สรุปผลการดำเนินงาน
มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค
ปี 2558

มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค

สารบัญ

	หน้า
สรุปผลการดำเนินงานของศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค ปี 2558	1 - 4
สรุปผลการดำเนินงานของฝ่ายสนับสนุนองค์กรผู้บริโภคและพัฒนานโยบาย มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค ปี 2558	5 - 15
สรุปผลการดำเนินงานของฝ่ายเผยแพร่ มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค ปี 2558	16 - 18

สรุปผลการดำเนินงานของศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค ปี 2558

สถานการณ์ปัญหาของผู้บริโภคในรอบปี 2558 ที่ผ่านมา พบว่า มีหลากหลายปัญหาที่ผู้บริโภคถูกเอารัดเอาเปรียบกลุ่มปัญหาที่ผู้บริโภคร้องเรียนในรอบปี พบว่า ปัญหาที่ไม่สามารถคลี่คลายได้ มีช่องโหว่ของข้อกฎหมายที่ยังไม่ครอบคลุมหรือเข้าถึงสิทธิของผู้บริโภคเท่าที่ควร ดังนั้น ทำให้ผลกระทบตกอยู่กับกลุ่มผู้บริโภคเข้าไม่ถึงข้อมูล หรือรับรู้ข้อมูลข่าวสารไม่เพียงพอ หรือแม้แต่การไว้ใจคนในสังคมเดียวกันมากจนเกินไป ทำให้เกิดการละเมิดซ้ำแล้วซ้ำเล่ากับผู้บริโภค จนทำให้ผู้บริโภคบางรายมองเรื่องการละเมิดเป็นเรื่องเวรกรรม จะเห็นได้จากสถิติสถานการณ์ผู้บริโภคที่ร้องเรียนผ่านเข้ามายังศูนย์พิทักษ์สิทธิฯ ดังนี้

1. ปัญหาด้านการเงินการธนาคาร จำนวน 600 ราย ได้แก่ ปัญหาหนี้บัตรเครดิตและสินเชื่อส่วนบุคคล หนี้นอกระบบ โดยเฉพาะปัญหาประกันชีวิตที่เพิ่มขึ้นจากการโฆษณาขายประกันกับผู้สูงวัย

2. ปัญหาสินค้าและบริการทั่วไป จำนวน 296 ราย เรื่องร้องเรียน คือ รถยนต์ชำรุดบกพร่อง ผู้ประกอบการไม่รับผิดชอบ

3. ปัญหาด้านอสังหาริมทรัพย์ จำนวน 119 ราย ซึ่งส่วนมากเป็นปัญหาเรื่อง อาคารชุดและบ้านจัดสรรที่ชำรุดจากการสร้างไม่ได้มาตรฐานภายหลังการโอนกรรมสิทธิ์

4. ปัญหาบริการสาธารณะ จำนวน 118 ราย ปัญหาอุบัติเหตุรถโดยสาร ซึ่งทำให้ผู้โดยสาร ได้รับความเสียหาย สูญเสียชีวิต และทรัพย์สิน

5. ปัญหาสื่อและโทรคมนาคม จำนวน 99 ราย ปัญหาที่ร้องเรียนมาก ได้แก่ เรื่อง ได้รับซิมฟรีแล้วถูกเรียกเก็บเงิน ถูกเรียกเก็บค่าบริการ SMS ซึ่งเป็นบริการเสริมทั้งที่ไม่ได้ใช้บริการ

6. ปัญหาบริการสุขภาพและสาธารณสุข จำนวน 45 ราย ได้แก่ ปัญหาเรื่องการใช้สิทธิฉุกเฉิน การรักษาผิดพลาดทำให้ผู้ป่วยได้รับความเสียหาย เป็นต้น

7. ปัญหาอาหาร ยา เครื่องสำอาง จำนวน 29 ราย ปัญหาการซื้อเครื่องสำอางจากการดูโฆษณาผ่านสื่อ เมื่อนำมาใช้แล้วเกิดอาการแพ้ เป็นต้น

8. ปัญหาด้านอื่น ๆ จำนวน 16 ราย ได้แก่ ปัญหาครอบครัว ปัญหาสิ่งแวดล้อม

ศูนย์พิทักษ์สิทธิฯ ดำเนินงานรับเรื่องร้องเรียนผ่านช่องทางต่าง ๆ ดังนี้

- การร้องเรียนผ่านทางโทรศัพท์ เป็นช่องทางที่ผู้บริโภคใช้ในการร้องเรียนมากที่สุด คือ 740 ราย เนื่องจากสะดวกรวดเร็ว เสียค่าใช้จ่ายไม่มาก ทั้งนี้ส่วนใหญ่จะขอคำปรึกษาประเด็นปัญหาเรื่องหนี้บัตรเครดิตและสินเชื่อ
- การร้องเรียนผ่านทางเว็บไซต์ ในรอบปี 2558 มีเรื่องร้องเรียนผ่านเว็บไซต์จำนวน 273 ราย เนื่องจากเข้าถึงได้สะดวกและเป็นช่องทางที่ง่ายต่อผู้บริโภค
- การร้องเรียนผ่านจดหมาย เข้ามาด้วยตนเอง และอีเมล ช่องทางนี้จะเป็นผู้ร้องเรียนที่มีเอกสารแนบเรื่องร้องเรียนจำนวนมาก
- การร้องเรียนผ่านทาง Facebook ช่องทางนี้จะเป็นลักษณะเข้ามาแจ้งเรื่องไว้ในกล่องข้อความเพื่อให้ช่วยดำเนินการ ซึ่งเจ้าหน้าที่จะเข้าไปตอบข้อสงสัย แต่หากจะร้องเรียนเพิ่มเติมก็จะแนะนำให้โทรศัพท์เข้ามาที่ศูนย์พิทักษ์สิทธิฯ หรือให้ส่งทางอีเมล complaint@consumerthai.org

การแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภค ปี 2558

จากปัญหาที่ร้องเรียนทีผู้บริโภคถูกละเมิดสิทธิผ่านช่องทางต่างๆ ข้างต้น มาที่ ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค จำนวน 746 ราย ศูนย์ได้ดำเนินการช่วยเหลือผู้บริโภคให้คำปรึกษาและดำเนินการช่วยเหลือจนได้รับการแก้ไขปัญหาจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจำนวน 440 ราย และให้การช่วยเหลือดำเนินการด้านคดี 45 คดี ซึ่งเป็นกรณีร้องเรียนเรื่องรถโดยสารสาธารณะและการถูกละเมิดสิทธิจากผู้ประกอบการหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยได้รับความร่วมมือจากศูนย์ทนายความอาสาเพื่อผู้บริโภค

ผลงานการดำเนินการของศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค

- เกิดการรวมกลุ่มผู้บริโภคที่เกิดปัญหาแบบเดียวกัน เช่น กลุ่มผู้บริโภคที่ได้รับความเสียหายจากการซื้อรถยนต์ใหม่, กลุ่มผู้บริโภคที่ได้รับความเสียหายจากการซื้อที่ดิน เป็นต้น
- เกิดการมีส่วนร่วมของเครือข่ายผู้บริโภค ที่มีการจัดตั้งกลุ่มเพื่อช่วยเหลือกันเอง เช่น ชมรมหนี้บัตรเครดิตและสินเชื่อส่วนบุคคล
- ผลักดันให้เกิดกฎหมาย พระราชบัญญัติการติดตามทวงถามหนี้ พ.ศ. 2558

- ผลักดันให้มีการร่างกฎหมายความรับผิดต่อสินค้าชำรุดบกพร่อง พ.ศ ...
- การเสนอข่าวที่เป็นประเด็นที่มีผลกระทบกับผู้บริโภคในวงกว้าง ทำให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องออกมาบังคับใช้หมายอย่างจริงจัง เช่น การโฆษณาขายประกันผู้สูงวัยที่มี กรณีรถยนต์ชำรุดบกพร่อง การบังคับใช้กฎหมายของกรมการขนส่งเรื่องการคาดเข็มขัดนิรภัย เป็นต้น

โครงการ “เสริมพลังผู้บริโภคเพื่อรถโดยสารปลอดภัย”

1. ระบบการป้องกันและเฝ้าระวังเพื่อรถโดยสารปลอดภัย

- มีตัวแทนจากมูลนิธิเพื่อผู้บริโภคเข้าเป็นอนุกรรมการควบคุมมาตรฐานการให้บริการรถโดยสารสาธารณะของกรมการขนส่งทางบก และอนุกรรมการด้านยานพาหนะปลอดภัยของกรมป้องกันบรรเทาสาธารณภัย
- เกิดเครื่องมือที่ทำให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการตรวจสอบความเร็วรถโดยสาร ในการพัฒนาแอปพลิเคชันตรวจวัดความเร็วรถโดยสาร Traffy bSafe
- เพิ่มช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนและการให้ข้อมูลเฝ้าระวังรถโดยสารไม่ปลอดภัยที่แฟนเพจ รถโดยสารปลอดภัย (www.facebook.com/SafeThaibus)
- ข้อเสนอของผู้บริโภคที่ให้มีการติดตั้งระบบกำหนดตำแหน่งบนโลกหรือ GPS (Global Positioning System GPS) แทนระบบ RFID บนรถโดยสารสาธารณะและให้มีการจัดตั้งศูนย์ควบคุมการเดินรถตลอด 24 ชั่วโมง
- การรณรงค์ให้ความรู้เรื่องความปลอดภัยกับผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง เช่น แจ้งผู้โดยสารต้องรัดเข็มขัดนิรภัย รถไม่มีการบรรทุกผู้โดยสารเกินกำหนด ไม่ขับเร็ว
- ทำความร่วมมือกับเครือข่ายนักวิขาการจัดทำสัญญามาตรฐานเช่ารถโดยสารไม่ประจำทาง โดยได้นำเสนอต่อกรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่นและสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน
- เกิดชุดความรู้คู่มือให้กับอาสาสมัครและเครือข่ายผู้บริโภคเพื่อการคุ้มครองสิทธิผู้ใช้บริการรถโดยสารสาธารณะ และชุดความรู้เผยแพร่ให้กับประชาชนผู้บริโภคให้รู้สิทธิและตระหนักถึงความปลอดภัยในการใช้บริการรถโดยสารสาธารณะ
- พัฒนาเครือข่ายผู้บริโภคและสร้างกลไกเครือข่ายอาสาสมัคร ผู้เสียหาย เป็นกลไกเฝ้าระวังรถโดยสารปลอดภัยในพื้นที่ 5

2. ระบบการร้องเรียนและเยียวยาความเสียหาย

- ได้รับความร่วมมือจากสถานพยาบาลทั้งของรัฐและเอกชนที่รักษาพยาบาลผู้ประสบภัย ในการแจ้งสิทธิกับผู้ประสบเหตุในการรักษาพยาบาลและเรียกร้องเพื่อการเยียวยาความเสียหายอย่างเป็นธรรม
- มีผู้ใช้บริการรถโดยสารสาธารณะร้องเรียนมายังศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภค แบ่งเป็นผู้ร้องเรียนจากการประสบอุบัติเหตุ และเป็นการร้องเรียนด้านการบริการ
- ผู้ประสบอุบัติเหตุได้รับการชดเชยเยียวยาอย่างเป็นธรรม มีการใช้กระบวนการเจรจาไกล่เกลี่ยก่อนฟ้องศาล

ข้อจำกัด ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการแก้ไขปัญหา

1. ข้อจำกัดในด้านงบประมาณที่จำกัด โดยเฉพาะในส่วนของการสนับสนุนศูนย์คุ้มครองสิทธิทั้งในส่วนกลางและระดับภูมิภาค ทั้งเรื่องงานรณรงค์ การรับเรื่องร้องเรียน ที่ต้องมีความหลากหลายและต่อเนื่อง

2. การพัฒนามาตรการ กฎหมาย และนโยบายที่เกี่ยวกับงานคุ้มครองผู้บริโภค ที่มีอยู่แล้ว และเกิดขึ้นใหม่ให้ผู้บริโภครู้เท่าทันยังไม่บรรลุผลยังอยู่ในกระบวนการสร้างความเปลี่ยนแปลง เช่น กรณีรถโดยสารสาธารณะที่มีมาตรการให้ผู้บริโภคคาดเข็มขัดนิรภัย แต่ผู้บริโภคยังไม่ทราบ หรือ รถโดยสารบรรทุกเกินแต่ผู้บริโภคยังยินยอมใช้บริการ เป็นต้น

3. การพัฒนาเจ้าหน้าที่ อาสาสมัคร ยังทำไม่ได้ต่อเนื่อง ทั้งด้วยข้อจำกัดด้านงบประมาณและกระบวนการเรียนรู้ตามโครงการ

สรุปผลการดำเนินงานของฝ่ายสนับสนุนองค์กรผู้บริโภคและพัฒนานโยบาย มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค ปี 2558

ปี 2558 ฝ่ายสนับสนุนองค์กรผู้บริโภคและพัฒนานโยบาย ได้ดำเนินงานตามกรอบวิสัยทัศน์ เป้าหมาย และยุทธศาสตร์ของมูลนิธิฯ ผ่านโครงการต่าง ๆ 3 โครงการ คือ

1. โครงการสร้างความเข้มแข็งกลไกคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชน

โครงการนี้เป็นโครงการที่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจาก สสส. ระยะเวลาโครงการ 30 เดือน เริ่มตั้งแต่ 1 กันยายน 2557 จนถึง 28 กุมภาพันธ์ 2560 มีวัตถุประสงค์สำคัญ 3 ประการ คือ

1. เพื่อให้ความเห็น เสนอแนะนโยบาย มาตรการและติดตามการคุ้มครองผู้บริโภค

2. เพื่อสนับสนุนและเสริมสร้างความเข้มแข็งกลไกคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชน

3. เพื่อผลักดันให้เกิดกฎหมายองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

โดยมีรูปแบบ กลไก และบทบาทการดำเนินงานที่สำคัญหลัก ๆ ดังนี้

1) คณะกรรมการองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ภาคประชาชน เป็นกลไกสำคัญ ในการให้ความเห็น เสนอแนะนโยบาย มาตรการและติดตามการคุ้มครองผู้บริโภค

2) สนับสนุนการรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค โดยองค์กรผู้บริโภค 7 ภาค 44 หวัด

3) มีการศึกษาวิจัยที่ครอบคลุมการคุ้มครองผู้บริโภค 7 ด้าน ผ่านกลไกการทำงานคณะอนุกรรมการองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

ผลการดำเนินงานโครงการที่สำคัญที่ผ่านมา ได้สร้างความเปลี่ยนแปลงต่อระบบการคุ้มครองผู้บริโภคหลายประการ ได้แก่

1. โครงสร้างคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิตาม พ.ร.บ. ทวงถามหนี้ พ.ศ. 2558 ที่มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 6 มีนาคมที่ผ่านมา มีสาระสำคัญสอดคล้องกับข้อเสนอของคณะกรรมการองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชน อาทิเช่น กรรมการตามกฎหมายประกอบด้วยผู้แทนองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคทั้งระดับชาติและระดับจังหวัด การกำหนดระยะเวลาการติดตามทวงถามหนี้ การเพิ่มมาตรการเยียวยาความเสียหายให้กับลูกหนี้ที่ได้รับผลกระทบจากการติดตามทวงถามหนี้ ส่งผลให้มีผู้แทนองค์กรผู้บริโภคในหลายจังหวัดเข้าไปมีส่วนร่วมเป็น

คณะกรรมการจังหวัดและระดับชาติ เช่น สงขลา สมุทรสงคราม สมุทรสาคร นครปฐม ประจวบคีรีขันธ์ ราชบุรี ลำปาง พะเยา เชียงราย นนทบุรี และมูลนิธิฯ มีผู้แทนในคณะกรรมการระดับชาติ เป็นต้น

2. ร่างรัฐธรรมนูญที่ไม่ผ่านความเห็นชอบจากสภาปฏิรูปแห่งชาติ ได้กำหนดสาระใน “มาตรา 60 สิทธิผู้บริโภคย่อมได้รับความคุ้มครอง ให้มีองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคที่เป็นอิสระ ซึ่งมิใช่หน่วยงานของรัฐ ประกอบด้วยตัวแทนผู้บริโภคทำหน้าที่ให้ความเห็นเพื่อประกอบการพิจารณาของหน่วยงานรัฐในการตราและการบังคับใช้กฎหมายและกฎ ให้ความเห็นในการกำหนดมาตรการต่าง ๆ เพื่อคุ้มครองผู้บริโภค รวมทั้งตรวจสอบและรายงานการกระทำหรือการละเลยไม่กระทำการอันเป็นการคุ้มครองผู้บริโภค และเสนอทางแก้ไข เยียวยาความเสียหายที่ผู้บริโภคได้รับ สนับสนุนและส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีความรู้และทักษะที่จำเป็นด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ตลอดจนดำเนินคดีที่เป็นประโยชน์สาธารณะเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค ทั้งนี้ ตามที่กฎหมายบัญญัติ”

3. ทำให้รัฐประหยัดงบประมาณแผ่นดิน ไม่น้อยกว่า 7,000 ล้านบาท ในการใช้คูปองราคา 690 บาท ในการเปลี่ยนผ่านสู่ระบบดิจิทัลของ กสทช.

4. สภานิติบัญญัติแห่งชาติติดตามและตรวจสอบ กสทช. ที่ไม่กำหนดอัตราค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ตามระยะเวลาการใช้งานจริง และให้กำหนดในประกาศเรื่องการกระทำที่น่าจะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม โดยอาศัยการใช้เครือข่ายหรือการโฆษณาอันมีลักษณะเป็นการค้ากำไรเกินควร หรือก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญ พ.ศ. ... จากการยื่นจดหมายของคณะกรรมการองค์การอิสระฯ

5. ชนะคดีศาลปกครองกลาง กรณีการขึ้นค่าผ่านทางของบริษัท ดอนเมืองโทลล์เวย์ มีคำสั่งให้มติคณะรัฐมนตรีของ พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร และ พล.อ.สุรยุทธ์ จุลานนท์ ขัดต่อกฎหมาย เอื้อประโยชน์เอกชน สร้างภาระให้ผู้บริโภคเกินสมควร ไม่เหมาะสม และคดีแพ่งบริษัทรถยนต์เชฟโรเลต ซึ่งศาลแพ่งมีคำพิพากษาให้บริษัทจ่ายค่าชดเชยเยียวยาให้กับผู้บริโภคตามมูลค่าความเสียหายในการเช่าซื้อรถยนต์พร้อมดอกเบี้ย

6. ทำความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการแก้ไขปัญหาการส่งต่อผู้ป่วยในระบบการแพทย์ฉุกเฉิน เพื่อให้การบริการมีคุณภาพและผู้ป่วยไม่ถูกเรียกเก็บเงินเพิ่ม และได้ให้ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะในการแก้ไข (ร่าง) พ.ร.บ. ยา พ.ศ. ... และ (ร่าง) พ.ร.บ.ความปลอดภัยทางชีวภาพ ฯลฯ

ผลการดำเนินงานโครงการฯ ทำให้เกิดกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชน ที่จะสร้างความร่วมมือในการคุ้มครองผู้บริโภคระดับจังหวัดและระดับประเทศ สามารถยกระดับองค์กรผู้บริโภคจากการทำงานเฉพาะด้านให้พัฒนาเป็นศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคระดับจังหวัด จำนวน 44 จังหวัด และสามารถจดทะเบียนเป็นองค์กรนิติบุคคลด้านการคุ้มครองผู้บริโภคเพิ่มขึ้น เช่น สมาคมผู้บริโภคภาคตะวันตก สมาคมพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคจังหวัดสมุทรสงคราม สมาคมคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคประจวบคีรีขันธ์ สมาคมคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคสระบุรี สมาคมคุ้มครองผู้บริโภคร้อยเอ็ด จนเป็นที่รู้จัก และได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคทั่วประเทศ

บทบาทในการให้ความช่วยเหลือผู้บริโภค ได้ให้การช่วยเหลือผู้บริโภค จำนวน 2,485 เรื่อง ในระหว่างเดือนกันยายน 2557 - กันยายน 2558 รวมทั้งสนับสนุนการฟ้องคดีของผู้บริโภคมากกว่า 100 คดี และคดีสาธารณะที่สำคัญ เช่น การขึ้นค่าผ่านทางดอนเมืองโทลล์เวย์ การอนุญาตอาคารสูง 22 ชั้นของกรุงเทพมหานครในซอยร่วมฤดีที่มีความกว้างถนนไม่ถึง 10 เมตร รถยนต์ไม่ได้มาตรฐาน การชนะคดีถูกยึดเงินเมื่อบัตรเติมเงินหมดอายุ เป็นต้น

การพัฒนากลไกคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชน 44 จังหวัด ใน 7 ภูมิภาค ทำให้เกิดความร่วมมือ (MOU) กับหน่วยงานในพื้นที่ด้านการทำงานคุ้มครองผู้บริโภค เช่น สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัด สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด (สสจ.) หรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น จ.ร้อยเอ็ด จ.ลำปาง ร่วมมือกับชมรมสื่อสร้างสรรค์จังหวัดและ สสจ. ในการเฝ้าระวังโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมาย จ.เพชรบุรีได้รับการสนับสนุนจาก กสทช.ให้เป็น “เพชรบุรีโมเดลในการจัดการปัญหาการโฆษณาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพเกินจริง ผิดกฎหมาย” รวมถึงภาคกลางทั้ง 8 จังหวัด ได้ทำความร่วมมือกับ สสจ.และประชาสัมพันธ์จังหวัด ส่วน จ.พะเยา ร่วมมือกับผู้ว่าราชการจังหวัด สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา เพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหาการถูกหลอกจากบริษัททัวร์

จ.ประจวบคีรีขันธ์ ทำข้อตกลงร่วมกับจังหวัดในการร่วมแก้ปัญหารถโดยสารสาธารณะปลอดภัย พร้อมทั้งนำไปสู่การแต่งตั้งคณะกรรมการรถโดยสารสาธารณะปลอดภัยระดับจังหวัด รวมถึงเริ่มทดลองจัดตั้งคณะกรรมการสภาผู้บริโภคระดับจังหวัด ได้แก่ จ.ร้อยเอ็ด บุรีรัมย์ ยโสธร และอำนาจเจริญ โดยในเบื้องต้นโครงสร้างคณะกรรมการประกอบด้วยผู้แทนคณะกรรมการองค์การอิสระเพื่อผู้บริโภค ผู้แทนเครือข่ายองค์กรผู้บริโภค กลุ่มตัวแทนเยาวชนผู้บริโภค นักวิชาการ และที่ปรึกษาจากส่วนราชการในด้านต่าง ๆ ที่กำกับดูแลด้านสาธารณสุข ธุรกิจ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ฯลฯ รวมทั้งเกิดกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชนในรูปแบบของ “สภาผู้บริโภค” ในระดับจังหวัดอีกด้วย

นอกจากนี้ ยังมีระบบฐานข้อมูลการรับเรื่องร้องเรียนที่มีประสิทธิภาพในการบันทึกข้อมูล ใช้ประโยชน์ร่วมกันเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคใน 44 จังหวัด มีรายงานผลสถิติงานรับเรื่องร้องเรียนปัญหาผู้บริโภค ที่รวบรวมข้อมูลจากองค์กรผู้บริโภคที่ร่วมเป็นภาคีเครือข่ายรวม 7 ภาค และของมูลนิธิฯ เข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบทุก 6 เดือน โดยในรายงานได้แสดงให้เห็นจำนวนเรื่องร้องเรียนจากประชาชนทั่วประเทศต่อกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชนระหว่างเดือนกันยายน 2557 - กันยายน 2558 รวม 2,485 เรื่อง โดยในจำนวนนี้สิ้นสุดการดำเนินการแล้ว 1,392 เรื่อง หรือเกินกว่าครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 56) ซึ่งสะท้อนถึงศักยภาพของภาคีเครือข่าย

ไม่เพียงเท่านั้น ยังมีการบันทึกข้อมูลในประเด็นต่าง ๆ ที่สามารถนำไปใช้วางแผนพัฒนาขีดความสามารถให้แก่องค์กรผู้บริโภคได้ รวมทั้งบันทึกกรณีตัวอย่างและแนวปฏิบัติในการแก้ปัญหาจากกลไกภาคต่าง ๆ เพื่อเป็นข้อมูลสนับสนุนการใช้สิทธิและสร้างความเข้มแข็งให้แก่ภาคีเครือข่ายองค์กรผู้บริโภคได้ ซึ่งในการอบรมการใช้โปรแกรมบันทึกการรับเรื่องร้องเรียนพบว่า ได้บันทึกปัญหาอุปสรรคในการใช้งานจริงจากการอบรมทุกครั้ง เพื่อนำ

ข้อมูลที่ได้ เช่น ปัญหา ข้อติดขัด ข้อเสนอแนะจากกลุ่มเป้าหมายที่ใช้งานจริง (User) ฯลฯ ไปใช้พัฒนาโปรแกรมเพื่อให้ใช้งานได้ง่ายและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

การพัฒนาช่องทางการสื่อสารกับผู้บริโภคหลากหลายช่องทาง แบ่งได้ 3 ลักษณะ คือ

1. การสื่อสารไปยังผู้บริโภคโดยตรงผ่านการใช้สื่อดิจิตอล ประกอบด้วย เว็บไซต์ www.indyconsumers.org, www.facebook.com, ทวิตเตอร์ (twitter), ไลน์ (LINE) และกูเกิลพลัส (google+)
2. การสื่อสารผ่านสื่อมวลชน โดยการส่งข่าวเผยแพร่ (press release) การจัดแถลงข่าว (press conference) การจัดกิจกรรมเพื่อให้เป็นข่าว เช่น การยื่นจดหมายถึงหน่วยงานต่าง ๆ เป็นต้น
3. การจัดกิจกรรมกับผู้บริโภคเพื่อสื่อสารเนื้อหาสาระที่เป็นเป้าหมาย เช่น การจัดประกวดข่าวคุ้มครองผู้บริโภคยอดเยี่ยม การจัดสภาผู้บริโภค ฯลฯ

จากการพัฒนาช่องทางการสื่อสารให้กับผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ ได้จัดระบบในการเผยแพร่ข้อมูล www.indyconsumers.org, www.seaconsumers.org, www.facebook.com/cindependence เฟซบุ๊กขององค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค และได้ขึ้นข้อมูลรายสัปดาห์ ในรูปแบบอินโฟกราฟฟิก 7 ด้าน โดยที่องค์กรผู้บริโภคตามภูมิภาคได้นำข้อมูลไปจัดฝึกอบรมการรับเรื่องร้องเรียนและแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภคในพื้นที่ เช่น ภาคเหนือ ภาคตะวันออก ภาคกลาง ภาคอีสาน ภาคตะวันตก เป็นต้น รวมถึงหน่วยงานรัฐยังได้นำข้อมูลไปจัดนิทรรศการในการจัดเวทีรับฟังความคิดเห็น ร่าง พ.ร.บ.องค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคของสภาปฏิรูปแห่งชาติ คณะคุ้มครองผู้บริโภคฯ อีกทั้งได้ดำเนินการแปลข่าวสารสำคัญเพื่อเผยแพร่อีกด้วย

อย่างไรก็ดี ทีมงานยังได้กำกับติดตามผลงาน เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนางานให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น เช่น การติดตามยอดการเข้าชมหรือติดตามเนื้อหาที่นำเสนอผ่านสื่อดิจิตอล เช่น การเข้าชม การเผยแพร่ต่อ (Share) การกดถูกใจ (like) การติดตามข่าวที่นำเนื้อหาจากโครงการฯ แต่ละชิ้นไปนำเสนอ (News Clipping) การทำโพล (Poll) ในประเด็น “รู้จักและเข้าใจองค์กรอิสระเพื่อผู้บริโภคฯ หรือไม่ อย่างไร” การถอดบทเรียนการทำงานสื่อสารระหว่างทาง (6 เดือน) และหลังจากทำกิจกรรมเสร็จสิ้น ได้นำข้อมูลมาปรับปรุงการทำงานอยู่เป็นระยะ

ไม่เพียงเท่านั้น ยังได้พัฒนาเนื้อหาและรูปแบบเพื่อสื่อสารกับผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดผลงานที่เกิดประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมายหลากหลายลักษณะ เช่น

- สื่ออินโฟกราฟฟิก (Infographic) นำเสนอข้อมูลเพื่อสนับสนุนร่าง พ.ร.บ.องค์การอิสระของผู้บริโภคฯ ให้กระชับ เข้าใจง่าย และทันสมัย สะท้อนรูปธรรมที่เชื่อมโยงไปถึงประเด็นหลักทั้ง 7 ด้าน เช่น “3 เคล็ดลับรู้ทันประกันไม่ต้องตรวจสุขภาพ” จำนวนคนเผยแพร่ต่อ 166 ครั้ง หรือ “สิทธิของคนชอบบิน” เผยแพร่ข้อมูลให้ผู้บริโภคทราบถึงสิทธิของผู้โดยสาร กรณีที่เที่ยวบินล่าช้า มีจำนวนคนเผยแพร่ข้อมูลต่อจำนวน 63 ครั้ง

- การจัดทำบทสรุปงานวิจัยเพื่อสื่อสารกับผู้บริโภค โดยเฉพาะในประเด็นที่มีความซับซ้อน

- การสรุปคำพิพากษาคดีผู้บริโภค ให้เป็นกรณีตัวอย่างในการสร้างความรู้และความเข้าใจ เพื่อสร้างความเข้มแข็งทั้งแก่ผู้บริโภค และผู้ปฏิบัติงานในกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชน จำนวน 5 เรื่อง ได้แก่ 1. คดีละเมิดทางการแพทย์ 2. คดีบอกเลิกสัญญาจะซื้อจะขายบ้านเอื้ออาทรไม่เป็นธรรม โครงการบ้านเอื้ออาทรเขตรังสิต 3. คดีบอกเลิกสัญญาจะซื้อจะขายบ้านเอื้ออาทรไม่เป็นธรรม โครงการบ้านเอื้ออาทรเขต 4. คดีผิดสัญญารับส่งคนโดยสาร และ 5. คำพิพากษาคดีซอยร่วมฤดี กรณีก่อสร้างอาคารสูงในซอยถนนกว้างไม่ถึง 10 เมตรตลอดแนว

การเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นจริง เพื่อเป็นทางเลือกให้ผู้บริโภคในการซื้อสินค้าและบริการผ่านการทดสอบผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น หูฟัง กล้องถ่ายรูปดิจิตอล เครื่องโกนหนวดไฟฟ้า อัลตราบุ๊ค จักรเย็บผ้า เสื้อชุดป้องกันรังสียูวี ครีมลดริ้วรอย และรายงานการสำรวจจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมของร้านค้าปลีก ผู้ผลิตคอมพิวเตอร์มือถือ (Tablets) ผู้ผลิตลูกฟุตบอลและผู้จัดจำหน่ายเมล็ดกาแฟ ความปลอดภัยของรางปลั๊กไฟ ไข่กุ้ง น้ำมันทอดซ้ำในกาน่าฉ่าย ยาสีฟันไวท์เทนนิ่ง ฯลฯ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และเผยแพร่ข้อมูลผ่านนิตยสารฉลาดซื้อรายเดือน โดยมีสมาชิกไม่น้อยกว่า 5,500 คน และเผยแพร่ผ่าน Facebook นิตยสารฉลาดซื้อ www.indyconsumers.org ไม่น้อยกว่า 100,000 คน รวมทั้งการเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน

ส่วนการศึกษาวิจัย ที่ครอบคลุมทั้ง 7 ด้าน มีดังนี้

1) การศึกษาวิจัยเรื่องสถานการณ์ความปลอดภัยของการบริโภคน้ำดื่ม ที่ผลิตจากเครื่องผลิตน้ำดื่มยอดเหรียญ

2) การศึกษาวิจัยเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคในการบังคับใช้ พ.ร.บ.อาคารชุด พ.ศ. 2522 กรณีศึกษาแบบของสัญญาจะซื้อจะขายห้องชุด

3) การศึกษาวิจัยเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนในการตั้งสถานีวิทยุคมนาคม

4) การศึกษาวิจัยเรื่องค่าใช้จ่ายผู้บริโภค กรณีรับบริการสุขภาพแบบฉุกเฉินและการตรวจสุขภาพ

5) การศึกษาวิจัยเรื่องการกำกับการโฆษณาชักชวนผู้บริโภคในการลงทุนและซื้อประกัน

6) การศึกษาวิจัยเรื่องความรับผิดเพื่อชำรุดบกพร่องในสัญญาซื้อขายรถยนต์และการคุ้มครองผู้บริโภค: ศึกษากรณีคดีพิพาทเกี่ยวกับความชำรุดบกพร่องของรถยนต์เชฟโรเลต

7) การศึกษาวิจัยเชิงปฏิบัติการ เรื่องการผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์เพื่อใช้ในครัวเรือน

จากการศึกษาวิจัยพบว่างานวิจัยบางเรื่องสามารถทำให้เกิดผลกระทบต่อการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นจำนวนมาก เช่น งานศึกษาวิจัยสถานการณ์ความปลอดภัยของการบริโภคน้ำดื่มที่ผลิตจากเครื่องผลิตน้ำดื่มหยอดเหรียญ จากผลการศึกษาพบว่าข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญในพื้นที่กรุงเทพมหานครทั้งหมด 18 เขต จำนวน 855 ตู้ พบว่าตัวอย่างตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญที่ได้สำรวจมีใบอนุญาตประกอบกิจการเพียงร้อยละ 8.24 เท่านั้น ซึ่งการขออนุญาตการประกอบกิจการตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญของสำนักงานเขต 18 เขต มีทั้งสิ้น 1,117 ราย เท่านั้น แสดงว่ายังมีตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญอีกเป็นจำนวนมากที่ยังไม่ได้รับใบอนุญาต อีกทั้งสถานที่ตั้งตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญส่วนใหญ่ไม่เป็นไปตามคำแนะนำของคณะกรรมการสาธารณสุข

นอกจากนี้ งานวิจัยด้านสุขภาพเรื่องค่าใช้จ่ายผู้บริโภค กรณีรับบริการสุขภาพแบบฉุกเฉินและการตรวจสุขภาพ ซึ่งผลงานวิจัยนำไปสู่เวทีความร่วมมือของ 3 กองทุน คือ กองทุนประกันสังคม, หลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า และข้าราชการ ซึ่งทั้ง 3 กองทุนมีระบบคิดแบบเดียวกัน คือ ประชาชนไม่ว่าจะใช้สิทธิใดก็คือผู้ป่วย ผู้ป่วยต้องการหลักประกันและไม่ต้องกังวลกับสถานะทางการเงิน ทุกคนต้องได้รับการรักษาเพราะเป็นสิทธิของความเป็นมนุษย์ ทั้งนี้ การใช้สิทธิ “ฉุกเฉิน” สามารถใช้ได้ทุกที่โดยผู้ป่วยไม่ต้องจ่ายเงินเพิ่ม ซึ่งกองทุนพยายามหากติกากลางเพื่อทำให้โรงพยาบาล ผู้จ่ายเงินยอมรับกติการ่วมกัน โดยการแพทย์ฉุกเฉินจึงพยายามทำระบบ Preauthorization ว่าถ้าผู้ป่วยฉุกเฉินเข้ามาที่โรงพยาบาลแล้วพบว่าอาการเข้าขั้นเกณฑ์สีแดง ก็จะเข้าสู่กระบวนการเคลียร์รูปแบบใหม่ทันที

รวมถึง ยังมีงานวิจัยที่สำคัญที่อาจทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการใช้พลังงานในประเทศ ซึ่งเป็นนโยบายหลักของรัฐบาล คือ การศึกษาวิจัยเชิงปฏิบัติการ เรื่องการผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์เพื่อใช้ในครัวเรือน ที่สร้างกระแสการเปลี่ยนแปลงให้กับผู้บริโภค ดังจะเห็นได้จากที่คณะผู้วิจัยจัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้กับผู้บริโภคที่สนใจจำนวน 2 ครั้งด้วยกัน มีผู้แจ้งความประสงค์เข้าร่วมอบรมจำนวนมากกว่า 200 คน ขณะที่คณะผู้วิจัยสามารถรองรับผู้เข้าอบรมได้เพียงครั้งละ 70 คนเท่านั้น หลังการอบรมผู้บริโภคในหลายจังหวัดได้ติดต่อให้ทีมวิทยากรและนักวิจัยไปให้ความรู้ นอกจากนั้นผู้บริโภคจาก จ.สมุทรสงคราม ลพบุรี ได้นำไปขยายผลด้วยการติดตั้งแผงโซล่าเซลล์เพื่อใช้อีกด้วย ด้านเครือข่ายผู้บริโภคภาคอีสานนำข้อมูลการวิจัยด้านสื่อและโทรคมนาคมไปใช้ในการแก้ไขปัญหากรณีร้องเรียน ร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จ.ชัยภูมิ และศรีษะเกษอีกด้วย

การจัดงาน “สมัชชาผู้บริโภค” ประจำปี เมื่อวันที่ 15 - 16 มีนาคม 2558 ที่โรงแรมเซ็นจูรี่ พาร์ค กรุงเทพฯ โดยคณะกรรมการองค์การอิสระฯ มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค ร่วมกับคณะกรรมาธิการคุ้มครองผู้บริโภค สภาปฏิรูปแห่งชาติ (สปช.คุ้มครองผู้บริโภค) เครือข่ายองค์กรผู้บริโภคทั่วประเทศ และ สสส. มีจำนวนผู้เข้าร่วมงาน 300 คน ประกอบด้วย เครือข่ายองค์กรผู้บริโภคทั่วประเทศ นักวิชาการ นักกฎหมาย และผู้แทนหน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ อาทิ สำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ (สปสช.) กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค (บก.ปคบ.) เป็นต้น

งานนี้จัดขึ้นเพื่อเปิดพื้นที่และเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคและประชาชนมีส่วนร่วมในการติดตามสถานการณ์และการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในรอบปี และร่วมกันเสนอแนะแนวทาง มาตรการ ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค ร่วมกันรณรงค์เนื่องในวันสิทธิผู้บริโภคสากล รวมถึงคณะกรรมการองค์การอิสระฯ ได้นำเสนอผลงานที่สำคัญต่อสาธารณะ อาทิ การผลักดันให้ กสทช.คิดราคาคูปอง 690 บาท ซึ่งช่วยรัฐประหยัดงบประมาณแผ่นดินได้ถึง 7,000 ล้านบาท การผลักดัน พ.ร.บ.การทวงถามหนี้ เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคจากการทวงหนี้ที่ไม่เป็นธรรม การยื่นข้อเสนอต่อการปฏิรูปการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อบรรจุในรัฐธรรมนูญ การยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคเทียบเท่าระดับสากล เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังมีการแถลงความร่วมมือกับหน่วยงานรัฐในการผลักดันร่าง พ.ร.บ.องค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ... โดยหวังสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานรัฐและปฏิรูประบบการคุ้มครองผู้บริโภคให้เท่าทันยุคเศรษฐกิจดิจิตอลด้วย และรณรงค์ผลักดันกฎหมายองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคผ่านการยื่นหนังสือ

ถึงนายกรัฐมนตรี ประธานสภาปฏิรูปแห่งชาติ ประธานคณะกรรมาธิการยกร่างรัฐธรรมนูญ เพื่อให้บรรจุและเร่งออกกฎหมายองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคด้วย

ขณะที่ การจัดทำคู่มือผู้บริโภคศึกษา จะประกอบด้วยเนื้อหาความรู้ทั่วไปเรื่องสิทธิผู้บริโภค ความหมายของผู้บริโภค ความเข้าใจเรื่องบริโภคศึกษาและข้อมูลสิทธิผู้บริโภค 7 ด้าน โดยรวมเป็น 1 เล่ม มีจำนวนคาบการสอน 10 คาบเรียน คาบละ 50 นาที ซึ่ง 3 บทแรกจะพูดถึงเรื่องสิทธิผู้บริโภค และอีก 7 บทเป็นเนื้อหาผู้บริโภคศึกษาใน 7 ด้าน ซึ่งจะได้นำไปทดลองใช้ในโรงเรียนทั้ง 7 ภูมิภาคต่อไป

ปัจจัยที่ทำให้เกิดผลสำเร็จ

1.คณะกรรมการองค์การอิสระฯ และคณะอนุกรรมการองค์การอิสระฯ มีผลงานวิชาการที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในเชิงนโยบายหลายเรื่อง เช่น

งานวิจัยด้านสุขภาพ เรื่องค่าใช้จ่ายผู้บริโภค กรณีรับบริการสุขภาพแบบฉุกเฉินและการตรวจสุขภาพ จากงานวิจัยนำไปสู่เวทีความร่วมมือของ 3 กองทุน คือ กองทุนประกันสังคม, หลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า และข้าราชการ ซึ่งมีแนวคิดเดียวกัน คือ ประชาชนไม่ว่าจะใช้สิทธิใดก็คือผู้ป่วย ผู้ป่วยต้องการหลักประกันและไม่ต้องกังวลกับสถานะทางการเงิน ทุกคนต้องได้รับการรักษาเพราะเป็นสิทธิมนุษยชน การใช้สิทธิ “ฉุกเฉิน” สามารถใช้ได้ทุกที่โดยผู้ป่วยไม่ต้องจ่ายเงินเพิ่ม

งานวิจัยด้านอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ เรื่องตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญ จากผลงานวิจัยทำให้ผู้บริโภคหน่วยงานกรุงเทพมหานคร ภาคธุรกิจรายย่อยตื่นตัว และสำรวจความสะอาด ความปลอดภัยให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด ทั้ง 50 เขตในพื้นที่กรุงเทพฯ เป็นต้น

2. มีระบบรับเรื่องร้องเรียนในศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค 44 จังหวัดที่มีประสิทธิภาพ สามารถใช้ข้อมูลร่วมกันเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค การพัฒนาระบบการรับเรื่องร้องเรียนที่มีประสิทธิภาพเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคในพื้นที่ได้เข้าถึงข้อมูล ข้อเท็จจริงครบถ้วนรอบด้าน

3. การทำความร่วมมือขององค์กรผู้บริโภค 44 จังหวัด 7 ภูมิภาคกับหน่วยงานในพื้นที่สาธารณสุขจังหวัด องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการขับเคลื่อนงานคุ้มครองผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง

4. การสื่อสารกับผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ www.facebook.com www.indyconsumers.org และผ่านสื่อมวลชน

5. สื่อมวลชนนำเสนอข่าว การตรวจสอบ การให้ความเห็น ข้อมูลข้อเท็จจริงที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในหลายเรื่องที่ผ่านมา

ปัญหาอุปสรรคที่พบ

1. ปัญหาอุปสรรคที่สำคัญของโครงการฯ คือ สคบ. ไม่สนับสนุนและไม่เห็นด้วยกับการมีองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค
2. ปัญหาทางการเมืองทำให้กิจกรรมหลักในการผลักดันกฎหมายองค์การอิสระฯ ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้
3. เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานในโครงการขาดความเชี่ยวชาญงานคุ้มครองผู้บริโภคในบางประเด็น ทำให้เกิดความล่าช้าในการปฏิบัติงาน เช่น การทำงานร่างคู่มือผู้บริโภคศึกษา สำหรับใช้สอนให้กับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น

<u>2. โครงการศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน กรุงเทพมหานคร 2558</u>

โครงการนี้เป็นโครงการที่ได้รับการสนับสนุนจาก สปสช.เขต 13 กรุงเทพมหานคร ให้กับศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน จำนวน 25 ศูนย์และหน่วยรับเรื่องร้องเรียนที่เป็นอิสระตามมาตรา 50(5) 22 ศูนย์ ระยะเวลาโครงการ 7 เดือน เริ่มตั้งแต่ 1 มีนาคม 2558 จนถึง 30 กันยายน 2558 โดยมีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ

1.เพื่อเผยแพร่ข้อมูลความรู้ สร้างความเข้าใจ ส่งเสริมการเข้าถึงสิทธิ และคุ้มครองสิทธิอันพึงมีพึงได้ของประชาชนในสิทธิหลักประกันสุขภาพ

2.เพื่อเสริมศักยภาพศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน และหน่วยรับเรื่องร้องเรียนให้เป็นอิสระตามมาตรา 50(5) ให้สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาระบบหลักประกันสุขภาพมาตรฐานเดียว

ผลการดำเนินงานที่สำคัญที่ผ่านมา ได้แก่

1. ทำความร่วมมือกับหน่วยบริการในการสร้างความเข้าใจให้กับผู้บริโภค เพื่อลดความแออัดของโรงพยาบาลวชิระ (วชิรพยาบาล) โดยให้ใช้บริการปฐมภูมิที่ศูนย์บริการสาธารณสุข 68 ศูนย์ทั่วกรุงเทพฯ และศูนย์ประสานงานฯ ได้เข้าร่วมโครงการนำร่องหมอครอบครัวของคลินิก เป็นการเพิ่มช่องทางการเข้าถึงบริการและสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชน ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ
2. ขยายพื้นที่การทำงานศูนย์ประสานงานภาคประชาชน 5 พื้นที่ ได้แก่ (1) ศูนย์บางบอน/บางขุนเทียน (2) ศูนย์ทุ่งครุ/คลองสาน (3) ศูนย์วัฒนา/ดินแดง/ห้วยขวาง (4) ศูนย์บางกอกใหญ่/บางกอกน้อย (5)

ศูนย์ภาษีเจริญ/หนองแขม และขึ้นทะเบียนศูนย์ 50(5) เพิ่ม 5 ศูนย์ คือ (1) ศูนย์จตุจักร/ลาดพร้าว (2) ศูนย์พระนคร/ป้อมปราบ (3) ศูนย์บางซื่อ/พญาไท (4) ศูนย์ปทุมวัน/บางรัก/สัมพันธวงศ์ และ (5) ชมรมเพื่อนโรคไต

3. พัฒนาศักยภาพทีมวิทยากรในระดับพื้นที่ 7 พื้นที่โดยใช้กระบวนการหลัก คือ (1) เส้นทาง 15 ปีการมีส่วนร่วมของประชาชนในระบบหลักประกันสุขภาพ (2) สถานการณ์ความสั่นคลอนต่อระบบหลักประกันสุขภาพจากข่าวที่ได้ยิน (3) คำถามเรื่องสิทธิประโยชน์ มีผู้เข้าร่วมเวทีครั้งละ 30 คน ผลจากการฝึกอบรมได้สร้างความร่วมมือในการทำงานต่อเนื่องกับภาคีเครือข่ายอาสาสมัครสาธารณสุข (อสส.) เครือข่ายเยาวชน เครือข่ายสตรี และเครือข่ายผู้พิการ
4. พัฒนาศักยภาพศูนย์ประสานงานการจัดการเรื่องร้องเรียนระบบข้อมูลและการจัดการระบบข้อมูล (User Manual) และอบรมการใช้คอมพิวเตอร์ให้กับแกนนำที่ยังไม่สามารถใช้คอมพิวเตอร์ได้ ซึ่งทำให้การจัดระบบข้อมูลการรับเรื่องร้องเรียนมีประสิทธิภาพมากขึ้น จะเห็นได้จากการประเมินผลการทำงานที่ผ่านมา มีศูนย์ฯ ผ่านเกณฑ์การประเมินระดับ A เพิ่มเป็น 5 ศูนย์ ระดับ B 7 และระดับ C 5 ศูนย์ตามลำดับ ซึ่งระดับ C ลดลงเป็นจำนวนครึ่งหนึ่งจากปีที่ผ่านมา
5. จัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้การแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนร่วมกับศูนย์พิทักษ์สิทธิฯ ซึ่งศูนย์ประสานงานฯ มีเรื่องร้องเรียนรวมทั้งสิ้น 361 เรื่อง โดยแบ่งเป็นหมวดการใช้สิทธิฉุกเฉิน 36 เรื่อง การส่งต่อ 62 เรื่อง การถูกเรียกเก็บเงิน 12 เรื่อง การจ่ายยานอกบัญชียาหลักและเรียกเก็บเงิน 78 เรื่อง คุณภาพมาตรฐานการให้บริการ 19 เรื่อง ไม่ได้รับความสะดวกในการรับบริการ 56 เรื่อง และการให้คำปรึกษาสิทธิอื่น ๆ 98 เรื่อง ซึ่งเรื่องร้องเรียนได้รับการแก้ไขให้เป็นศูนย์ คือไม่มีเรื่องคงค้างระบบ

ปัญหาอุปสรรคที่สำคัญ

- คณะกรรมการฯ ภาคประชาชนที่เข้าไปเป็นกรรมการคลินิกยังไม่เข้าใจบทบาทในการพัฒนาคุณภาพบริการ

<u>3. โครงการสร้างเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์</u>

โครงการนี้เป็นโครงการที่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจาก กสทช. ระยะเวลาโครงการ 1 ปี เริ่มตั้งแต่ 1 มิถุนายน 2557 จนถึง 31 พฤษภาคม 2558 โดยมีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ

1. เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคให้เกิดการเชื่อมโยงการทำงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์อย่างมีประสิทธิภาพ

2. เพื่อสร้างกลไกความร่วมมือและการมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ทั้งระดับประเทศและระดับพื้นที่

3. เพื่อเป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้กับผู้บริโภคเกิดความตระหนัก ตื่นตัว และรู้เท่าทันสื่อวิทยุ - โทรทัศน์

ผลการดำเนินที่สำคัญที่ผ่านมาได้สร้างการเปลี่ยนแปลงการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์หลายประการ ได้แก่

1. เกิดกลไกความร่วมมือการคุ้มครองผู้บริโภคที่สำคัญร่วมกับ สสจ.ในการจัดการโฆษณาผิดกฎหมาย
2. เกิดการตื่นตัวในการเฝ้าระวังโฆษณาผิดกฎหมาย โดย กสทช.ทำความร่วมมือกับเครือข่ายผู้บริโภคในระดับพื้นที่เขต ให้มีอาสาสมัครเฝ้าระวังเพิ่มมากขึ้นในส่วนของ กสทช.เขต
3. เกิดความร่วมมือระหว่างเครือข่ายผู้บริโภคกับผู้ประกอบการโครงข่ายในการจัดการปัญหาโฆษณาผิดกฎหมาย ด้วยการตั้งกลุ่มในโปรแกรมแอพพลิเคชั่น “ไลน์” (LINE) เมื่อผู้บริโภคพบปัญหาสามารถแจ้งได้ทันที เพื่อรีบดำเนินการแก้ไข
4. ได้รับความร่วมมือจากสถานศึกษาในการทดลองใช้คู่มือคุ้มครองผู้บริโภคด้านสื่อ ด้วยการสร้างแกนนำเยาวชนให้ตระหนักและรู้เท่าทันสื่อ อีกทั้งได้ขยายผลการเฝ้าระวังในพื้นที่กรุงเทพฯ
5. เกิดกลไกการทำงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างต่อเนื่อง ในพื้นที่ 12 จังหวัด 5 ภาค ได้แก่
    - ภาคตะวันตก: เพชรบุรี สมุทรสาคร กาญจนบุรี
    - ภาคกลาง: กรุงเทพฯ
    - ภาคเหนือ: พะเยา ลำปาง เชียงใหม่
    - ภาคอีสาน: ขอนแก่น ร้อยเอ็ด
    - ภาคใต้: สุราษฎร์ธานี สงขลา สตูล

ปัญหาอุปสรรคที่สำคัญ

- ขาดข้อมูลสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐว่าโฆษณาใดได้รับอนุญาตแล้ว ทำให้ยังมีโฆษณาที่ผิดกฎหมายในปัจจุบัน

สรุปผลการดำเนินงานของฝ่ายเผยแพร่ มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค ปี 2558

กิจกรรมในช่วงปี 2558 ของฝ่ายเผยแพร่ประกอบด้วย

นิตยสารฉลาดซื้อ 12 ฉบับ

ฉบับที่	เดือน	ปก
167	ม.ค.58	25+
168	ก.พ.58	อุปกรณ์วัดความฟิต
169	มี.ค.58	ไอศกรีม
170	เม.ย.58	รถเมล์เมืองกรุง
171	พ.ค.58	ประสิทธิภาพเครื่องปั่นและเครื่องบดไฟฟ้า
172	มิ.ย.58	จำไว้ เธอไม่ใช่นม(ข้นหวาน)
173	ก.ค.58	เตรียมพร้อมก่อนใช้การฟ้องคดีแบบกลุ่ม
174	ส.ค.58	พลังงานที่ซ่อนอยู่ในแซนวิชแฮมชีส
175	ก.ย.58	แบรนด์รองเท้าวิ่งกับความรับผิดชอบต่อสังคม
176	ต.ค.58	ได้ฤกษ์เปลี่ยนปลอกหมอนใหม่เสียที
177	พ.ย.58	บริการรถตู้สาธารณะ
178	ธ.ค.58	ประสิทธิภาพเครื่องดูดฝุ่น

จำนวนสมาชิก (เล่ม / ออนไลน์) ทั้งสิ้น 3,901 ราย

- สมาชิก (ตัวเล่ม) 2,918 ราย คิดเป็นร้อยละ 74.80
  สมาชิกออนไลน์ 983 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.19

ยอดสมาชิกแต่ละปี

สมาชิก (ราย)	**ปี 56**	**ปี 57**	**พ.ค.58**
สมาชิก (ตัวเล่ม)	2,760	2,323	2,918
สมาชิกออนไลน์	1,027	992	983
รวม	**3,787**	**3,315**	**3,901**

หนังสือที่จัดพิมพ์

ฝ่ายเผยแพร่ ผลิตเพื่อจำหน่ายและเพื่อเผยแพร่ความรู้ภายใต้โครงการฯ ดังนี้

- หนังสือที่จัดพิมพ์ เพื่อจำหน่าย พิมพ์ปี 2558 จำนวน 3 เล่ม
  1. Face it ท้าวัยลิขิต
  2. รวมผลทดสอบ 2015 เล่ม 1
  3. รวมผลทดสอบ 2015 เล่ม 2
- หนังสือที่จัดพิมพ์เพื่อเผยแพร่ความรู้ภายใต้โครงการฯ มี ดังนี้

1. โครงการสร้างความเข้าใจและผลักดันองค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค พิมพ์ปี 2558 จำนวน 1 เล่ม
   1. บันทึกการคุ้มครองผู้บริโภค 58 (รายงานความก้าวหน้า กย. 57 - กพ. 58)

2. โครงการสร้างเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พิมพ์ปี 2558 จำนวน 2 เล่ม

1. รายงานการถอดบทเรียนโครงการสร้างเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

2. จับตาย!!! โฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพผิดกฎหมาย

3. โครงการเสริมพลังผู้บริโภคและผู้ประกอบการเพื่อรถโดยสารปลอดภัย พิมพ์ปี 2558 จำนวน 4 เล่ม

1. คู่มือ อาสาสมัครพิทักษ์สิทธิผู้บริโภครถโดยสารสาธารณะ

2. ระบบรถโดยสารสาธารณะของประเทศไทย

3. คู่มือโดยสารปลอดภัย เล่ม 1

4. คู่มือโดยสารปลอดภัย เล่ม 2