



รายงานผลตามการปฏิบัติตามมาตรการจัดการผลกระทบทางลบที่อาจเกิดขึ้นต่อสังคม  
ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค  
(รอบ ๑๒ เดือน ตุลาคม ๒๕๖๐ - กันยายน ๒๕๖๑)

รายงานผลการปฏิบัติตามมาตรการจัดการผลกระทบทางลบที่อาจเกิดขึ้นต่อสังคม  
ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๑  
รอบ ๑๒ เดือน (ตุลาคม ๒๕๖๐ – กันยายน ๒๕๖๑)

ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินงาน	มาตรการจัดการผลกระทบ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ	สถานะดำเนินการ	ผลการดำเนินงาน/เอกสารหลักฐาน
<p>๑. สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค มีคู่มือปฏิบัติงานของเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค ยังไม่ครบทุกประเภททำให้เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคบางส่วนไม่ทราบแนวทางการปฏิบัติงานคุ้มครองผู้บริโภคทำให้การปฏิบัติงานขาดความสอดคล้องไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน</p> <p>หมายเหตุ: ผลกระทบฯเดิม แต่ดำเนินการตามมาตรการที่กำหนดยังไม่แล้วเสร็จ</p>	<p>๑. จัดทำคู่มือการปฏิบัติงานของเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคให้เหมาะสมกับเครือข่ายแต่ละประเภท ประเภทเครือข่ายแบ่งเป็น ๑) เครือข่ายภาครัฐ ๒) เครือข่ายภาคเอกชน ๓) เครือข่ายสถานศึกษา ๔) เครือข่ายต่างประเทศ (เครือข่ายภาคประชาสังคมดำเนินการเสร็จแล้วในปี๒๕๖๐)</p> <p><b>เป้าประสงค์</b> -การปฏิบัติงานของเครือข่ายเป็นไปในทิศทางเดียวกัน</p> <p><b>ตัวชี้วัด</b> -คู่มือการปฏิบัติงานของเครือข่ายแต่ละประเภท เป้าหมาย ๔ ฉบับ (ปี ๖๐ ดำเนินการแล้วเสร็จ ๑ ประเภทเครือข่าย)</p>	<p>กผป.</p>	<p>ไม่มี</p>	<p style="text-align: center;">-</p>
<p>๒. ช่องทางการเตือนภัยสินค้าและบริการที่ไม่ปลอดภัยยังไม่เป็นที่แพร่หลาย ประชาชนไม่ทราบถึงช่องทางการรับข่าวสารเตือนภัยทำให้ประชาชนบริโภคสินค้าและบริการที่อาจก่อให้เกิดอันตราย</p>	<p>๒.๑ เพิ่มช่องทางการเตือนภัยสินค้าและบริการที่ไม่ปลอดภัย</p> <p>๒.๒ ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทราบ</p>	<p>กผป. กคณ.</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/>ดำเนินการแล้ว</p> <p><input type="checkbox"/>อยู่ระหว่างดำเนินการ</p>	<p>๒.๑-๒.๒ กองที่รับผิดชอบ ได้ดำเนินการเพิ่มช่องทางการเตือนภัยสินค้าและบริการที่ไม่ปลอดภัย ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● เว็บไซต์สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (www.ocpb.go.th)</li> </ul>

รายงานผลการปฏิบัติตามมาตรการจัดการผลกระทบทางลบที่อาจเกิดขึ้นต่อสังคม  
ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๑  
รอบ ๑๒ เดือน (ตุลาคม ๒๕๖๐ – กันยายน ๒๕๖๑)

ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินงาน	มาตรการจัดการผลกระทบ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ	สถานะดำเนินการ	ผลการดำเนินงาน/เอกสารหลักฐาน
	<p><b>เป้าประสงค์</b></p> <p>-ประชาชนได้รับทราบข้อมูลเตือนภัยก่อนการเลือกบริโภคสินค้าและบริการ</p> <p><b>ตัวชี้วัด</b></p> <p>-ระดับการรับรู้สื่อเตือนภัยสินค้าและบริการที่ไม่ปลอดภัยของประชาชน เป้าหมายร้อยละ ๗๐</p>		สรุปผลไตรมาส ๔	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Facebook สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (@ocpb.officeial)</li> <li>● กลุ่มไลน์สื่อมวลชน</li> <li>● จัดทำระบบเตือนภัยผู้บริโภค (Thailand Consumer Alert System)</li> <li>● รวบรวมสินค้าและบริการที่ไม่ปลอดภัยเป็นรูปเล่มสำหรับพกพา</li> </ul>
<p>๓. การปรับปรุง แก้ไข กฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค อาจทำให้ประชาชนหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้รับความเดือดร้อนหรือความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นจากการบังคับใช้กฎหมายหลังมีการปรับปรุง แก้ไข กฎหมาย</p>	<p>๓. กำหนดวิธีการรับฟังความคิดเห็น เช่น</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-การเปิดให้แสดงความคิดเห็นทางไปรษณีย์ทางโทรศัพท์หรือโทรสาร ทางระบบเครือข่ายสารสนเทศ</li> <li>-การสนทนากลุ่มย่อย</li> <li>-การประชาพิจารณ์</li> <li>-การอภิปรายสาธารณะ</li> <li>-การสัมมนาเชิงปฏิบัติการ</li> </ul>	<p>กกค. กคฉ. กคฆ. กคต. กคส.</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/>ดำเนินการแล้ว</p> <p><input type="checkbox"/>อยู่ระหว่างดำเนินการ</p>	<p>๓.กองที่รับผิดชอบได้ดำเนินการรับฟังความคิดเห็นของประชาชนหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดังนี้</p> <p>-กองกฎหมายและคดี มีการจัดทำกฎหมาย ๑ ฉบับ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● ร่างพระราชบัญญัติสภาองค์กรผู้บริโภคแห่งชาติ พ.ศ....</li> </ul> <p>รับฟังความคิดเห็นของประชาชนหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ๒ วิธีการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- รับฟังความคิดเห็นบนหน้าเว็บไซต์สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (www.ocpb.co.th) และเว็บไซต์ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจ</li> </ul>

รายงานผลการปฏิบัติตามมาตรการจัดการผลกระทบทางลบที่อาจเกิดขึ้นต่อสังคม  
ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๑  
รอบ ๑๒ เดือน (ตุลาคม ๒๕๖๐ – กันยายน ๒๕๖๑)

ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินงาน	มาตรการจัดการผลกระทบ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ	สถานะดำเนินการ	ผลการดำเนินงาน/เอกสารหลักฐาน
	<p><b>เป้าประสงค์</b></p> <p>-ประชาชนหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นอย่างทั่วถึง</p> <p><b>ตัวชี้วัด</b></p> <p>-วิธีการรับฟังความคิดเห็นของประชาชนหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป้าหมายอย่างน้อย ๒ วิธีการ</p> <p>*หมายเหตุ มาตรา ๗๗ ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช ๒๕๖๐ กำหนดให้ “ก่อนการตรากฎหมายทุกฉบับ รัฐพึงจัดให้มีการรับฟังความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้อง”</p>		<p><input checked="" type="checkbox"/>ดำเนินการแล้ว</p> <p><input type="checkbox"/>อยู่ระหว่างดำเนินการ</p>	<p>และสังคม (www.lawmendment.go.th)</p> <p>- สัมมนารับฟังความคิดเห็นในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ๔ ครั้ง คือครั้งที่ ๑ จังหวัดอุดรธานี ครั้งที่ ๒ จังหวัดสงขลา ครั้งที่ ๓ จังหวัดเชียงใหม่ ครั้งที่ ๔ จังหวัดกรุงเทพมหานคร</p> <p>- กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านฉลาก มีการแก้ไข ทบทวน กฎหมายจำนวน ๑ ฉบับ คือ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ร่างประกาศคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก เรื่อง กำหนดหลักเกณฑ์วิธีการและเงื่อนไขเกี่ยวกับฉลากสินค้าที่ควบคุมฉลากและกำหนดสินค้าให้เป็นสินค้าที่ควบคุมฉลาก พ.ศ....</li> </ul> <p>รับฟังความคิดเห็นของประชาชนหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ๑ วิธีการ คือ การประชาสัมพันธ์</p>

รายงานผลการปฏิบัติตามมาตรการจัดการผลกระทบทางลบที่อาจเกิดขึ้นต่อสังคม  
 ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๑  
 รอบ ๑๒ เดือน (ตุลาคม ๒๕๖๐ – กันยายน ๒๕๖๑)

ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น จากการดำเนินงาน	มาตรการจัดการผลกระทบ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ	สถานะดำเนินการ	ผลการดำเนินงาน/เอกสารหลักฐาน
			<input checked="" type="checkbox"/> ดำเนินการแล้ว <input type="checkbox"/> อยู่ระหว่างดำเนินการ	- กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา ดำเนินการศึกษาสภาพปัญหาที่เกิดจากการบังคับใช้กฎกระทรวง ที่ออกตามความในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ มีการแก้ไข ทบวงกฎหมาย จำนวน ๒ ฉบับ <ul style="list-style-type: none"> <li>● การแก้ไข เพิ่มเติม ปรับปรุง กฎกระทรวง ฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๓๔) ออกตามความในมาตรา ๒๒ (๕) พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒</li> <li>● การแก้ไข เพิ่มเติม ปรับปรุง กฎกระทรวง ฉบับที่ ๗ (พ.ศ. ๒๕๓๘) ออกตามความในมาตรา ๒๒ (๕) พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒</li> </ul>

รายงานผลการปฏิบัติตามมาตรการจัดการผลกระทบทางลบที่อาจเกิดขึ้นต่อสังคม  
 ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๑  
 รอบ ๑๒ เดือน (ตุลาคม ๒๕๖๐ – กันยายน ๒๕๖๑)

ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น จากการดำเนินงาน	มาตรการจัดการผลกระทบ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ	สถานะดำเนินการ	ผลการดำเนินงาน/เอกสารหลักฐาน
			<input checked="" type="checkbox"/> ดำเนินการแล้ว <input type="checkbox"/> อยู่ระหว่างดำเนินการ	-กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง มีการจัดทำกฎหมายจำนวน ๒ ฉบับ คือ <ul style="list-style-type: none"> <li>● กฎกระทรวงกำหนดหลักเกณฑ์และเงื่อนไขการซื้อขายสินค้าหรือบริการ โดยวิธีการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่ถือว่าเป็นตลาดแบบตรง พ.ศ. .... รับฟังความคิดเห็นของประชาชนหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ๑ วิธีการ คือ การประชาสัมพันธ์</li> <li>● ร่างกฎกระทรวง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการวางหลักประกันการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. ... รับฟังความคิดเห็นของประชาชนหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ๑ วิธีการ คือ การประชาสัมพันธ์</li> </ul>
			<input checked="" type="checkbox"/> ดำเนินการแล้ว <input type="checkbox"/> อยู่ระหว่างดำเนินการ	-กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา มีการแก้ไขบททวน กฎหมายจำนวน ๓ ฉบับ คือ

รายงานผลการปฏิบัติตามมาตรการจัดการผลกระทบทางลบที่อาจเกิดขึ้นต่อสังคม  
 ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๑  
 รอบ ๑๒ เดือน (ตุลาคม ๒๕๖๐ – กันยายน ๒๕๖๑)

ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น จากการดำเนินงาน	มาตรการจัดการผลกระทบ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ	สถานะดำเนินการ	ผลการดำเนินงาน/เอกสารหลักฐาน
				<ul style="list-style-type: none"> <li>● ประกาศคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา เรื่อง ให้ธุรกิจขายชายห้อยชุดเป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญา พ.ศ.๒๕๔๓ รับฟังความคิดเห็นของประชาชนหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ๑ วิธีการ คือ การประชาพิจารณ์</li> <li>● ประกาศคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา เรื่อง ให้ธุรกิจให้บริการเสริมความงามเป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญา พ.ศ.... รับฟังความคิดเห็นของประชาชนหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ๑ วิธีการ คือ การประชาพิจารณ์</li> <li>● ประกาศคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา เรื่อง ให้ธุรกิจให้เช่าที่อยู่อาศัยเป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญา พ.ศ.... รับฟังความคิดเห็นของประชาชนหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ๑ วิธีการ คือ การประชาพิจารณ์</li> </ul>

รายงานผลการปฏิบัติตามมาตรการจัดการผลกระทบทางลบที่อาจเกิดขึ้นต่อสังคม  
ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๑  
รอบ ๑๒ เดือน (ตุลาคม ๒๕๖๐ – กันยายน ๒๕๖๑)

ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินงาน	มาตรการจัดการผลกระทบ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ	สถานะดำเนินการ	ผลการดำเนินงาน/เอกสารหลักฐาน
<p>๔. ผู้ประกอบธุรกิจไม่เข้าใจในสาระสำคัญของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง (ฉบับที่๓) พ.ศ. ๒๕๖๐ ซึ่งเป็นกฎหมายที่ประกาศใช้ใหม่ ทำให้ไม่สามารถปฏิบัติตามได้อย่างถูกต้องและอาจถูกระวางโทษ</p>	<p>๔.๑ จัดทำสรุปสาระสำคัญของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง (ฉบับที่๓) พ.ศ. ๒๕๖๐</p> <p>๔.๒ เผยแพร่ข้อมูลผ่านช่องทางต่างๆ</p> <p><b>เป้าประสงค์</b></p> <p>-ผู้ประกอบธุรกิจมีความรู้ ความเข้าใจสามารถปฏิบัติตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง (ฉบับที่๓) พ.ศ. ๒๕๖๐ ได้อย่างถูกต้อง</p> <p><b>ตัวชี้วัด</b></p> <p>-สรุปสาระสำคัญของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง (ฉบับที่ ๓) พ.ศ. ๒๕๖๐ เป้าหมาย ๑ ฉบับ</p> <p>-ช่องทางการเผยแพร่ข้อมูล เป้าหมาย ๒ ช่องทาง</p>	<p>กคต.</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/>ดำเนินการแล้ว</p> <p><input type="checkbox"/>อยู่ระหว่างดำเนินการ</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>ดำเนินการแล้ว</p> <p><input type="checkbox"/>อยู่ระหว่างดำเนินการ</p> <p>สรุปสาระสำคัญฯ จำนวน ๑ ฉบับ</p> <p>ช่องทางการเผยแพร่ ๒ ช่องทาง</p>	<p>๔.๑ สรุปสาระสำคัญของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง (ฉบับที่๓) พ.ศ. ๒๕๖๐ จำนวน ๑ ฉบับ</p> <p>๔.๒ เผยแพร่สรุปสาระสำคัญของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง (ฉบับที่๓) พ.ศ. ๒๕๖๐ จำนวน ๒ ช่องทาง คือ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● ผ่าน Facebook ของกองคุ้มครองผู้บริโภค ด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง</li> <li>● จัดนิทรรศการ ณ ลานเอนกประสงค์ ชั้น ๕ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค</li> </ul>



รายงานผลการปฏิบัติตามมาตรการจัดการผลกระทบทางลบที่อาจเกิดขึ้นต่อสังคม  
ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๑  
รอบ ๑๒ เดือน (ตุลาคม ๒๕๖๐ – กันยายน ๒๕๖๑)

ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น จากการดำเนินงาน	มาตรการจัดการผลกระทบ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ	สถานะดำเนินการ	ผลการดำเนินงาน/เอกสารหลักฐาน
<p>๕. สินค้าและบริการที่มีการโฆษณาเกินจริง อาจทำให้ผู้บริโภคได้รับความเสียหาย</p>	<p>๕.๑ การจัดทำแผนการตรวจสอบโฆษณา สินค้าและบริการตามสื่อต่างๆ</p> <p>๕.๒ บูรณาการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการ ทดสอบสินค้าและบริการที่โฆษณาเกินจริง</p> <p><b>เป้าประสงค์</b></p> <p>-ผู้บริโภคได้รับการปกป้องก่อนที่จะบริโภค สินค้าและบริการที่โฆษณาเกินจริงจนได้รับความเสียหาย</p> <p>-เกิดความรวดเร็วในการทดสอบสินค้าและบริการ</p> <p><b>ตัวชี้วัด</b></p> <p>-มีการจัดทำแผน เป้าหมาย ๑ แผน</p> <p>-มีการดำเนินการตามแผน เป้าหมาย ร้อยละ ๘๐</p>	<p>กคช.</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/>ดำเนินการแล้ว</p> <p><input type="checkbox"/>อยู่ระหว่างดำเนินการ</p> <p>จัดทำแผนตรวจ ๑ แผน</p> <p>-ออกตรวจสอบ ๖ ครั้ง</p> <p>-ตรวจสอบการใช้ข้อความ โฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ประจำ ทุกเดือน</p> <p>-ออกตรวจ ร้อยละ ๑๐๐</p> <p>-ตรวจสอบการใช้ข้อความ โฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ร้อยละ ๘๐</p>	<p>๕.๑ คุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา ได้ดำเนินการ จัดทำแผนการออกตรวจติดตามการโฆษณา จำนวน ๖ ครั้ง และได้ดำเนินการเสร็จสิ้นแล้ว ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● ครั้งที่ ๑ บริษัทเอสซี แอสเตท คอร์ ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัทรุ่ง กิจ เรียวเอสเตท จำกัด</li> <li>● ครั้งที่ ๒ บริษัทเอพี (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) และบริษัทรีเจนท์ กรีน เพาเวอร์ จำกัด</li> <li>● ครั้งที่ ๓ บริษัทฟอรัส พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) และบริษัทแสนสิริ จำกัด (มหาชน)</li> <li>● ครั้งที่ ๔ บริษัทเจ.เอส.พี พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) และบริษัทอารียา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน)</li> <li>● ครั้งที่ ๕ บริษัทนนทวี เรสซิเดนซ์ จำกัด และบริษัทकुณสุข จำกัด</li> </ul>

รายงานผลการปฏิบัติตามมาตรการจัดการผลกระทบทางลบที่อาจเกิดขึ้นต่อสังคม  
 ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๑  
 รอบ ๑๒ เดือน (ตุลาคม ๒๕๖๐ – กันยายน ๒๕๖๑)

ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น จากการดำเนินงาน	มาตรการจัดการผลกระทบ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ	สถานะดำเนินการ	ผลการดำเนินงาน/เอกสารหลักฐาน												
				<ul style="list-style-type: none"> <li>ครั้งที่ ๖ บริษัทบิลท์แลนด์ จำกัด และ บริษัท แปซิฟิก กรุป พรอพเพอร์ตี้ จำกัด</li> </ul> <p>ทั้งนี้ได้ดำเนินการตรวจสอบการใช้ข้อความโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ (สื่อโทรทัศน์ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อพิมพ์อื่นๆ) เป็นประจำทุกเดือน ปรากฏผลการตรวจสอบ ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>เดือนตุลาคม ๒๕๖๐</li> </ul> <table border="1" data-bbox="1603 823 2136 1216"> <thead> <tr> <th data-bbox="1603 823 1756 1018">พรบ. คุ้มครอง ผู้บริโภค ๒๕๒๒</th> <th data-bbox="1756 823 1888 1018">สื่อสิ่งพิมพ์</th> <th data-bbox="1888 823 2020 1018">สื่อ โทรทัศน์</th> <th data-bbox="2020 823 2136 1018">สื่อ อินเทอร์เน็ต</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="1603 1018 1756 1112">ปฏิบัติ ถูกต้อง</td> <td data-bbox="1756 1018 1888 1112">๔๐ สินค้า</td> <td data-bbox="1888 1018 2020 1112">๑๖ สินค้า</td> <td data-bbox="2020 1018 2136 1112">๑๓ สินค้า</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1603 1112 1756 1216">ปฏิบัติไม่ ถูกต้อง</td> <td data-bbox="1756 1112 1888 1216">- สินค้า</td> <td data-bbox="1888 1112 2020 1216">- สินค้า</td> <td data-bbox="2020 1112 2136 1216">๑๔ สินค้า</td> </tr> </tbody> </table>	พรบ. คุ้มครอง ผู้บริโภค ๒๕๒๒	สื่อสิ่งพิมพ์	สื่อ โทรทัศน์	สื่อ อินเทอร์เน็ต	ปฏิบัติ ถูกต้อง	๔๐ สินค้า	๑๖ สินค้า	๑๓ สินค้า	ปฏิบัติไม่ ถูกต้อง	- สินค้า	- สินค้า	๑๔ สินค้า
พรบ. คุ้มครอง ผู้บริโภค ๒๕๒๒	สื่อสิ่งพิมพ์	สื่อ โทรทัศน์	สื่อ อินเทอร์เน็ต													
ปฏิบัติ ถูกต้อง	๔๐ สินค้า	๑๖ สินค้า	๑๓ สินค้า													
ปฏิบัติไม่ ถูกต้อง	- สินค้า	- สินค้า	๑๔ สินค้า													

รายงานผลการปฏิบัติตามมาตรการจัดการผลกระทบทางลบที่อาจเกิดขึ้นต่อสังคม  
ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๑  
รอบ ๑๒ เดือน (ตุลาคม ๒๕๖๐ – กันยายน ๒๕๖๑)

ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น จากการดำเนินงาน	มาตรการจัดการผลกระทบ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ	สถานะดำเนินการ	ผลการดำเนินงาน/เอกสารหลักฐาน																								
				<p>● เดือนพฤศจิกายน ๒๕๖๐</p> <table border="1" data-bbox="1603 429 2136 821"> <thead> <tr> <th data-bbox="1603 429 1756 624">พรบ. คุ้มครอง ผู้บริโภค ๒๕๒๒</th> <th data-bbox="1756 429 1888 624">สื่อ สิ่งพิมพ์</th> <th data-bbox="1888 429 2020 624">สื่อ โทรทัศน์</th> <th data-bbox="2020 429 2136 624">สื่อ อินเทอร์เน็ต</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="1603 624 1756 722">ปฏิบัติ ถูกต้อง</td> <td data-bbox="1756 624 1888 722">๗๗ สินค้า</td> <td data-bbox="1888 624 2020 722">๙ สินค้า</td> <td data-bbox="2020 624 2136 722">๒๕ สินค้า</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1603 722 1756 821">ปฏิบัติไม่ ถูกต้อง</td> <td data-bbox="1756 722 1888 821">๑ สินค้า</td> <td data-bbox="1888 722 2020 821">๑ สินค้า</td> <td data-bbox="2020 722 2136 821">๘ สินค้า</td> </tr> </tbody> </table> <p>● เดือนธันวาคม ๒๕๖๐</p> <table border="1" data-bbox="1603 924 2136 1316"> <thead> <tr> <th data-bbox="1603 924 1756 1118">พรบ. คุ้มครอง ผู้บริโภค ๒๕๒๒</th> <th data-bbox="1756 924 1888 1118">สื่อ สิ่งพิมพ์</th> <th data-bbox="1888 924 2020 1118">สื่อ โทรทัศน์</th> <th data-bbox="2020 924 2136 1118">สื่อ อินเทอร์เน็ต</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="1603 1118 1756 1217">ปฏิบัติ ถูกต้อง</td> <td data-bbox="1756 1118 1888 1217">๖๒ สินค้า</td> <td data-bbox="1888 1118 2020 1217">๖ สินค้า</td> <td data-bbox="2020 1118 2136 1217">๙ สินค้า</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1603 1217 1756 1316">ปฏิบัติไม่ ถูกต้อง</td> <td data-bbox="1756 1217 1888 1316">- สินค้า</td> <td data-bbox="1888 1217 2020 1316">๑ สินค้า</td> <td data-bbox="2020 1217 2136 1316">๘ สินค้า</td> </tr> </tbody> </table>	พรบ. คุ้มครอง ผู้บริโภค ๒๕๒๒	สื่อ สิ่งพิมพ์	สื่อ โทรทัศน์	สื่อ อินเทอร์เน็ต	ปฏิบัติ ถูกต้อง	๗๗ สินค้า	๙ สินค้า	๒๕ สินค้า	ปฏิบัติไม่ ถูกต้อง	๑ สินค้า	๑ สินค้า	๘ สินค้า	พรบ. คุ้มครอง ผู้บริโภค ๒๕๒๒	สื่อ สิ่งพิมพ์	สื่อ โทรทัศน์	สื่อ อินเทอร์เน็ต	ปฏิบัติ ถูกต้อง	๖๒ สินค้า	๖ สินค้า	๙ สินค้า	ปฏิบัติไม่ ถูกต้อง	- สินค้า	๑ สินค้า	๘ สินค้า
พรบ. คุ้มครอง ผู้บริโภค ๒๕๒๒	สื่อ สิ่งพิมพ์	สื่อ โทรทัศน์	สื่อ อินเทอร์เน็ต																									
ปฏิบัติ ถูกต้อง	๗๗ สินค้า	๙ สินค้า	๒๕ สินค้า																									
ปฏิบัติไม่ ถูกต้อง	๑ สินค้า	๑ สินค้า	๘ สินค้า																									
พรบ. คุ้มครอง ผู้บริโภค ๒๕๒๒	สื่อ สิ่งพิมพ์	สื่อ โทรทัศน์	สื่อ อินเทอร์เน็ต																									
ปฏิบัติ ถูกต้อง	๖๒ สินค้า	๖ สินค้า	๙ สินค้า																									
ปฏิบัติไม่ ถูกต้อง	- สินค้า	๑ สินค้า	๘ สินค้า																									

รายงานผลการปฏิบัติตามมาตรการจัดการผลกระทบทางลบที่อาจเกิดขึ้นต่อสังคม  
ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๑  
รอบ ๑๒ เดือน (ตุลาคม ๒๕๖๐ – กันยายน ๒๕๖๑)

ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น จากการดำเนินงาน	มาตรการจัดการผลกระทบ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ	สถานะดำเนินการ	ผลการดำเนินงาน/เอกสารหลักฐาน																											
				<p>● เดือนมกราคม ๒๕๖๑</p> <table border="1" data-bbox="1603 429 2136 821"> <thead> <tr> <th data-bbox="1603 429 1756 624">พรบ. คุ้มครอง ผู้บริโภค ๒๕๒๒</th> <th data-bbox="1756 429 1888 624">สื่อสิ่งพิมพ์</th> <th data-bbox="1888 429 2020 624">สื่อ โทรทัศน์</th> <th data-bbox="2020 429 2136 624">สื่อ อินเทอร์เน็ต</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="1603 624 1756 722">ปฏิบัติ ถูกต้อง</td> <td data-bbox="1756 624 1888 722">๓๖ สินค้า</td> <td data-bbox="1888 624 2020 722">๑๑ สินค้า</td> <td data-bbox="2020 624 2136 722">- สินค้า</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1603 722 1756 821">ปฏิบัติไม่ ถูกต้อง</td> <td data-bbox="1756 722 1888 821">- สินค้า</td> <td data-bbox="1888 722 2020 821">- สินค้า</td> <td data-bbox="2020 722 2136 821">๑๖ สินค้า</td> </tr> </tbody> </table> <p>● เดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๖๑</p> <table border="1" data-bbox="1603 895 2136 1353"> <thead> <tr> <th data-bbox="1603 895 1727 1106">พรบ. คุ้มครอง ผู้บริโภค ๒๕๒๒</th> <th data-bbox="1727 895 1818 1106">สื่อสิ่งพิมพ์</th> <th data-bbox="1818 895 1910 1106">สื่อโทรทัศน์</th> <th data-bbox="1910 895 2020 1106">สื่ออินเทอร์เน็ต</th> <th data-bbox="2020 895 2136 1106">แผ่นพับ/โบร ชัวร์</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="1603 1106 1727 1204">ปฏิบัติ ถูกต้อง</td> <td data-bbox="1727 1106 1818 1204">๘๒ สินค้า</td> <td data-bbox="1818 1106 1910 1204">๑๑ สินค้า</td> <td data-bbox="1910 1106 2020 1204">๒ สินค้า</td> <td data-bbox="2020 1106 2136 1204">- สินค้า</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1603 1204 1727 1353">ปฏิบัติ ไม่ ถูกต้อง</td> <td data-bbox="1727 1204 1818 1353">๒ สินค้า</td> <td data-bbox="1818 1204 1910 1353">๒ สินค้า</td> <td data-bbox="1910 1204 2020 1353">๑๑ สินค้า</td> <td data-bbox="2020 1204 2136 1353">๙ สินค้า</td> </tr> </tbody> </table>	พรบ. คุ้มครอง ผู้บริโภค ๒๕๒๒	สื่อสิ่งพิมพ์	สื่อ โทรทัศน์	สื่อ อินเทอร์เน็ต	ปฏิบัติ ถูกต้อง	๓๖ สินค้า	๑๑ สินค้า	- สินค้า	ปฏิบัติไม่ ถูกต้อง	- สินค้า	- สินค้า	๑๖ สินค้า	พรบ. คุ้มครอง ผู้บริโภค ๒๕๒๒	สื่อสิ่งพิมพ์	สื่อโทรทัศน์	สื่ออินเทอร์เน็ต	แผ่นพับ/โบร ชัวร์	ปฏิบัติ ถูกต้อง	๘๒ สินค้า	๑๑ สินค้า	๒ สินค้า	- สินค้า	ปฏิบัติ ไม่ ถูกต้อง	๒ สินค้า	๒ สินค้า	๑๑ สินค้า	๙ สินค้า
พรบ. คุ้มครอง ผู้บริโภค ๒๕๒๒	สื่อสิ่งพิมพ์	สื่อ โทรทัศน์	สื่อ อินเทอร์เน็ต																												
ปฏิบัติ ถูกต้อง	๓๖ สินค้า	๑๑ สินค้า	- สินค้า																												
ปฏิบัติไม่ ถูกต้อง	- สินค้า	- สินค้า	๑๖ สินค้า																												
พรบ. คุ้มครอง ผู้บริโภค ๒๕๒๒	สื่อสิ่งพิมพ์	สื่อโทรทัศน์	สื่ออินเทอร์เน็ต	แผ่นพับ/โบร ชัวร์																											
ปฏิบัติ ถูกต้อง	๘๒ สินค้า	๑๑ สินค้า	๒ สินค้า	- สินค้า																											
ปฏิบัติ ไม่ ถูกต้อง	๒ สินค้า	๒ สินค้า	๑๑ สินค้า	๙ สินค้า																											

รายงานผลการปฏิบัติตามมาตรการจัดการผลกระทบทางลบที่อาจเกิดขึ้นต่อสังคม  
 ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๑  
 รอบ ๑๒ เดือน (ตุลาคม ๒๕๖๐ – กันยายน ๒๕๖๑)

ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น จากการดำเนินงาน	มาตรการจัดการผลกระทบ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ	สถานะดำเนินการ	ผลการดำเนินงาน/เอกสารหลักฐาน
			<input checked="" type="checkbox"/> ดำเนินการแล้ว <input type="checkbox"/> อยู่ระหว่างดำเนินการ	<p>โดยผู้ประกอบการธุรกิจที่ปฏิบัติไม่ถูกต้อง ขณะนี้อยู่ระหว่างเชิญผู้ประกอบการมาชี้แจงข้อเท็จจริงเกี่ยวกับข้อความโฆษณา เพื่อรวบรวมข้อมูลนำเสนอต่อคณะกรรมการติดตามสอดส่องและวินิจฉัยการโฆษณาและคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเพื่อพิจารณาตามกฎหมายต่อไป</p> <p>๕.๒ กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา เมื่อได้ตรวจพบข้อความโฆษณาสินค้าหรือบริการเกินจริง ในขั้นแรกจะมีการเชิญผู้ประกอบการมาชี้แจงข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการโฆษณาและรวบรวมข้อมูลเสนอต่ออนุกรรมการติดตามสอดส่องและวินิจฉัยการโฆษณาและกรรมการว่าด้วยการโฆษณาพิจารณา ทั้งนี้ในกรณีต้องมีการทดสอบพิสูจน์สินค้าที่ไม่ปลอดภัย ได้บูรณาการกับหน่วยงานภายใน คือ กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านฉลาก ซึ่งมีศูนย์เฝ้าระวังและพิสูจน์สินค้าที่ไม่ปลอดภัย ดำเนินการทดสอบร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป</p>

\*\*\*\*\*