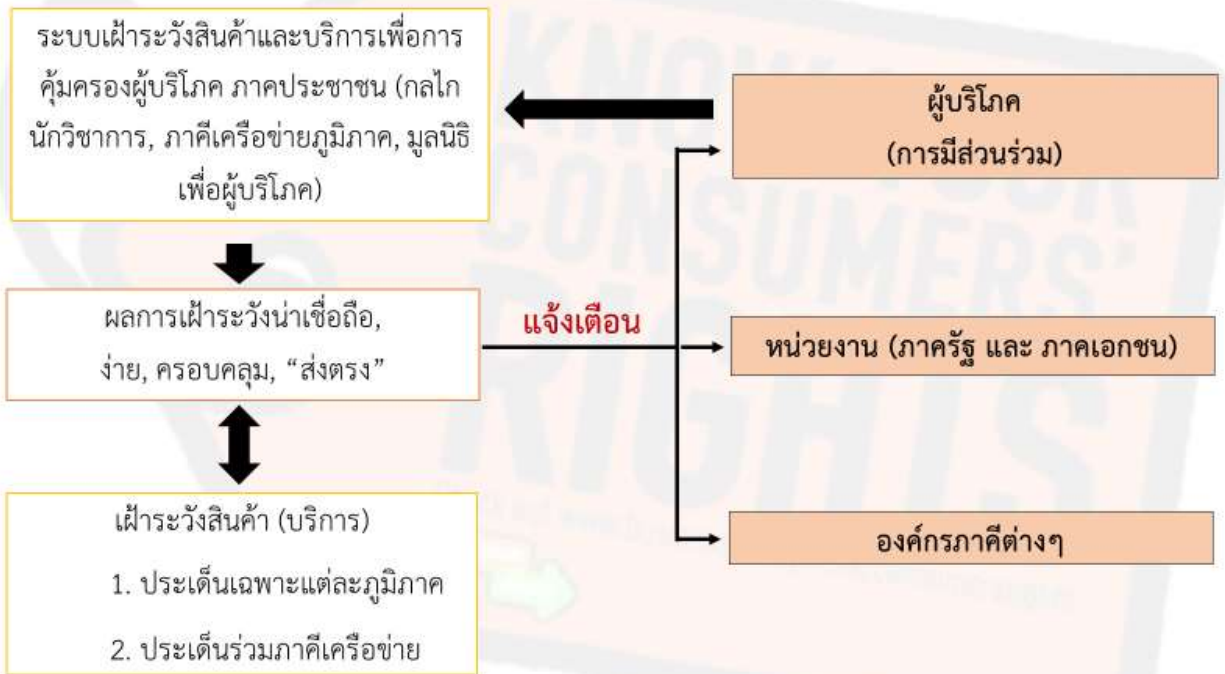
**จุดแข็ง** ความน่าเชื่อถือ มีการนำข้อมูลไปใช้ต่อ มีการปรับปรุงด้านนโยบาย สื่อมวลชนให้ความสนใจ และผู้ประกอบการ  
 เปลี่ยนไปในทางที่ดีต่อผู้บริโภค

**จุดอ่อน** บางประเด็นอาจยังไม่ถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคในปัจจุบัน (Micro influencer)  
 หรือ ผู้บริโภคจริงๆ ที่ได้รับผลกระทบจากผลิตภัณฑ์นั้น (End User)

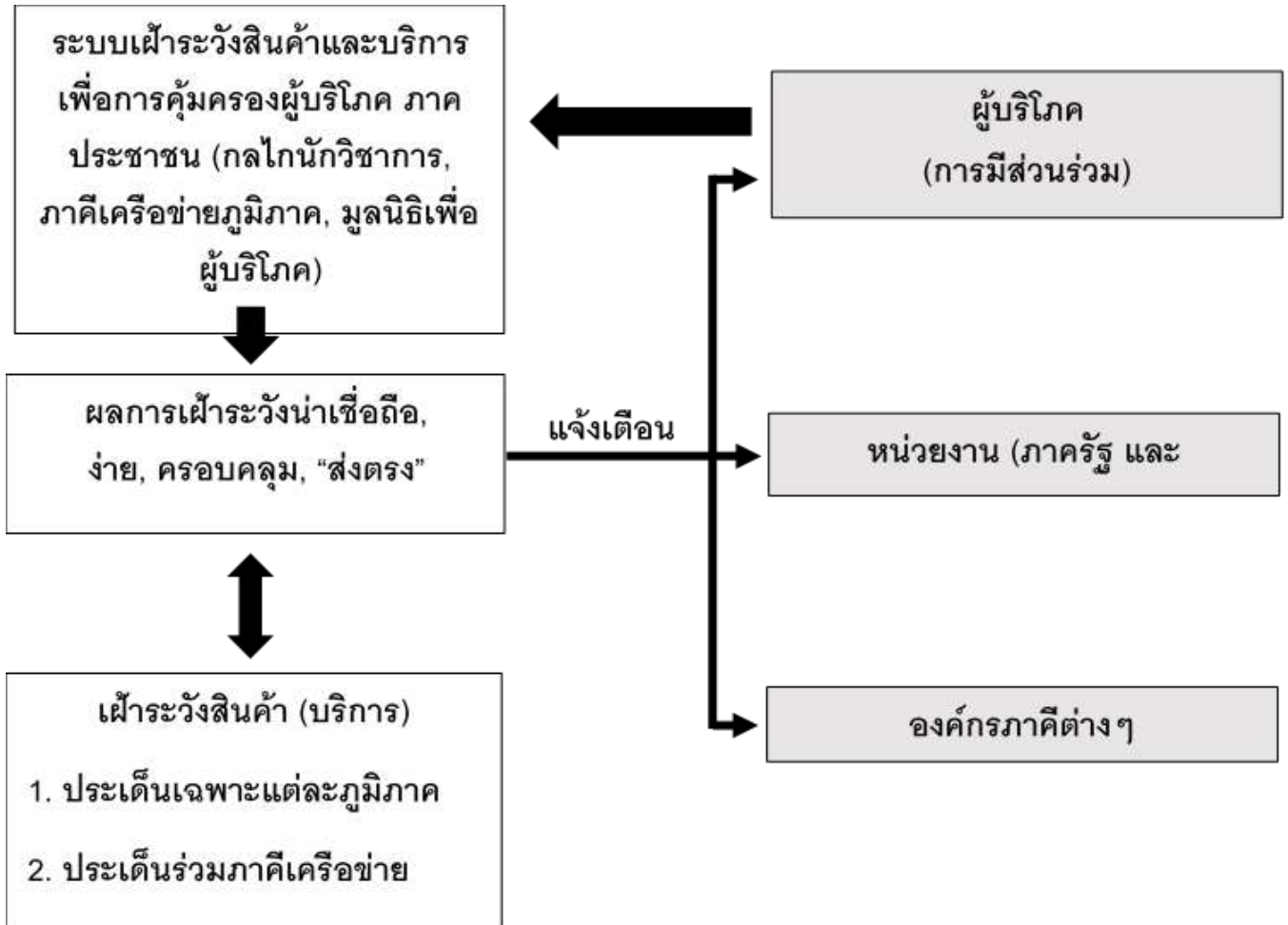
**ปัญหา** ความซับซ้อนของสินค้าและบริการในกลุ่มสุขภาพบางประเด็นยังทดสอบได้ยาก ยังขาดการมีส่วนร่วม ร่วมของ  
 ผู้บริโภคตัวจริง ประเด็นที่ผู้บริโภคสนใจจริงๆ

**โอกาส** มีภาคีเครือข่ายที่ดี พร้อมสนับสนุนการทำงานร่วมกัน

**โครงสร้างของโครงการ สนับสนุนระบบเฝ้าระวังสินค้าและบริการเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค**



แผนภูมิแนวคิดการพัฒนาโครงการ



สรุปกิจกรรมเด่น

วัน เดือน ปี	กิจกรรม	หมายเหตุ
มกราคม 2563	สำรวจฉลาก บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	ดูปริมาณโซเดียม
23 มกราคม 2563	แถลงข่าวเรื่อง เครื่องฟอกอากาศและเรื่องอากาศสะอาด	เพื่อเรียกร้องเรื่อง มอก.และสิทธิในการอยู่กับอากาศสะอาด
กุมภาพันธ์ 2563	สำรวจฉลาก โจ๊กซอง	ดูปริมาณโซเดียม
6 กุมภาพันธ์ 2563	แถลงข่าว โดยเครือข่ายภาคเหนือเรื่องการเผาขยะรีไซเคิล ร่วมกับ ตลาดซื้อ	สร้างความเข้มแข็งเครือข่าย
12 กุมภาพันธ์ 2563	ประชุมความร่วมมือและแถลงข่าว กะทิ	ช่วยเกษตรกร และพัฒนาสินค้าความร่วมมือกับนักวิชาการและผู้ประกอบการ
กุมภาพันธ์ 2563	ปลาหมึกแห้ง	สร้างความเข้มแข็งเครือข่าย
กุมภาพันธ์ 2563	หมูยอ	สร้างความเข้มแข็งเครือข่าย
กุมภาพันธ์ 2563	แถลงข่าวความร่วมมือน้ำพริกหนุ่มกับหน่วยงานภาคเหนือ	สร้างความเข้มแข็งเครือข่าย
กุมภาพันธ์ 2563	แถลงข่าว กุนเชียง	สร้างความเข้มแข็งเครือข่าย
ปลายมีนาคม 2563	เปิดระบบข้อมูลเรื่องทดสอบเปรียบเทียบ	สร้างความเข้มแข็งเครือข่าย
มีนาคม 2563	เก็บตัวอย่างแอลกอฮอล์เจล	ดูเปอร์เซ็นต์และการปนเปื้อน

วัน เดือน ปี	กิจกรรม	หมายเหตุ
เมษายน 2563	แถลงข่าวผลการทดสอบน้ำพริกหนุ่ม ครั้งที่ 3	สร้างความเข้มแข็งเครือข่าย
เมษายน 2563	แถลงข่าวโซเดียมในบะหมี่สำเร็จรูป	โซเดียม
เมษายน 2563	สำรวจประกันโควิด	ให้ความรู้และตรวจสอบสิทธิ์
เมษายน 2563	แถลงข่าวผลทดสอบกล่องติตรอนต์	เปรียบเทียบประสิทธิภาพ
มิถุนายน 2563	แถลงข่าว ผลทดสอบผลิตภัณฑ์แอลกอฮอล์เจล สำหรับล้างมือ	ตรวจหาปริมาณร้อยละของแอลกอฮอล์ใน ผลิตภัณฑ์
กันยายน 2563	การปนเปื้อนสารเคมีอันตราย การทดสอบสาร พาราควอตในน้ำปู อาหารพื้นถิ่นภาคเหนือ	สร้างความเข้มแข็งเครือข่าย
ธันวาคม 2563	การทดสอบปริมาณวิตามินซีไม่ตรงตามฉลาก	เปรียบเทียบปริมาณตามฉลาก

## สรุปงานฝ่ายสื่อสารสาธารณะ มกราคม - ธันวาคม 2563

งานสื่อสารสาธารณะ คือ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ข้อเท็จจริง ให้ประชาชนส่วนรวมได้รับรู้ถึงสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคม

### 1. โครงสร้าง บทบาท และหน้าที่ของงานสื่อสารสาธารณะ

งานสื่อสารสาธารณะ มุลินธิเพื่อผู้บริโภค มีเจ้าหน้าที่ 3 คน ทำหน้าที่

- สำนักข่าว ส่งต่อเสียงผู้บริโภคให้สังคมได้รับรู้
- ผลิตสื่อ Infographic และ ภาพประกอบข่าว
- ดูแลเว็บไซต์ 1 เว็บไซต์ consumerthai.org , Facebook Fanpage คือ เพจมุลินธิเพื่อผู้บริโภค, Twitter มุลินธิเพื่อผู้บริโภค

- เผยแพร่ข้อมูล สร้างภาพลักษณ์องค์กร

(ดูภาพประกอบ 1 แสดงการผลิตงานของงานสื่อสารสาธารณะ ปี 2563)

ภาพประกอบ 1 แสดงการผลิตงานของงานสื่อสารสาธารณะ ปี 2563



## 2. สรุปการผลิตงาน งานสื่อสารสาธารณะ เดือน มกราคม - ธันวาคม 2563

ตารางประกอบ 1 แสดงจำนวนชิ้นงาน มกราคม - ธันวาคม 2563

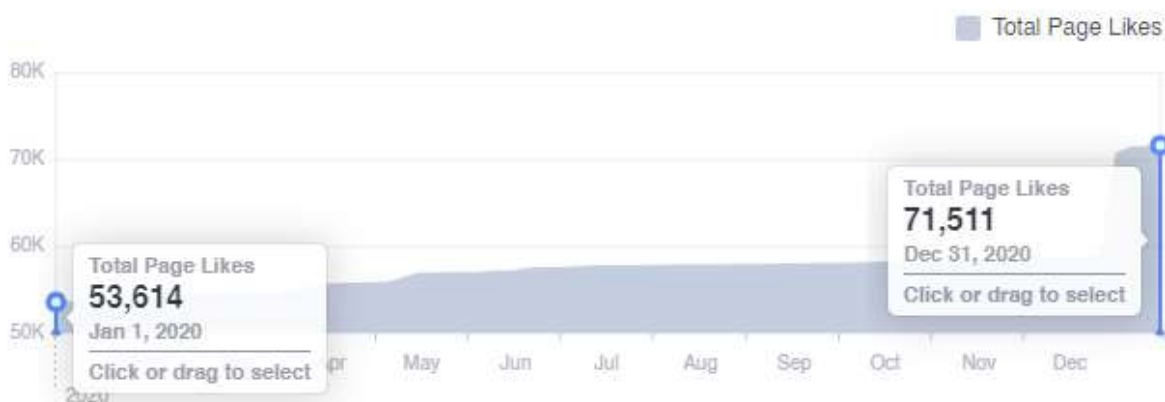
1. จำนวนข่าวที่อัปโหลดขึ้นเว็บ consumerthai.org ทั้งหมด	จำนวนข่าวทั้งหมด = 102 ชิ้น
2. จำนวนสื่ออินโฟกราฟิก ที่ฝ่ายผลิต ทั้งหมด รวมของทุกโครงการ	144 ชิ้น
3. จำนวน Facebook LIVE ทั้งปี 2563	จำนวน FB LIVE ทั้งปี = 75 ชิ้น
4. ข่าวมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค ที่เผยแพร่ตาม สื่อต่างๆ	596 ชิ้น (เดือนมกราคม - เดือนธันวาคม)
5. Video Clip	1 ชิ้น

## 3. สรุปข้อมูลเชิงลึก Facebook Fanpage มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค (มกราคม ถึง ธันวาคม 2563)

### 3.1 สรุปยอดผู้ถูกใจ (Like) Facebook Fanpage มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค

เดือนมกราคม 2563 มีจำนวนผู้ถูกใจเพจ 53,614 ผู้กดถูกใจ จนถึง เดือนธันวาคม 2563 มีผู้ถูกใจเพจ 71,511 ยอดผู้ถูกใจเพจ เพิ่มขึ้น 17,897 ผู้กดถูกใจ (ดูภาพประกอบ 2 แสดงจำนวนรวม ผู้ถูกใจเพจ มกราคม - ธันวาคม 2563)

ภาพประกอบ 2 แสดงจำนวนรวม ผู้ถูกใจเพจ มกราคม - ธันวาคม 2563





### 3.2 สรุปยอดผู้ติดตาม (Follower) Facebook Fanpage มุลนิธิเพื่อผู้บริโภค

เดือนมกราคม 2563 มีจำนวนผู้ติดตามเพจ 55,396 คน จนถึงเดือนธันวาคม 2563 มีผู้ติดตามเพจ 86,809 ยอดผู้ติดตามเพจ เพิ่มขึ้น 31,413 ผู้ติดตาม (ดูภาพประกอบ 3 แสดงจำนวนรวม ผู้ติดตามเพจ มกราคม - ธันวาคม 2563)

ภาพประกอบ 3 แสดงจำนวนรวม ผู้ติดตามเพจ มกราคม - ธันวาคม 2563



เป้าหมายของฝ่ายสื่อสารสาธารณะต่อไปในปี 2564 คือ การเพิ่มยอดผู้ติดตามเพิ่มอีก 20,000 ผู้ติดตาม และจะไม่มีการเพิ่มยอดผู้ถูกใจอีก เนื่องจากเพจบุ๊กเริ่มทยอยนำปุมโลก์เพจออกในบางเพจแล้ว ตั้งแต่วันที่ 6 มกราคม 2564 ที่ผ่านมา อย่างไรก็ตามการเพิ่มยอดผู้ติดตาม จะทำให้ผู้ใช้รับรู้คอนเทนต์ที่เพจเผยแพร่ออกไป และการมีผู้ติดตามจำนวนมาก หมายความว่า คนต้องการติดตาม ‘คอนเทนต์’ ของเพจนั้นๆ หรือคนๆ นั้นจริงๆ (อ้างอิงจากเว็บไซต์ <https://brandinside.asia/like-vs-follow-facebook-is-king/>)

### 3.3 ช่องทางของผู้ที่เข้ามาดู Facebook Fanpage มุลนิธิเพื่อผู้บริโภค

ช่องทางของผู้ที่เข้ามาดูเพจบุ๊กของมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค 5 อันดับแรก ได้แก่ อันดับแรก คือ ค้นหาผ่านช่องค้นหาของเพจบุ๊ก รองลงมา คือ ค้นหาผ่านเสิร์ชเอนจิน อย่าง google.com อันดับสาม คือ การค้นหาผ่านทาง google.co.th อันดับสี่ คือ มาจากเว็บไซต์ thairath.co.th และสุดท้าย คือ มาจากเว็บไซต์ consumerthai.org (ดูภาพประกอบ 4 แสดงช่องทางของของผู้ที่เข้ามาดูเพจบุ๊กของมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค)

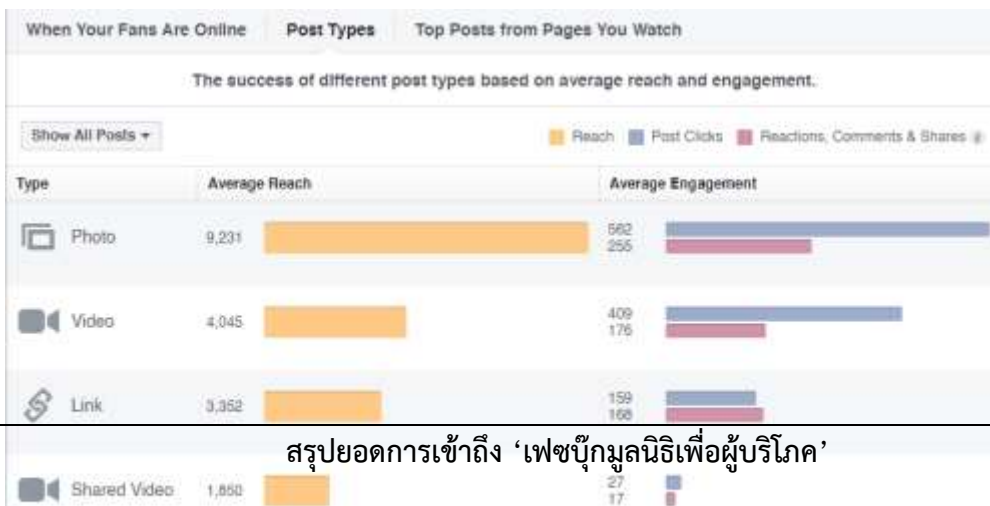
(ภาพประกอบ 4 แสดงช่องทางของของผู้ที่เข้ามาดูเฟสบุ๊คของมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค)



### 3.4 ประเภทของโพสต์ที่มีผู้ Reach และ Engagement ใน Facebook Fanpage มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค

จากการประมวลข้อมูลเชิงลึกของหน้าเพจมูลนิธิเพื่อผู้บริโภคโดยเฟสบุ๊ค พบว่า ประเภทของโพสต์ที่มีผู้ Reach และ Engagement มากที่สุด ได้แก่ Photo อันดับสอง คือ Video อันดับสาม คือ การแชร์ลิงก์ข่าวหรืออินโฟกราฟิก อันดับสี่ คือ การแชร์วิดีโอ และสุดท้าย คือ Status (โพสต์เป็นข้อความ) (ดูภาพประกอบ 8 ประเภทของโพสต์ที่มีผู้ Reach และ Engagement)

ภาพประกอบ 8 ประเภทของโพสต์ที่มีผู้ Reach และ Engagement



สรุปยอดการเข้าถึง 'เฟสบุ๊คมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค'			
เดือน	Status	เข้าถึง (Reach)	มีส่วนร่วม (Engagement)
		983	12
			8
			เรื่อง

มกราคม	44,617		FB LIVE ผลทดสอบเปรียบเทียบเครื่องฟอกอากาศ
		5,201	FB LIVE ต่อสัมปทานทางด่วน ใครได้ใครเสีย
กุมภาพันธ์	62,821	22,021	ผู้ซื้อเซฟโรเลต แคปติวา ร้องเซฟโรเลตประเทศไทย
มีนาคม	82,170	15,388	การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ขอภัยกรณีแอดมิน PEA ตอบคำถามเรื่องการขอคืนเงินประกันการใช้ไฟฟ้าไม่ถูกต้อง ยอมรับเป็นแอดมินจริงตามภาพที่เผยแพร่ในโซ ขณะที่กำลังทำหนังสือชี้แจง
เมษายน	469,665	43,647	สิ้นสุดความอดทน!!!! หมอมงคลดค่าเกรด รัฐบาลสั่นคิด ไม่เคยทำประโยชน์ จะอนุมัติให้ประเทศไทยไปเข้า CPTPP อังคารหน้า ถือเป็นการทำร้ายประชาชนและประเทศชาติโดยตรง
พฤษภาคม	30,032	5,540	นอกจากไม่ห้ามขาย บ้านเรายังไม่มีฉลาก
มิถุนายน	63,104		รูปภาพ ‘มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค (มพบ.) อยากชวนคุณคนที่ชอบช้อปปิ้งออนไลน์ แล้วก็ไม้ออนไลน์ รับชม Facebook LIVE : รวมพลังผู้บริโภค สู้ภัยกลโกงออนไลน์’ วันที่ 22 มิถุนายน 2563
		6,375	รูปภาพ ‘ฉลาดซื้อ เผยผลสุ่มตรวจ ผลิตภัณฑ์แอลกอฮอล์ล้างมือ ร้อยละ 67 ไม่ผ่านมาตรฐานประกาศ สธ. พบ 1 ยี่ห้อ ใช้เมธิลแอลกอฮอล์ (Methanol) เป็นส่วนผสม
กรกฎาคม	8,019		รูปภาพ ‘บอกหน่อยได้ไหม.. ? ผู้บริโภคที่ยังไม่ได้เงินคืน หลังยกเลิกตั๋วโดยสารสายการบินจากเหตุ COVID - 19 รอรับเงินค่าตั๋วคืนมานานเท่าใดแล้วบ้าง’
		1,194	เฟซบุ๊กไลฟ์ ‘facebook LIVE มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค ชวนคุยเรื่องผู้บริโภค  คอลเซนเตอร์ ค่ายมือถือ ควรโทรฟรีหรือไม่’
สิงหาคม	8,948	1,711	ลิงก์แชร์ (ข่าว) ‘สมอ. ไล่บี้เอาผิด LAZADA และ

			SHOPEE ปลอ่ยให้ผู้เช่าพื้นที่ขายสินค้าไม่มีตรา มอก. ...'
กันยายน	41,279		เฟซบุ๊กไลฟ์ 'ร่วมรับชม facebook LIVE รายการ 'ฉันทคือ ผู้บริโภค' Ep.11 ร้านค้าออนไลน์ ก็ต้องติดป้ายราคา'
		1,459	เฟซบุ๊กไลฟ์ 'ร่วมติดตามชม facebook LIVE ผลทดสอบ พาราควอจในน้ำปู (อาหารพื้นบ้านภาคเหนือ)'
ตุลาคม	36,620	3,560	เฟซบุ๊กไลฟ์ 'ร่วมรับชม Facebook LIVE การแถลงข่าว กลุ่มผู้ใช้รถยนต์ Accord Gen9 เรียกร้องให้ Honda ออกมารับผิดชอบ กรณีระบบ ABS มีปัญหา'
พฤศจิกายน	27,363		รูปภาพ 'ร่วมให้กำลังใจ และ สนับสนุนการทำงานของ มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค โดยการบริจาคให้กับมูลนิธิเพื่อ ผู้บริโภค ซึ่งคุณสามารถนำไปลดหย่อนภาษีประจำปีได้อีก ด้วย'
		2,077	รูปภาพ 'ผูกขาดได้ตามใจ คือ (รัฐ) ไทยแท้'
ธันวาคม	3,259,837	1,320,066	เฟซบุ๊กไลฟ์ 'ใครชอบดื่มเครื่องดื่มที่มีวิตามินซีผสมอยู่ ต้องดู... ร่วมรับชม facebook LIVE ผลทดสอบปริมาณ วิตามินซีในเครื่องดื่มผสมวิตามินซี'

### 3.6 คลิปวิดีโอ (รวม Facebook LIVE) ใน Facebook Fanpage มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค

แหล่งที่มาที่ผู้เข้ามาดูคลิปวิดีโอ ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2563 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2563 อันดับแรก คือ Recommendations คิดเป็นร้อยละ 59.2 อันดับสอง คือ Shares คิดเป็นร้อยละ 29.8 อันดับสาม คือ Followers คิดเป็น ร้อยละ 11 และอันดับสุดท้าย คือ Paid คิดเป็นร้อยละ 0.01



### 4. สรุปข่าวเด่นบนเว็บไซต์มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค www.consumerthai.org

การสรุปข่าวเด่นบนเว็บไซต์มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค www.consumerthai.org ใช้หลักเกณฑ์ คือ ดูสถิติจากยอดผู้เข้าชม ในเดือนนั้นๆ ว่าข่าวใดมีสถิติผู้เข้าชมสูงสุด แล้วจึงคัดเลือกมาเป็นข่าวเด่นประจำเดือน

สรุปข่าวเด่นเว็บไซต์มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค [www.consumerthai.org](http://www.consumerthai.org)

เดือน	ยอดผู้เข้าชมเข้าถึง	หัวข้อข่าว
มกราคม	11,644	<p>มพบ. ชี้ การต่อสัมปทานให้ BEM อีก รัฐจะเสียประโยชน์มากกว่า 2 แสนล้านบาท และสร้างภาระให้กับผู้บริโภค</p> <p>มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค ชี้ การต่ออายุสัญญาสัมปทานให้ BEM อีก รัฐจะเสียประโยชน์มากกว่า 2 แสนล้านบาท และผู้บริโภคจะต้องจ่ายเงินค่า 'ทางด่วน' แพงขึ้น 10 บาท ทุก 10 ปี ทั้งที่ไม่มีต้นทุนในการลงทุน มีเพียงการบริหารจัดการเก็บเงินค่าผ่านทาง พร้อมระบุ ควรทำสัญญายึดหลักตอบแทนตามการลงทุน (Cost Based) แทนสัญญาแบ่งปันผลประโยชน์ (Revenue Sharing) และเป้าหมายลดค่าผ่านทางเพื่อลดภาระประชาชน</p>
กุมภาพันธ์	33,000	<p>“ฉลาดซื้อ” เผยผลตรวจสารกันบูดในกะทิ แนะรัฐฯ ออกมาตรฐานกะทิ และส่งเสริมการใช้มะพร้าวในประเทศ</p> <p>ศูนย์ทดสอบฉลาดซื้อ เผยผลตรวจ สารกันบูดในกะทิปลอดภัย เตือนผู้บริโภคต้องตกอยู่ในความเสี่ยงหากบริโภคอาหารสะดวกซื้อ พร้อมแนะรัฐฯ ออกมาตรฐานกะทิเพราะเป็นอาหารคู่ครัวไทย และแก้ปัญหามะพร้าวราคาถูกลงอย่างเป็นระบบและยั่งยืน</p>
มีนาคม	8,152	<p>ซื้อประกันภัย โควิด-19 ดีไหม? ควรดูอะไรบ้าง?</p> <p>จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ หรือ โควิด-19 (COVID-19) ในประเทศไทยที่มีแนวโน้มว่าจะสูงขึ้นเรื่อยๆ ทำให้คนไทยตื่นตัวซื้อประกันประกันภัยโควิดกันเป็นจำนวนมาก เพราะมีค่าเบี้ยประกันที่ไม่สูงนัก และเพื่อลดความเสี่ยงที่จะต้องจ่ายค่ารักษาพยาบาลเป็นจำนวนมากหากพบว่าตัวเองติดเชื้อ</p>
เมษายน	13,500	<p>คอบข. สูดทน ร้อน จม.เดือนสติ 'กสทช.' หยุดอุ้มค่ายมือถือ</p>

		คอบข. ส่งจดหมายเปิดผนึก ถึง ‘กสทช.’ และ ‘ผู้ให้บริการโทรคมนาคม’ ลดราคา 30% และไม่ระงับการใช้งานหากไม่จ่าย เพื่อช่วยผู้บริโภค ช่วงโควิด-19
พฤษภาคม	14,064	ซี “บัตรทอง” ให้สิทธิการรักษาทุกคน เรียกร้องทุกฝ่ายผลักดันบริการมาตรฐานเดียว กลุ่มคนรักหลักประกันสุขภาพ ซี “บัตรทอง” ให้สิทธิการรักษาทุกคน เรียกร้องทุกฝ่ายผลักดันบริการมาตรฐานเดียว พร้อมเร่งสร้างระบบสวัสดิการทางสังคม ขณะที่มีมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค มอง การที่คนแห่ไปบริจาคเป็นภาพสะท้อนว่า คนไม่เชื่อมั่นในระบบการบริการสุขภาพของไทย เน้นรัฐช่วยทุกคน เข้าถึงการรักษาอย่างมีคุณภาพ ฝากเตือนก่อนบริจาคควรตรวจสอบ ให้ครบถ้วนรอบด้าน
มิถุนายน	16,106	ฟ้องกลุ่ม 3 ค่ายมือถือดังคืบหน้า! ความคืบหน้าการฟ้องคดีกลุ่ม 3 ค่ายมือถือดัง ดีแทค 3 สวนพยานเสร็จสิ้น เอไอเอสศาลนัดไต่สวนเดือนหน้า ส่วนทรูเจอจาทกลงกันได้
กรกฎาคม	14,864	ศาลรับเป็นคดีกลุ่ม กรณีฟ้อง ‘ดีแทค’ ปิดเศรษวินาที ศาลมีคำสั่งรับเป็นคดีกลุ่ม กรณีฟ้อง ‘ดีแทค’ คิดค่าโทรศัพท์ปิดเศรษวินาทีเอาเปรียบผู้บริโภค ส่วนเอไอเอสนัดไต่สวนอีกครั้ง 9 พฤศจิกายนนี้
สิงหาคม	12,079	มพบ. รถไฟ และรถไฟฟ้าม ร่วมกับกรมขนส่งทางราง ยกระดับเกณฑ์มาตรฐานบริการสถานีดีพร้อม
กันยายน	6,740	ปัญหาซื้อของออนไลน์   ทำไมผู้บริโภคแก้ปัญหาเองไม่ได้
ตุลาคม	11,690	มพบ. จี คปภ. เร่งลดความเหลื่อมล้ำ ย้ำผู้เสียชีวิตจากอุบัติเหตุรถทัวร์ชนรถไฟต้องได้รับสิทธิคุ้มครองเต็มวงเงินประกันภัย
พฤศจิกายน	9,711	วงเสวนาฆ่าหาละ ‘ภัยบึ๊กไบค์กับวัยรุ่น’ เน้นออกไปอนุญาตขับ

		<p>ชีบี๊กไบค์อายุ 22 ปี ขึ้นไป ควบคุมฝึกทักษะสร้างความปลอดภัยการขับขี่</p> <p>วงเสวนาชำแหละ ‘ภัยบี๊กไบค์กับวัยรุ่น’ เจ็บตายเพียบ! อึ้ง</p> <p>เยาวชน 10 - 24 ปี เสียชีวิตบนท้องถนนถึง 70 % ด้าน ‘มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค’ ชี้ ปมปัญหาสองล้อเต็มถนนเหตุระบบขนส่งมวลชนล้มเหลว - พ่อแม่ส่งเสริมให้ลูกมีรถโดยไม่คำนึงถึงอายุและอุปกรณ์ป้องกัน แนะนำออกใบอนุญาตขับขี่บี๊กไบค์อายุ 22 ปี ขึ้นไป ควบคุมการฝึกทักษะสร้างความปลอดภัยการขับขี่</p>
ธันวาคม	126,481	<p>'ฉลาดซื้อ' เผยผลตรวจ 'เครื่องดื่มผสมวิตามินซี' ไม่พบปริมาณวิตามินซี 8 ตัวอย่าง</p> <p>ฉลาดซื้อเผยผลตรวจ 'เครื่องดื่มผสมวิตามินซี' ไม่พบปริมาณวิตามินซี 8 ตัวอย่าง และมีปริมาณวิตามินซีไม่ตรงตามที่แจ้งบนฉลาก แนะนำทานผักผลไม้ที่มีรสเปรี้ยวเพื่อให้ได้วิตามินซี</p>

### Twitter มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค

Twitter เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์และบริการไมโครบล็อกสำหรับการสื่อสารแบบเรียลไทม์ที่ใช้โดยผู้คนและองค์กรหลายล้านคน ผู้ใช้ Twitter ติดต่อกันโดยการโพสต์อัปเดตที่เรียกว่า "ทวีต" ไปยังไซต์เพื่อแบ่งปันแลกเปลี่ยนและค้นหาข้อมูล สามารถทวีตข้อความได้ครั้งละ 280 ตัวอักษร ทวีตข้อความแบบเสียงได้สูงสุดที่ 140 วินาที

มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค เข้าร่วมทวีตเตอร์เมื่อ กันยายน 2562 ถึงปัจจุบันมีผู้ติดตาม (Followers) 5,263 ได้รับเครื่องหมาย Verified หรือแถบป้ายยืนยันที่ผ่านการตรวจสอบแล้วว่านี่คือบัญชีผู้ใช้จริงสำหรับบุคคลสาธารณะแล้ว

สรุปยอดการเข้าถึง 'ทวิตเตอร์ มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค'			
ปี 2562	ทวิต	Impression จน.ครั้งที่แสดง	Engagement มีส่วนร่วม
มกราคม – มีนาคม 2562	นอกจากบัญชีประเภททอมทรัพย์แล้ว อยากรวบรวม ผู้บริโภคมารู้จัก "บัญชีเงินฝากพื้นฐาน" ที่เปิดบัญชี โดยไม่มีขั้นต่ำ ไม่มีค่าธรรมเนียมบัตรแรกเข้า และราย ปี  #การเงินการธนาคาร  <a href="https://money.kapook.com/view196895.html">https://money.kapook.com/view196895.html</a>	985	8
เมษายน – มิถุนายน 2562	ซึ่งได้ประกันตัวแล้ว  <a href="http://news.thaipbs.or.th/content/279135">http://news.thaipbs.or.th/content/279135</a> <a href="http://news.thaipbs.or.th/content/279135">http://news.thaipbs.or.th/content/279135</a>	2,878	43
กรกฎาคม – กันยายน 2562	ระบบไม่แสดงข้อมูล		
ตุลาคม – ธันวาคม 2562	ข่าวดี ! ข่าวด่วน !  ศาลปกครองสูงสุดที่ฟังแห่งสุดท้ายของประชาชน สิ่ง รับคำร้องขอบรรเทาทุกข์ชั่วคราวก่อนพิพากษาที่ # มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค ขอให้ระงับการขึ้นค่าผ่านทางดอน เมือง - โทลล์เวย์ โดยศาลจะมีคำสั่งต่อไปโดยเร็ว # หยุดขึ้นราคาโทลล์เวย์ @Kitti3Miti @PPTVNews <a href="https://pic.twitter.com/4aQ3t9OxVz">@thereportersth pic.twitter.com/4aQ3t9OxVz</a>	34,404	1,453
ปี 2563			
มกราคม – มีนาคม 2563	มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค ตรวจสอบพบเครื่องฟอกอากาศ บางยี่ห้อ กรองฝุ่น PM2.5 ไม่ได้  <a href="https://news.ch7.com/detail/384905">https://news.ch7.com/detail/384905</a>	547,669	85,872



	<p>ขอทำความเข้าใจเรื่องการเลือกซื้อเครื่องกรองอากาศ กันแบบชัดๆ ยาวๆ หน่อยนะคะ ตามอ่านยาวไปเลย พร้อมภาพประกอบผลทดสอบนะคะ . ช่วยกันรีนะ จะได้เข้าใจข้อมูลถูกต้อง <a href="http://pic.twitter.com/JXCoziZwyb">pic.twitter.com/JXCoziZwyb</a></p>		
<p>เมษายน – มิถุนายน 2563</p>	<p>เอาแล้ว ศิริบัญชาแจ้งความลงบันทึกประจำวัน แจ้ง คนปลอมสินค้าตัวแล้วจ้า  ศิริบัญชา ก็เลยออกประกาศเตือนภัยผู้บริโภคระวัง แอลกอฮอล์ปลอม พร้อมมี "วิธีสังเกตของแท้" มาแจ้ง ด้วยจ้า  <a href="https://mgronline.com/onlinesection/detail/9630000036130">https://mgronline.com/onlinesection/detail/9630000036130</a> ... <a href="http://pic.twitter.com/ybJCl87clM">pic.twitter.com/ybJCl87clM</a></p>	143,677	17,958
<p>กรกฎาคม – กันยายน 2563</p>	<p>เปิดรายงานผลการศึกษาเบื้องต้น อนุฯ กมธ. CPTPP ด้านเกษตร-พันธุ์พืช เศรษฐกิจ และสาธารณสุข  <a href="https://prachatai.com/journal/2020/07/88754">https://prachatai.com/journal/2020/07/88754</a> ...</p>	12,827	393
<p>ตุลาคม – ธันวาคม 2563</p>	<p><b>#ฉลาดซื้อ #มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค สุ่มตรวจ # เครื่องดื่มผสมวิตามินซี 47 ยี่ห้อ ไม่พบปริมาณ วิตามินซี 8 ตัวอย่าง และมีปริมาณวิตามินซีไม่ตรง ตามที่แจ้งบนฉลาก  <a href="http://pic.twitter.com/0Pvw2RUeaR">pic.twitter.com/0Pvw2RUeaR</a></b></p>	910,446	119,627